

米の輸出に向けた産地事例

あしべつ米・北海道米を世界へ

芦別プライド

「あしべつ米が世界のどこでも食べられるプロジェクト」



株式会社 **芦別RICE**

会社紹介

株式会社芦別RICE

- 3戸の農家から
- 現在は24戸農家参画
- 出資者は100%農家
- 米の輸出、卸
- ドローンによる請負防除、整備、教習、販売
- 道の駅直売所の運営
- 2025年国際規格の食品安全認証FSSC22000を取得
- 精米による輸出を開始



"世界に届け！"

芦別米を
世界のどこでも
食べられる
プロジェクト発信！

THIS IS
JAPAN QUALITY
Delicious Japanese Rice

The advertisement features two rice bags in the foreground. The left bag is white with a red ribbon and is labeled 'ゆめぴりか' (Yumepirika) and 'ひと粒で いっしょうの恋' (Hitokorode Isshou no Koi). The right bag is white with a blue ribbon and is labeled 'ななつぼし' (Nanatsuboshi) and 'ひと粒で いっしょうの恋' (Hitokorode Isshou no Koi). The background shows a rice field under a blue sky. A globe logo is positioned in the bottom right corner of the advertisement.

輸出に取り組んだきっかけ

★どうして輸出に取り組んだのか…①“動機は不純”編

- ・海外に行ってみたかった。
- ・“輸出”“海外”にステータス感を抱いた。
- ・なんかかっこ良い！

※構想から約2年間は輸出には至らなかった。

★どうして輸出に取り組んだのか…②真面目編

- ・芦別市の先輩(部長)がきっかけ

①芦別市と”香港フードエキスポ(JETRO主催)”出店(3年間)

②香港の業者を紹介された。

『もうそろそろ、夢(ホラ)を本当にしようよ！』と助言を受けた。

輸出開始2015年 香港へ見本 3トン

③米価が安価



香港フードエキスポ風景1



香港フードエキスポ風景2

産地一丸で挑む米輸出の最適化戦略



「個々の農家が自由に作る農業」から「(販売)協議会の一員として世界規格を作る農業」への「仕組み」作り



★生産面の課題と取組：「技術の平準化」

※個々の農家のこだわりを活かしつつ、海外市場が求める「規格」と「価格」に答えられる農家「コスト」。

品種と収量の最大化：

課題：人気は「ななつぼし」だが、コスト削減傾向による多収品種とのバランスが難しい。

取組：“日本米”ではなく“ななつぼし”“北海道米”のこだわり意識と安定した収量を確保。

徹底した防除・施肥等：

課題：外国産米との価格競争。個別の防除ではコストが嵩む。

取組：ドローンによる広域・一斉防除。資材の共同購入により1俵あたりの生産原価を削減し、価格競争力を生み出した。

残留農薬基準(ポジティブリスト)への対応：

課題：輸出先(香港、シンガポール、欧州等)ごとに異なる厳しい残留農薬基準。

取組：輸出先ごとの防除暦(カレンダー)の統一管理。「適期防除」の徹底により、農薬使用回数を最小限に抑えつつ基準をクリアする体制。



生産・流通の壁を突破

集出荷の透明性(生産者別検査後、生産者の名前そのまま出荷)

課題: 大量出荷では個々の努力が埋没し、品質向上の意欲が削がれる。

取組: 登録検査機関取得。異なる生産者の米がブレンドされることなく海外現地へ到着

「誰の米か」を明確にした状態で集荷・パッキング。

生産者の名前入りで輸出(玄米)。

これにより、生産者個々の品質への強い責任感を生んだ。

流通・保管の高度化(倉庫・輸送):

課題: 倉庫の確保

取組: 定温倉庫の整備(R4国費)と 道内流通業者・倉庫会社と連携し倉庫を確保。



輸出の戦略

市場のボックス

香港

- 高付加価値
- ギフト・小売

シンガポール

- 品質・持続可能性
- 小売+業務用

アメリカ

- 業務用・外食
- 安定供給重視

ヨーロッパ

- 環境配慮
- プレミアム市場

具体的なプラン

【2025年2月 芦別RICE北海道米輸出拡大推進協議会設立】

- ・戦略的輸出基地としての規模拡大戦略
 - ・フラッグシップ輸出産地の認定
 - ・ターゲット・エリア戦略 富裕層と多角化
- 安売りを避け、日本米の価値を認める市場へ集中投下



輸出の持続可能性1

農家が目先の高値に飛びつかず、あえて「芦別RICE」を通じて輸出を続けるのには…
“将来の生存戦略”と“経営の安定性”という、極めて現実的な理由があると思います

①「国内市場の縮小」に対する保険

人口減少と食の多様化→毎年約10万トン(1.5%程度)ずつ減少

今、一時的に国内価格が高騰していても、既に下落傾向

10年後、20年後に国内市場がさらに縮小した際、販路を持っていない農家は行き場を失います

先行者利益→ 海外市場は一度信頼を失うと取り戻せない

価格が高い時も供給を続けることで信頼できるパートナーだという地位を築き、将来の販路を確保

②「水田活用直接支払交付金」**などの助成金

手取りの確保:→R6年R7年は国内向け主食用米の価格にはかなわなかったが、助成金を合算することで、最終的な農家の「手取り(利益)」は、10年平均で国内向け以上になった。

輸出の持続可能性2

③「やりがい」と「若手のプライド」→数値化しにくい、継続の大きな原動

ブランド力

自分の作った米がエストニアやフィンランドや香港の高級レストランで使われているという事実は、若手農家にとって大きなモチベーションになります。

直接のフィードバック

国内の卸業者に渡すと誰が食べたか分かりません。

芦別RICEでは海外のシェフからの評価が直接農家に届きます。これが「もっと良いものを作ろう」という意欲に繋がっています。

④農家は「今儲かるか」ではなく「一生農業で食べていけるか」という視点で動いています。目先の高値を追って輸出を止めれば、将来国内が供給過剰になった時に逃げ場がなくなってしまうと考えます。

一貫性こそが、海外のバイヤーから絶大な信頼を得ます。

輸出の展望

芦別RICEは、農家直営の強みを生かし①生産②米の販売から、産地のプラットフォーム化と未開拓市場への戦略的進出という、次のフェーズへ移行。(世界から注文が入る米の物流拠点ハブ 輸出集団)

ターゲットとなる決定権者(シェフ、経営者、顧客)に、サンプルを持って直接コンタクトを取る。

パッケージの魔力

中身が同じでも、相手の文化圏で「高級」「信頼」を意味するデザイン(色、形、素材)に徹底的に合わせる。

※地元芦別高校生のデザイン

(子供達)高校生と世界へ

フィンランドやエストニアへ！
“あしべつ米”米粉のお菓子を開発中！
将来は、“芦高プライド”が世界に！



株式会社 芦別RICE精米所

ISO22000 認証精米施設

株式会社 芦別RICE
農産物検査場

株式会社 芦別RICE 米生産者協議会純粋
純粋米 100%
100%純粋米 100%
100%純粋米 100%

