



**北陸コメサロン**  
**「～踏み出そう！北陸から世界へ～」**  
**開催概要**

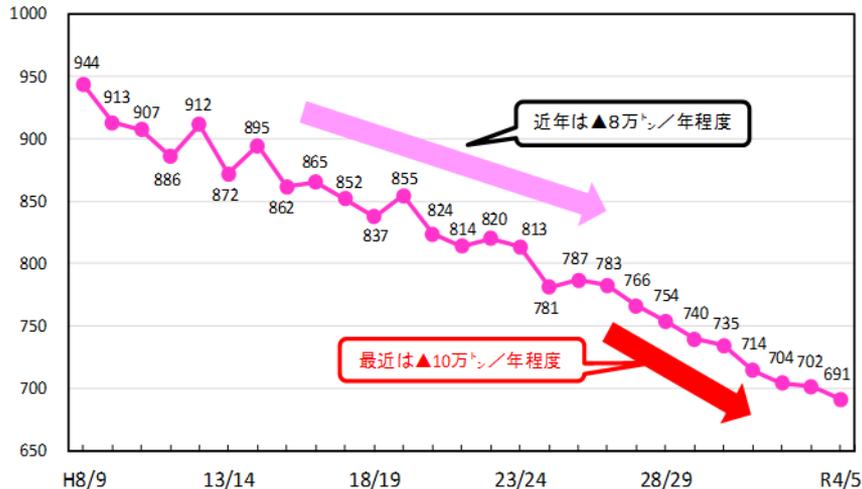
令和6年2月6日 開催

北陸農政局  
生産部 生産振興課

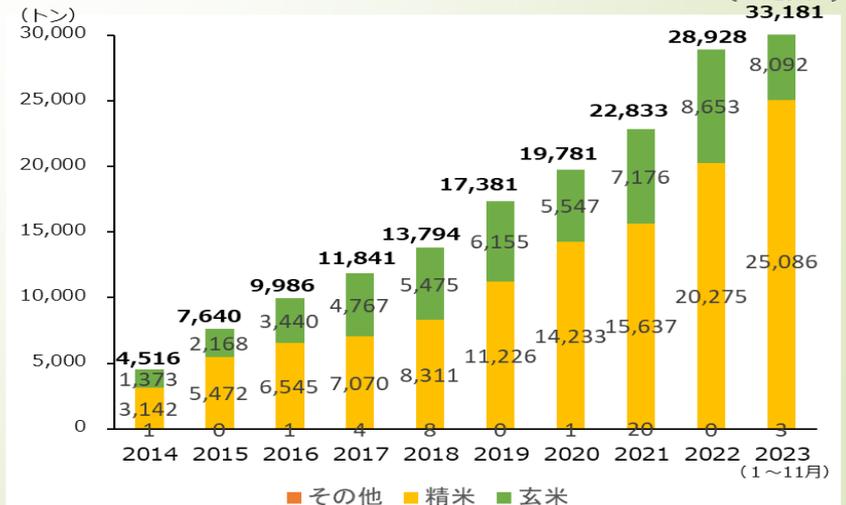
# 北陸コメサロンの概要 <背景>

- 我が国では、人口の減少や年間一人当たりのコメ消費量の減少を背景に、**コメの需要量は年々減少**。
- 一方、海外においては、日本食レストランの店舗数が増加傾向にあり、**日本産米の海外需要は年々高まっている状況**。
- コメの国内マーケットが減少傾向にある中、海外の需要を拡大し、**輸出の促進を図ることは、国内の生産力を維持・拡大する上でも重要な取組**。
- 本サロンは、コメ輸出に関心があるものの、まだ踏み出せていない方が抱えている不安や疑問を解消し、**コメ輸出の取組のきっかけを後押しすることを目的**に開催。

主食用米の需要量の推移



商業用の米の玄米・精米別輸出量の推移



# 北陸コメサロン

## ～踏み出そう！北陸から世界へ～

### 1 コメの輸出をめぐる状況等について

13:35～

発表者：農林水産省 農産局  
農産政策部 企画課 高梨暁人課長補佐

### 2 輸出事業者・生産者の事例発表

14:00～



木徳神糧(株)  
山田智基氏



(有)エコ・ライス新潟  
豊永有氏



(株)佐渡相田ライスファーマーミング  
相田忠明氏



(有)米山農産  
米山義隆氏

(株)ファーム  
NINJAPO  
毛利直人氏

(有)グリーンビジネス  
橋本  
橋本喜洋氏

### 3 パネルディスカッション

15:00～

パネルディスカッションテーマ

1. 日本産の強み
2. 輸出までの手順
3. 輸出継続に向けた工夫

# 北陸コメサロンの概要 <事例発表>

木徳神糧（株）・山田智基氏

- 1991年から海外事業に取り組んでおり、**アメリカ、中国、タイ、ベトナムに現地法人**を構えて、海外での販売活動を実施。
- 令和4年度の輸出量は約3,000 t。**令和5年度は4,000 tを超える見込み。**
- **産地に直接足を運び、生産法人等と話を行い、販売先について共に理解を深めている。**
- 日本産米の輸出は増加傾向にあり、**日本産米の美味しさは世界が認知。**
- **輸出相手が必要なタイミングで的確にお米をお届けする**ということが何より重要であり難しくもある。

(有)エコ・ライス新潟・豊永有氏

- 当初、米粉クッキーを輸出するためにプロモーションを実施していたところ、現地から、**新潟だったらコメを輸出してくれないかとの要望があり、コメ輸出を開始。**
- 基本的に商社を通さない**直接輸出**を実施。当初、国ごとに**輸出手続きが異なり**対応に苦慮。
- 一番困ったことは、コンテナ及びトラック等**物流コストの高騰**。コメ関連商品等を**混載、新潟東港を活用**する等コスト低減に取り組む。
- **GFP**に加入。事業を活用し、輸出先のニーズ調査を実施。
- リモートではなく、**直接現地に行って話す**ことが大事。

# 北陸コメサロンの概要 <事例発表>

(株) 佐渡相田ライスファーマーミング・相田忠明氏

- 「米離れによる国内消費減の対策」と、「補助金に頼らない自立した水稻経営」を目指し、**水田を守るために輸出を開始。**
- 2013年、シンガポールでの販売を経験後、香港の寿司屋と直接契約する等着実に取組実施。令和5年は**パリに2 t、上海に5 t**輸出、**令和6年は更に拡大予定。**
- **農業と密接な関係がある佐渡の伝統文化**とともにPR活動を実施。
- 苦勞した**言葉の問題**は、**SNSの活用による文章のやりとり**で解決。
- **相手の気持ちになり、必ず現地に行つて状況を確認し、対策を講じる**ことが大事。

(株)ファームNINJAPO・毛利直人氏

(有)米山農産・米山義隆氏

(有)グリーンビジネス橋本・橋本喜洋氏

- **水田を水田として活用し、コメを作っていきたい**という思いから輸出に関心を持ち、視察先の台湾で**(株)Wakka Japan**と出会ったことをきっかけに、**平成28年から連携**。輸出を**全面サポート**してもらい、自分たちはコメ生産に集中。
- (株) Wakka Japanとの商談は、**お互い行き来し合いながら交流を深め、毎年度、取扱量や価格を決定。**
- 海外でも有名な新潟コシヒカリの中で、**富山のコシヒカリは埋もれてしまう**という現実を垣間見、**てんこもり**を輸出。今後は**富富富もラインナップ**に追加。
- 輸出先で**直接相手と交流し、栽培ストーリー**を伝えることが大事。

# 北陸コメサロンの概要 <ディスカッション>

## テーマ：1 日本産米の強み

- 海外の実需者を見ていると、生産者の意気込みや生産する地域の文化や風土に魅力を感じ、そのお米を長く使用するというパターンが多い。（木徳神糧（株）・山田智基氏）
- 国内外問わず、有機JAS認証はPR力が強い。また、自社商品のパッケージには、地域の芸能を入れ、佐渡の伝統文化や朱鷺認証についてPRしており、現地で高い評価を獲得。（（株）佐渡相田ライスファーム・相田忠明氏）
- 業務用として「てんこもり」を出荷したところ、香港のお寿司屋さんから高い評価を獲得。「富富富」は、中華圏では名前の縁起がいいということで興味を持っていただけのため、今後力を入れていきたい。（（株）ファームNINJAPO・毛利直人氏）
- 欧米では生活習慣病を気にしている人が多いため、「低グルテリン米」の輸出を開始。他にも、アンチエイジングのための「巨大胚芽米」など、食味だけではなく健康面や美容面でもアプローチしていきたいと考えている。また、コシヒカリや新潟県産米にこだわらず、相手が求める品種等を輸出。（（有）エコ・ライス新潟・豊永有氏）

# 北陸コメサロンの概要 <ディスカッション>

## テーマ：2 輸出の手順

- 新潟県、JETRO新潟、新潟県産業創造機構（NICO）が企画した商談会に参加して、伊勢丹の支配人の方と意気投合したのがきっかけ。海外イベントで訪れた国で出会った人と繋がり、**自ら販路を開拓。混載による現地港での仕分けやそれに係る停泊費用の工面に苦労したが、手続きを全て自分で行うことで、輸出している実感が得られた。**（（株）佐渡相田ライスファーマーミング・相田忠明氏）
- Wakka Japanとは出荷形態や代表の思いなどに賛同し、取引に至った。**倉庫まで運搬すればそこから先の手続きをやっていただくことが輸出事業者を通じて輸出することの大きなメリット。**（（株）ファームNINJAPO・毛利直人氏）
- **これまでの取引先である各産地の生産法人やJAに輸出用の生産を依頼するのが多いパターン。**輸出するには規模感やコスト等の条件はあるが、**継続的に海外へ販路拡大しようという思いが一致している人と一緒に輸出に取り組みたい。**（木徳神糧（株）・山田智基氏）
- 輸出へのアプローチは、JETROの輸出専門窓口や相談スタッフ、県、JA等様々な方法がある。輸出事業者には、**得意とする輸出先国など特徴・特性があるため、自分に合った輸出事業者を選んでいただきたい。**（一般社団法人 全日本コメ・コメ関連食品輸出推進協議会・細田浩之氏）

# 北陸コメサロンの概要〈ディスカッション〉

## テーマ：3 輸出継続に向けた工夫

- 展示会への出展ではなく、他者との違いをアピールできる自主イベントにこだわって実施。フランスでは炊飯器がないため、一般的なココット鍋を用いてステージで炊飯して見せるなど工夫。また輸出相手には生産者便りを送付し情報発信を行うなどフォローアップを実施。（（有）エコ・ライス新潟・豊永有氏）
- ニューヨークに輸出する場合、生産規模が小さいため、商談がうまく進まないことが何度もあった。規模の小さい農家でもスムーズに輸出できるよう、オールジャパンでの取り組みがあるといい。（（株）佐渡相田ライスファーム・相田忠明氏）
- 全米輸として年間7回の展示会・商談会を実施。展示会への出展は色々なバイヤーが集まるため効果を実感。商談会は参加者の希望等を踏まえ、開催国を決定して実施。今年度はまだ日本のコメが浸透していないサウジアラビアで新たに実施。（一般社団法人 全日本コメ・コメ関連食品輸出推進協議会・細田浩之氏）



# 北陸コメサロンの概要 <ディスカッション>

## パネルディスカッションのまとめ

- 日本のコメの品質・食味の良さは既に世界が認知。用途に応じた多種多様な品種があることを活かすとともに、日本の風土・歴史・文化とコメが密接に結びついているということを輸出先が求めるコメとともに輸出することが強みになる。
- 自ら販路開拓する方法、輸出事業者を通じて輸出を行う方法のどちらにも共通することは、取引先と顔を合わせて意見交換するなど良好な人間関係を築くことが重要。
- 輸出先国の心に響くようなイベントの開催、その後も密に連絡を取るなどのフォローアップをすることにより信用・信頼を獲得し、持続性のある輸出にすることが肝要。



# 北陸コメサロンの概要〈アンケート結果①〉

※アンケート回答率 : 約50%

- 参加者の内訳として最も多かったのは**行政関係者**。続いて**生産者、生産者団体**の順。
- 開催を知ったきっかけのうち、「**北陸農政局からの案内**」が約4割、「**県、団体からの案内**」が約3割。
- 「本サロンは参考になったか」との問いに対し、**98%**の回答者が「**大変参考になった**」、「**参考になった**」と回答。
- 今後のイベントにおいて取り上げてもらいたい内容については、「**現地消費者ニーズ**」、「**各国の法令・規制への対応**」、「**輸出事業者との連携**」等の意見が多かった。



# 北陸コメサロンの概要〈アンケート結果②〉

## 参考になった点

- 実際に取り組んでいる方々から**具体的な事例**を含めて説明いただき、とても参考になった。
- 海外に米を売り込むための、輸出手続きや残留農薬検査、コンテナ料金の高騰等、**実際に取り組んでいるからこそその苦労話**が参考になった。
- 栽培しているお米の品種、栽培方法、栽培地域の文化歴史、こだわりをしっかりと伝え、**こまめにコミュニケーション**を取り続けることが大切。
- 輸出は敷居が高いと思われがちだが、**やり方がいろいろあり、希望すれば割と容易に取り組める**ことが分かった。
- 輸出先での管理などの面で日本の常識が通用しない点などがあるため、**実際に現地に赴き調査**することが大切。

## 日本産米の輸出について知りたい情報

- 県別の**輸出量の推移**、**品種構成**など。
- **生産者の利益**はどの程度あるのか（商社を通じた場合、自力で販売する場合）。