

『国内市場の将来展望と輸出の役割』について

2022年11月2日（水）

株式会社パン・パシフィック・インターナショナルホールディングス

定量

'19/6期 売上1.3兆円・営業利益631億円 (Passion2030前)

'22/6期 売上1.8兆円・営業利益887億円

定性

国内事業

- ✓ DS事業の継続成長
 - ・継続出店+UDRを含む業態創造
 - ・PB比率の拡大
- ✓ GMS事業の収益改善
 - ・'19/6期比で営業利益は約140億増
 - ・個店経営への移行改革も進捗
- ✓ デジタル戦略推進
 - ・アプリ登録者1千万人突破('22/7)
 - ・機能強化も準備が進む
- ✓ 金融事業の強化
 - ・'26/6期営業利益100億円へと推進

海外事業

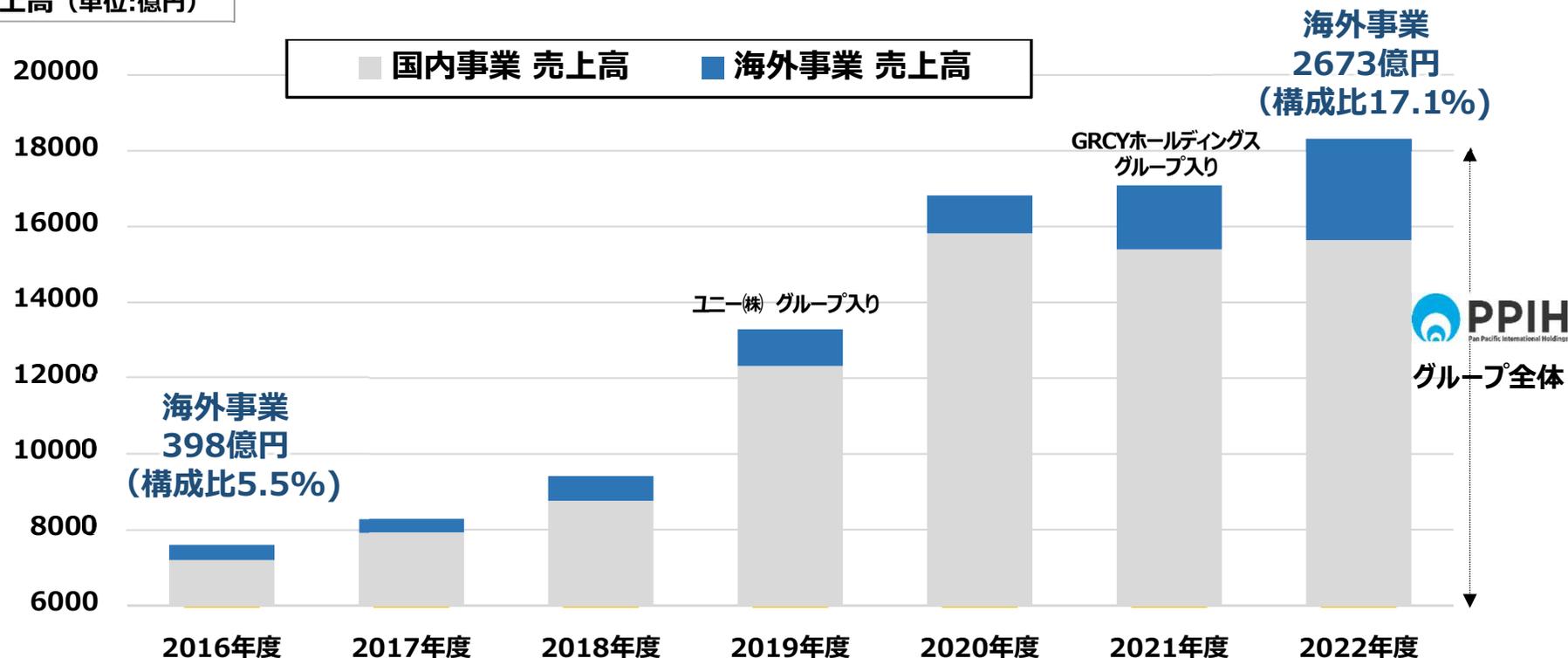
- ✓ ジャパンブランド・スペシャリティストアの構築と拡大
 - ・アジア事業は30店舗、売上690億円/営業利益17億円へ成長
 - ・新規業態として寿司などの物販飲食業も始動
- ✓ 北米もゲルソonz買収もあり売上1,982億円/営業利益104億円へ拡大
- ✓ 食のSPA化推進
 - ・PPICの活動加速、PB売上構成比も6.5%へ

売上1兆5640億円

売上2670億円

国内・海外事業の売上・店舗数推移

売上高 (単位:億円)



(億円)		2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
国内事業	売上高	7,198	7,929	8,760	12,319	15,819	15,396	15,640
	昨対	-	110%	110%	141%	128%	97%	102%
	店舗数	327	354	379	651	580	583	604
海外事業	売上高	407	359	655	970	1,000	1,690	2,673
	昨対	-	88%	182%	148%	103%	169%	158%
	店舗数	14	14	39	42	49	84	95
合計売上高		7,605	8,288	9,415	13,289	16,819	17,086	18,313
昨対		-	109%	114%	141%	127%	102%	107%

22年度 (16年対比) 海外売上・店舗数共に約7倍伸長

当社海外事業のあゆみ

■ 海外進出の振り返り

DON DON DONKI



2006年	2月	米国ハワイ州での店舗運営を目的としてDon Quijote (USA) Co., Ltd.がグループ入り
2013年	9月	北米及びハワイ州での店舗運営を目的として、MARUKAIがグループ入り
2015年	1月	「TOKYO CENTRAL」1号店を米国カリフォルニア州に開設
2017年	9月	米国ハワイ州において24店舗のスーパーマーケットを展開する、QSI, Inc.がグループ入り
	12月	シンガポール1号店「DON DON DONKI オーチャードセントラル店」オープン
2019年	2月	タイ1号店「DON DON DONKI トンロー店」オープン
	7月	香港1号店「DON DON DONKI ミラプレイス2店」オープン
2021年	1月	台湾1号店「DON DON DONKI 西門店」オープン
	3月	マレーシア1号店「JONETZ by DON DON DONKI Lot10店」オープン
	4月	GRCYホールディングス100%株式取得
	9月	マカオ1号店「DON DON DONKI」オープン

Don Quijote



MARUKAI



TOKYO CENTRAL



times SUPERMARKETS



Gelson's



海外ストアコンセプト



■ 国内事業と海外事業の違い（特徴）

海外店舗の業態は
ジャパンブランド・スペシャリティストア
日本専門店
『MADE IN JAPAN』 『MADE BY JAPAN』 『PRODUCED BY JAPAN』 のみの商品で店づくり
※アジア事業、マルカイ事業

	日本	海外
ストア コンセプト	CV + D + A (convenience + discount + amusement)	美味・健康・環境
業態	ディスカウントストア	JAPAN BRAND SPECIALITY STORE

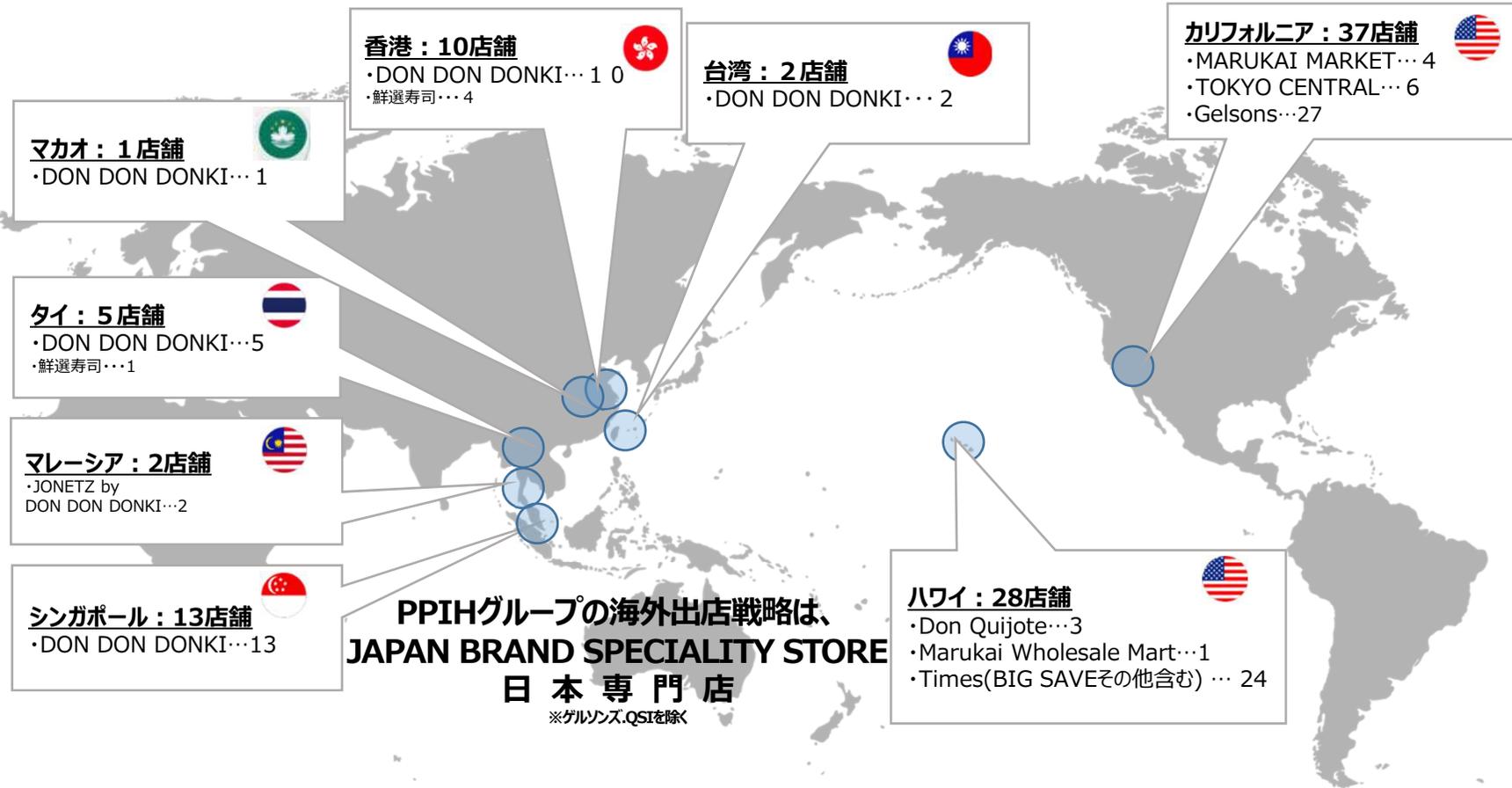
生鮮食品・加工食品など店内食品売上構成比85%

日本国内外の店舗ネットワーク



■ 当社出店状況

(※2022年10月31日現在)



日本国内店舗数
607店舗

海外**98**店舗を展開

海外事業における今後の展望

海外事業：アジアにおける事業規模拡大に向けた取り組み

小売事業の積極的な規模拡大 (新規出店、既存店)

コロナ禍においても11店舗の新規出店を実現（マカオへの新規進出含む）。既存店も一部でコロナや自社競合のマイナス影響はあるも営業利益率10%以上を継続。

出店国	21/6	22/6	出店数	事業概況
シンガポール	8	12	+4	4店舗出店によるカニバリ影響はあるが、コロナ禍で外食の代替需要も獲得。今後はリオープンに伴う反動減を見込む。
香港	7	9	+2	当初想定通りだが出店拡大に伴い一部でカニバリ影響あり。物販飲食業は好調。観光客回復は時間を要する見込み。
タイ	2	4	+2	上期は外食の代替需要を獲得し売上伸長。今後はその反動減を見込むが、夜間売上の確保や物販飲食の拡大をめざす。
台湾	1	2	+1	オープン特需の鎮静化やコロナ規制の影響を受けるも徐々に回復。物販飲食の拡大も見込む。
マレーシア	1	2	+1	'21/10までは厳格な都市封鎖の影響で低調に推移。4月から規制緩和され徐々に回復する見込み。
マカオ	0	1	+1	入国規制により現地人財のみで新店を立ち上げたがコロナ規制の影響を受ける。現在も規制の緩和～強化が繰り返される。

新業態（物販飲食業等）による 事業機会創出

■ 鮮選寿司

- ✓ '21/10 オープンの1号店は営業利益率10%以上を継続し、リテールの営業利益率を約1.5%押し上げるなど好調に推移。
- ✓ '22/4 には2号店「Peak Galleria店」(HK)をリテール併設ではない単独店として出店。5月には3号店「Island Resort Mall店」(HK)をオープンさせるなど出店を加速。
- ✓ 翌期以降もリテールに次ぐ成長業態として積極出店に取り組む。

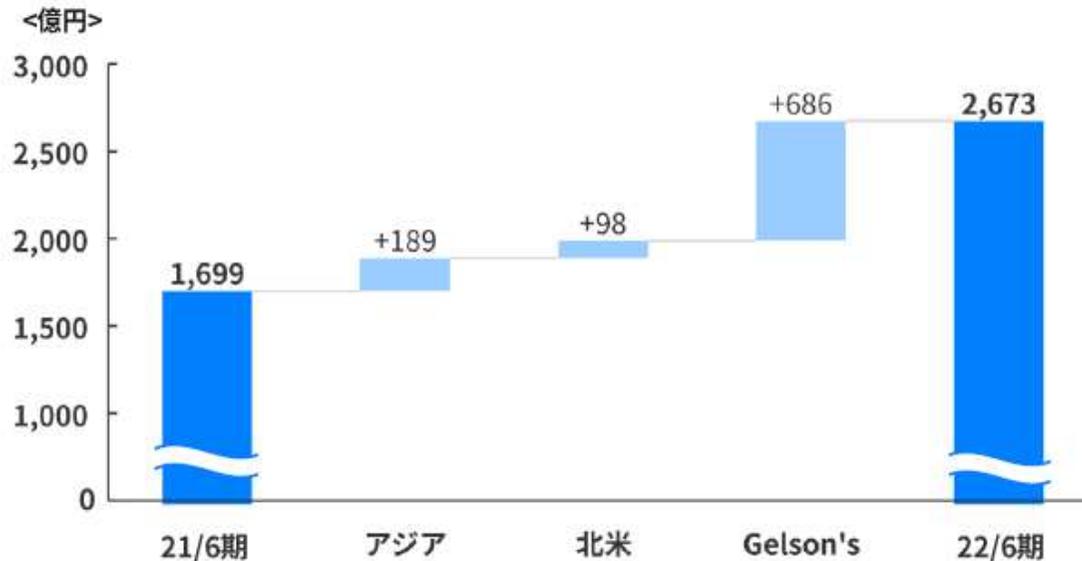
■ その他業態

- ✓ 精米/おにぎりは'21/11 オープンの1号店(SG)が営業利益率10%以上を継続。6月に香港、7月に台湾と順次拡大中。
- ✓ 新業態として日本和牛が手軽に味わえる即食コンセプトの「和牛串」を台湾で着手。小規模店舗ながらも10%以上の営業利益率を実現し、既にマレーシア・シンガポールへの横展開も果たす。

2022年度 海外地域（業態）別数値結果



2022年6月期累計 売上高増減



※.1 北米はDQ USA, MARUKAI, QSIの各社を単純合計して記載。実績については2021年4月～2022年3月、Gelson'sは2021年7月～2022年6月の実績。
 ※.2 アジアはPPRM (SG), PPRM (HK), DONKI Thailand, PPRM(TW), PPRM(MY), Macau PPRM(MO)の各社を単純合計して記載。実績については2021年4月～2022年3月の累計。
 ※.3 Gelson'sの営業利益増減はのれん償却費(21/6期約7億円、22/6期約30億円)を控除後の数値で算出

コロナ禍においてもアジア事業での新規出店や、PPICを軸にした粗利率改善が奏功し増収増益を継続。

■アジア事業

- ✓ コロナ禍においても6カ国/11店舗の新規出店を進め、大幅な増収を達成（売上は21/6期 501億円→22/6期 690億円へ+189億円/+37.7%の増加）
- ✓ PPICの取り組み拡大に加え、PB商品の強化、コストインフレに対応したプライシング見直しも進み、既存店粗利率は前期比+1.2%と向上。
- ✓ 既存店の営業利益率は引き続き10%超を継続すると共に、収益機会創出のための物販飲食業も更に拡大（寿司、精米に続き和牛串などにも新たに着手）。

■北米事業

- ✓ 既存事業は、期初想定よりコロナ影響が長期化したことでカリフォルニア店舗は外食代替需要を継続取込みできた一方で、ハワイ店舗では観光需要回復の遅れでマイナス影響を受けた。
 - その他ハワイ法人のシステム統合による一過性コストも発生し営業利益は前期比▲4億円を着地。
- ✓ Gelson'sは新規連結により増収増益に大きく貢献。4Q単独では外食代替需要の反動減で前4Q比で微増益の着地（為替影響除くとほぼ同程度）。

アジア事業 売上+189億円
北米事業 売上+98億円

※期中グループ化したゲルソンス除く

当社 海外中期経営計画：定量目標



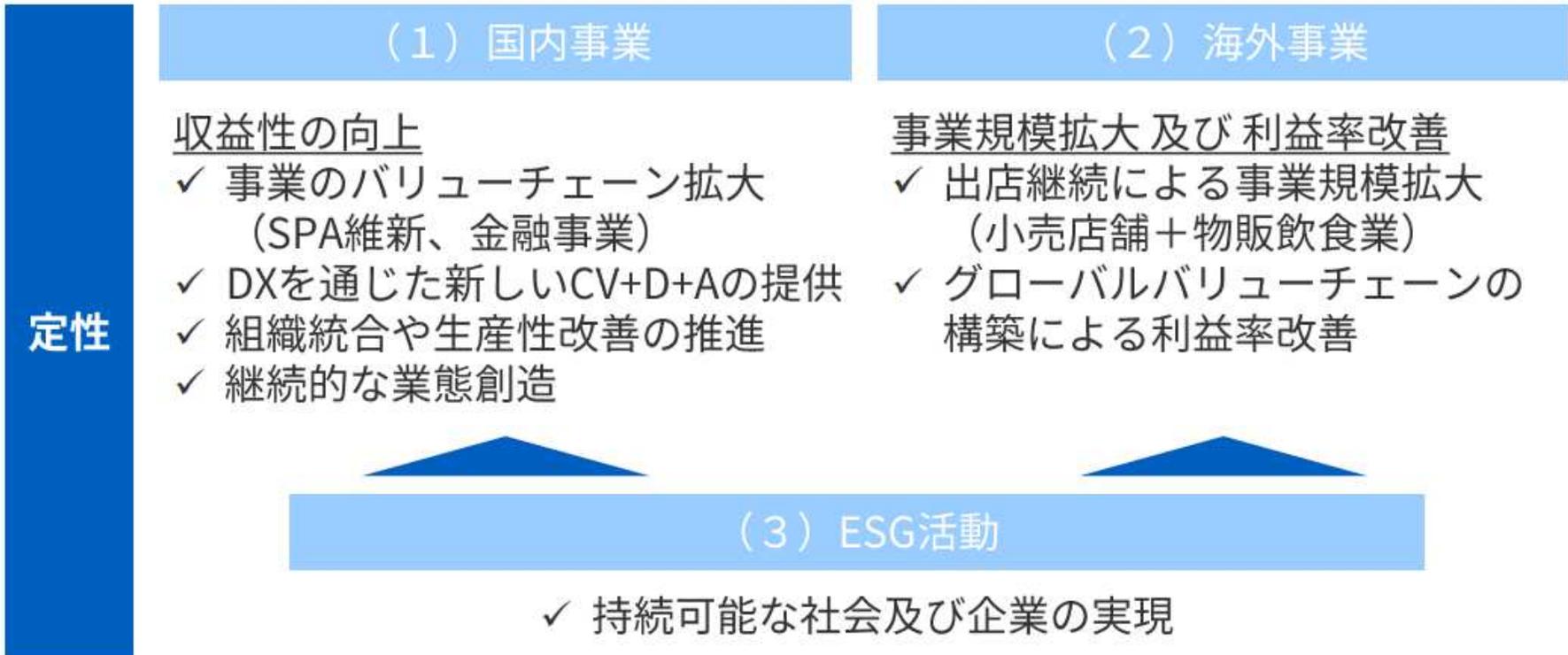
Visionary 2025 の定量目標

- ✓ 25/6期にグループ全体で営業利益+313億円 / 営業利益率+1.2%の成長
- ✓ 国内事業は収益性向上を図り+164億円 / 営業利益率+0.8%、
海外事業は規模拡大と利益率改善により+149億円 / 営業利益率+2.8%を目指す
(営業利益における海外事業構成比は22.5%へ拡大)

		22/6月期		25/6月期		
		金額	構成比	金額	成長率	構成比
連結	売上高	18,312億円	-	20,000億円	+9.2%	-
	営業利益	887億円	-	1,200億円	+35.2% (+313億円)	-
	営業利益率	4.8%	-	6.0%	(+1.2)	-
国内	売上高	15,639億円	85.4%	16,300億円	+4.2%	81.5%
	営業利益	766億円	86.3%	930億円	+21.4% (+164億円)	77.5%
	営業利益率	4.9%	-	5.7%	(+0.8)	-
海外	売上高	2,673億円	14.6%	3,700億円	+38.4%	18.5%
	営業利益	121億円	13.7%	270億円	+123.1% (+149億円)	22.5%
	営業利益率	4.5%	-	7.3%	(+2.8)	-

(注)想定為替レート：1USD=122.41円、1HKD=15.64円、1SGD=90.47円、1THB=3.68円、1MYR=29.14円、1TWD=4.29円、1MOP=15.18円

国内売上+4.2%増、海外売上+38.4%増を計画

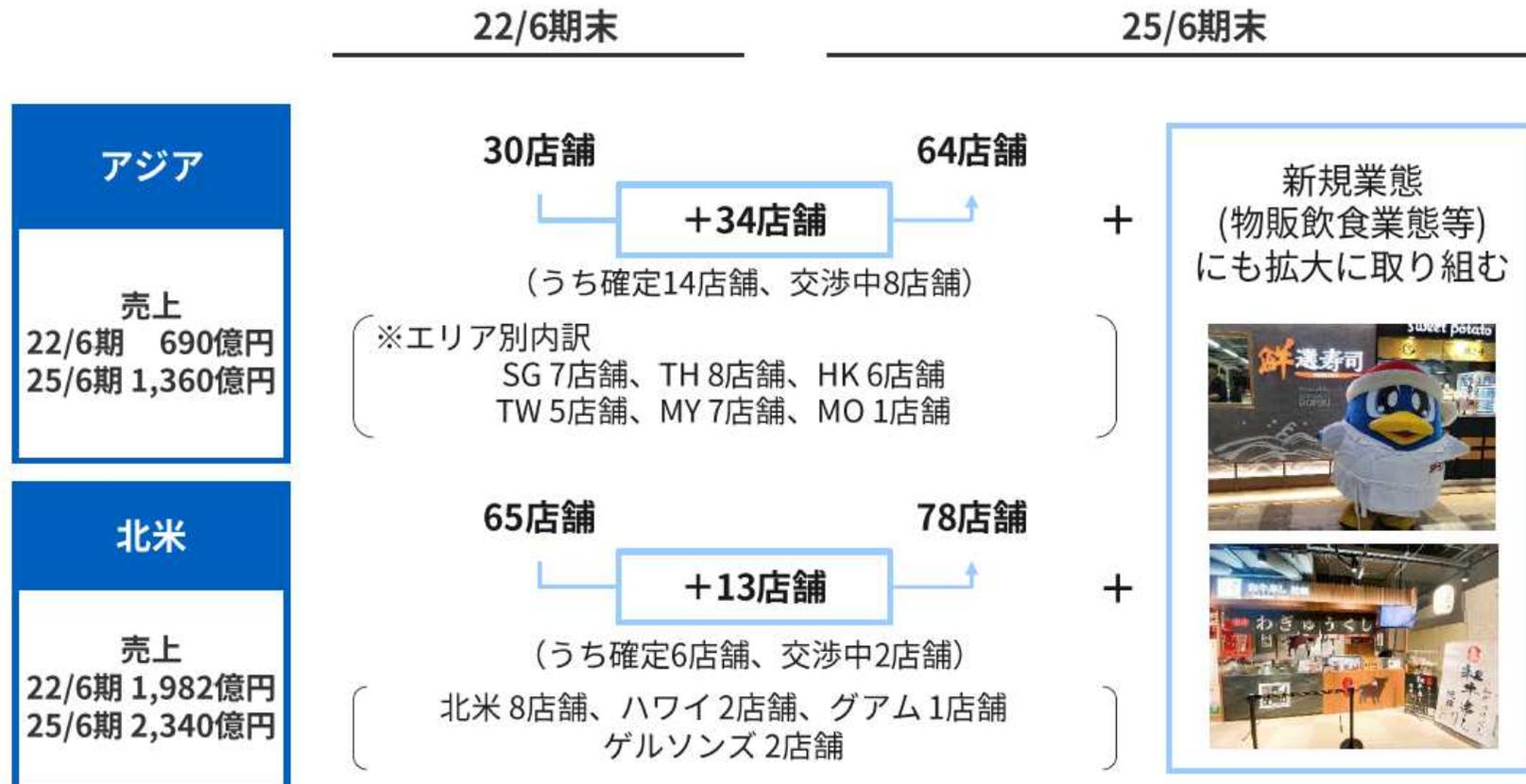


国内は収益性の向上
海外は事業規模拡大

当社 海外中期経営計画：出店計画

① 出店継続による事業規模拡大

- ✓ 小売業態はアジア、北米とも出店拡大。特に北米でもジャパンプランド・スハンヤリアイストアで出店に取り組み、事業ポテンシャル拡大を図る。
- ✓ 新業態（物販飲食業態等）も「鮮選寿司」を中心にアジア、北米での拡大に取り組む



25/6期末までに+47店舗の出店を計画

当社 海外中期経営計画：グローバルバリューチェーン



②グローバルバリューチェーン構築

- ✓ PPICを中心に「日本の農水産物5兆円輸出」の中心的な役割を果たす企業となり、小売店舗のみならず多様な業態／販売チャネルでの事業推進を図る



海外での人気商品事例 青果部門

■ さつまいも

アジア29店舗 (2021年7月~2022年6月)

10億4800万円・344万点

【焼き芋】6億6000万円

【生芋】3億8800万円



■ いちご

タイ1号店：トンロー店 (※2019年2月22日)



単日売上
300万円
3,000パック

■ 1店舗売上・点単価 国内海外比較

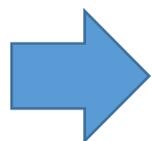
(2021年7月~2022年6月)

分類	海外/国内 1店舗あたり 売上比較	国内 点単価	海外 点単価	海外/国内 点単価比較
焼き芋	約647%	約150円	約250円	<u>約167%</u>
生芋	約756%	約230円	約520円	<u>約226%</u>
いちご	約241%	約470円	約1750円	<u>約372%</u>

■ 青果アジア年間売上ランキング

(2021年7月~2022年6月)

順位	品目	順位	品目
1位	やきいも	1位	いちご
2位	さつまいも	2位	ぶどう
4位	ミニトマト	3位	りんご
5位	キャベツ	4位	みかん
6位	白菜	5位	桃
7位	大根	6位	メロン
8位	長ネギ	7位	柿
9位	えのき	8位	梨
10位	玉ねぎ	9位	さくらんぼ



海外1店舗あたり売上は、国内1店舗あたり売上の2~7倍
点単価は1.5~3.7倍

海外での人気商品事例 精肉部門



■ 点単価 国内海外比較 (2021年7月-2022年6月)

分類	国内 点単価	海外 点単価	海外/国内 点単価比較
牛肉	799円	1909円	<u>239%</u>
豚肉	467円	945円	<u>202%</u>
鶏肉	406円	735円	<u>181%</u>

売上構成比

【牛肉】56%

【豚肉】24%

【鶏肉】7%

【加工肉】13%

【アジア全店の日本産牛肉年間販売実績】

約163t (前年比126%)

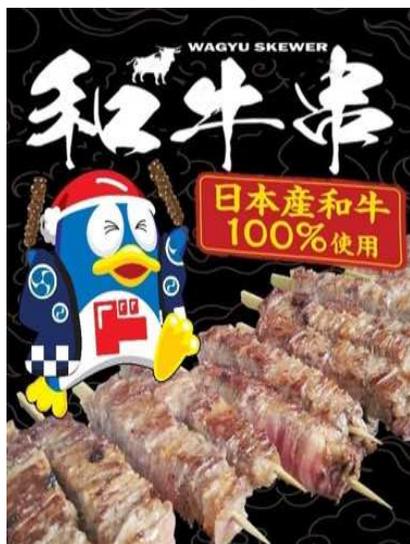
(2021年7月-2022年6月)

海外 1 店舗あたり日本 1 店舗の

約3倍以上の売上

精肉のグローバル業態：和牛串

■ 日本産和牛を串焼きにして屋台で販売（1本30g:約290円/1本50g:約467円）



3月

販売当初は
日販10~20本
程度と苦戦

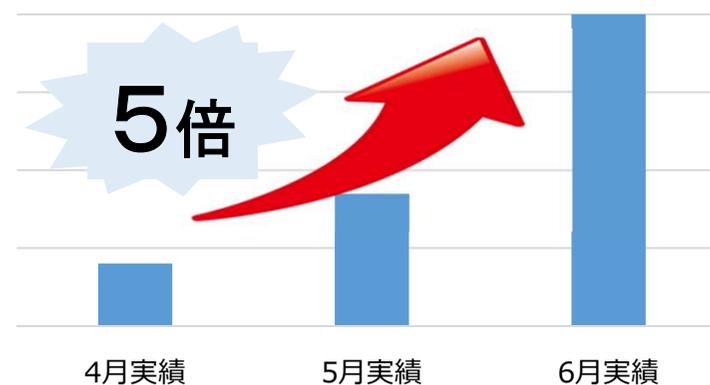


4月~5月

- ①屋台を店舗の外へ移設
(4月は断食月で夜間屋台が賑わう)
- ②1本30gの安価なメニューの追加
- ③有名インフルエンサーの活用



【マレーシア販売数推移】



海外での人気商品事例 鮮魚部門

■ 鮮魚アジア年間魚種ランキング

順位	魚種
1位	サーモン
2位	本まぐろ
3位	うなぎ
4位	かに
5位	ほたて
6位	生うに
7位	真だい
8位	ブリ
9位	えび
10位	かんぱち

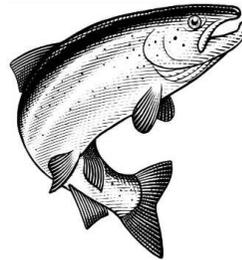
サーモン【アジア全店1か月の売上】

※国内サーモン取扱い230店舗

海外 1店舗あたり日本 1店舗の

14倍の売上

※寿司等含む



鮮魚のグローバルサラント業態：鮮選寿司



Produced by
DONDON:
DONKI

2022年7月人気ネタベスト5位(香港)



	OP Mall 2022年3月	Peak Galleria 2022年4月	ISLAND RESORT 2022年5月
1	サーモン	サーモン	サーモン
2	本マグロ3貫盛り	ほたて	ほたて
3	ほたて	本マグロ3貫盛り	本マグロ3貫盛り
4	炙りえんがわ	ほたて照り焼き炙り	赤エビ
5	赤エビ	炙りえんがわ	ほたて照り焼き炙り



日本ならではの

『魚種』 ・ 『調理手法』 ・ 『商品企画』

は海外顧客のニーズが高い

米のグローサント業態：やすだ精米



やすだ精米
YASUDA SEIMAI

台湾 DON DON DONKI の日本のお米専門店！

精米したての新潟県コシヒカリと出来たておにぎりを提供

人気アイテム・ベスト5

集計月：2022年7月

1. いくらサーモンにぎり
2. 鰻にぎり
3. 帆立バターしょうゆにぎり
4. 鶏照焼マヨネーズにぎり
5. 豚生姜焼きにぎり



『日本産のお米』 + 『日本で生まれたレシピ』

を組み合わせた商品が人気上位商品

日本産米の自社消費



お米年間消費量25t/店
水田 35,000坪

お米年間消費量10t/店
水田 14,000坪

お米年間消費量40t/店
56,000坪

水田 1坪=玄米1.4Kg 精米1.26Kg ※精米歩率・歩留：90%

玄米 1 Kg=水田0.7坪 精米 1 Kg=水田0.8坪

<参考数値：1ヘクタール5トン/1反=300坪 玄米420kg 精米380kg>

※1反で10俵(600Kg) 実際は6.5~8俵(35%マイナスから20%-)

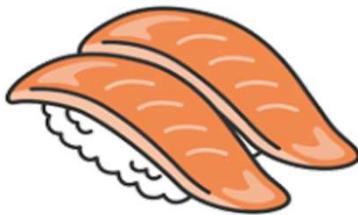
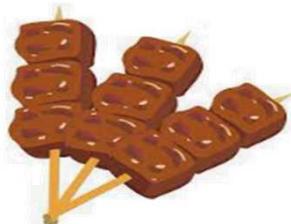
1畝(約30坪)で1俵(60Kg) 1坪で2Kg。(実際は1.3kgから1.6kg)

→日本の水田、里山の保全に貢献

坪換算	1店舗	10店舗	50店舗	100店舗
Don Don Donki	56,000坪	56万坪	280万坪	560万坪
鮮選寿司	35,000坪	35万坪	175万坪	350万坪
安田精米 富田精米	14,000坪	14万坪	70万坪	140万坪
合計	105,000坪	105万坪	525万坪	1050万坪

当社グローバルサラントを通じての有料試食

■ 有料試食一覧

	有料試食	原材料（日本産品）
富田精米	 <p>おにぎり</p>	 <p>米</p>
鮮選寿司	 <p>寿司</p>	 <p>魚・米</p>
和牛串	 <p>串</p>	 <p>和牛</p>
大福フルーツ	 <p>大福</p>	 <p>もち米 果物</p>

今後の海外での商品開発

■各国の顧客ニーズに対応できるモノづくり

●シンガポール・香港・マカオ

(価値の高い) 他国と異なる商品

●タイ・台湾

レギュレーション対応商品

(例) タイ/FDA登録・台湾/残留農薬

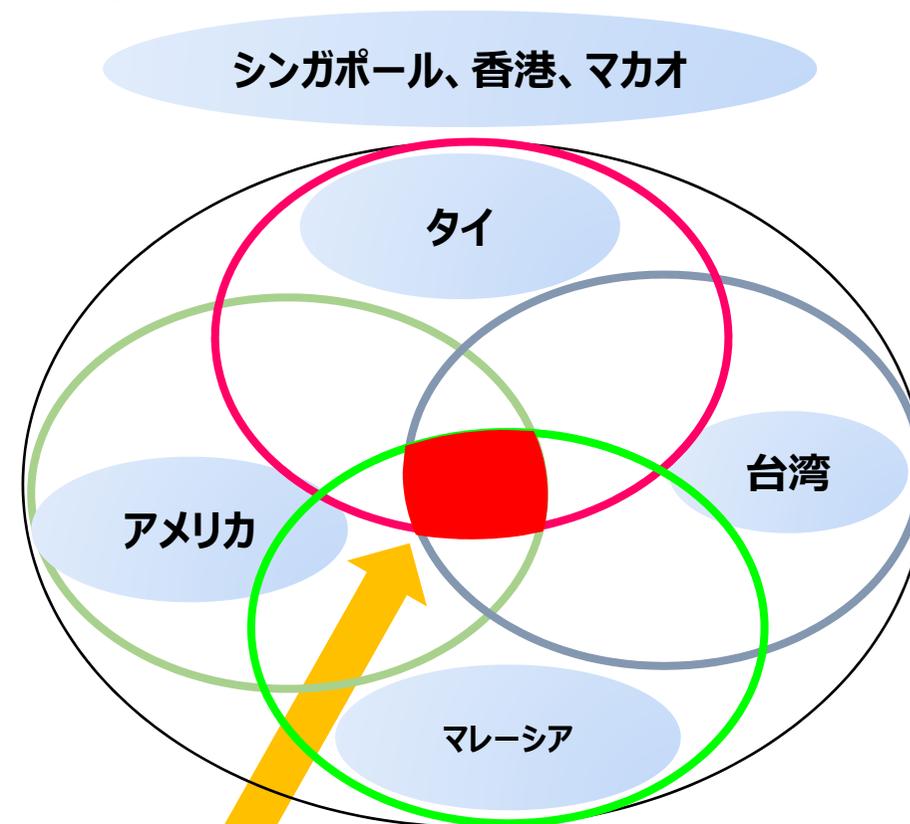
●マレーシア

ハラール認証商品

●アメリカ

レギュレーション対応商品

健康志向商品



✓工場開示OK

✓成分開示OK

✓ハラール認証OK

各都道府県様との連携強化【地域連携協定】



『各都道府県様』



地域連携協定の締結



『弊社（PPIH）』

目的：対象都道府県様の産品販路拡大（海外輸出）

- ① 定期的なフェア開催などによる県産品の販路拡大
- ② 県産品のPB商品製造による販路拡大
- ③ 産地からの直接輸出物流網構築による販路拡大
- ④ 海外から産地への顧客誘致と活性化

生産者様と連携し、各地域と連携協定を締結



<愛媛県>

締結日：2020年9月11日

県内産地や県研究所と連携した海外輸出向け新商品開発やデジタルデータの活用を推進



<鹿児島県>

締結日：2020年10月12日

鹿児島県内港湾等からの輸出促進やフェアを通じた「KAGOSHIMA」の認知度向上を推進



<熊本県>

締結日：2020年10月20日

災害対応・災害からの創造的復興や観光と物産をキーワードにした地域振興を推進



<和歌山県>

締結日：2021年3月17日

関西空港からの物流網構築までを視野に入れ和歌山県産品の海外輸出を推進



<沖縄県>

締結日：2022年3月28日

沖縄県内港湾等からの輸出促進および沖縄県産品の販路拡大



<札幌市>

締結日：2022年10月21日

札幌市中央卸売市場を活用した輸出促進および北海道の原料を活用したスイーツの開発



2021年度 県産フェア開催実績



番号	フェア名称	開始日	終了日	日数	点数	SKU数	アイテム
1	愛媛フェア	2021/7/19	2021/11/30	134	48,046	135	加工食品
2	北海道	2021/8/10	2021/8/22	12	15,237	31	青果（メロン、野菜）
3	北海道	2021/8/14	2021/8/30	16	2,114	12	青果（メロン、野菜）
4	熊本フェア	2021/9/1	2021/12/31	121	49,654	160	加工食品
5	北海道	2021/9/11	2021/9/20	9	6,071	13	青果（メロン、野菜）
6	和歌山フェア	2021/11/1	2022/2/28	119	15,538	183	加工食品
7	東京水産物フェア	2021/11/10	2022/11/16	371	347	13	鮮魚
8	愛媛フェア	2021/11/11	2021/12/8	27	16,305	71	加工食品
9	鹿児島フェア	2022/1/1	2022/1/31	30	129,917	29	青果・鮮魚・精肉・総菜
10	鹿児島フェア	2022/1/1	2022/1/31	30	79,951	11	青果・鮮魚
11	鹿児島フェア	2022/1/1	2022/1/31	30	3,286	53	加工食品
12	鹿児島フェア	2022/1/1	2022/4/15	104	15,735	187	加工食品
13	鹿児島鮮選寿司フェア	2022/1/7	2022/1/31	24	15,790	7	鮮魚
14	沖縄惣菜フェア	2022/1/12	2022/2/3	22	386	17	惣菜
15	熊本いちごフェア	2022/2/1	2022/2/28	27	13,302	4	青果
16	鹿児島カンパチフェア	2022/2/1	2022/3/13	40	17,171	8	鮮魚
17	福島県フェア	2022/2/22	2022/3/13	19	1,302	48	加工食品
18	北海道フェア	2022/3/1	2022/5/31	91	18,076	135	加工食品
19	和歌山鮮選寿司フェア	2022/3/1	2022/3/31	30	1,560	4	鮮魚
20	北海道	2022/3/5	2022/4/30	56	7,739	68	加工食品
21	愛媛かんきつフェア	2022/3/15	2022/3/31	16	5,521	15	青果
22	北海道	2022/3/16	2022/4/30	45	3,998	77	加工食品
23	熊本フェア	2022/3/24	2022/4/20	27	17,230	65	加工食品
24	愛媛かんきつフェア	2022/4/1	2022/4/30	29	13,434	23	青果
25	沖縄もずくフェア	2022/4/11	2022/4/17	6			
26	和歌山フェア	2022/5/19	2022/6/15	27	11		
27	東北フェア	2022/5/30	2022/6/27	28	4		
28	和歌山梅フェア	2022/6/4	2022/7/10	36	3		
29	長野フェア	2022/6/16	2022/7/13	27	12		

2021年度(7/1-3/31)
全29回開催

各都道府県様との産品フェア開催実績



■ 愛媛県産品フェア（香港3店舗2021年7月19日-2021年11月30日）

初回開催となったTMT店では、**単店で15,000点以上を販売**

日本・愛媛 食食物産展!
130種以上・愛媛の食文化を一堂に集め!

享受愛媛美食，體驗愛媛氛圍
各店展期

- 屯門永樂坊店: 7/20 - 8/30
1 Tuen Shan Street, Tuen Mun, NT, Hong Kong
- 荃灣分店: 9/1 - 10/30
1st Floor to 4th Floor, 22-36 Patersea Street, Causeway
- 灣仔樓本店: 11/1 - 11/29
2/F QP Mall, 100 Tai Ho Road, Tsim Wan, New Territory, Hong Kong

精選一打裝物産品 精選多種物産品超過100元以上 精選多種物産品超過300元以上

精選愛媛和菓子 精選愛媛和菓子 精選愛媛和菓子

Deliverooの客戶亦享有同樣優惠! Deliveroo 賬單件數與實體店不同。



137品目中89品目が香港初上陸

海外輸出への課題

■ 課題① 輸出サプライチェーンの構築



現在実証実験等を活用し、地方港/空港からの輸出を積極的に推進

実証実験にてコストのサポートがあり成立しているが、現時点でコストが見合わない地域も存在

＜今後の出荷拠点＞ ※検討中

北拠点：北海道

東拠点：関東・（仙台）

西拠点：神戸・志布志・（沖縄）

【地方港からの輸出課題】

輸出港（空港）	輸出形態	輸出対象商品	生産地	仕向国	ステータス	課題
石狩港	冷凍コンテナ	精肉	北海道	シンガポール	不定期実施	荷量が増加しない。スライス肉等の加工済商品も輸出可能になれば、輸出商品の幅が広がる。
	冷凍コンテナ	鮮魚冷凍品	北海道	シンガポール	不定期実施	物量及び取り扱いアイテムが増加しない。
	リーファーコンテナ	青果	北海道	香港	不定期実施	香港への直行便はないが2日遅れ程度で到着し品質に問題はない。釜山経由。CAコンテナが利用できれば各国への提案もできるためCAコンテナの常設が望ましい。
平和島港	CAコンテナ	青果各種	日本各地	各国	定期実施	日本各地からの集荷により、横持コストの負担増に加え、収穫からのタイムラグが発生する
	冷凍コンテナ	鮮魚冷凍品	日本各地	各国	定期実施	日本各地からの集荷により、横持コストの負担増
成田空港	空輸	鮮魚品	日本各地	各国	定期実施	羽田空港本格稼働までは成田への横持コストが発生
	空輸	果実	日本各地	各国	不定期実施	羽田空港本格稼働までは成田への横持コストが発生
横浜港	CAコンテナ	果実	日本各地	各国	定期実施	日本各地からの集荷により、横持コストの負担増に加え、収穫からのタイムラグが発生する
	リーファーコンテナ	りんご	青森	各国	定期実施	青森からの横持コストが発生（八戸に運ぶよりはコストは安い）
関西空港	空輸	鮮魚品	和歌山	香港	不定期実施	生産地開拓が未実施のため、物量が乏しい
神戸港	冷凍コンテナ	精肉	鹿児島	香港	定期実施	船便が不安定で遅延及び抜港が多い。スライス肉等の加工済商品も輸出可能になれば、輸出商品の幅が広がる。
松山港	ドライコンテナ	鮮魚ドライ品	愛媛他	各国	定期実施	アジア各国への輸出は可だが、規制と物量の問題でUSAへの輸出が出来ていない
	CAコンテナ	柑橘・野菜	四国	シンガポール	トライアル	松山港付近に冷蔵倉庫が少ないため保管費用の相場が高い
福岡空港	空輸	いちご	熊本	各国	定期実施	福岡空港-バンコク・マレーシアへの直行便がないため品質の劣化が懸念される。台北経由。
志布志港	CAコンテナ	青果各種	鹿児島	シンガポール	トライアル	CAへの早い積込は可能であるが、それが不要の冷凍品の場合フレートが倍以上かかる
沖縄	空輸（補助金活用）	青果各種	沖縄	シンガポール	不定期実施	補助金削減により利用回数減

レギュレーション対応事例-1

■メロンのアメリカ向け輸出

2021年11月全国で初めて 当社がアメリカにメロンを輸出！



(1個92ドル=約1万円にて販売)

茨城県産アールスメロン販売開始3日で完売 “価値”を伝えることで好評



資料提供

令和3年11月29日
茨城県農業戦略部農産物輸出促進チーム

報道関係者各位

**全国初 米国本土に向けて
茨城県産メロンを輸出しました！**

茨城県では、令和3年11月8日に米国本土向けメロン輸出が解禁されて以降、スピード感を持って、産地、輸出事業者等との商談マッチング支援に取り組んでまいりました。その結果、JA常総ひかり、(株)バン・パシフィック・インターナショナルホールディングス(本社:東京都品川区)及び九州農産物通商(株)(本社:福岡市)と連携し、11月24日に本県産メロンを米国カリフォルニア州に輸出しました。現地通関や品質確認後、現地時間11月26日から販売が開始されております。なお、**輸出解禁後、日本から米国本土への輸出は本県が初めて**となります。

- 販売先: ロサンゼルス Tokyo Central Gardena 店
※国内で量販店ドン・キホーテ等を展開する(株)バン・パシフィック・インターナショナルホールディングスが米国にて展開する店舗
- 産地: JA常総ひかり
- 輸出数量: 30玉(約1.3kg/玉) アールスメロン
- 販売開始: 現地時間 11月26日(金) ※写真データの提供が可能です。



左: 輸出するメロンを持つ甲斐千代川地区メロン部会長
右上: 輸出するメロンの様子
右下: 現地店舗での販売の様子

【問合せ先】県農業戦略部農産物輸出促進チーム
担当: 掛札、菅沼、阿久津 TEL: 029-301-3965 FAX: 029-301-2859

みかんのタイ向け輸出

タイへの輸出条件

- (1) 生産地域の指定及び認可
- (2) 生産園地の登録
- (3) 選果こん包施設の登録
- (4) タイ側検査官による選果こん包施設等の確認
- (5) 収穫及び選果こん包作業
- (6) 輸出検査

上記に加えて、ミカンバエの検査が非常に厳しい。
日本では禁止されている薬物を使用した栽培が必須

地道な条件クリアが必要となり、
日本向け出荷分とタイ向け出荷分をしっかりと
区別して栽培をしていく必要がある。

輸出までには、最低2~3年の日数が必要。

現在唯一タイに
輸出できる県は三重県様のみ。



今後、日本産みかんの“価値”を伝
えていくため、他県様のみかんも取扱
い、日本の様々な美味しいみかんを
普及していきたいと考えております。
ぜひともご協力お願いいたします。

レギュレーション対応事例-3

■ 種苗輸出と現地栽培に関して

<USA輸出 野菜主要品目リスト抜粋 >

輸出品目	主な植物 検疫条件	CA	HI	コメント
きゅうり		×	△	ハワイのみ可
とまと		×	△	ハワイのみ可
ミニとまと		×	△	ハワイのみ可
長ネギ		×	○	ハワイのみ可
大根	輸出禁止	×	○	ハワイのみ可
なす		×	○	ハワイのみ可
人参		×	○	ハワイのみ可
レタス	輸出禁止	×	×	輸出禁止
サニーレタス	輸出禁止	×	×	輸出禁止
リーフレタス	輸出禁止	×	×	輸出禁止
サラダ菜	輸出禁止	×	×	輸出禁止
キャベツ	輸出禁止	×	×	輸出禁止
ピーマン	輸出禁止	×	×	輸出禁止
かぼちゃ		×	×	輸出禁止
じゃが芋		×	×	輸出禁止
さつまい芋		×	×	輸出禁止

『海外現地栽培』の推進

■ カリフォルニア産

対象品目

ネギ・ししとう・カブ・かぼちゃ・キャベツ・カリフローレ・ミニトマト

■ メキシコ産 (テスト栽培)

対象品目

カリフローレ・大根・白菜・かぼちゃ・カブ・キャベツ・ししとう・なす・ネギを少量栽培



現地の栽培の様子

日本種苗で日本品質の海外生産の検討が必要

**海外における人口増加・消費市場は拡大の一途
日本の良質な食材を海外輸出することは日本の生産環境のみ
ならず日本の生産者の皆様を守ることに繋がります**



**品質/味の両面で高いレベルを誇る日本産品は、価格に関わらず
世界のどの舞台でも、あらゆる顧客からニーズがあります**

**生産者・流通関係者そして我が国の発展に向けて
今後も国策に資すべく邁進して参ります**