

## 全米輸による海外需要開拓の取組例①

### ANUGA2023への出展及び商談（ドイツ）（2023年10月）

欧州最大級の食品見本市であるANUGA2023のJETROジャパンパビリオン内に全米輸ブースを出展（来場者数：約14万人、出展社数：7,850社）。各社商品の試飲・試食に加え、「全日本カレー工業協同組合」と連携して、日本産米を使用した日本式カレーの提供も実施。

見本市終了後も、全米輸独自で商談会を開催し、試飲・試食のほか、日本産米・米関連食品の魅力についてのセミナーを実施。



▲展示会会場の様子



▲日本産米を使用した日本式カレーの提供

### サウジアラビアにおけるプロモーションイベント（2023年12月）

サウジアラビアにおいて、現地事業者を招待したプロモーションイベントの実施や個社への訪問を通じた商談を実施。

プロモーションイベントの試食会では、JETROリヤド事務所と連携して、日本産水産物を活用した日本産米の試食メニューも提供。事業実施後も更なる成約獲得に向けて、フォローアップを実施。



▲プロモーションイベントの様子



▲日本産水産物コラボの試食メニュー  
（小俵おにぎりとマグロガーリックバター）

### Winter Fancy Food Show 2024への出展（アメリカ）（2024年1月）

アメリカ西海岸最大級の高級食品見本市であるWinter Fancy Food Show 2024に出展（前年の同見本市の来場者数：約13,000人、出展社数：約1,100社・団体）。全米輸ブースをJETROのジャパンパビリオン内及びその隣接ブースに配置することで、現地バイヤーを効果的に誘客。

コメについては、アメリカ向けのほか、カナダやメキシコ向けにも引き合いがあり、また米菓は、現地系バイヤーに焦点を絞った商品開発やPB商品化の提案等が好評を得た。



▲ブースでの商談の様子



▲展示会会場の様子

## 全米輸による海外需要開拓の取組例②

### 日本産コメ・コメ加工品輸出ハンドブック（2023年度）

全米輸では、海外におけるコメ・コメ加工品の消費・流通等のマーケット情報や、関税や検疫制度等の規制情報を掲載したハンドブックを作成（第1版 2016年度発刊）。最新の情報を反映させるとともに、新たにサウジアラビア、イスラエル及びメキシコを加え「令和5年度版 日本産コメ・コメ加工品輸出ハンドブック」（対象：19か国・地域）を作成。

作成したハンドブックは、日本産コメ・コメ加工品の輸出に取り組んでいる事業者や、これから取り組む事業者が広く活用できるよう全米輸HPに掲載。



▲ ハンドブック

### パックご飯の市場開拓実証事業（2023年度）

台湾・香港・アメリカの日本産米パックご飯販売店及びこれまでパックご飯の取扱がない小売店において、すし酢付きパックご飯として消費者に提案することで、購入意欲に影響があるかを実証。調査においては、「パックご飯で自分好みの寿司を作る」というコンセプトを提示し、コンセプトに対する消費者の受容性や購買意欲を把握。

パックご飯に対する認知度は高いものの、購入経験率は低く、パックご飯を使った日本食メニューの提案をすることで、購買意欲が増加するという結果となった。現地系消費者へのパックご飯の需要拡大に向けて、この結果を今後のプロモーション等に反映できるよう、会員企業にフィードバックを実施。



▲パックご飯に添付したすし酢

### 消費者向けサイトの制作（2023年度）

海外の消費者に対する日本産コメ・コメ加工品の認知度獲得を狙い、消費者向けWEBサイトを制作。日本産コメ・コメ加工品の「『おいしい』を伝える」をコンセプトに、「レシピ」「シェフの話」等多様なコンテンツを多言語（英語・中国語（繁体字）・日本語）で掲載。

また、香港、アメリカ、シンガポールの消費者向けには、検索エンジンやSNS上でオンライン広告を実施し、同WEBサイトへの誘客を進めている。



▲ WEBサイト

# コメ海外市場拡大戦略プロジェクト①

- 「コメ海外市場拡大戦略プロジェクト」は、コメの輸出量を飛躍的に拡大すべく、平成29年9月に立ち上げ。
- 本プロジェクトは、目標及び取組方針を掲げてコメ・コメ加工品の輸出拡大に取り組む事業者・産地が参加可能なプラットフォームであり、参加者への支援を実施。

《国による支援》

- ・ 戦略的輸出事業者と戦略的輸出基地（産地）等が連携して実施する取組を後押し
- ・ （新たに）輸出に取り組む事業者・産地に対するマッチング・相談等サポート
- ・ 輸入規制についての情報発信

支援

## 戦略的輸出基地 （産地）

海外マーケットに対応可能な、質、数量、価格の面で競争力を有するコメの生産を推進。



## 戦略的輸出事業者 （卸、輸出商社、メーカー等）

輸出拡大の目標、当該目標達成のためのターゲット国・地域・市場及び取組方針を掲げ戦略的に海外市場を開拓。



連携

連携

農林水産物・食品  
輸出支援プラットフォーム  
（在外公館、JETRO海外事務所、  
JFOODO海外駐在員）

認定農林水産物・  
食品輸出促進団体  
（一般社団法人 全日本コメ・  
コメ関連食品輸出促進協議会）

産地と輸出事業者が一体となった  
マーケットイン型の海外需要開拓

輸出目標の達成に向けた

コメ・コメ加工品輸出の飛躍的増加

コメ海外市場拡大戦略プロジェクト②

- 現在までに121の戦略的輸出事業者、167の戦略的輸出基地が2025年の輸出目標と目標達成に向けた取組方針を設定。（戦略的輸出事業者による目標数量合計：約17.2万トン(原料米換算)）
- 参加事業者に対して、戦略的輸出事業者が産地と連携して取り組むプロモーション等に対する支援、戦略的輸出事業者と産地のマッチングの推進や海外規制動向のタイムリーな情報発信等の施策を通じて輸出を強力に後押し。

戦略的輸出事業者参加状況（2024年10月2日時点）

121事業者（目標数量合計：17.2万トン※）

○ 主な戦略的輸出事業者（輸出目標上位5事業者を抜粋）

| 戦略的輸出事業者       | 輸出目標                                        | 重点国・地域                                  |
|----------------|---------------------------------------------|-----------------------------------------|
| J A全農          | コメ：50,000トン<br>パックご飯：200万食                  | 中国、北米、EU、アジア等                           |
| (株)神明          | コメ：10,500トン<br>パックご飯：100万食<br>米粉・米粉製品：100トン | 中国、アジア、EU等                              |
| (株)クボタ         | コメ：10,000トン                                 | 米国等                                     |
| 全農インターナショナル(株) | コメ：10,000トン<br>パックご飯：100万食                  | 中国、北米、EU、アジア等                           |
| 木徳神糧(株)        | コメ：6,000トン                                  | 中国、香港、北米、EU、東南アジア（シンガポール・タイ等）、ブラジル、アジア等 |

※ 原料米換算。輸出事業者の目標の積み上げであり、重複して計上される場合もある。

戦略的輸出基地（産地）参加状況（2024年10月2日時点）

- (1) 団体・法人 158産地
- (2) 都道府県単位の集荷団体等 8団体（J A全農県本部、経済連）  
（(1)以外の産地も含めた取組を推進する都道府県単位の団体等）
- (3) 全国単位の集荷団体等 1団体（J A全農）  
（(1)、(2)以外の産地も含めた取組を推進する全国単位の団体等）

○ 主な戦略的輸出基地（令和3年産輸出用米生産実績上位5産地を抜粋）

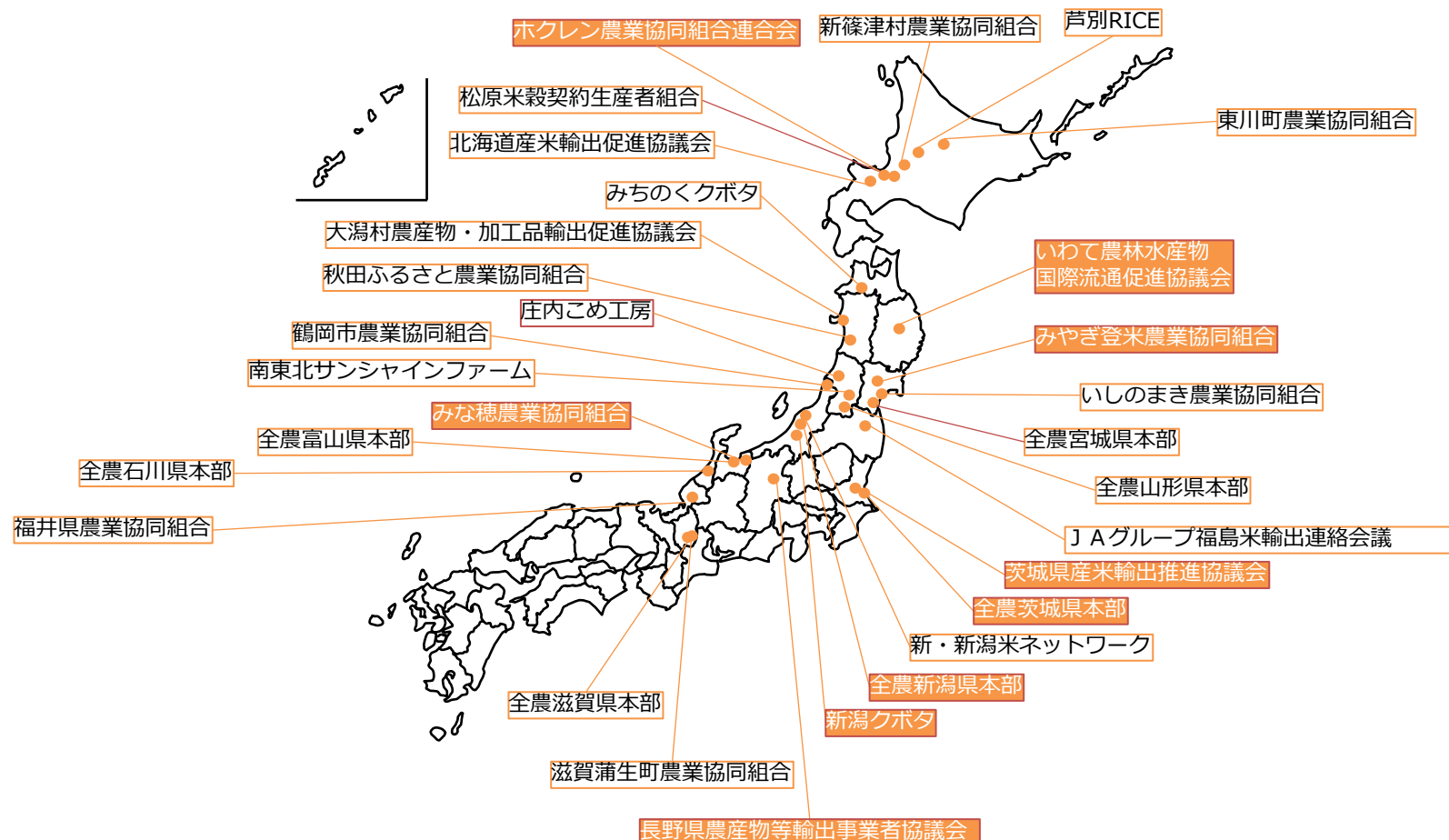
| 【団体】 |                   | 【農業法人】 |                |
|------|-------------------|--------|----------------|
| 都道府県 | 戦略的輸出基地           | 都道府県   | 戦略的輸出基地        |
| 新潟県  | J Aグループ新潟米輸出推進協議会 | 新潟県    | (株)新潟クボタ       |
| 宮城県  | JAみやぎ登米           | 青森県    | (株)みちのくクボタ     |
| 岩手県  | JA岩手ふるさと          | 北海道    | (株)芦別RICE      |
| 茨城県  | 茨城県産米輸出推進協議会      | 山形県    | (株)庄内こめ工房      |
| 福井県  | JA福井県             | 北海道    | (株)松原米穀契約生産者組合 |

# 主なコメの輸出産地

- コメの輸出を更に伸ばすためには、コメの輸出量の9割を占める「モデル輸出産地」（「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」でリスト化した年間1,000トン超のコメ輸出を目標とする産地）を中心に、低コスト生産等の取組を支援し、競合する他国産米との価格競争力を高めていく必要。

モデル産地（30産地）（令和6年1月末現在）

- モデル輸出産地で、令和5年のコメの輸出量約37,000トンの9割をカバー。
- 年間1,000トン超の実績のある産地も存在（オレンジ色の産地）。
- それらの産地では、多収性品種の導入等による低コスト生産と大ロット安定供給できる産地形成が実現されているところ。



注）モデル産地の輸出量の割合は、各産地から聞き取った実績を積み上げたものを基に計算。

# 主なコメの輸出産地②

## ホクレン農業協同組合連合会

### 【取組内容】

国内需要への安定供に取組む一方で、将来的な国内需要の減少傾向を見据え、平成27年からコメの輸出を開始。

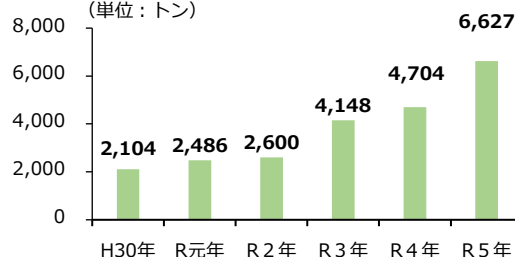
食味等の品質バランスへの影響も考慮しながら、**直播栽培**の拡大や**多収品種の開発・普及**により生産コストの削減に継続的に取り組むことと、北海道米の良食味のアピールと認知度向上の取組により、輸出拡大を推進。

### 【生産実績】

令和5年の生産量は6,627トンで、台湾、香港、中国、シンガポール、タイ等に輸出。



○輸出用米の生産量  
(単位：トン)



## みやぎ登米農業協同組合

### 【取組内容】

「コメ新市場開拓等促進事業」も活用して、つきあかり等の**多収性品種**の導入と併せて、**耕畜連携による堆肥の有効活用**を図り**低コスト生産を推進**。

輸出用米の生産者数が増加（H30年235人→R5年532人）。

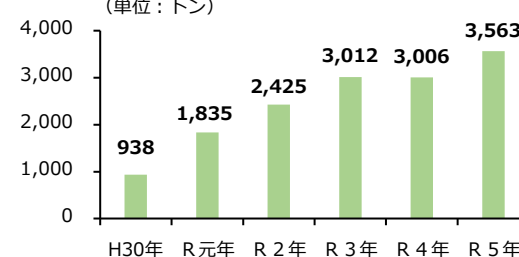


### 【生産実績】

**R7年度の目標として掲げていた3,000トンをR3年度に達成。**

令和5年の生産量は3,563トンで、香港、米国、シンガポール等に輸出。

○輸出用米の生産量  
(単位：トン)



## 新篠津村農業協同組合

### 【取組内容】

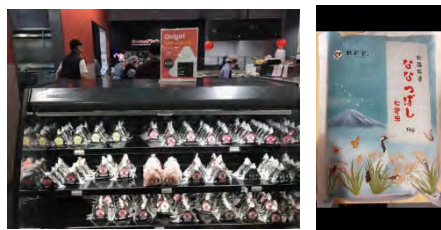
健康や安全・安心に対する関心が強まり、クリーン農業への期待は一段と高まってきているため、安全・安心で美味しい農産物の供給に向けて、**組合員全員が栽培履歴の記録**を行うとともに、化学肥料や農薬の使用を減らすための取組を推進。土づくりについても、**稲わらの堆肥化**を図るなど、環境との調和に配慮。

生産コストの低減のため、**直播品種の導入**や、**ドローンなどのスマート農業機器の活用**による労働時間の削減や生産の省力化等の取組を推進。

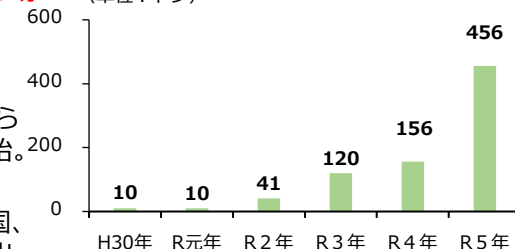
平成26年より、東京のおむすび店からのアメリカ出店の話を契機に輸出を開始。

### 【生産実績】

令和5年の生産量は456トンで、米国、フランス、シンガポール、台湾等に輸出。



○輸出用米の生産量  
(単位：トン)



## 茨城県産米輸出推進協議会

### 【取組内容】

協議会のオブザーバーである(株)百笑市場<sup>いちば</sup>では、「コメ新市場開拓等促進事業」も活用して、**多収性品種**（にじのきらめき、ハイブリッドとうごう3号）の**契約栽培を推進**。そのほか、**ドローンによる直播・病害虫防除等の省力・低コスト化の取組を推進**。

協議会の参加者（生産者）数が増加（H28年8人→R5年85人）。

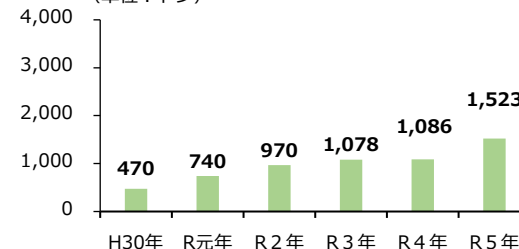


### 【生産実績】

令和5年の生産量は1,523トンで、米国、香港、シンガポール等に輸出。

※協議会の生産量のうち(株)百笑市場を通じた実績

○輸出用米の生産量  
(単位：トン)

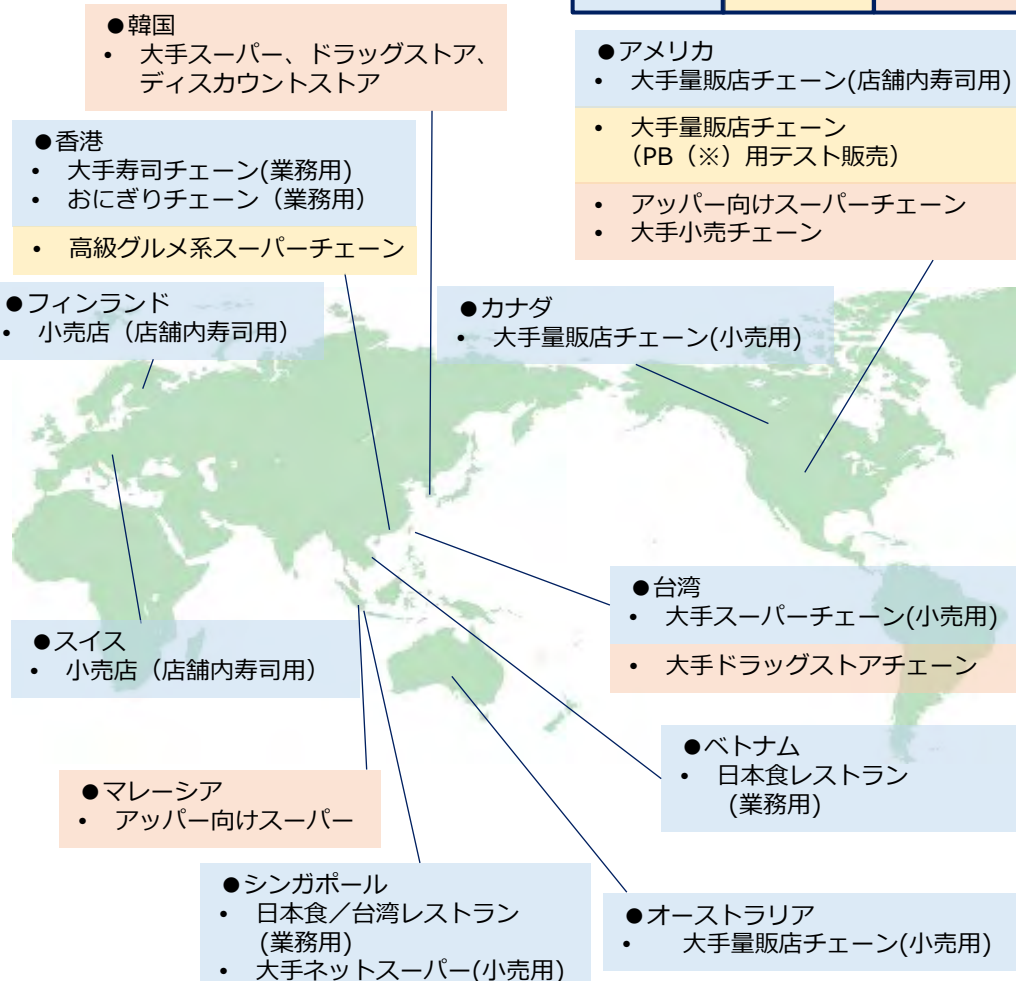


# 現地系外食・小売チェーン等への進出

- 輸出額の更なる増加に向けては、オールジャパンで、輸出先国・地域の市場調査、販路開拓等の取組を進めることにより、日系だけでなく現地系スーパー・レストランチェーンなど新たな市場を開拓する必要。
- 香港、シンガポール、アメリカなど各国・地域において、現地系外食・小売チェーン等に進出する事例も出ている。

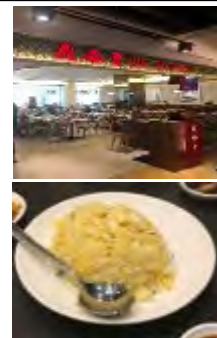
## 〈進出事例の一部〉

(2024年7月時点)



### 日本産米

- ・シンガポールで24店舗展開している台湾料理チェーンに対して、**台湾料理(チャーハン等)に合うコメの提案や炊き方提案**、使用後のきめ細やかな**フォローアップを実施**。
- ・チャーハンに合うコメを提案したことで、**メニューの品質が向上**。また、多量のコメを消費する同チェーンに対して、試用期間中に欠かさずにコメを供給をし続けられたことも評価され、**日本産米の継続使用が実現**。



### パックご飯

- ・アメリカ全土に展開する**現地系量販店と他業態で取引関係があったこと**をきっかけに、エリアを限定したPB商品としてテスト販売を実施する予定。定番商品化に向けて商談中。
- ・台湾においても、**同米系量販店のECサイトを足掛かりに、実店舗への進出を計画**中。



### 米菓

- ・消費者による日本製菓子の**SNS投稿がバイヤーの目にとまり、JETRO経由で紹介を受けたこと**で、アメリカのテキサス州に展開する**現地系小売店のPB商品としてテスト販売を実施**。2023年10月から本格的に現地での販売を開始。
- ・日系小売店では日本風のパッケージにラベルを貼って対応することを求められるが、**英語のパッケージで子ども受けするポップなデザインにして、現地系消費者に訴求**。



※"Private Brand"の略称。小売業者が商品を企画して、メーカーが生産した商品を全量買取して自社ブランドとして販売するビジネスモデル。

## 各国・地域で広がりを見せる「おにぎり」

- 日本産米で作ったおにぎりは、冷めてもやわらかさと粘りがあり、コメそのものの美味しさを伝えることが可能。
- おにぎりは、テイクアウトが可能で手軽に食べられ、外食に比べコストパフォーマンスも良いことから、近年、海外でも人気となっている。

(2023年12月時点)

### (株) イワイ (アメリカ・フランス)

- アメリカ (NY、NJ) とフランス (パリ) におむすび専門店「**おむすび権米衛**」を展開。
- **玄米形態で輸出し現地店舗で精米**することで、精米したてのコメを使ったおむすびを消費者へ提供。
- 国内外店舗を問わず、**店舗で使用される全てのコメを生産者と直接契約**。
- コロナ禍によるテイクアウト需要で売上げが増加。

(店舗数：4店舗)



### 百農社国際有限公司 (香港)

- 香港のオフィス、ショッピングモール、地下鉄駅構内等において、おむすび専門店「**華御結**」「**OMUSUBI**」を展開。
- コメは全て日本産を使用。品質の均一化・多店舗展開に対応するため、**おむすびは全て自社工場で製造**。
- 生産者とは**毎月1回ミーティング**を行い、ブランドコンセプトを共有。

(店舗数：141店舗)



### (株) 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 (シンガポール・香港・台湾・マレーシア・アメリカ (ハワイ))

- **DON DON DONKI**店内で、握りたてのおにぎりと精米したてのコメを提供する日本産米専門店「**富田精米 (シンガポール・マレーシア)**」「**安田 (やすだ) 精米 (香港・台湾・アメリカ (ハワイ))**」を展開。
- おにぎりを食べてもらう**飲食業**と日本産米を買ってもらう**物販業**が併存する従来にない**ハイブリッド型**。
- **玄米輸出、現地精米**をすることで、鮮度の高い日本産米を提供。

(店舗数：14店舗)



### KNT-CTホールディングス (株) (アメリカ)

- 旅行会社として**日本の食材と日本産米の魅力**を海外へ向け発信し、地域創生を目指す「**コメイノベーション事業**」を開始。
- フードトラックでの、おにぎりのテスト販売を経て、期間限定店舗「**ONIGIRI SUN**」をロサンゼルスにオープン。
- 玄米輸出、現地精米した日本産米で、**握りたてのおにぎりを提供**。具材には**鮭・明太子・昆布等の定番に加え、大豆ミートそぼろ等、ヴィーガンにも対応**。飲料にも日本発の玄米デカフェを提供。

(店舗数：1店舗)

