



6次産業化 成功のカギを握る販売戦略①

バンコクの富裕層を ターゲットにした輸出戦略で 農家が儲かる仕組みを生み出す

株式会社みずほジャパン(茨城県つくば市)

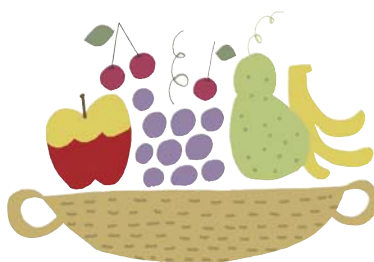


1



2

- 1 集荷した農産物は、羽田空港で植物検疫を受け、17時までに全日空の貨物倉庫に搬入する。農産物は深夜便に積載され、約7時間後にはタイのスワンブーム国際空港に到着する。
- 2 みずほの村市場 バンコク店。日本人の店長とタイ人スタッフ3名が働いている。



農家が儲かる新たな販路を開拓するため、農産物直売所が輸出事業を行う新会社を設立。タイに常設店舗を構え、海外の消費者に直接販売する仕組みを作った。

現地での販売価格は日本のおよそ3倍。

顧客は、日本の農産物の

品質の高さに魅了された

富裕層が中心となっている。

こうした仕組みを構築した

中心人物である

株式会社みずほジャパンの

井戸英二さんに話を聞いた。

「みずほの村市場」が築いた 農家が儲かる仕組み

2014年、年間30万人が訪れる農産物直売所「みずほの村市場」が海外に進出するというニュースが報じられた。「みずほの村市場」といえば、直売所甲子園での優勝経験を持ち、売上高は年間6億2千万円(2014年度)、一農家当たりの平均年収は800万円にのぼる。

「みずほの村市場」では、農産物の価格決定において独自のルールを設けている。例えば、それぞれの作物ごとに生産者会で協議し、前年の原価に利益を乗せて価格を決めることと

している。また、安売り競争は品質向上の妨げになるという方針のもと、すでに別の農家が販売している農作物を新たに販売する場合は、既存の農家より安い価格で売ってほしくない。

このような新しいスタイルの農産物直売所を築いた代表取締役社長の長谷川久夫さんは、「農産物はひとつひとつ味が違う。価格競争ではなく品質競争に持ち込み、農家が儲かる仕組みを作らないといけない」と考え、次なる展開として、海外においても価格競争に陥らない独自の流通ルートを確認し、農家の所得を増やそうと検討していた。

株式会社みずほジャパン 執行役員

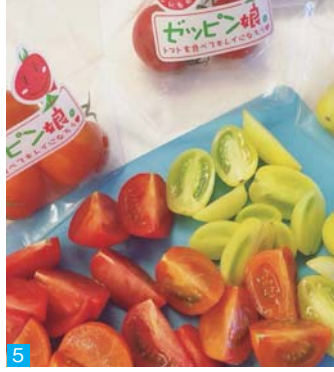
井戸英二さん(46)

1969年生まれ。大手IT企業、物流会社で勤務した後、2013年に農産物の輸出を計画していた農産物直売所「みずほの村市場」を運営する株式会社農業法人みずほ 代表取締役社長長谷川久夫さんと共に株式会社みずほジャパンを設立し、タイのバンコクに直営店舗を立ち上げた。物流会社時代にマレーシア勤務を経験、通関士の資格も持つ。





- 3 バンコク店に並ぶ農産物は、みずほジャパンが農家から買い取り、買取価格に30%を上乗せして、バンコク店に譲渡している。バンコクでの販売価格は、日本の価格の約3倍になるが、店頭に並ぶとその週末にはほぼ完売してしまう。
- 4 5 バンコク店では、同じ農産物でも農家毎に商品を区別し、試食で比較しつつ品質を確認した上で購入できる仕組みとなっている。特定の生産農家の商品にはリピーターもついているほどだ。
- 6 バンコクの高級ホテル内のレストランで提供されている海鮮サラダ。トマトやペピーリーフは、みずほの村市場 バンコク店から納品されたものが使われている。



農産物の輸出を手がける新会社「株式会社みずほジャパン」を設立

そこで、長谷川さんと共に農産物の海外展開に携わったのが井戸英二さんだ。IT企業で地域活性に関わる仕事を経験し、地域を元気にするには農業の発展が欠かせないと感じていた井戸さんは、「世界全体での農林水産物の貿易額は100兆円規模ですが、日本はそのわずか0.4%、4千億円しかありません。日本の品質を考えれば、もっと市場を獲得できるのではないかと感じたことが、現在の仕事に入るきっかけになりました」と語る。

農家が儲かる仕組み作りを模索していた長谷川さんと、日本の農産物の海外展開に注目していた井戸さんの思惑が一致して、二人は農産物の輸出を手がける新会社「株式会社みずほジャパン」を設立した。

タイの富裕層をターゲットに日本の農産物の価値を訴求する

農産物の輸出先として、みずほジャパンはタイを選択した。「アジアは今後も人口の増大が見込まれることから、市場として魅力的です。その中でも、タイの首都バンコクは富裕層が多いことに注目しました。富裕層にとってタイで手に入る野菜や果物

の価格は非常に安く、品質の良い商品なら価格が高くても売れると感じたのです。もし、中間層をターゲットにして、それ相応の値段と品質で出荷すると価格が下押しされ、農家の所得向上を目的とした輸出ではなくなってしまうます。まずは富裕層に訴求する商品を取り扱い、日本ブランドの信頼を高く維持して裾野を広げていこうと考えました」と井戸さんは話す。

ただ、バンコクでは外国人が小売業に参入するのは難しいため、みずほジャパンは現地の農業法人と連携し、営業許可を取得。2014年4月、タイ人の富裕層や外国人駐在員が多く住む高級住宅街スクンビット地区の一角に「みずほの村市場 バンコク店」をオープンさせた。



輸出モデル例)イチゴ1バック

商社主体の農産物の輸出

農家の販売価格	250円
輸出商社の手数料	250円
輸送費	400円 (大量に運ぶため、みずほと比べて安い)
輸入商社の手数料	300円
高級スーパーの手数料	800円
小売り価格	2,000円

みずほジャパンの輸出モデル

農家の販売価格	600円
みずほジャパンの手数料	180円
輸送費	900円
みずほの村市場 バンコク店の手数料	720円
小売り価格	2,400円
みずほの村市場 バンコク店の手数料720円(小売り価格の30%)には、運営費(店舗家賃・人件費・車両費)が含まれる。	



みずほジャパンで、井戸さんと共に商品開拓・販売促進を担当している鶴田みちさん(左)。ノートパソコンを携帯し、生産者の情報をリアルタイムでフェイスブックにアップして、タイの顧客に告知している。



みずほジャパン 輸出の流れ

県外の農産物は羽田空港で引き取り輸出



高い品質を誇る日本の農産物を輸出するため、集荷先は茨城県産にこだわらない。現在、北海道産、福島県産、佐賀県産のいちご、秋田県産のりんご、山形県産のラフランス、りんご、桃、サクランボなどもタイへ輸出している。

茨城県内の農家から農産物を集荷



銚子市でメロン、トマトなどの農産物を栽培している佐伯福一さん。佐伯さんのメロンは、輸出する時点ですでに予約完売してしまう。バンコク店の常連客からの指名買いが早くも定着した生産者のひとり。

石岡市の「久家ぶどう園」のぶどうは、基本的に自社の直売所のみで販売。品質の高さが評判で、販売時期には行列ができ完売する。みずほジャパンの考えに賛同し、タイへの輸出に挑戦。手応えを感じている。

つくば市にあるベビーリーフ生産量日本一の「農業生産法人 株式会社TKF」のベビーリーフ。デリケートな葉物野菜なので、断熱パネルで作った部屋の中で温度調整を行い出荷している。



羽田空港の植物防疫所で輸出検査を受け、深夜便でバンコクへ



植物検疫の条件は、輸出相手国や品目により異なる。輸出を行うには、合格証明書が必要。

農産物直売所「みずほの村市場」で輸出準備



農産物の集荷を終え、農産物直売所「みずほの村市場」へ。羽田空港での輸出検査に向けて農産物の確認や箱詰めを行い、伝票書類などを準備する。

バンコク店に到着



タイの空港からみずほの村市場 バンコク店への輸送も、自社スタッフが丁寧に運転することで農産物が傷まないよう配慮している。

みずほの村市場 バンコク店

農産物が入荷する金曜日の午後から週末にかけて常連客が訪れる。客の7割はタイ人で、健康志向を反映してか子連れの客が多い。タイ人には馴染みのない柿などの果物についても試食販売を行っている。客からは「地元のスーパーの野菜や果物では味わったことがない美味しさ」と感想が寄せられているそうだ。



大手フルーツショップ



バンコクから車で1時間。郊外にある大手フルーツショップ「IYARA(アイヤラ)」は高級フルーツを扱う専門店。みずほの村市場バンコク店のタイ人スタッフが新たな販売先として開拓し、金曜日の午後バンコク店から日本の果物を納品する。

高級ホテル内の和食レストラン



JWマリオット ホテルバンコク 日本料理店「Tsu」 代表者 野本典夫さん

野本さんは、質の良い日本の農産物を小ロットで仕入れる方法を探っていたところ、フェイスブックでみずほの村市場 バンコク店を知った。メニューに応じて、ベビーリーフやトマト、季節の果物などを発注。新鮮で旨味を味わえる日本の食材は、舌が肥えた顧客にも評判がいいそうだ。

タイ国内でネット販売をスタート



Ookbee Mall (Thailand) Co., Ltd. (ウークビー・モール・タイランド) 代表者 松尾俊哉さん (トランスコスモス株式会社 理事 海外事業総括 ASEAN事業本部)

ITを活用したマーケティングやインターネット広告、コールセンター業務などを行うトランスコスモス株式会社がASEAN最大のE-Bookストア運営会社「Ookbee(ウークビー)」と連携し、2015年10月28日、日本からタイへの通信販売を開始した。日本のコスメ商品や食料品などを取り扱う。みずほの村市場バンコク店とも業務提携し、日本の農産物のネット販売を行う。



みずほの村市場
バンコク店 店長
井口 友見 さん(左)
タイの大手フルーツショップ「IYARA(アイヤラ)」の社長と仕入れの打ち合わせをする井口さん。バンコク店の将来について、「1階は直売所、2階はカフェ、3階は料理教室などを設け、居心地のいい空間を作り、バンコクにない農産物直売所にしていけたら」と話す。井口さんは、バンコク在住歴も長く、日本語講師を務めていた経験を持つ。

独自で確立した タイへの流通ルート

バンコク店に品質の良い商品を届けるために重要視したのは、農産物の鮮度の維持だ。井戸さんは、羽田空港発のタイへの深夜便を活用することにした。この便を利用することで、日本で収穫された農産物を、翌日にバンコク店の店頭で販売できる。また、国内における集荷や空港までの配送、タイにおける空港から店舗までの配送は自社スタッフが行うことでコストを削減。さらに、出荷のタイミングで商品の写真をフェイスブックに掲載し、

「明日、バンコク店に届きます」とリアルタイムで発信することで農産物の鮮度をアピールし、顧客獲得につながっている。中には、予約で事前に完売してしまう人気商品もあるそうだ。

「国境を越えて日本の生産者の農産物を指名買いでできるなんて、楽しいと思いませんか？ 農家の皆さんにとつては頑張ろうという励みになります。そして重要なのは、それが儲かる形で評価されるということです」と井戸さんは話す。バンコク店では、現地の高級ホテルの日本食レストランや、大手フルーツショップ、大手通販会社などへの販路開拓も進めている。

今後は、茨城県産にこだわらず全国の農産物を輸出していく方向で、すでに、バンコクで高く売れることを知った他県の農家から出荷のオファーが来ることもあるそうだ。井戸さんは、「輸出にチャレンジしたい農家の方は、ぜひ連絡してほしい」と全国の農家に呼びかけている。

海外での 次なる販売戦略

現在、みずほジャパンは、タイに引き続き、ASEAN最大のマーケットであるインドネシアでの直売所設立に向け、準備を進めている。「輸出で大事なものは、お互いに発展できる関係を築



温度変化に弱い野菜等を保冷するためのアイスバッテリー。内部の溶液の成分割合により2度単位で温度の調整が可能。リース料が発生するが、保冷車よりも輸送コストを下げるができる。

いていくことです。インドネシアへ日本の農産物を輸出するためには、まず日本が現地の農業に貢献することが求められています」と井戸さんは話す。

みずほジャパンは、品質に定評のある茨城県のイチゴ農家の村田農園や、駐日インドネシア大使館などと連携して、村田農園の高級イチゴの苗と栽培技術をインドネシアの農家に提供。現地で生産したイチゴを現地の中間層に普及させつつ、メイドインジャパンの村田農園の高級イチゴを富裕層に向けて販売することで、日本の農産物の品質を訴求できると考えている。早ければ2016年内に「村田農園ブランド」のインドネシア産イチゴが、インドネシアの首都ジャカルタやASEAN市場で販売される。そして、その貢献が認められる形で、みずほの村市場のインドネシア店を設立したいと考えている。

「日本の農産物は世界一です。世界を相手に販売をやっていたら、日本の農家は大きく変わると思います」と話す井戸さんは、次なる販売戦略の種蒔きを進めている。

20年をかけた 「みずほの村市場」ブランドを 輸出していく



株式会社農業法人みずほ
代表取締役社長
はせがわ ひさお
長谷川 久夫 さん

「日本の農産物の国内での市場は小さくなっている。そこで、どこへ目を向けるか？ それは海外でしょう。世界のどこから見ても、日本の農産物は安全で安心でおいしいという評価を受けている。そこに国内で成功した直売所のノウハウを生かせば、アジアへの輸出で日本の農家が生き残っていく」と長谷川さんは話す。

株式会社 みずほジャパン

茨城県つくば市二の宮4-1-20
Tel: 070-1474-3240
<http://www.mizuhojapan.jp/>

農産物直売所 みずほの村市場

茨城県つくば市柳橋496
Tel.029-856-1090
<http://www.mizuhonomuraichiba.com/>

みずほの村市場 バンコク店

Japanese Farmers Market, Mizuho Bangkok
147 Sukhumvit 39 Rd. Klongton-Nua,
Wattana, Baan Prong Phong, バンコク
<https://www.facebook.com/mizuho.bkk/>