



GFP優良事例

岩手中央農業協同組合(岩手県)

業種：農業協同組合 取扱金額：91億円

2022年 選定

輸出品目	輸出先国
主にリンゴ (その他)	タイ 台湾
・リンゴジュース X	ベトナム
・サツマイモ	香港
・切り餅等	米国・カナダ

JA主導のマーケットインでの現地売込・商品開発を実施

輸出取組

輸出の背景/経緯

- 国内の贈答品需要減少により販売価格が低下、適正価格での販売及び生産者のモチベーション向上のための打開策として、2009年よりタイへのリンゴ輸出を開始
- 安定供給を実現するため、2014年よりタイ向けアップルパイの原料供給を開始した他、リンゴジュース等の加工品アイテムの拡大にも取り組む
- 2016年からはベトナム・台湾にリンゴ輸出を広げ、規制・検疫面で輸出難易度の高い北米にもフロントランナーとして日本産リンゴを輸出再開
- 2030年までに現在の輸出金額の約3倍である5,000万円を目指す。今後は輸出品目の拡大も目指しており、北米向けに岩手牛のテスト輸出を予定
- リンゴの樹のオーナー制も取組予定

輸出取組内容

- 安定的な商品出荷体制構築を目指しており、マーケットインでの商品開発(アップルパイ)や独自品種(冬恋)による差別化に取り組む
- 県内他地域JAやGFP輸出産地と連携しながら、他品目とのセット販売・棚提案を通じた安定供給で長期間の売り場確保を実現
- タイの小売バイヤーを生産現場に招聘し、信頼関係を構築。岩手中央農協が主導となり価格決定や商談等をすることで、現地ニーズ把握・交渉ノウハウを蓄積
- リンゴ部会を主体に管内全園地を対象とした地域統一防除体系を実施しており、共選共販で認証出荷を行う等、輸出向け園地登録検査に対応した生産・選果体制を構築
- 岩手県在住の海外留学生による産業体験や、輸出先国の岩手県人会・友好都市協会を起点としたSNSプロモーションを積極的に展開

輸出モデル



リンゴ生産部会が主体となり、特に国別に異なる農薬使用基準をクリアする体制が取られている。地域統一防除体系が確立し、全国唯一特別栽培りんご認証をJA単位に取得。台湾向けの防除体系も対応済み

農水省事業を活用し、輸出予冷施設(スマートフレッシュ処理・貯蔵室)を設置し、鮮度保持処理能力が向上。輸出数量の増加対応や国別の保管、産地での検疫検査が可能となり、北米への新規輸出を実現

GFPを通じた取組成果

輸出額推移(GFP参画前後)

GFP参画前(2018年)

1,621万円

+550万
(133%)

GFP参画後(2021年)

2,171万円

GFPを活用した輸出成功ポイント

補助事業収集やセミナー登壇を通じて輸出産地間連携

課題 1

地域ブランド価値を上げ、県全体で海外プロモーションしていく協力体制が欲しい

GFP訪問診断／ 補助事業活用

農水省補助事業を 活用して輸出体制整備

農政局から輸出施設整備の補助事業の案内を受けたことをきっかけに、北米や東南アジア向けの輸出予冷施設を整備。JETROからの輸出アドバイスも活かして輸出取組を加速



補助事業紹介を受けて整備したスマートフレッシュ処理施設

課題 2

海外バイヤーからの他果物のオーダー対応・輸出産地と連携し効率的に輸出を進めたい

GFP輸出産地セミナー &マッチングでの登壇

輸出産地連携による セット販売・共同営業

輸出産地形成に向けた議論をきっかけに、大規模輸出産地とのネットワークを構築。共通の悩みを相談や日本産果物のセット販売・共同売込についても相談



GFP輸出産地セミナー & マッチングでの登壇の様子

課題 3

さらなる輸出拡大に向けて、マーケットインの取組強化・バイヤーとの信頼を強めたい

GFPグローバル産地 づくり推進事業

マーケットインによる 安定輸出・高単価販売

他産地との競合がなく、高い購買力を有する北米向けに植物検疫条件への対応や、現地卸業者・小売店等の新たなビジネスパートナーの開拓に向けた商談等を推進



盛岡市の友好都市であるカナダ・ヴィクトリアに輸出

GFPを通じて～輸出取組の感想・今後の展望



GFP訪問診断や輸出産地セミナーを活用して、輸出産地間とのネットワークづくり・海外での共同営業に向けた情報交換を進めてきました！日本産果物を安定的に輸出・ブランド維持するためには、現地との関係構築・品質の担保が大切です。今後も、日本産リンゴ輸出のフロントランナーとして北米や未開拓地域の輸出強化に取り組みます！



GFP優良事例

センコン物流株式会社 (宮城県)

業種：物流(商社) 売上規模：161億9,300万円

現地パートナーと協働して現地ニーズに応じた輸出を実現

輸出品目

加工食品
全般

輸出先国

ロシア
中国
ベトナム
マカオ

輸出の背景/経緯

- 2000年前後から輸出事業、とりわけ輸出に関する通関業者、および日本→ロシアへの輸出事業を積極的に展開。現在も主要な輸出国であるロシアは、現地パートナーが営む常設店や日本食レストラン等で消費者ニーズを直接収集し、輸出品目を選定・輸送
- 2011年以降、宮城県や農水省の補助事業としてベトナム・マカオへも輸出事業を拡大
- 特にマカオは「仙台牛を世界に広げる」ために現地で展示会を開催したところ、そこから食品輸出のネットワークを拡大
- 近年は中国へのネットワークも拡大しながら、食品活用レシピやその他ノベルティ等、付加価値を付けた物流を実現

輸出取組

輸出取組内容

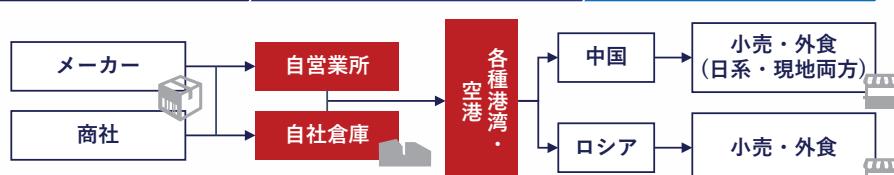
- ロシアで常設店販売を実施。販売地まで陸・海・空の複合一貫輸送システムを展開、現地での販売網手配によって輸出先での販売を支援
- 2016年、営業基盤をモスクワに移し、現地の卸売業と共に日本商品の取りまとめ、販売・納品と一連の物流から販売体制を構築
 - 現地パートナーが運営している常設店を中心に日本食専売直営店、レストラン、ECサイト等幅広く取引先に輸出
- 中国市場に向けては、独自の商流ルートを通じてメーカーと販売し、トレーリアビリティを実現。日本から中国へ直接営業を行い、ネットワークを拡大
- マカオへ2011年に初の和牛輸出に成功後、原発事故で中断したが、2018年に「和食仙台」を開店し和牛及び食材輸出を再開(マカオで初の「日本食材センター店」認定)

輸出モデル

生産/加工

流通

販売



入念なリサーチによって輸出先国のニーズを把握し、輸出食品のメニュー案を提案したり、把握したニーズ以外の日本食品も提案できるようになら上でメーカー・商社から商品を納入

自社倉庫・車両・営業所など、物流の全てのプロセスを一貫して自社で完結できる物流ネットワークを構築している。拠点は宮城県・東北地方を中心だが、東京・新潟にも拠点を展開

食品の輸出時、レシピ(中国:タラの味噌焼き・ロシア:焼きそば)と共にレストランに提案し、レストランはレシピ増、センコン物流は輸出量拡大のwin-winな状況を創出。コロナ以前は品評会も実施

GFPを通じた取組成果

輸出額推移(GFP参画前後)

GFP参画前(2018年)

3,240万円

+7,516万
(332%)

GFP参画後(2021年)

1億756万円

GFPを活用した輸出成功ポイント

GFPメンバーとの交流・商談会を活用し、輸出拡大

課題 1

強みである
輸出先の多さを活かして
事業を拡大したい

**ビジネスパートナー
マッチングへの参加**

自社輸出先国への展開 を望む事業者と商談

オンラインマッチングfrom
Sendaiにバイヤーとして参
加。2社と成約し、ベトナム
向け輸出を実施

課題 2

輸出先国の日本産ニーズに
応えるため協働してくれる
事業者と繋がりたい

GFP会員サイトの活用

GFPメンバーと 情報交換・商品購入

中国・ロシア等で得た現地
ニーズを踏まえて輸出する商
品の検索にGFP会員サイトを
活用。GFPメンバーにコンタ
クトを取り輸出可否を検討



オンラインマッチングの様子



会員サイトのメインページ

課題 3

コロナ禍における
地域産品の輸出可能性
について検討したい

**オンラインセミナー
での登壇**

地域産品輸出の 可能性について討論

オンラインセミナーにおいて、
商社・物流業者の観点から地
域産品の輸出の難しさ・課題
感等を共有し、その改善の方
向性について討論を実施



オンラインセミナー登壇の様子



ケルハチョク クリスティーナ 様

GFPを通じて～輸出取組の感想・今後の展望

GFPを通じて、生産者と直接コンタクトする機会を得ることができたことは大変良かったと思う。センコン物流は物流はもちろん、輸出先国のターゲット分析などのノウハウを有している他、ノベルティと共に輸出するなどの付加価値を通じて輸出拡大の実績を伸ばしている。今後も生産者様・メーカー様と協業して輸出拡大に邁進していきたい。



GFP優良事例

株式会社PPIH (東京都)

業種：現地小売 売上規模：1.68兆円

輸出品目

- 加工食品
- 青果物
- 水産物
- 畜産物 等

輸出先国

- アジア
(シンガポール・
タイ・香港・
台湾・マカオ・マ
レーシア)
- 米国(カリフォル
ニア・ハワイ)

GFPを活用し国内食品事業者との輸出取引を拡大

輸出取組

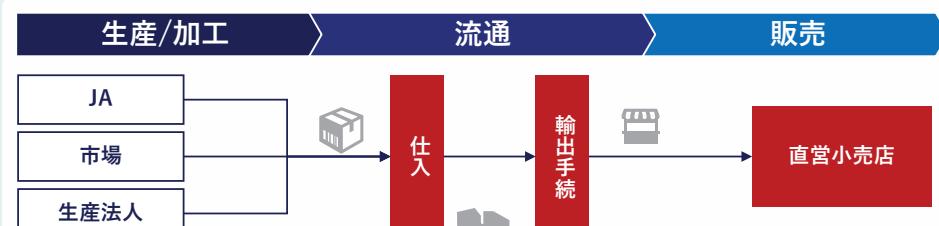
輸出の背景/経緯

- 国内総合ディスカウントストア「ドン・キホーテ」の運営実績をもとにリテール業を中心に展開
- 海外事業は、2006年2月Don Quijote (USA) Co., Ltd.の連結子会社化を皮切りに、2013年9月に「Marukai(日系スーパー)」の株式を取得
- アジア地域への出店も強化し、2017年12月から30店舗に拡大
※2022/4/28時点
- 2020年に、農畜水産物の輸出拡大を促進するための会員制組織「Pan Pacific International Club(PPIC)」を立上げ
- 生鮮品に加えて、加工食品や非食品を拡大しながら、2030年に海外売上高1兆円を目指す

輸出取組内容

- シンガポール・香港・米国等に約95店舗を構え、積極的に日本産品の取扱い・店舗を拡大
※2022/4/28時点
- “美味”、“健康”、“環境”に配慮した日本産品の価値を店舗で訴求し、日本食を海外で普及することに貢献
- 東南アジアにおける「DON DON DONKI」では、生鮮4品(青果・鮮魚・精肉・惣菜)を含む食品売上が8割以上を占め、そのほとんどが日本製である
- 店舗の“演出”や“POP”にこだわり、買い物するワクワク・ドキドキと海外でも日本の商品の魅力を最大限伝えるように、多言語対応と動画による販促も実施
- 日本の惣菜・弁当を販売するデリカやレストラン併設のイートインコーナーも展開
→ 寿司店(鮮選寿司)や精米店(富田精米)などの飲食事業も人気

輸出モデル



『ジャパンブランドスペシャリティストア』のコンセプトの元、MADE IN JAPAN、PRODUCED BY JAPANなどの商品を取り揃える。青果は海外でも日本の“旬”が買える点が他社との差別化ポイント

直接貿易によって、鮮度維持と圧倒的価格優位性、さらには日本のトレンドの早期店頭展開を実現。また、PPICの発足で生産者との直接連携体制を構築し、マーケットインの具現化を実現

GFPを通じた取組成果

輸出額推移(GFP参画前後)

GFP参画前(2018年)

66億円

+79億
(220%)

GFP参画後(2021年)

145億円

GFPを活用した輸出成功ポイント

日本各地の生産者・メーカーとのマッチングに活用

課題 1

日本の食を安定的に海外へ展開するための仕入先事業者を増やしたい

GFPオンライン商談会

課題 2

海外で需要がある付加価値の高い日本産食品の仕入先を強化したい

ネットGFP超会議

課題 3

海外で人気のかんしょを輸送ロスなく品質も安定的に仕入れたい

グローバル产地連携部会(かんしょ)

GFP登録者の特色ある食品とマッチング

ハラル認証取得商品を取り扱うGFP登録事業者を対象としたマッチングを実施。日本各地から参加した特色ある商品の取扱いを開始する



オンラインマッチングの様子

セミナー講演による認知で仕入先の強化

海外店舗の状況や需要の高い商品の特徴をGFP登録者に公表し、GAP認証のある農産物や産地色のある加工品など付加価値の高い食品の仕入強化



セミナー講演の様子

海外で人気のかんしょ生産者と連携を強化

グローバル产地づくり推進事業採択者との部会に参加し、現地販売者の視点から生産者の課題に対してアドバイスを実施。生産者との連携を強化



かんしょ部会での講演の様子

GFPを通じて～輸出取組の感想・今後の展望

PPIHグループの海外店戦略は、JAPAN BRAND SPECIALITY STOREで、『MADE IN JAPAN』『MADE BY JAPAN』『PRODUCED BY JAPAN』にこだわった商品で店づくりをしています。日本の素晴らしい食品のおかげで世界へ進出ができています。GFP事業者様の協力なくして海外での多店舗展開は成し得ません。日本の食の安心安全と美味しさをともに世界へ！



渡辺 和博 様