

輸出事業計画

※申請者名：株式会社想樹、品目：梨

1. 輸出における現状と課題

【現状】

三条市ならびに連携を行う加茂市、新潟市は県内でも有数の果樹生産地だが、担い手の高齢化が進んでおり、果樹に一定の需要を見ることが出来てもこれを担う生産者の確保が難しくなりつつある。連携を行う3地域(新潟市・加茂市・三条市)の主要産品である梨はジャパンブランドとして海外での評価も特に高いものとなっており、比較的安定した販路の状態である。しかし、安定的に生産をするための担い手が年々減少しており、このニーズを十分にとらえていない現状である。

今後国内の人口減少などの時代を迎え、梨の安定的な需要量にも影響が出ることが予想される中で将来的に担い手の確保と将来敵な販路の確保、永続的な農業の保持という点で包括的な対策を行う必要がある。

【課題】

＜生産段階＞ 生産手法や管理手法の統一化

- ・現状多くの農業者が小規模農家携帯であり、生産手法や管理手法において、独立独歩的に行う傾向にある。
- ・担い手の高齢化による慢性的な労働力不足で生産量の維持が難しい。

＜流通段階＞ 新たな商流の確立

- ・生産物を効率的に先方に提供する輸送体制の構築が必要である。
- ・対象国の検疫体制を把握出来ていない。
- ・栽培管理体制が整っておらず輸出向けの規格に対応が出来ない園地、生産者が多い。

＜販売段階＞ 継続的な販路の開拓

- ・韓国、中国産の梨が多く流通し安価な価格面で販売されている地域が多く、日本梨の1/2以下の価格帯が多い。
- ・一方で安心安全な品質を求める購買層も多く見られ、比較的高い価格帯でも付加価値を感じられる農産品に関しては興味が高い。特にレストラン及びホテルでは高付加価値の商品を求めている。
- ・他国産と差別化を行うため、日本産の品質面でのアピールを行うほか、出来るだけ他国産の価格帯を近づけられる売り方が必要である。
- ・中国人を中心とした中華圏では春節時期などにギフト用的高级品として梨が多く取り扱われている。その為、まずはアジア系消費者をターゲットに需要開拓を進めることが効果的である。
- ・高品質な日本産ブランドとして味を知ってもらい認知度を高め、需要開拓を進める必要がある。

2. 輸出事業計画の取組内容

【取組内容】

＜生産段階＞

- ・市町村域、管轄JAの範囲をまたぐ産地間連携の構築
 - ・連携農家のJGAPの取得
 - ・ジョイント栽培の普及により、生産量減少の課題解決に取り組み、輸出先国のニーズに応える産地づくりを行う
 - ・連携機関との情報交換・支援体制を構築
 - ・オール新潟農産物輸出協議会の設立及び運用
- 3市農業者に加え、最終的にはJAや市場の参画も促すことで、物流体制及び加工体制を構築し、対象国への輸出量増加を目指す

＜流通段階＞

- ・国内輸送体系と相手国の商流を分析し、対応する最も有効な輸送方法をケース別に把握する
- ・検疫体制の調査把握、現状の栽培指標の把握を行い、問題点を把握し、JGAPなど指標導入取り組みと合わせる
- ・輸出向け、国内向け双方に対応可能な機動的な園地、生産者を拡大する。

＜販売段階＞

①香港、台湾

- ・令和3年度について、香港ではJETRO新潟を通じの新規販路先へ輸出を行った。(以前の取り組みでECサイトやライブコマースを活用した取引先への輸出を行いニーズ調査を行っている。)台湾についてはコロナ禍の影響で調査連携企業での調査が行えなかったこと、JETROの現地事務所がない地域であったことから具体的なニーズ、販売先の情報、販売チャネル、価格などの調査が難航した。
- ・令和4年度では、JETRO海外ミニ調査サービスを活用し、具体的な取引先企業のリストアップ、直接の商談を行う。また調査連携企業での調査や商談を依頼する。取引前のサンプル輸送を行い、味や品質、規格、価格の確認を行いながらテスト輸送を開始する。他国産との差別化として、パッケージへのQRコード表記などの手法により、購買時に産地や生産者情報、また食べごろや食べ方などが確認できる「見える化」された売り場の仕組みを構築する。

②タイ、ベトナム

- ・令和3年度では、タイは輸出に係る生産園地及び選果こん包施設の登録を完了した。ベトナムは輸出の流れについて調査を行い、今後登録を実施する予定である。

輸出事業計画

※申請者名：株式会社想樹、品目：梨

2. 輸出事業計画の取組内容

・令和4年度では、タイ及びベトナムでJETRO海外ミニ調査サービスを活用し、具体的な取引先企業のリストアップ、直接の商談を行う。また調査連携企業での調査や商談を依頼する。取引前のサンプル輸送を行い、味や品質、規格、価格の確認を行いながらテスト輸送を開始する。他国産との差別化として、パッケージへのQRコード表記などの手法により、購買時に産地や生産者情報、また食べごろや食べ方などが確認できる「見える化」された売り場の仕組みを構築する。また、調査連携企業で行っているECサイトによる野菜BOXの販売の仕組みを参考にECサイトでの新規販売を計画する。

③アメリカ

・令和3年度では、JETRO及び調査連携企業と調査を実施したが、コロナ禍の影響で具体的な商談まで進まなかった。
 ・令和4年度はJETRO海外ミニ調査サービスを活用し、具体的な取引先企業のリストアップ、直接の商談を行う。また調査連携企業での調査や商談を依頼する。取引前のサンプル輸送を行い、味や品質、規格、価格の確認を行いながらテスト輸送を開始する。JETROニューヨークとの情報交換時に得た高級レストラン及びホテルでの取り扱いに向けた商談やサンプル提供などを計画する。
 日系小売店を中心として健康志向が高くフルーツを好む富裕層をターゲットに、生産者の顔が見えるディスプレイや、QRコードで産地の特徴や食べごろなどが読み取れる売り場を設置し、品質面で他国産との差別化を図る。調査連携企業がアメリカにおいて花卉販売を拡大した営業手法である、食品展示会などでの対面の試験販売を実施できるかを検討する。

④ドバイ

・令和3年度では、調査を進めていた中で輸出可能性が得られ、新たに対象国として追加した。
 ・令和4年度はJETRO海外ミニ調査サービスを活用し、具体的な取引先企業のリストアップ、直接の商談を行う。また調査連携企業が運営するレストランでの販売を依頼する。その他、同企業が現地で推し進めている外食向け卸売販売業での取引先拡大を計画する。取引前のサンプル輸送を行い、味や品質、規格、価格の確認を行いながらテスト輸送を開始する。中心部の小売店では健康志向が高くフルーツを好む富裕層をターゲットに、生産者の顔が見えるディスプレイや、QRコードで産地の特徴や食べごろなどが読み取れる売り場を設置し、品質面で他国産との差別化を図る。

なお、令和5年度では、上記①～④の対象国へのテスト輸送を重ね課題を抽出していく。各課題の解決により、継続性の高い取引先や商流の確保と共に輸出体制の構築を図る。前年度までの取り組みにより、輸出に取り組む生産者の数を増え、物量の確保が可能となる。その結果より多くの量の取引が可能となる為、効率の良い輸送を実現化できると思われる。新たな商談を繰り返し、より多くの取引先を確保し、継続的な輸出を行っていく。

3. 輸出事業計画の実証と見直しを行うためのPDCA実施体制



4. 輸出目標額

	現状 (令和3年)	目標年 (令和6年)
輸出額 (千円)	1,309千円	28,400千円
輸出量 (t)	1.8 t	71 t
輸出先国	香港・シンガポール	香港・台湾・タイ・ベトナム・アメリカ・UAE