

冷凍おにぎり・日本産米の北米・欧州・シンガポール向け 戦略的サプライチェーン構築プロジェクト

第7回 GOHANプロジェクト 講演資料

2026.7.31

ヤンマーマルシェ株式会社
フードソリューション部 農産部
銅坂 慎

本日の発表内容

- 01** 連携にいたった経緯（GOHANプロジェクトが起点）

- 02** プロジェクト概要・実施体制（3機関コンソーシアム）

- 03** 取組内容（サプライチェーン構築の全体像）

- 04** 現状の課題（4つの壁を正直に共有）

- 05** 今後の方向性（PJメンバーへのアドバイス・協力依頼）

連携に至った経緯 – GOHANプロジェクトが結んだ縁

GOHANプロジェクトでのメンバー間交流がなければ、このコンソーシアムは生まれなかった。

1



GOHANプロジェクトへの参画

おにぎり協会・Cross Reach等との交流を通じ、各組織の強みと知見を共有。信頼関係の基盤を構築。

2



市場機会の確認

欧州・北米 で冷凍おにぎりの小売導入が開始（2026年1月以降）。輸出拡大の絶好のタイミングと判断。

3



補完関係の明確化

ヤンマーマルシェの契約栽培ネットワーク × おにぎり協会の非日系販路 × Cross Reachの物流網という3者の役割分担が確立。

4



協議会設立・事業採択

R8サプライチェーン連結強化緊急対策事業へ申請。
令和8年3月19日に協議会設立が実現。

プロジェクト全体像

生産・加工・物流・販売の全工程をワンチームでカバーする、
新しい輸出サプライチェーンモデル



事業基本情報



事業名:

冷凍おにぎり・日本産米の北欧・欧州・
シンガポール向け戦略的サプライチェーン
構築プロジェクト



補助スキーム:

R8サプライチェーン連結強化緊急対策事業
(総事業費: 6,600万円 | 国庫補助金: 3,000万円 |
自己負担: 3,600万円)



事業期間:

令和8年度 (実証期間: 9か月)



対象市場 - 3市場への展開



アメリカ合衆国

(導入小売: Trader Joe's - 自然食品系小売大手、
非日系顧客へのリーチ)



欧州

(導入小売: REWE・EDEKA - 欧州展開の軸)



シンガポール

(導入小売: FairPrice - 東南アジア展開の拠点)

実施体制

代表・物流・ブランドの3機能が有機的に連携し、国内外のパートナーと一体で推進する

1. 代表・事務局



役割

全体統括・国内サプライチェーン・
補助事業管理

2. 海外販売・物流



役割

抹茶輸出実績を活かした
北米・欧州・東南アジア
自社物流網の提供

3. 商品企画・販路



役割

商品企画・監修。
原料米「ゆうだい21」を活用した座組は、
おにぎり協会との取組を起点に形成された。
また、同協会のネットワークを通じて、フード・
スナガ、宿六をはじめとする関係事業者との
連携を主導。

コンソーシアム外の協力パートナー（支援組織）



原料米・契約栽培生産

株式会社蛸の里（新潟県上越市）、常南ファーム株式会社（茨城県）



冷凍おにぎり製造

株式会社フード・スナガ



国内物流・技術支援

宇都宮大学、おにぎり浅草宿六

原料米「ゆうだい21」の強み

食味コンクールで3年連続トップのゆうだい21は、
冷凍おにぎりの品質差別化の核心。

① 大粒・良食味品種



宇都宮大学が開発。
炊飯直後の粘りは
コシヒカリの**5.5倍**、
冷めても美味しさが長続きし、
おにぎり・お弁当に最適

② コンクール金賞



令和5～7年
「米・食味分析鑑定コンクール」
国際総合部門で
3年連続トップ
(18点中12点受賞の快挙)

③ 優れた品質



温暖化に伴う高温条件下でも乳白
等の発生が少なく、
高温条件下での登熟がよく、外観
品質は**コシヒカリよりも優れる**
傾向にある

④ 供給体制



新潟県上越市
(株式会社蛍の里)において、
高品質な「ゆうだい21」の
約3トンロット供給を計画

取組概要 – 3市場への商流設計

非日系流通チャネルへの直接導入こそが、日本産米輸出拡大の突破口

① アメリカ合衆国 (Trader Joe's)



② シンガポール (FairPrice)



③ ドイツ (欧州) (REWE・EDEKA)



取扱品目: 冷凍おにぎり (鮭・ツナマヨ・昆布 等) / 加工米 / 輸出米

実証4段階と目標値

生産・製造・物流・販売の各段階で具体的な成果指標を設定し、再現性ある商流モデルを構築する



① 生産段階:

ゆうだい21の冷凍おにぎり用途原料仕様確立、
安定供給体制(約3トンロット)の構築



② 製造段階:

月産10,000個以上対応の安定製造体制、
品質合格率95%以上、製造原価150円/個以下



③ 物流段階:

3仕向地すべて -18℃一貫コールドチェーン、温度逸脱ゼロ、
品質保持期限150日実証、物流コスト50円/個以下

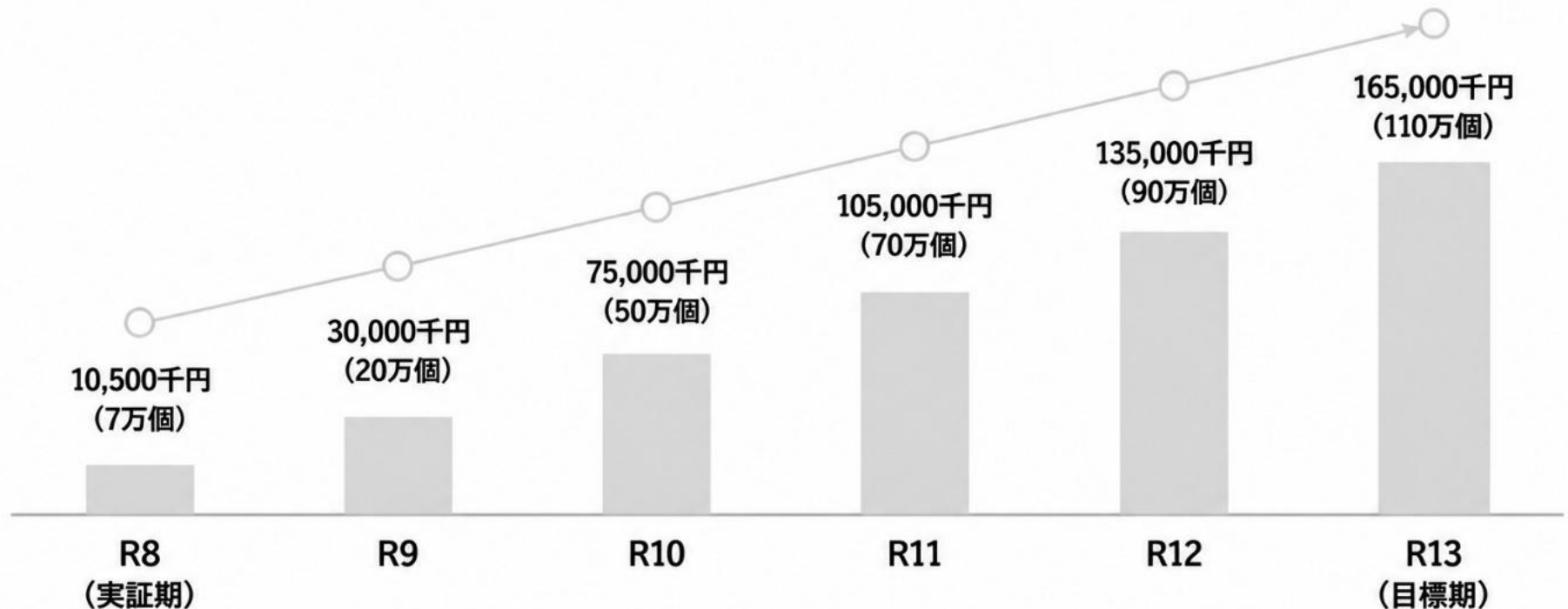


④ 販売段階:

テスト販売9か月で計70,000個販売実証(17~29店舗)、
月間300個以上/店、リピート率30%以上、非日系顧客比率50%以上

成果目標（輸出拡大ロードマップ）

令和8年度の実証を足場に、
令和13年度には輸出額165,000千円・110万個規模を目指す



➤ 波及効果: Cross Reachの-18℃低温サプライチェーンが他の日本産冷凍食品輸出にも転用可能

現状の課題

「前例のない挑戦」だからこそ、商品・物流・規制・市場の4つの壁を正直に共有したい



1. 商品・製造の壁

冷凍おにぎりの大量生産時における食感・風味の均一性確保が未確立。解凍後品質を安定維持できる製造条件の最適化。



2. 物流の壁

工場出荷から海外店頭まで-18℃以下の一貫コールドチェーンが未構築。長距離海上輸送中の温度逸脱リスク把握。



3. 規制・認証の壁

米国FDA施設登録・FSVP対応、EU食品安全規制（HACCP等）の適合。多言語表示ラベル対応。



4. 市場・販売の壁

非日系チャネルでの冷凍おにぎりの販売実績が乏しく、現地消費者の受容性・適正価格帯・効果的販促手法が未把握。



5. 原料調達の壁

品種・産地ごとに品質基準が異なり安定供給が課題。需要拡大に伴う種子・作付面積の確保。

今後の方向性

実証から商流へ、国内モデルから国際標準へ —
段階的に日本産米の輸出プラットフォームを築く



短期（R8年度内）

- 3市場でのテスト販売実証完了
- コールドチェーン体制の確立
- FDA・EU規制適合の整備



中期（R9～R10）

- 成功した商流の横展開
- 取扱店舗数の拡大
- ゆうだい21ブランドの海外認知向上



長期（R11～R13）

- 目標輸出額165,000千円の達成
- 「Japan Premium Rice」としての国際ポジション確立

GOHANプロジェクトメンバーからのアドバイス・協力依頼

一社では解けない課題がある。
皆さんの知見と繋がりが、このプロジェクトの鍵を握っています。

アドバイスを求めたい事項

- 1 非日系小売バイヤーとの商談・交渉における実践知（価格帯設定、パッケージ要件）
- 2 現地消費者へのおにぎり文化の効果的な説明・体験設計ノウハウ
- 3 海上冷凍輸送の品質管理・コスト最適化の事例

協力をお願いしたい事項

- 4 輸出向け食品製造施設のFDA登録・EU規制対応に詳しい専門家のご紹介
- 5 北米・欧州市場でのプロモーション・試食イベント等の共同実施
- 6 国内生産者（新潟・茨城以外の産地）との連携拡大に向けた情報共有



**YANMAR
MARCHÉ**