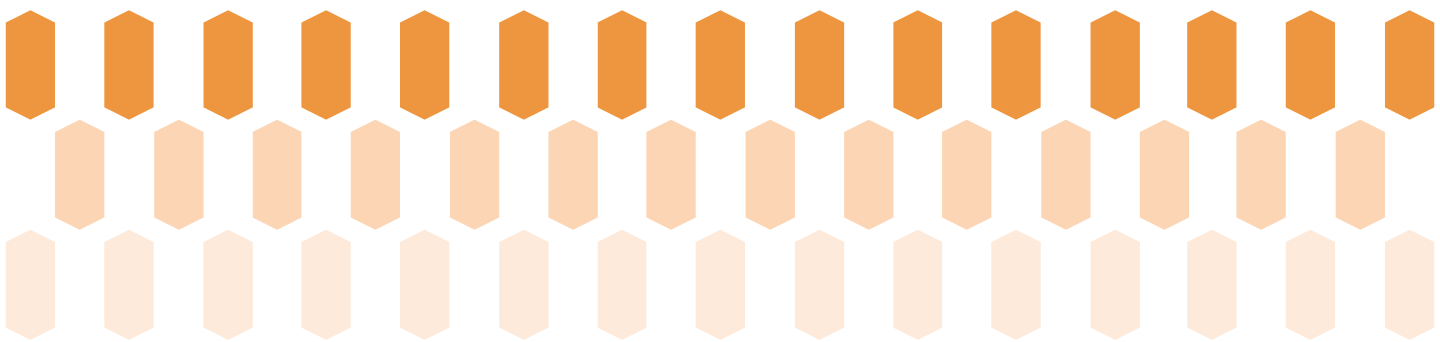


平成29年度
輸出に取り組む優良事業者表彰

東北管内の受賞者の取組内容



平成30年3月20日
農林水産省
東北農政局

目 次

○ 「平成29年度輸出に取り組む優良事業者表彰」における 東北管内の受賞者	1
○ 各受賞者の取組内容	
＜食料産業局長賞＞	
・青森県農村工業農業協同組合連合会（JAアオレン）	2
・株式会社 南部美人	4
＜東北農政局長賞＞	
・有限会社 柏崎青果	6
・一般財団法人 新郷村ふるさと活性化公社	8
・全国農業協同組合連合会福島県本部及び福島県内4農協	10

「平成29年度輸出に取り組む優良事業者表彰」における 東北管内の受賞者

- 我が国の農林水産物・食品の輸出に取り組む事業者の輸出意欲を喚起するため、輸出に取り組む事業者のうち、優れた事業者に対して表彰を行い、取組を広く紹介。
- 農林水産省が実施した優良事業者表彰において、東北管内から食料産業局長賞に2事業者が決定。東北農政局においても、東北地域において輸出に貢献している3事業者に対し、東北農政局長賞を決定。

食料産業局長賞（2事業者）

事業者名	所在地	取組概要
青森県農村工業農業 協同組合連合会 (JAアオレン)	青森県 弘前市	・平成21年から香港、中国にりんごジュースの輸出を開始し、現在では台湾、シンガポールなど15カ国に輸出を拡大。 ・独自の密閉搾り製法により酸化防止剤を使用せず、りんご本来の「色・味・香り」を最大限に引き出したりんごジュースを生産し、海外に輸出。
株式会社 南部美人	岩手県 二戸市	・平成9年から、米国、中国、香港等に日本酒を輸出。平成25年には、KOSHER(コーシャ)の認定を受け、現在は世界30カ国以上へ日本酒を輸出。 ・海外の健康志向のニーズを踏まえ、日本酒ベースの糖類無添加リキュール(梅酒)を開発し、輸出を展開。

東北農政局長賞（3事業者）

事業者名	所在地	取組概要
有限会社 柏崎青果	青森県 おいらせ町	・平成9年から長いもなど農産物の輸出を始め、現在、長いも、黒にんにくを米国、香港、オランダ等に輸出。 ・平成19年に黒にんにくを商品開発して以降は青森県内でもいち早く積極的に海外展示会(ジャパン・パビリオン)に出展。 ・平成28年から「世界黒にんにくサミット」を開催。
一般財団法人 新郷村 ふるさと活性化公社	青森県 新郷村	・平成20年に飲むヨーグルトを香港に輸出したのが最初。 ・平成26年に「飲むヨーグルト ザ・プレミアム」がFoodex Japan 2014のご当地ヨーグルトグランプリ金賞受賞。原材料の生乳は100%地元産にこだわり、地元の酪農業の6次産業化に大きく貢献。米国には平成28年から輸出開始。
全国農業協同組合連合会 福島県本部及び福島県内 4農協	福島県	・平成24年からもも、牛肉等をタイ、米国等に輸出。 ・各国の輸入規制措置に対応するため、福島県、全農県本部及び4農協が官民連携で新たな販路を開拓。 ・農産物の鮮度を保つ空気調整(CA)コンテナを平成28年に初めて本格採用し、タイ、マレーシアの百貨店等数十店舗で販売、消費宣伝を実施。

食料産業局長賞

青森県農村工業農業協同組合連合会（JAアオレン） （青森県弘前市）

【主な品目】

りんごジュース

【主な輸出先国・地域】

香港、台湾、シンガポール、ベトナム等

【輸出取組の概要】

- 青森県及び関係団体と連携し、輸出促進事業において試飲によるプロモーションを実施。
- アオレン独自の「密閉搾り」製法による製品の品質が評価され、商談により販路が拡大。
- 主原料のりんごは、青森県産のりんごにこだわり、生食用として市場に出回らない傷果等の加工仕向け品を活用することで、生産者の所得向上にも寄与。
- 香港商社と連携したPB商品の開発とプロモーション活動にて販売展開。

【輸出実績】（平成21年から輸出開始）

	輸出額(万円)	輸出量(t)	出荷時期
平成28年度	8,254	353	通年
平成27年度	5,460	246	
平成26年度	4,877	222	

輸出に取り組んだきっかけ

- ・ 青森県主催のバイヤー商談会をきっかけに、平成21年から香港、中国向けにりんごジュースの輸出を開始しました。これを契機に、海外に販路を拡大するため、新たな取引先の開拓を本格的にスタートし、現在では台湾、シンガポール等15カ国に輸出先が広がりました。

取り組む際に生じた課題

- ・ 参加した商談会では海外の輸入業者や販売店のバイヤーに商品を提案しても、取引にまで繋がらず、商品の良さが伝わりにくいことを実感しました。
- ・ 現地で既に取扱いのあるスーパーマーケット等においては、商品の品質を消費者に伝えきれていないため売れ行きが鈍く、販売額が伸びませんでした。



ベトナム量販店での試飲会実施による販促



シンガポール展示会出展による商品PR



香港商社との商談

生じた課題への対応

- 青森県の海外バイヤー招聘事業では、商談会だけではなく工場に来て頂くことで、安全・安心への取り組みや商品の品質を資料や動画で紹介し、他社との違いや優位性をPRしました。
- 工場見学で品質の良さをバイヤーに納得してもらった上で、現地の店頭での試飲プロモーションを実施しました。その際に販売員には試飲だけではなく、アオレンが独自に開発した「密閉搾り製法」(※)や商品について丁寧に説明することで、商品の魅力が消費者にも伝わるよう工夫することにより、新たな販売先の獲得に繋がりました。

(※) 搾汁装置内を無酸素状態に密閉することにより、酸化防止剤無添加でも褐変せず、りんご本来の「色・味・香り」を最大限に引き出す製法

対応の結果

- 販売員に商品の特徴を理解していただいた上でプロモーションを実施することで、商品の魅力を伝えることができたことから、消費者の理解が深まり、他国産との差別化が図られました。
- 高品質のストレートジュースの販売実績を積み上げていくことで取扱業者からの信頼が高まり、現地の嗜好に合わせた味への調整や好まれるパッケージデザインでのPB製品の開発に繋がりました。
- 香港では、りんごジュースの販売をきっかけに、青森県産りんごの取扱い販売店も出てきました。
- また、主原料のりんごは、青森県産のりんごにこだわり、生食用として市場に出回らない傷果等の加工仕向け品を活用しているため、生産者の所得向上に寄与しています。

今後の課題・展望

- 今後も、行政や輸入業者等と連携しながら、継続的なプロモーションを実施することで、一層の消費拡大を図っていきます。
- 2017年に新たに導入した農産物加工ラインにより、りんごに加え青森県内の農産物を使用した高品質な商品を開発し、海外へPRすることで販路を拡大していきます。
- FSSC22000認証を取得した工場として、安全・安心な商品を消費者へ提供していきます。



台湾物産展への参加



香港スーパーにて試飲販売実施



香港路線バス20台を活用した商品PR

【ウェブサイト】 <http://www.aoren.or.jp/>

【連絡先】 担当者名:新谷 TEL:0172-33-7520

株式会社南部美人(岩手県二戸市)

【主な品目】

日本酒、糖類無添加リキュール

【主な輸出先国・地域】

米国、中国、香港、イギリス、韓国等

【輸出取組の概要】

- 平成9年に海外輸出を志す約20社の蔵元を集め「日本酒輸出協会」を設立し、米国、中国、香港等に日本酒の輸出を開始。
- アメリカ人が発音しやすいように「南部美人」を「Southern Beauty」として販売。
- 平成25年4月にユダヤ教の戒律に基づく食規定「コーシャ(Kosher)」認証を取得。

【輸出実績】(平成9年から輸出開始)

	輸出額(万円)	輸出量(ℓ)	出荷時期
平成28年度	約11,000	約70,000	通年
平成27年度	約10,000	約60,000	
平成26年度	約10,000	約80,000	

輸出に取り組んだきっかけ

- ・ 国内での日本酒離れが進む中、海外における日本酒の可能性を模索し、世界各国の取引先開拓に努めてきました。
- ・ 「海外に日本酒を持って行こう！」を旗印に、海外輸出を志す全国の蔵元約20社を集め「日本酒輸出協会」を立ち上げ、積極的に活動を行ってきました。
- ・ 協会立ち上げ直後、ニューヨークにある全米最大の日米交流団体から要請を受け、日本酒セミナーと試飲会を行ったところ、現地で好評を博し海外展開に手応えを感じました。

取り組む際に生じた課題

- ・ 当初は、アメリカに住む日本人をターゲットに売り込みを始めましたが、現地の居酒屋では無名の地酒は置いてもらえませんでした。
- ・ 日本酒セミナー・試飲会は大盛況でしたが、実際の販売数・輸出量は伸びませんでした。



IWC2017で世界1位
「チャンピオンサケ」を授賞



NYで行われたEXPOの様子



南部美人が取得したコーシャ認証



コーシャ認証商品

生じた課題への対応

- ・ 現地在留邦人からのアドバイスを受け、アメリカ人にターゲットを転換し、アメリカ人が発音しやすいように「南部美人」を「Southern Beauty（サザンビューティー）」とネーミングし、ラベルも英語表記に変更して販売しました。
- ・ レストランのソムリエから、「酒造りは地域性が大切。」との意見に感銘を受け、地元二戸市の酒米「ぎんおとめ」を使用した「南部美人特別純米酒」を開発しました。
- ・ 健康的で安全な食品として、アメリカで注目されている「コーシャ（Kosher）」認証を取得し、更なる輸出拡大を図っています。（酒蔵のコーシャ認証は岩手県内では初。）
- ・ 海外の健康志向のニーズを踏まえ、日本酒ベースの糖類無添加リキュール（梅酒）を開発（特許取得）し、輸出を展開しています。
- ・ 自社の活動以外に、中国を始めとしたアジア向けの輸出に取り組む事業者に向けて、メディアを通じ商標出願の重要性も発信しました。

対応の結果

- ・ 平成19年に日本航空のファーストクラス全線で「南部美人純米大吟醸」が採用されました。
- ・ 平成22年に開催されたFIFAワールドカップ南アフリカ大会では、オフィシャルライセンス商品・日本の酒シリーズに選ばれ、海外の日本酒を知らないサッカー世代へPRすることができました。
- ・ 地元二戸市産の酒造好適米「ぎんおとめ」を使用した特別純米酒が、「IWC（インターナショナルワインチャレンジ）2017チャンピオンサケ」を受賞しました。

今後の課題・展望

- ・ 海外向けの商品企画（瓶の色、ラベル、酒質）を行い、これまでに進出できなかった洋食、中華などの市場へPR販路を広げていきます。
- ・ 世界主要都市にスポットを当て、現地ホテル、レストランへの販路を拡大し、日本酒を世界中に広めることを目指していきます。
- ・ 日本各地の蔵元と合同で、未進出の国々へPRイベント等を実施し新たな市場を開拓していきます。
- ・ 健康志向の方々に向けて、砂糖や甘味料を一切使用していない糖類無添加リキュールの提案、海外向けのラベルなどを再考し、和のリキュールの販路の拡大を目指します。



海外展示会の様子



レストランとの商談の様子



世界各地で展開している
レストランのプライベート商品

【活用した支援・施策】 平成21年度食農連携促進施設整備事業
平成26～28年度輸出総合サポートプロジェクト事業
（ジェトロ海外見本市出展、商談会参加、他）

【ウェブサイト】 <http://www.nanbubijin.co.jp>

【連絡先】 担当者名：平野 TEL：0195-23-3133

有限会社柏崎青果（青森県おいらせ町）

【主な品目】

黒にんにく、長いも

【主な輸出先国・地域】

米国、香港、フランス、スペイン、スイス、
ベトナム、マレーシア、シンガポール、インド

【輸出取組の概要】

- 平成9年から長いもなど農産物の輸出を始め、平成19年に黒にんにくを商品開発して以降は、青森県内でもいち早く積極的に海外展示会（ジャパン・パビリオン）への出展を重ね、現在は黒にんにくが輸出の主力商品。
- 平成28年から「世界黒にんにくサミット」を開催し、海外市場に強力に「青森の黒にんにく」をPR。

【輸出実績】（平成9年から輸出開始）

	輸出額(万円)	輸出量(t)	出荷時期
平成28年度	12,813	73	通年
平成27年度	4,339	82	
平成26年度	8,218	135	

輸出に取り組んだきっかけ

- ・ 取引先から、台湾への長いも輸出を持ちかけられて取り組んだのが最初です。
- ・ 他社商品と差別化を図るため、新しい商品の開発や販路開拓の必要性を感じ、地元大学や研究機関との共同開発により、「黒にんにく」という新商品の加工技術を確立しました。
- ・ 海外へも販路拡大を求め、JETRO青森が主催したフィンランドの展示会に参加したところ、「黒にんにく」は海外でも健康食品としてのニーズがあり、手応えを感じました。

取り組む際に生じた課題

- ・ 「黒にんにく」については、未知の商品であることから、白いにんにくが①なぜ黒くなったのか、②栄養面はどうか、③味はどうか、など地道に説明・試食を重ね、青森県産にんにくの6片種の良さ、強み等の生産過程をストーリー化して説明しました。
- ・ 輸出倍増計画を進める上で、海外への出展者が増える中、出店枠が足りないと感じました。また、1回のみならず、2～3回同一国に出展し、その国・地域に周知を計ることも大切だと思います。



おいらせ黒にんにく



現地スーパーでの試食販売の様子



世界に広がる黒にんにく

生じた課題への対応

- 平成20年に黒にんにくの製造を始めた県内の9社で、青森産黒にんにくブランドの認知度向上に向けた「青森県黒にんにく協会」を設立しました。
- 平成27年に「青森の黒にんにく」の地域団体商標を取得しました。
- 米国向けには「JAPANESE AOMORI BLACK garlic」として英語表記の小分けパッケージで輸出しました。
- 米國小売店の専用コンテナを直接自社工場に持ち込み、直接船に運び込むダイレクト流通を確立したことで流通コストを軽減し、小売価格の引下げで人気商品となり継続した取引に繋がりました。
- また、米国への輸出にあたっては、米国食品安全強化法対応のための予防管理適格者(PCQI)を取得しました。

対応の結果

- 試食品の提供や商品説明などを通じて、黒にんにくに対する理解と顧客の広がりに繋がっています。
- 平成29年9月に、第2回世界黒にんにくサミットを八戸市で開催しました。黒にんにくのブランド認知度の向上に賛同し、国内外から約400名の参加者が集まりました。
- 各社が柏崎青果をモデルとして全国の物産展で黒にんにくをPRしながら海外輸出にも積極的に取り組むようになり、自社だけで90名以上の雇用を創出するなど、県内産業の活性化に貢献しています。
- 県内の輸出事業者で構成する青森県輸出促進協議会(事務局: 中小企業団体中央会)の発足メンバーであり、協議会としての米国での物産展の開催を通して県内他事業者に輸出の足掛かりを提供するとともに、自社の海外販路開拓の経験を広く共有するなど県内の輸出拡大に大きく寄与しています。

今後の課題・展望

- 海外展示会出展者が増える中で、出展枠も同様に拡大を図っていただきたい。
- 世界黒にんにくサミットを継続して開催し、国内のみならず「黒にんにく」の世界ネットワークの構築も図り、業界をあげて力を入れていきます。



にんにくの収穫作業



青森県産ニンニクの出荷量と産出額の推移



黒にんにくサミットの様子

【活用した支援・施策】 青森県輸出促進協議会、海外見本市出展、他

【ウェブサイト】 <http://www.aomori96229.jp/>

【連絡先】 担当者名: 代表取締役 柏崎進一 TEL: 0178-56-5030

一般財団法人新郷村ふるさと活性化公社 (青森県新郷村)

【主な品目】

ヨーグルト、生キャラ煎餅

【主な輸出先国・地域】

香港、米国

【輸出取組の概要】

- 県内有志企業で青森県輸出促進協議会を発足（青森県中小企業団体中央会、ジェトロ青森も支援）し、米国で青森フェアを開催し販路を開拓。
- 青森フェアから派生したネットワークを活かしニューヨークやシアトルでの販路を拡大。

【輸出実績】（平成20年度から輸出開始）

	輸出額(万円)	輸出量(kg)	出荷時期
平成28年度	396	6000	通年
平成27年度	210	4000	
平成26年度	160	3000	

輸出に取り組んだきっかけ

- ・ 震災後の落ち込んだ販売量を回復させるため、ジェトロの支援を活用して海外向け販路拡大にチャレンジしたのが始まりです。
- ・ ジェトロの商談会で、「乳製品の米国輸出はおそらく前例がない。だからこそ、ぜひ挑戦したい。」と、食品専門商社からの熱意とジェトロアドバイザーの心強い後押しがありました。

取り組む際に生じた課題

- ・ 賞味期限が17日間と短いヨーグルトは、輸出には向かないと考えていました。
- ・ 最初は香港向け、その後、米国（ロサンゼルス）に輸出しましたが、空輸での輸出であったため、現地の店頭販売価格が日本の3倍以上と高値になり、輸送コストの削減が課題となりました。
- ・ 米国への乳製品の輸出は、動物検疫等のハードルが高く難しいと言われていました。



NYイーストビレッジでの販売促進



青森県輸出促進協議会による
アメリカでの青森フェアの様子



NYで販売された新郷村「飲むヨーグルト」

生じた課題への対応

- ・ 県内の輸出事業者で構成する「青森県輸出促進協議会(事務局:中小企業団体中央会)」の発足メンバーとして、ジェトロの支援を受け物産展や商談会へ積極的に参加しました。
- ・ 空輸から冷凍状態での船便輸送に切り替えることにより、賞味期限が最低6ヶ月は保存可能となりました。アイスクリームも製造・販売しており、冷凍設備も技術も整っていました。
- ・ 高値であっても市場によっては健康志向の高まりで商品力が評価されました。
- ・ 動物検疫証明書の作成や、アメリカ輸入業者によるVS permit(獣疫輸入許可)取得で商流が整いました。
- ・ 「飲むヨーグルト」には、村内の酪農家が生産した生乳しか使用していないため、動物検疫に不可欠な生産者証明書を提出しやすい好条件でした。
- ・ 米国への輸出にあたり、米国食品安全強化法対応のための予防管理適格者(PCQI)を取得しました。

対応の結果

- ・ 青森県内企業とともに、地道な規制対応やマーケティングを行うことでニューヨークやシアトルへの販路を開拓しました。
- ・ 「青森県酪農発祥の地」とされる新郷村で、地元の酪農家が生産した生乳にこだわって製造する商品は、全国の食品展示会などで高い評価(FOODEX JAPAN 2014『ご当地ヨーグルトグランプリ』金賞受賞。)を獲得しており、中でも「飲むヨーグルト ザ・プレミアム」は米国や香港などの海外でも人気を博しています。
- ・ 冷凍状態での船便輸送に切り替えることで賞味期限を大幅に延長し、販売価格を下げることができました。更に、原料は生乳、乳酸菌、オリゴ糖のみで、健康志向が高まる米国市場のニーズにマッチし、商品力が高く評価され継続輸出につながっています。

今後の課題・展望

- ・ 米国食品安全強化法への対応でPCQI(予防管理適格者)の有資格者による食品安全計画を策定、米国の規制対応も引き続きフォローしていきます。
- ・ マーケットや規制情報等を把握しつつプロモーション活動も続けながら、継続輸出はもとより新規販路を開拓していきます。
- ・ 飲むヨーグルトだけでは供給量も限られているので、地場産の食材を使った新商品を開発します。



シアトルでの青森フェア



LAのスーパーマーケットで販売



NYミッドタウンでの試飲販売会

【活用した支援・施策】 県やジェトロなどの商談会、ジェトロ新輸出大国コンソーシアムなど

【ウェブサイト】 <http://www.marumarushingo.com/>

【連絡先】 担当者名:事務局長 角岸 TEL:0178-78-2511

東北農政局長賞

全国農業協同組合連合会 及び 福島県内4農協 (福島県)

【主な品目】

米、もも、なし、かき、
牛肉等

【主な輸出先国・地域】

タイ、マレーシア、イギリス、ベトナム、インド
ネシア、シンガポール、UAE、アメリカ

【輸出取組の概要】

- 福島県の復興に向けて、安全性とおいしさを広くアピールし、全農福島と4農協が連携した取組による販路開拓、販路拡大。
- 農産物の鮮度を保つ空気調整(CA)コンテナを平成28年度からタイ向けのももで本格採用。
- タイ、マレーシアなどの百貨店等店舗で販売、消費宣伝を実施。

【輸出実績】（平成24年から輸出開始）

	輸出額(万円)	輸出量(t)	出荷時期
平成28年度	3,295	62.3(青果物40.0、米21.4、牛肉0.8)	通年
平成27年度	2,115	39.5(青果物25.3、米13.2、牛肉0.9)	
平成26年度	1,126	10.9(青果物25.3、米0.9、牛肉0.9)	

輸出に取り組んだきっかけ

- ・ 東日本大震災に伴う原発事故の影響により、福島県産の食品に関しては、今なお多くの国・地域からの輸入規制があり、これまで青果物輸出先の中心だった中国、台湾、香港では、生鮮食品が輸入停止となりました。
- ・ こうした中、福島県などの行政機関が輸出技術の検討やバイヤーの紹介等の支援を行い、全国農業協同組合連合会福島県本部が販売窓口、福島県内の4農業協同組合が生産と出荷を担当する役割分担を行い、官民連携してASEAN地域への新たな販路を開拓することとしました。

取り組む際に生じた課題

- ・ 輸出に関する情報や必要な検疫行程などの知識が不足していました。
- ・ 鮮度を確保するには空輸となり、商品価格は高額になり販売数量が限られました。
- ・ 現地の正確な情勢把握と販売先との商談機会が不足していました。
- ・ 福島牛は、特定部位(ロース、ヒレ)のみ輸出となり、残りの部位の販売先確保が必要となりました。

生じた課題への対応

- ・ 輸出国に直接出向き、現地業者から情報を収集し、検疫などへの対応を行いました。
- ・ 青果市場を利用したことによる売買契約、代金決裁、物流のスムーズな対応が可能となりました。
- ・ 独自に行った空気調整(CA)コンテナを利用した輸送試験の結果、船便での輸送が可能であることがわかりました。
- ・ 現地法人など販売先との交渉による販路拡大を図るため、バイヤーを招聘して圃場視察や試食等を行い、バイヤーへ積極的に売り込みを行いました。
- ・ 福島県や輸出業者と輸出ターゲット国へ出向き、現地の米輸入業者や小売店バイヤー、レストラン関係者と商談を行い、現地における米のニーズ把握に努めました。
- ・ 福島牛における特定部位以外の販売は、首都圏を中心とした販売先開拓に注力しました。

対応の結果

- ・ 輸出の取組は、国内向け販売価格の下落を抑制し、販売の安定化に寄与しています。
- ・ 輸出品の知名度やブランドとしての価値向上、国内での評価向上に繋がりました。
- ・ 空気調整(CA)コンテナの採用により、空輸便から船便に変更したことで輸送コストが削減され、富裕層だけでなく一般消費者も購入できる価格設定ができ、取扱数量が拡大しました。
- ・ 現地の日系百貨店等による店頭販売米だけでなく、現地の米輸入業者と連携のうえ日本料理レストラン等へも積極的に営業を進めたことにより、輸出数量が拡大しました。
- ・ 福島牛1頭を海外と国内で部位別に販売できるようになり、輸出に対応できる体制が構築できました。

今後の課題・展望

- ・ 検疫への対応など国内出荷体制を確立する必要があります。
- ・ 輸出国へ産地の旬に合わせた出荷計画提案や産地の状況を正確に伝えることにより、輸出量の拡大に努めていきます(平成29年12月末の輸出量163トン)。
- ・ 品質低下割合の更なる低減を目指し、平成29年度からマレーシア向けにも空気調整(CA)コンテナを本格採用します。また、平成29年に輸入解禁となったベトナムへは、なしの輸出を拡大していきます。
- ・ 海外における他国産米との価格競争が依然として激しいため、多収性・低コスト栽培を柱とした輸出専用産地づくりの強化を進めます。
- ・ 福島牛輸出においては、今後想定される他国の輸入規制緩和・撤廃を見据え、EU等の国際基準に対応できる販売・流通体制の構築に努めます。また、福島県の販売促進施策により、平成30年3月にEUへ初輸出します。



シンガポールでの天のつぶ
販売の様子(H28.12)



ベトナムイオンモール様での梨
試食販売会の様子(H29.8)



タイ・バンコクの百貨店での
販売の様子(H28.8)

【活用した支援・施策】 平成28年度福島県輸出回復緊急対策事業

【連絡先】 担当者名:JA全農福島 園芸部園芸課 三浦恒、TEL:024-554-3293

農林水産省
MAFF