

AGRICULTURE
FORESTRY FISHERIES

aff あふ

特集

日本食 材の 輸出の 最前線

2

連載

旅する農業遺産
愛媛・南予の
柑橘農業システム

2024FEBRUARY
通巻636号

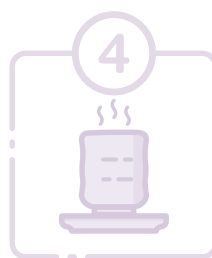
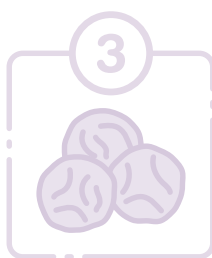
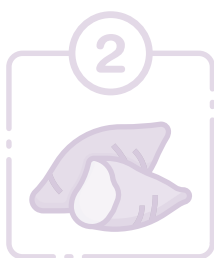




日本食材



輸出の最前線



日本食材 輸出レポート

海外からも高く評価されている日本の農林水産物や食品。

近年、海外への輸出額は着実に増え続けており、

2030年までに5兆円を達成することを目標にしています。

日本の輸出の現状や日本産食材の魅力について、海外駐在員に話を聞きました。

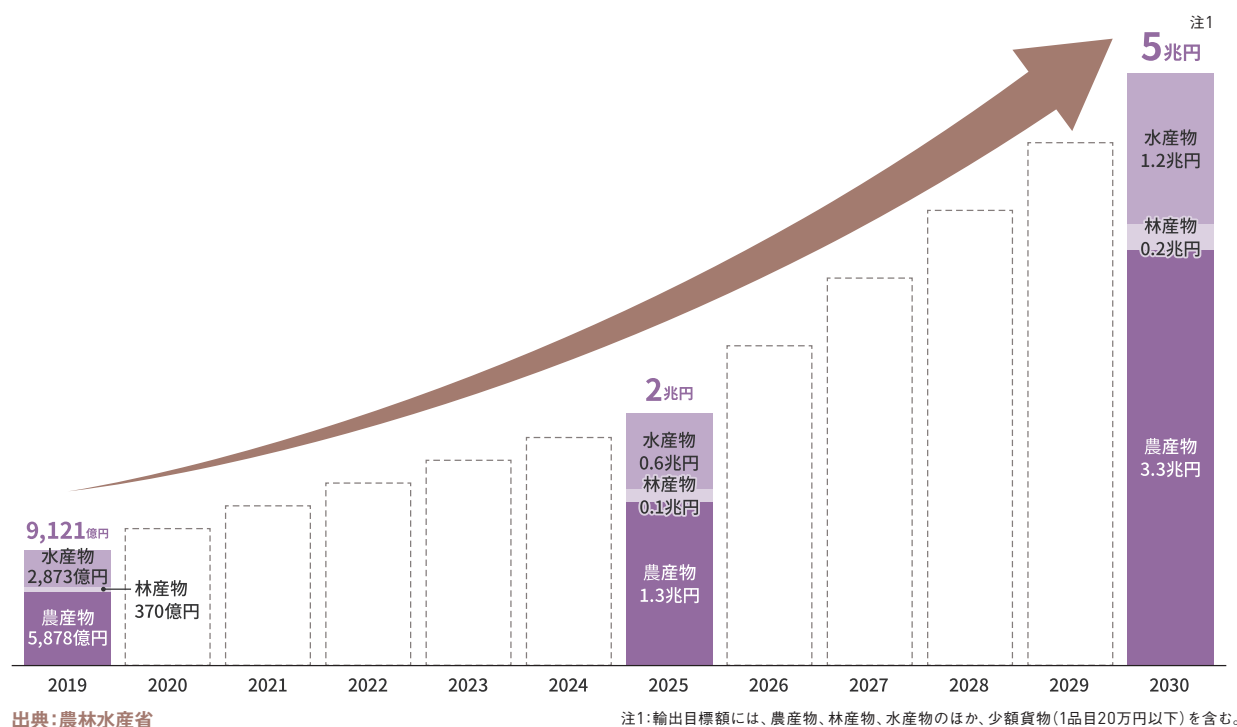


見どころ！

- > 農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略とは
- > 広大なアメリカは食の嗜好も様々！ 日本食の浸透で輸出拡大を目指す
- > 台湾では日本のフルーツが大人気！ 輸出拡大のカギは地方都市



農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略とは



世界の農林水産物や食品の市場は拡大しています。そこで政府は、海外のニーズに対応して輸出額を増やしていけるように、2020年に「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」を策定しました(直近では2023年12月に改訂)。この戦略には、3つの基本的な考え方と具体的な施策があります。

1つめは、「日本の強みを最大限に発揮するための取組」。海外で評価される日本の強みがある輸出重点品目(現在29品目)を選定し、各品目ごとにターゲット国・地域と輸出目標を設定するなどです。

2つめは、「マーケットインの発想で輸出にチャレンジする事業者の支援」。リスクを取って輸出に取り組む事業者への投資の支援、マーケットインの発想に基づく輸出産地・事業者の育成・展開などです。

3つめは、「政府一体となった輸出の障害の克服」。輸出先国・地域における輸入規制の撤廃・緩和に向けて政府一体となった協議を実施するなどです。

また、戦略に基づき、輸出事業者を支援する「輸出支援プラットフォーム」も立ち上げました。輸出先国や地域の在外公館、JETRO 海外事務所、JFOODO 海外駐在員が主な構成員となり、現地から輸出事業者をサポートしています。現在、アメリカをはじめとする8か国・地域(14拠点)に設置されていますが、今後も市場として有望な国や地域に拡大することを検討しています。

＼ 海外駐在員に聞きました！ ／

日本の食材はどれくらい売られているの？

今回は、「輸出支援プラットフォーム」を担当する海外駐在員のお二人に、現地の輸出事情を教えてもらいました。

＼ 海外駐在員に聞きました！① ／

広大なアメリカは食の嗜好も様々！ 日本食の浸透で輸出拡大をめざす



日本貿易振興機構(JETRO)
ロサンゼルス事務所
木村恒太さん

アメリカの在ロサンゼルス総領事館で食産業担当官を3年間勤め、2022年8月に日本貿易振興機構ロサンゼルス事務所に着任。アメリカへの輸出拡大に取り組んでいる。

右肩上がりに増える日本食レストラン

私が所属する日本貿易振興機構ロサンゼルス事務所の管轄地域は、南カリフォルニア、アリゾナ、コロラド、ハワイ、ニューメキシコ、南ネバダ、ユタの7州。現在、私はロサンゼルスを拠点として、現地市場の動向、輸出に関わる規制などの最新情報を発信し、日本の輸出事業者を支援する活動を行っています。そのほか、輸出事業者に向けてのセミナー開催や、食品見本市における日本ブース出展といった活動も、力を入れている取り組みです。アメリカで開催される食品見本市は、たとえばシーフードや健康食品のようにジャンル別に分かれており、プラットフォーム事業としては2023年度、60ブースの出展を企画しています。その先に見据えているのは、日本食のニーズの高まりです。ロサンゼルスだけでも、日本食レストランの数は右肩上がりに増えており、外食を通じて日本食が浸透することで、家庭でも日本の食材が求められるようになるのではないかと考えています。



ロサンゼルスで開催されたある見本市では、木村さんが自ら抹茶を点て、来場者に茶道の魅力を伝えた。抹茶は近年、需要が増している食材のひとつ。



日系のスーパーマーケットで、最近人気が高まっているのはなんとラムネ！



根強い人気のすしに加えて、おにぎりも人気上昇中。日本食の浸透と共に、日本産米の需要も増える可能性は高い。

アニメや漫画を通じて広まる日本食

アメリカは広いので、カリフォルニア州だけで日本全土の面積を超えるほど。さらには、地域性も人種も多様なため、食の嗜好もさまざまに傾向がつかみにくいのが難点です。そんな実情はありますが、最近は意外な食べ物注目されています。ロサンゼルスでは、日本食といえば“すし”と“ラーメン”が人気ですが、最近はそこに“おにぎり”が加わるようになりました。また、清涼飲料水の“ラムネ”も人気があります。いずれも、日本のアニメや漫画といったコンテンツ文化の影響のようです。ちなみに、日本産の米は“Sushi Rice（スシライス）”として売られており、商品名やパッケージで用途をはっきり伝える工夫も欠かせません。米はアメリカでもつくっていますが、日本食人気による需要拡大や、気候変動により生産量の乱高下が起きています。中長期的な視点では、さらに日本からの輸出量が増えるのではないかと見込んでいます。

海外駐在員に聞きました!②

台湾では日本のフルーツが大人気! 輸出拡大のカギは地方都市



公益財団法人 日本台湾交流協会台北事務所 野田広宣さん

農林水産省輸出・国際局国際地域課にて国際業務を担当するかわら、省内のSNS発信プロジェクトで“国家公務員YouTuber”として活躍。2023年5月、(公財)日本台湾交流協会に着任。

現地の人々と共同でイベントを開催

台湾における私の主な仕事はまず、オールジャパンでの日本産食材のPRです。特に、これまで台湾の消費者向けのイベントを行ってきました。台湾で人気がある日本産食材はなんといっても、フルーツです。昨年の夏は台湾農業部、中華文化総会との共催で、青果物PRイベント「日台フルーツ夏祭り」を開催しました。台湾総統府前の大通りに日本と台湾双方のフルーツをPRするブースが軒を連ね、とても盛り上がりました。ステージでは日本の青果物の生産に携わる方のトークイベントも行い、日本産青果物のおいしさや食べ方、産地の魅力をPRしました。どのフルーツも大人気でしたが、なかでも、日本の桃への反響が大きかったです。会場では、2022年2月に日本から台湾への輸出が解禁されてから初めて輸出された福島県産の桃の試食提供も行われ、多くの来場者が並んでいたのが印象的でした。

一方で、現在は日本産食材のPRイベントも台北に集中しているので、今後は台中や台南といった他の地方都市でも日本産食材の魅力を伝える機会を増やしていくことで、輸出拡大につなげたいと考えています。



台湾総統府前で開催された「日台フルーツ夏祭り」。会場には台湾の蔡英文総統(当時)も来訪した。



「台湾美食展2023」には9万人以上が来場。日本産食材の魅力をPRするステージで、野田さん(写真右)は中国語でも自己紹介。

日本産食材のイメージは“高品質”



台湾で人気の高い冬の果物といえば、日本のりんご。りんごはシーズンになると台湾ローカルのスーパーにも多く並ぶ。

台湾では外食店が数多くあり、人々にとって身近な存在となっている。トレンドに敏感な台北では、北海道名物のスープカレーを提供する店も登場。



台湾における日本産食材の市場動向や輸入規制についての情報発信も大切なミッションの1つです。台湾の生の情報を学ぶため、実際に現地で日本産食材に携わる方々の声を直接聞くことを何より大切にしています。台湾の人々が日本産食材に抱いているイメージを聞いてみると、やはり高品質という印象が強いです。自分へのご褒美として購入したりする人も多くいますが、台湾では旧正月などでの贈答文化が浸透しており、イベントでも人気の高かった日本のフルーツは、贈答用の品物として人気があります。

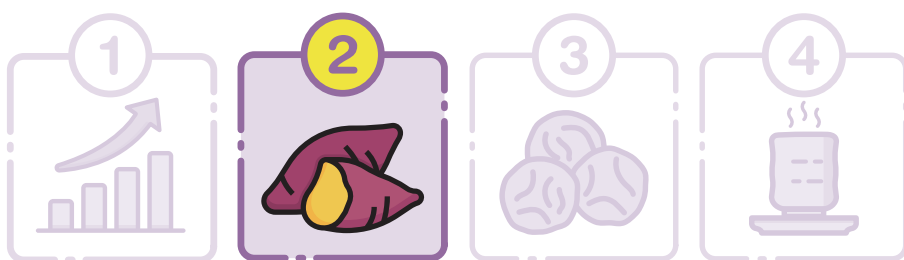
台湾に来て意外だったのは、日本の皆さんが思っている以上に、台湾では外食文化が浸透しており、家で手間のかかる料理をする人はあまり多くないということです。レストランに行ったり、惣菜やお弁当を買って食べたりする機会の方が多いという人も、よく見られるようです。今後は消費者のみならず、外食等へのPRにも力を入れていきたいと思います。現地の食文化もしっかり理解した上で、輸出促進に取り組んでいきたいですね。



日本食材



輸出の最前線



輸出促進を図る 認定品目団体の取組

オールジャパンでの輸出促進を図る法人である
認定農林水産物・食品輸出促進団体（認定品目団体）の
取組を紹介します。



見どころ！

- > 「認定農林水産物・食品輸出促進団体（認定品目団体）」とは
- > 認定品目団体の活動紹介
- > 海外で人気のさつまいもを安定的に届けるために



「認定農林水産物・食品輸出促進団体(認定品目団体)」とは

輸出重点品目ごとに、生産から販売に至る関係者が連携し、輸出の促進を図る法人を、国が輸出促進法に基づき「認定農林水産物・食品輸出促進団体」(認定品目団体)として認定する制度を2022年10月に開始しました。制度を開始して以降、27品目15団体を認定しています(2023年12月末時点)。認定品目団体は、個々の産地・事業者では取り組む負担が大きい、市場調査、ジャパンプランドによる共同プロモーション等を行い、業界全体の輸出拡大に取り組んでいます。

認定団体名	対象とする輸出重点品目
(一社)全日本菓子輸出促進協議会	菓子
(一社)日本木材輸出振興協会	製材、合板
(一社)日本真珠振興会	真珠
日本酒造組合中央会	清酒(日本酒)、本格焼酎・泡盛
(一社)全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会	コメ・バックご飯・米粉及び米粉製品
(一社)全国花き輸出拡大協議会	切り花
(一社)日本青果物輸出促進協議会	青果物7品目 ^(注1)
(公社)日本茶業中央会	茶
(一社)全日本錦鯉振興会	錦鯉
全国醤油工業協同組合連合会	味噌・醤油のうち醤油
全国味噌工業協同組合連合会	味噌・醤油のうち味噌
(一社)日本ほたて貝輸出振興協会	ホタテ貝
(一社)日本養殖魚類輸出推進協会	ぶり、たい
(一社)日本畜産物輸出促進協会	畜産物5品目 ^(注2)
全日本カレー工業協同組合	ソース混合調味料のうちカレールー及びカレー調製品

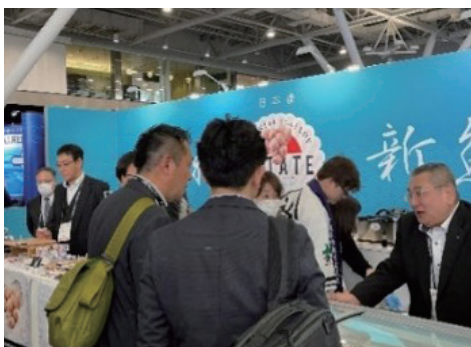
(注1) りんご、ぶどう、もも、かんきつ、かき・かき加工品、いちご、かんしょ・かんしょ加工品・その他の野菜
(注2) 牛肉、豚肉、鶏肉、鶏卵、牛乳乳製品

認定品目団体の活動紹介

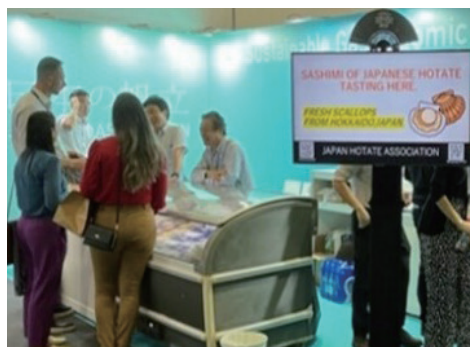
認定品目団体によるオールジャパンでの輸出促進に向けた取組の一部を紹介します。

(一社)日本ほたて貝輸出振興協会

会員事業者を取りまとめて、2023年3月に、Seafood Expo North America(米国・世界3大水産物見本市)に出展、2023年9月には、Seafood Expo Asia(シンガポール・東南アジア最大級の水産物見本市)等に出展し、海外における販路開拓活動を実施しました。



Seafood Expo North America (米国・ボストン)に出展したときの様子。



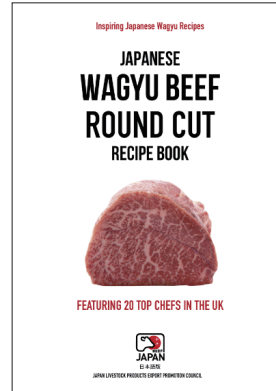
Seafood Expo Asia (シンガポール)に出展したときの様子。

(一社)日本畜産物輸出促進協会

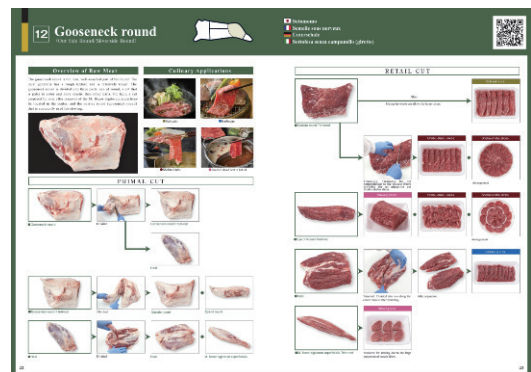
和牛の需要の裾野拡大や多様な部位の輸出に向けて、カットティング講座の開催、外国人シェフを用いたレシピ集の作成、多言語のカットティングガイドの提供を行うなどの活動を実施しました。



ドバイで好評を博したWAGYU KIMONO BUTCHER-渡邊講師によるカットティング講座（2023年2月）。



外国人シェフによるレシピ集、多言語のカットティングガイド。



全日本カレー工業協同組合

日本式カレーの普及に向けて、日本産食材の流通が少ないフランスの地方都市において、学校給食への導入促進のためのレシピ等の提供や、日本式カレーに関する講演や調理実習を実施しました。



フランスの学校での調理デモ。



給食で提供されたカレー。



講演の様子。



海外で人気のさつまいもを安定的に届けるために

(一社)日本青果物輸出促進協議会

(一社)日本青果物輸出促進協議会は、りんごやぶどうなど国産の青果物やその加工品を対象に輸出促進に取り組んでいる認定品目団体です。今回は、輸出重点品目の1つであり、2022年には28億円と過去最高の輸出額を記録したかんしょ(以下、さつまいも)について、同協議会の会員である東京青果(株)と、同協議会と連携してさつまいもの輸出に取り組んだ(株)野村総合研究所のお二人に話をうかがいました。

さつまいもは、香港やタイ、シンガポールなどで消費量が増えており、東南アジアでは焼き芋がブームになり、日本産はしっかりとっていて甘くておいしい、と好評。さらにチップスの原料などの用途も含め需要が高まっています。

お話を聞いた方々

東京青果(株)
野菜第4事業部
狩野純一さん



土物グループマネージャー、東京青果入社19年目。さつまいもを中心とした営業活動を展開。さつまいも輸出を2015年から取り組み、日本産さつまいもの魅力を届けることを生きがいとする。

(株)野村総合研究所
コンサルティング
事業本部
安藤太裕さん



モビリティ・ロジスティクスを専門分野に、青果物輸出関連など戦略から実行支援まで一貫したコンサルティングを行っている。

ニーズに応えるための産地リレー

——さつまいもを輸出していくうえで、どのような課題があったのでしょうか。

狩野純一さん(以下、狩野) 海外でのニーズは高まっているのですが、生産者が輸出に興味を持っても、必要なノウハウが不足しています。すでに輸出している生産者団体もバラバラに動いているため、それぞれが物流やPRなどの面で同じ課題に直面しているといった状況がありました。また、焼き芋が人気の東南アジアは四季がないため、年中需要があるのですが、通年で安定的に供給するのが難しいという課題もありました。さつまいもは貯蔵が可能なのですが、産地ごとに収穫や貯蔵のタイミングが異なるため、広域で調整しない限り、対応できないのです。

安藤太裕さん(以下、安藤) それらの課題に対し、全国の産地を熟知する東京青果(株)とタッグを組み、産地に取組の重要性を訴えながら、オールジャパンで輸出を行うリレー出荷の体制を構築しました。

狩野 全国の情報を整理しながら、供給していただく時期や数量を各産地に示し、調整を図ります。大規模生産が可能な北海道の農業協同組合や農業法人にプロジェクトに参加していただき、生産体制の確立にも取り組んでいます。

安藤 寒い北海道でのさつまいも生産は大きな反響がありました。



北海道産のシルクスイート。海外で人気の「ねっとり系」の品種。



北海道ではしっかりと食感の紅あずまも生産されている。

マンガの箱で 日本産をアピール！

——生産者以外の事業者もプロジェクトに参加されたのでしょうか。

安藤 輸出促進のためには戦略的なプロモーションのほか、確固たるサプライチェーンの構築も欠かせません。そこで、生産や選果・梱包・加工、流通、販売など食料システムに関わる様々なプレーヤーの協力体制を組み、大規模輸出のモデルケースを作ろうと考えました。

北海道では10以上の農業協同組合で生産面積を拡大するとともに、大規模農機具、大規模集中選果場、高効率なパレット輸送など、生産から輸送まで一連のプロセスで大規模化に取り組み、輸出産地としての基盤形成に成功したと考えています。

狩野 出荷箱については「日本産」を強調するため、海外で人気の漫画を採り入れたデザインにしています。ほかに歌舞伎風やレトロ調など10種ほどサンプルを作り、中にはスタイリッシュなデザインもあったのですが、タイのバイヤーが、「いや、こっちのほうがいい」と(笑)。結果としては大成功で、世界的なデザインの賞である「Pentawards 2023」^(注1)の金賞など国内外の賞をいくつか受賞できました。

(注1) 2007年にベルギーで設立された、世界初のパッケージデザインにおける優秀な才能を認定することに特化した、世界で最初のコンペティション。



ユニークなマンガが描かれた輸出用出荷箱。



40フィートのコンテナに12配のパレットを隙間なく詰められるサイズにすることで輸送コストを低減させた。



北海道では12の産地から苫小牧の大規模な選果施設に集積した。

品質の底上げにもつなげたい

——取組の成果をどのように評価されていますか。

狩野 品質の底上げにつながることを期待しています。輸出を拡大するには量の確保だけでなく、貯蔵や長距離輸送に耐えうる質の確保も重要です。リレー出荷の実証では、各産地の皆さんに、「海外に日本産を欲しいという方々がいるのだから、これに応えるためオールジャパンで取り組みましょう」と呼びかけ、見た目も味も評価されるように1本1本作り込み、品質のよい物を選果してください、とお願いしました。

安藤 生産者から輸出商社まで多くの関係者が協調したことで、海外マーケットニーズに即した輸出サプライチェーンを構築できました。北海道が新たな輸出産地となり、各産地の品質が底上げされ、海外の評価がさらに高まり、より売れるようになる。こうした良いサイクルの入口を作れたのではないかと考えています。

狩野 種苗や段ボール、機械のメーカーなど異業種の皆さんと密に情報を共有しましたが、大変有意義な機会になりました。

安藤 農林水産物・食品の輸出額を2030年までに5兆円にするという政府目標を達成するには日本産ブランドを確立し、これを維持・向上させていかなければなりません。今回の取組が参考になり、日本産青果物のさらなる品質向上、国際競争力につながれば、と期待しています。



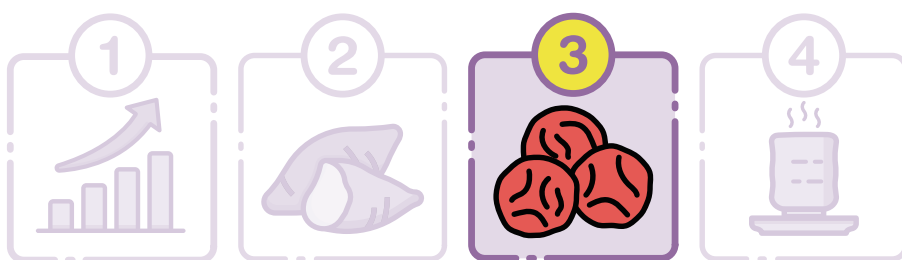
特集



日本食材



輸出の最前線



【日本の伝統食を 世界へ】

その国固有の伝統食を海外で認知してもらうのは容易いことではありませんが、
日本の伝統食である梅干しや木桶仕込み醤油・味噌が
生産者の努力によって国際市場での評価を獲得し始めています。



見どころ！

- > 世界に認められた昔ながらの梅干し
- > 木桶仕込み醤油、木桶仕込み味噌を世界へ
- > 木桶職人と木桶を増やしたい！ 木桶職人復活プロジェクト

世界に認められた 昔ながらの梅干し

「独特の酸味がある梅干しは海外では売れない」という常識を覆したのは、和歌山県西牟婁(にしむろ)郡上富田(かみとんだ)町にある小さな梅干し店でした。1940年創業の(有)深見梅店が作る有機梅干しは、ヨーロッパやアジア、中東、アメリカなどで人気となり、今では出荷先の3割以上が海外です。その人気とおいしさの理由を4代目の深見優さんにお聞きしました。



梅干し

梅干し屋らしい梅干しをつくりたい



お話を聞いた方
(有) 深見梅店
代表取締役社長
深見優さん

——有機栽培を始めたきっかけを教えてください。

もともとはちみつ梅などの調味梅干しをつくっていたのですが、結婚して子どもが生まれたのを機に、「梅と塩だけで、梅干し屋らしい梅干しをつくりたい」と考えるようになったんです。そこから自社農園をすべて有機栽培に転換して、2013年に有機 JAS 認証を取得しました。

自社の農園では種から苗木を育て、接木をせず自然に任せて栽培しています。収穫時期になると畑にネットを張り、樹上で完熟して自然に落ちてきた梅を拾い集めるのが毎朝の日課。翌日には傷んでしまうほど完熟した梅で作る梅干しが、一番おいしいんですよ。すぐに水洗いして昔ながらの海水塩で3カ月間塩漬けにし、屋内専用施設でゆっくりと天日干しにすると、梅干しのできあがり。お客さまからも、しっかりとした酸味と甘みがあり、野生味にあふれていると評価をいただいています。

梅干しづくりの工程

工程1 収穫



畑に収穫ネットを張り、完熟して自然に落ちてきた梅が傷つかないように収穫する。木を棒で叩くことはせず、自然に任せるのがこだわり。

工程2 塩漬け



洗った後は乾かして専用タンクに入れ、海水から精製したミネラル豊富な塩だけで漬けていく。

工程3 天日干し



専用の屋内施設に運び、セイロ口に並べて干し上げる。干しすぎると乾燥し、干しが足りないと水分量が多くなるので、取り込むタイミングが肝心。

工程4 選別



梅干しは一つひとつ手作業で選別。傷や変色などそのまま販売できないものはねり梅などに加工し、種や皮は肥料として再利用している。

梅干しの3割以上が海外へ

——売り上げは最初から順調でしたか。

いえ、最初の4年ほどは大赤字で在庫だけが積み上がっていました。有機食品を集めた国内外の展示会に何度も出展しましたが、まったく見向きもされませんでしたね。細々とつくり続けていた調味梅干しの売り上げで、なんとかやりくりしていた状況です。そこに新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、調味梅干しの売り上げは30パーセント以上落ちたのですが、同じタイミングで有機の梅干しが売れ始めたんです。

——「ステイホーム」の影響で、食にこだわる人が増えたということでしょうか。

まさにそうですね。オーガニックスーパーや自然食品店のバイヤーさんから次々と注文が入り、生産が追いつかないようになってきました。海外との取引も増えていて、今は3割から4割は海外に卸しています。自社の梅干しは梅と塩だけで作るというシンプルな製法。有機栽培の梅干しという商品価値に加え、ベジタリアンやヴィーガン、宗教上の理由で食事制限がある方でも食べられることが、海外で受け入れられている理由だと思います。

ヨーロッパではヴィーガンレストランでソースに使ったり、アメリカではソルティドッグの塩の代わりに使ったりと、それぞれの食文化に合わせて使っているようで、生産者としてもうれしいですね。



有機梅と海水塩だけを使った「すっぱい梅」は塩分18から20パーセント。肉厚でしっかりとした酸味と甘みがあり、白いご飯との相性は抜群。



「有機シソフレーク」「有機梅フレーク」「オーガニック梅酢」は、和洋中様々な料理に使いやすく、海外でも人気。



自社農園には、南高梅や雑種などさまざまな種が。深見さんの曾祖父が植えた木には今でも実がなる。



2022年に建て替えた新工場で、梅干しや加工品の製造・梱包を行う。すぐ隣には農園と事務所があり、従業員は15名程度。

ふるさと・口熊野を オーガニック梅の里にしたい

——最初は赤字でも、「いつかは売れる」という自信があったのでしょうか。

自信というより、私には梅干ししかないので。何度ダメだと言われても、負けじとしくく売り続けました(笑)。小さな会社が資本力の強い会社と同じことをやっても勝ち目はないので、差別化をしないといけない。海外の消費者の嗜好に合わせた低塩梅干しなどを開発することで、オンラインになれるんじゃないか、という思いもありました。

——今後の目標を教えてください。

今後も海外の見本市などに参加し、梅干しの知名度を高めていきたいですね。ただ、うちの農園だけでは限界があり、生産も追いついていないのが現状です。そこで、私のふるさと、口熊野(和歌山県田辺市・上富田町の地域)を「オーガニックの梅の里」にすべく、挑戦を始めています。有機栽培に興味はあっても、「売れないリスクが怖くて挑戦できない」という人は多い。そこで、有機栽培への転換期間中も含め、すべての梅をうちの会社が適正価格で買い取る仕組みをつくりました。その甲斐あって、現在は、30、40代の若い世代を中心に15人ほどの仲間が有機栽培に取り組んでいます。少しずつ目標に近づいているので、今後が楽しみです。



木桶仕込み醤油、木桶仕込み味噌を世界へ

木桶仕込み醤油

蔵元ごとの味や香りが楽しめる、“嗜好品”としての魅力を発信



お話を聞いた方
ヤマロク醤油(株) 代表取締役
山本康夫さん

——木桶仕込み醤油について教えてください。

木桶を使い発酵熟成させた醤油のことをいいます。江戸時代まで、和食に欠かせない醤油や味噌、酢、みりん、酒などの基礎調味料は木桶でつくられていました。弊社はおよそ150年前から、小豆島にて木桶で醤油をつくり続けています。

醤油をはじめとした発酵調味料は、乳酸菌や酵母菌といった微生物の力によってつくられます。そうした微生物にとって居心地の良い環境となるのが木桶であり、深い味わいや香りのある醤油ができあがります。蔵によって壁や梁、木桶に住んでいる菌の生態系が異なるので、醸造所ごとに味の個性が楽しめるのも魅力ですね。しかし、国内外で木桶仕込み醤油の流通は少なく、輸出においては日本の醤油輸出額の1パーセント程度に留まっているのが現状です(注1)。そこで、少ない市場を奪い合うのではなく、木桶で醤油を作っている仲間たちと協力し合おうと「木桶仕込み醤油輸出促進コンソーシアム」を結成しました。

注1:2022年の醤油輸出額は約93億9600万円(財務省「貿易統計」より)、木桶仕込み醤油の輸出額(木桶仕込み醤油輸出促進コンソーシアムメンバーに限る実績)

——輸出に関する取組について教えてください。

「木桶仕込み醤油輸出促進コンソーシアム」では、企業の枠を越えて木桶仕込み醤油のブランディングとマーケティングに取り組んでいます。まずは日本国内の木桶仕込み醤油のシェアを拡大していく、そして世界の醤油市場の1パーセント(金額ベース)を取りにいくことが目標です。現在は29社が参加し、海外からのバイヤーが多く訪れる食品展示会「FOODEX(フーデックス)」に出展したり、多言語化に対応したWebサイトを作成するなどしています。

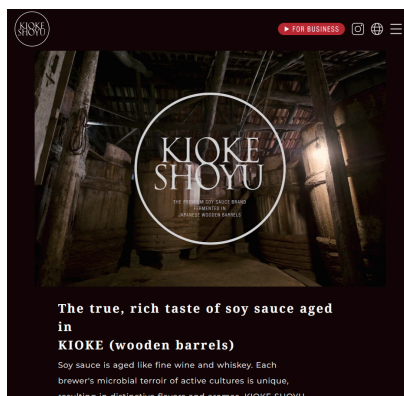
また、自社ではSNSを使い、もろみ蔵の様子や、仕込みの作業などを動画とともに英語で発信するほか、醤油蔵の見学を随時受け付けており、新型コロナウイルス感染症の影響を受ける前は、年間約7000人の外国人旅行客が訪れてくれました。じつはそのなかに、食品関連のバイヤーやシェフがいて商談につながることも。そうした地道な活動が実り、「木桶仕込み醤油はワインやウイスキーのように、蔵元ごとの味や香りが楽しめる高級品である」ということが認知され始めてきたことを実感しています。



木桶が並ぶ、もろみ蔵。100年以上前に建てられた蔵で、天然醸造醤油を仕込んでいる。



蔵の土壁や梁、木桶に住み着く微生物がその蔵元特有の生態系を作り出し、“ここにしかない”味を作り出す。



木桶仕込み醤油の魅力を伝える海外向けWebサイト。英語、中国語、フランス語、スペイン語に対応している。

<https://kioke.jp/>



木桶仕込み味噌

木桶でつくった味噌のブランド価値向上を目指す

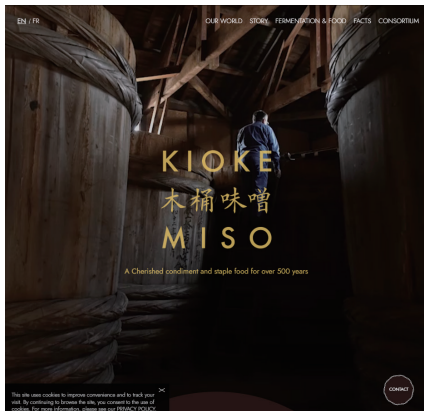


お話を聞いた方
(有)河野酢味噌製造工場
代表取締役
河野尚基さん

——木桶仕込み味噌輸出コンソーシアムの取組について教えてください。

海外では、まだ味噌の製法や白味噌や赤味噌といった種類があることがあまり認知されていません。このため、まずは国内外の展示会に出展したり、レストランのシェフなど料理のプロをメインターゲットに木桶仕込み味噌の魅力を伝え、料理に使ってもらったりSNSで発信してもらうなどしてブランディングを行っています。

また、風味を保ったまま輸送する方法を確立するのも課題のひとつです。現在は、賞味期限を延ばすための冷凍・冷蔵流通など安定的な輸送方法の検証を進めています。様々な施策を行い、輸出額を2025年には3000万円にすることを目指しています。



英語、フランス語に対応した木桶仕込み味噌のWebサイト。木桶仕込み味噌の歴史も分かりやすく掲載されている。

<https://kiokemiso.jp/>



——木桶仕込み味噌について教えてください。

江戸時代から続く伝統的な製法で、木桶を使い温度調節を一切行わずに天然醸造された味噌のことをいいます。大量生産の味噌はタンクに微生物を添加してつくることが多いのですが、木桶の味噌は蔵や木桶についた微生物のみでゆっくり発酵・熟成を促します。その分時間はかかりますが、まろやかなうまみが出るんです。弊社では明治21年の創業当時から使われている杉桶を使用しています。

——海外での認知度は上がっていますか。

2013年に「和食」がユネスコ無形文化遺産に登録されましたが、同じ伝統調味料の醤油と比較すると、味噌はまだ認知度が低いと言えるでしょう。海外での味噌マーケットに占める木桶仕込み味噌の割合は輸出額でいうと1パーセントにも満たしません^(注2)。そのため2022年2月から同業15社で「木桶仕込み味噌輸出コンソーシアム」を結成し、海外に向けて品質をPRする取組を行っています。

注2:2022年の味噌輸出額は約50億7700万円(財務省「貿易統計」より)、木桶仕込み味噌の輸出額(木桶仕込み味噌輸出促進コンソーシアムメンバーに限る実績)は約190万円



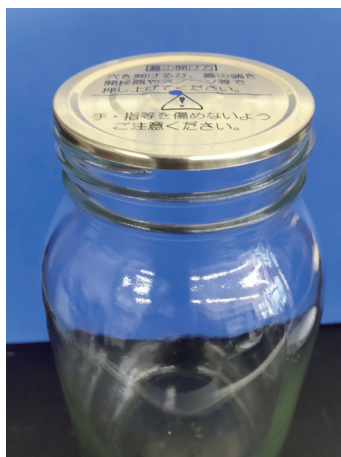
創業当初から100年以上使用されている木桶。ここに住み着いた微生物が味噌をおいしく醸す。



蒸した大豆に麹と塩を混ぜ合わせる工程。機械は使わず、人の手で仕込んでいく。



イタリアでは食のプロを対象としたエデュケーションを開催。試食をしながら、製法や文化的背景を伝えた。



脱プラスチックが進む欧米のニーズに合わせ開発された瓶容器。空気穴のあるキャップが採用されている。



オランダで行われた即売会の様子。

column

木桶職人と木桶を増やしたい！ 木桶職人復活プロジェクト

伝統的な醤油や味噌づくりに欠かせない木桶。戦後は新桶がほとんどつくられない時期が続いたため、2000年代になると木桶職人は全国にわずかしか残っていませんでした。そこで2012年にヤマロク醤油(株)の山本さんは、当時醸造用の木桶を唯一製造できる桶屋であった「藤井製桶所」に小豆島の木工2人とともに弟子入り。自分たちで木桶を一からつくり上げられるまでになりました。

これをきっかけに、山本さんの呼びかけでスタートしたのが「木桶職人復活プロジェクト」。河野酢味噌製造工場の河野さんも参加しています。技術を共有することで新たな職人を育て、木桶と木桶職人を増やしたい。その思いを同じくする蔵元や料理人、木工などが企業や業界の枠を越えて集まり、毎年1月ごろに小豆島で新桶づくりを行っています。

<https://kioke.pro/>



板状になった木材の接地面から角度を付けて削り、竹くぎで合わせながら円形に組み立てていく。



竹を編み上げた「竹たが」を入れ、最後に底板を打ち込んだら完成。竹は小豆島のものを使用している。



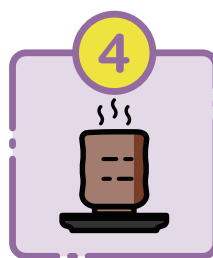
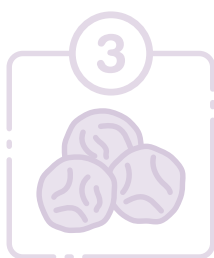
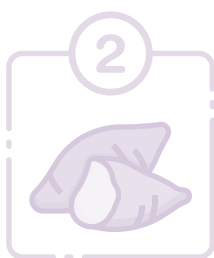
特集



日本食材



輸出の最前線



【日本茶を 世界に届ける】

海外でも評価され、輸出拡大の余地が大きい「輸出重点品目」。

日本茶は、そのひとつに選定されています。

輸出に取り組む企業に、輸出の現状や海外におけるニーズ、

海外の人々に好まれる味わい方を教えてもらいました。



見どころ！

- > 抹茶人気で日本茶の輸出が過去最高に
- > 新たなサプライチェーン構築で輸出を拡大
- > 外国人旅行者にも人気の日本茶カフェ
- > 海外で人気の抹茶の楽しみ方



抹茶人気で日本茶の輸出が過去最高に

日本食ブームの影響や健康志向の高まりによって、日本茶の輸出量はこの10年間で2倍強にまで増えました。特に抹茶を含む粉末茶の需要が拡大したことで、2022年の輸出額は約219億円と、過去最高額を記録しました(資料:財務省貿易統計)。輸出される形状は国ごとに傾向が異なりますが、全体輸出量の約34パーセントを占めているアメリカでは、その多くが抹茶で、EUや台湾ではリーフ茶が人気です。また、海外では有機栽培茶の需要も高まっています。EU・イギリスでは、有機栽培茶が輸出量の8割近くを占めており、今後も増えていく見込みです。



新たなサプライチェーン構築で輸出を拡大



お話を聞いた方
(株) カクニ茶藤

代表取締役会長

加藤重樹さん(左)

代表取締役社長

森藤真帆さん(右)

1977年に日本茶の卸問屋として創業。現在は、日本を代表する茶の産地・静岡県から、これまでに世界15か国以上へ日本茶の輸出を手がけている。生産から加工、販売に至るまで、独自のサプライチェーンを展開し、海外企業の商品開発支援もおこなっている。

——輸出に取り組んだ経緯を教えてください。どんな工夫や苦労がありましたか？

加藤重樹さん(以下、加藤) 輸出に舵を切ったきっかけは、2011年の東日本大震災です。他の農作物と同様、日本茶も風評被害に見舞われ、売上は4割減に。100年以上続く老舗の茶商が揃う静岡県では、弊社は後発の企業です。新たな競争力を持たないと戦っていけないことを痛感し、当時は2、3パーセント程度だった輸出額を「5年で50パーセントまで増やす」と目標を立て、達成しました。私自身、カナダ、オーストラリアへの留学経験があり、海外市場の可能性を肌で感じていたことは大きかったですね。

森藤真帆さん(以下、森藤) 私が入社したのは2013年で、抹茶人氣に少しずつ火がついて、海外との取引規模が大きくなってきたタ

イミングでした。幼少期からインターナショナルスクールに通っていたため、ネイティブに近い語学力が強みでした。海外企業との商談、視察対応などには、英語でのコミュニケーションが欠かせません。

加藤 思い切った決断でしたが苦労はなく、楽しんで挑戦してきた感じです。海外展開の壁となるのが、輸出に欠かせない認証の取得ですが、各国のどんな取引にも対応できる態勢を整えてきました。

森藤 世界基準の食品安全マネジメントシステム規格「FSSC 22000」の認証は非常に厳しく、大変でしたね。取得をめざしてチームをつくり、一丸となって取り組みました。



食品安全マネジメントシステム規格「FSSC 22000」の認証を取得した工場で、抹茶の原料である碾茶（てんちゃ）を乾燥させているところ。



（株）カクニ茶藤の主力輸出品である抹茶。イスラム法に則って生産・提供されたものであることを認める「HALAL」や、アメリカにおけるオーガニック食品の認証「USDA/NOP」など、他にも複数の認証を取得している。

——日本と海外の日本茶のニーズは、どのように違っているのでしょうか？

加藤 海外で求められるのは、圧倒的に有機栽培のお茶です。これは日本とは決定的に違うと感じています。私の推測にはなりますが、「自分や家族の体内に入れるものは、環境に配慮したものを」という意識が高いのではないのでしょうか。

森藤 また、リーフ茶よりも抹茶の人气が高く、弊社でも輸出の8割が抹茶ですね。Web サイトへのお問い合わせも、抹茶に関するものばかりです。

加藤 ホテルやレストラン、カフェからの引き合いはずっと高く、もはや抹茶ラテは流行ではなく、定番のドリンクになったように思います。近頃ではお湯を注げば抹茶ラテが作れる、粉末タイプの加工品も人気があるようです。

森藤 意外な用途としては、エナジードリンクです。抹茶のカフェインの含有量はコーヒーに匹敵するほどで、抽出したカフェインの成分が原料として使われています。



静岡県の名産地、島田市川根地域にある有機栽培の茶園。抹茶の原料となる碾茶。

摘む前に覆いをかぶせて日光を遮ることで深い色合いとなり、特有の香りと旨味が生まれる。



——生産から加工、販売まで担う新しいサプライチェーンを構築したそうですが、くわしく教えてください。

加藤 日本茶は伝統的に、生産、加工、販売が分業制でした。生産者が一次加工した荒茶を問屋が市場で購入して加工し、小売店が販売するのです。加工や販売まで手掛ける生産者もいますが、ごく少数です。国内のみで日本茶を売っていた時代は、分業制でも成立しましたが、この仕組みは輸出には適していません。そこで弊社では、生産から販売までを、世界規準に合わせて一貫して管理し、輸出できるサプライチェーンを構築しました。

森藤 生産に関しては、高品質の茶を栽培する生産者とパートナーシップを結び、輸出に適した土壌や茶園の管理をおこなっています。生産者と強い信頼関係を築くことで、輸出先のニーズに合う茶葉を生産してもらうことができるようになりました。

加藤 通常、茶商は市場に出た荒茶を相場に応じた金額で仕入れますが、弊社では生産を発注したらすべてを買い取り、ときには先にお支払いして生産をお願いすることもあります。生産者を守り、日本茶の栽培を持続可能なものにしていかなければならないという思いからです。静岡県のみならず、九州の産地にも生産をお願いしているので、遠方の生産者のもとにもまめに足を運ぶようにしています。

旬に摘採し、加工した日本茶が保管されている巨大な倉庫。庫内は通年、お茶の保存に適した5度に保たれている。



輸出用の日本茶が倉庫からトラックに積み込まれる様子。

——海外で日本茶の認知度を高めるために、どのような取組をされましたか？

加藤 実はこれまで、プロモーションはほとんどしてきませんでした。商談の多くは、取引先からのご紹介や、Webサイトからのお問い合わせでいただくものです。大前提として、弊社が輸出に必要な認証を取っているということが大きいと思います。

森藤 その一方で、今後の需要を見据えて、新規開拓への挑戦も始めています。既存の取引企業がすでにある欧米諸国以外への進出を考え、注目したのが中東です。日本茶の輸出統計でも、このエリアで日本茶が売れ始めてきています。昨年はドバイの見本市に出展しましたが、現地の若い世代は抹茶をトレンドな食材として捉えるようになってきているので、東アジア諸国の抹茶ブームにつながるような手ごたえがありました。

加藤 ただし今後、3年から5年先には世界の抹茶ブームの勢いはいったん落ち着くのではないかと見込んでいます。抹茶の市場が成熟してくると、コーヒーと同じように、農園や生産者のストーリーなどの“背景”が求められるようになってくるかもしれません。そのときは、新たなプロモーションを考えなければいけないと考えています。

「輸出で大切なのは
“取引先が求めるもの”を
提供することです」



「新たな輸出先として
“中東エリア”に
注目しています！」



外国人旅行者にも人気の日本茶カフェ

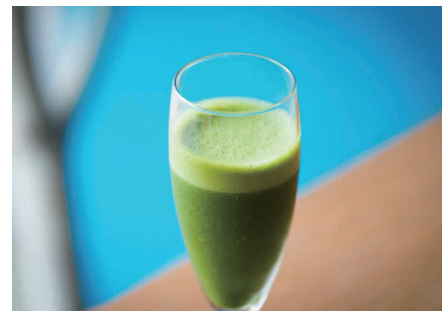
“お茶のまち”をうたう静岡市で、観光客に人気なのが“日本茶カフェ巡り”。地元のお茶メーカーが営むカフェ、古民家でお茶を味わえるカフェ、スタイリッシュなティースタンドなど、多彩なお店が勢ぞろいしています。前出の(株)カクニ茶藤の販売店である「CHA10(チャトウ)」は、有機栽培の日本茶を使ったドリンクやスイーツが楽しめるカフェで、SNSなどを通じて情報を知った外国人旅行者が多く訪れるそうです。

「韓国やアジア圏のお客様が多いですね。海外の方は、オーガニックに興味を示される方が多く、『せっかくなら最高においしいものを飲みたい』と品質が高いものを注文されます。海外の方だけでなく、あまりお茶を飲まないという日本の方にも、ぜひ気軽に楽しむきっかけになればと思っています」(CHA10店長 中野目則子さん)

CHA10 (チャトウ)
<https://cha10.jp/>



上／定番の「抹茶ラテ」のホットとアイス
下／窒素を含ませたクリーミーな泡を楽しむ「NITRO (ナイトロ) 抹茶」は、外国人旅行者に人気。



左／2017年オープン。JR静岡駅、静岡鉄道新静岡駅から徒歩近く、観光客も利用しやすい。
右／モダンな店内で日本茶を気軽に味わうことができる。

column

[海外で人気の抹茶の楽しみ方]

海外で抹茶が好まれる理由のひとつが、他のお茶にはない鮮やかなグリーンカラー。そんな色の美しさを生かして、さわやかなお茶のフレーバーとフルーツなどを組み合わせた味わい方が人気なのだろう。(株)カクニ茶藤でうかがった2品を紹介します。

抹茶オレンジ

フルーツジュースと冷やした抹茶を二層仕立てにしたアイスドリンクは、海外ならではの抹茶の楽しみ方。鮮やかな色のコントラスト、お茶とオレンジが意外な相性の良さです。

【材料】

オレンジジュース(好みのフルーツジュースで代用可)…適量
抹茶(溶けやすい粉末タイプを水に溶かし、冷やしたもの)…適量



【作り方】



1

グラスの4分の1から半分ほどの高さまで、冷やした抹茶を注ぐ。



2

オレンジジュースを注ぎ、2層にする。

ホイップ抹茶バター

ふわふわのホイップバターに抹茶を混ぜて、仕上げにレモンの皮を加えるのがポイント。抹茶のほろ苦さと甘酸っぱい柑橘の香りが互いを引き立て合って、軽やかな味わいに。



【材料】

バター(食塩不使用)…225グラム 抹茶…大さじ1 はちみつ…大さじ2
牛乳…55ミリリットル レモンの皮のすりおろし…大さじ3 塩…小さじ1と2分の1

【作り方】



1

バターは柔らかくなるまで室温に置き、牛乳を加えて泡立て器でふわふわになるまで混ぜる。



2

抹茶をふるい入れ、さらによく混ぜる。



3

レモンの皮、塩、はちみつを加え、完全に混ざるまでさらに泡立てる。好みではちみつを増やしてもよい。バゲットやクラッカーにディップして食べる。

旅する 農業遺産

愛媛県 日本農業遺産

愛媛・南予の柑橘農業システム

農業遺産は、特徴的かつ伝統的な農林水産業を営む地域であり、世界農業遺産と日本農業遺産の2種類があります。世界農業遺産は国際連食糧農業機関（FAO）により、日本農業遺産は農林水産大臣により認定されます。今回は、日本農業遺産の一つである愛媛県の「愛媛・南予の柑橘農業システム」をご紹介します。※世界農業遺産認定地域数は86地域（うち日本国内認定地域数15地域）、日本農業遺産認定地域数は24地域



世界農業遺産・日本農業遺産

<https://www.maff.go.jp/j/nousin/kantai/index.html>

CHECK POINT

- 愛媛・南予の柑橘農業システム
- 狩浜段々畑ツアー、佐田岬灯台、外泊「石垣の里」など観光スポットがいっぱい！
- 話題のスポット！宇和島しおさいオレンジ輪道

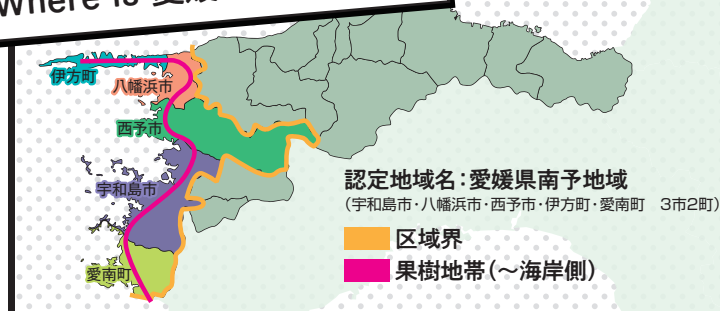
愛媛・南予の柑橘農業システム

柑橘類の収穫量が日本一（※）を誇る愛媛県において、「日の丸・真穴・川上」など、全国にその名をとどろかせているトップブランドのみかんを始めとする良質な柑橘産地が集積し、県内の7割を占めている南予地域。年平均気温16度を超える温暖な気候に加えて、3つの太陽と呼ばれる「太陽からの直射日光」「海面からの照り返し」「石積みからの反射日光・熱放射」に恵まれ、良質な柑橘の生産に必要な条件がそろっています。宇和海に面した急斜面に段々畑が広がる景観は、「耕して天に至る」と形容されるほど壮大。厳しい地域条件を克服するために、樹体をコンパクトに仕立てて作業効率を高

めたり、側面に防風垣を整備して海からの塩害リスクを軽減したりと、先人たちの知恵と工夫がちりばめられています。もうひとつの特徴は、生産者たちが団結して次世代に技術を伝承する「果樹同志会」や主体的・戦略的な産地づくりを進める「共選」といった組織を形成していること。過去の台風や豪雨、干ばつといった気象災害においても、地域が一体となって高いレジリエンス（回復力）を発揮してきました。こうして築き上げた独自の農業システムが評価され、2019年2月、日本農業遺産に認定されました。

※2020年度「果樹生産出荷統計」及び「特産果樹生産動態等調査」農林水産省

Where is 愛媛県南予地域？



南予地域は、愛媛県の南西部に位置する日本農業遺産の宇和島市・八幡浜市・西予市・伊方町・愛南町の3市2町で構成されています。柑橘類などの栽培に加え、リアス海岸を利用したマダイやシマアジ、真珠などの養殖業も盛んです。海・山・川の自然環境に恵まれ、釣りやハイキング、キャニオニングなど様々なアウトドア体験も人気です。



日本一細長い佐田岬半島から南にリアス海岸が形成され、内陸部には緑濃い四国山地が広がっています。

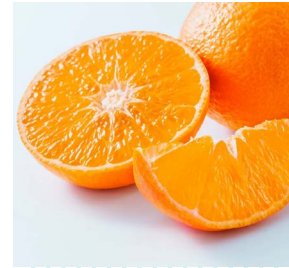


山の斜面に段々畑がつくられ、その側面には石垣が積み上げられています。宇和島市の「遊子水荷浦（ゆすみずがうら）の段畑」は国の重要文化的景観にも選ばれています。

果樹農業の振興に取り組む「果樹同志会」では、次世代の担い手を対象に石積み技術の研修会などを開催しています。



温州みかんに加え、いよかん、不知火、河内晩柑などの中晩柑（ちゅうばんかん）類を主に生産。近年は「紅まどんな」などのブランド柑橘も売り上げを伸ばしています。



農業遺産周辺で
見る・味わう・体験する



地元ガイドが案内してくれる

狩浜段々畑ツアー

西予市明浜町狩江地区の「かりとりもさくの会」が提供する地元ガイドによる段々畑ツアー。段々畑の歴史や特徴、先人たちの思いを聞きながら、国の重要文化的景観に選定された圧巻の景色が楽しめます。宇和海とみかん畑の眺望は、癒やしそのもの。

JR予讃線「卯之町駅」下車、タクシーで20分

URL : <https://karitorimosaku.jp/>



青い海に映える白亜の灯台

佐田（さだ）岬灯台

四国の最西端に位置する全長約50キロメートルの細長い半島、佐田岬半島。その先端にそびえたつ、白亜の灯台が佐田岬灯台です。近くの駐車場から徒歩で約30分ほどかかりますが、海と灯台のコントラストはまさに絶景。晴れた日には、豊予海峡越しに対岸の九州が望めます。

松山自動車道大洲ICから車で約2時間

URL : <https://www.sadamisaki.com/>



宇和島の郷土料理が楽しめる

かどや 駅前本店

1955年開業の地元で愛され続けている老舗料理店。鯛の切り身を生卵入りのタレに絡めていただく「宇和島鯛めし」や、郷土のお祝い料理「ふくめん」など、新鮮な地の魚を使った郷土料理が楽しめます。

※駅前再開発のため、2024年4月から7月まで休業予定

JR予讃線「宇和島駅」下車、徒歩2分

URL : <https://www.kadoya-taimeshi.com/kadoyamanage/shoplist/kadoyaekimae/>



ジューシーなみかんをネット販売

天晴農園

太陽をたっぷり浴びてミネラル豊富な段々畑で育った「明浜みかん」などを、オンラインショップで販売している天晴農園。美しいオレンジ色で甘味が強くジューシーな南予のみかんを、家庭用やギフト用として購入することができます。また、明浜町内に天晴農園がオーナーのゲストハウス「Orange House10」もあります。

URL : <https://apparenouen.com/>

URL : <https://www.orange-house10.com/>





八幡浜の恵みがいっぱい！

道の駅・みなとオアシス八幡浜（やわたはま）みなっと

八幡浜市「向灘（むかいなだ）の段々畑」を見渡す道の駅。地域の素材を活かした産直・物販・飲食施設「アゴラマルシェ」、その日に水揚げされた海の幸を直売する「どーや市場」、観光・地域活動の拠点「みなと交流館」があり、八幡浜の魅力を満喫できます。

JR予讃線「八幡浜駅」下車、タクシーで5分

URL : <https://www.minatto.net>



石垣で囲われた美しい家並み

外泊（そとどまり）「石垣の里」

愛南町の西海地域にある小さな集落「外泊」には、台風や季節風から守るため、軒下まで石垣で囲った家々が立ち並んでいます。坂道を登った先にあるのは、コーヒーや軽食が楽しめる休憩スポット「だんだん館」。眼下に広がる石垣の家並みを眺めながら、ひと息ついてみてはいかがでしょうか。

アクセス：松山自動車道津島岩松ICから車で約45分

URL : <https://www.town.ainan.ehime.jp/kanko/sightseeing/zekkei/ishigakinosato.html>



話題のスポット！

アップダウンも魅力！ 絶景の長距離コース 宇和島しおさいオレンジ輪道

八幡浜市から西予市の宇和海沿岸を走るサイクリングコース。標高差が1,400メートルあるコースで前半は美しい海岸線を走ります。アップダウンが多い後半のハイライトは、宇和海を見下ろす法華津（ほけつ）峠や、白壁の商家が並ぶ卯之町の町並み。海、山、里の眺めを一度に満喫できます。

URL : <https://seiyojikan.jp/activities/activities1/>

