

様式2 徳島県 なんと金時GFPグローバル産地計画

(株式会社農家ソムリエーズ・あのか株式会社：鳴門市、北島町、松茂町、徳島市)

1. 取組の概要

徳島県北東部の砂地地域（鳴門市、北島町、松茂町、徳島市）では、「なんと金時」が盛んに栽培されています。弊社「(株)農家ソムリエーズ」は、この「なんと金時」の生産者による共同出資会社であり、ブランド力および収益性を向上させるため、2014年に設立しました。

弊社では、地域間で連携すると共に、六次産業化事業に着手し、さつまいもチップス「おさっち。」の開発を行い「原料生産・加工・販売」の一貫体制を構築しています。

そして、海外展開に積極的に取り組んでおり、香港、台湾、マレーシア、シンガポールへ向けた輸出促進に取り組んできました。



「なんと金時」



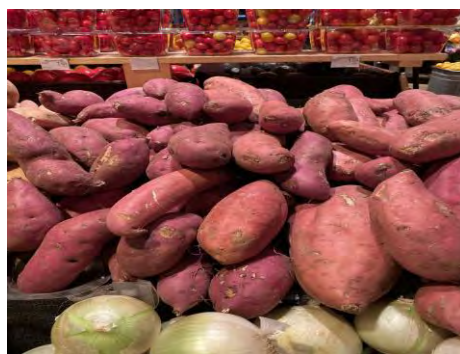
海外でのプロモーションの様子

今後は、北米（カナダ）へ向けた輸出促進にも取り組みます。

カナダでは芋類を好んで食べる習慣があり、小規模店から大規模店まで、幅広いスーパーマーケットで販売されています。弊社の「なんと金時」は品質にこだわっているため、カナダでもビジネスチャンスがあると感じております。



加工食品のイメージ

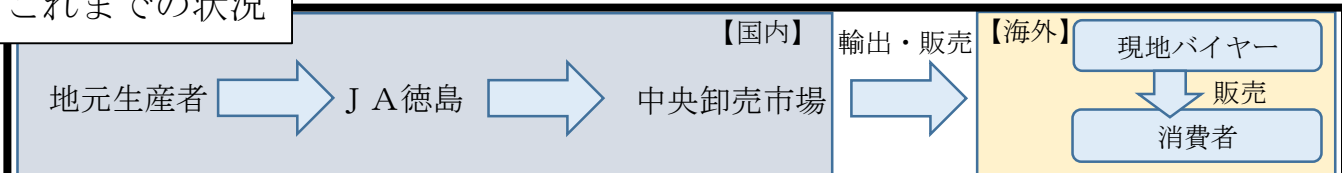


カナダで販売されているサツマイモ

新たなマーケットを獲得し、効率の良い輸出増加と消費拡大に繋げるためには、青果のみならず、加工食品も一緒に売り込んでいくことが重要です。

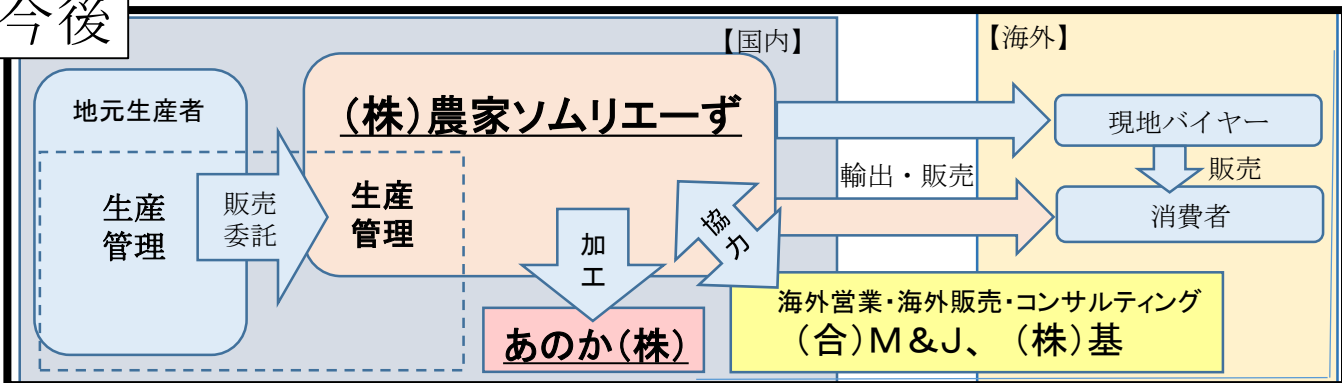
そのため、現地の嗜好にあった加工食品の開発や、国際規格に準じた品質管理・証明書の取得を目指します。そして、遠い欧米諸国で通用するように、賞味期限の長い冷凍の新商品開発を行います。

これまでの状況



現在の課題
 ・生産者の高齢化、撤退による生産量の減少
 ・国内販売価格の低迷

今後

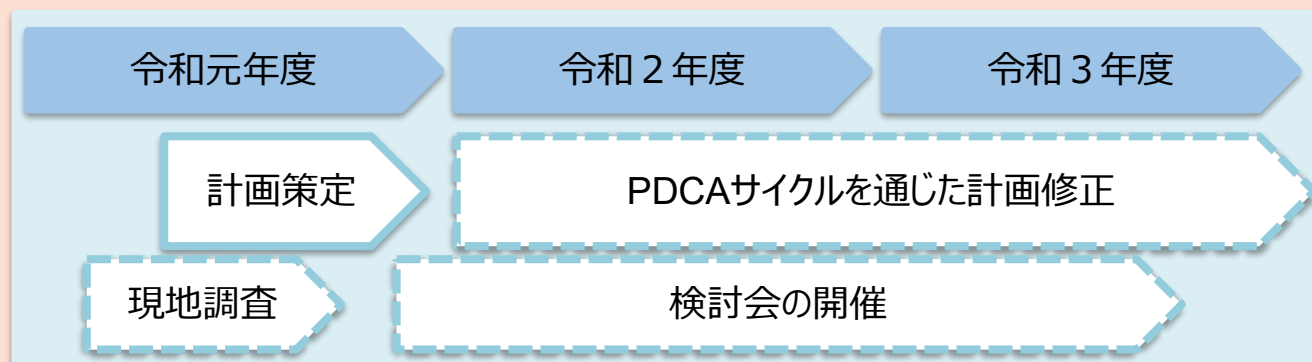


今後の対策
 ・海外輸出の拡大
 ・輸出体制の強化

2. GFP グローバル産地形成の取組内容

計画策定

なると金時GFPグローバル産地計画

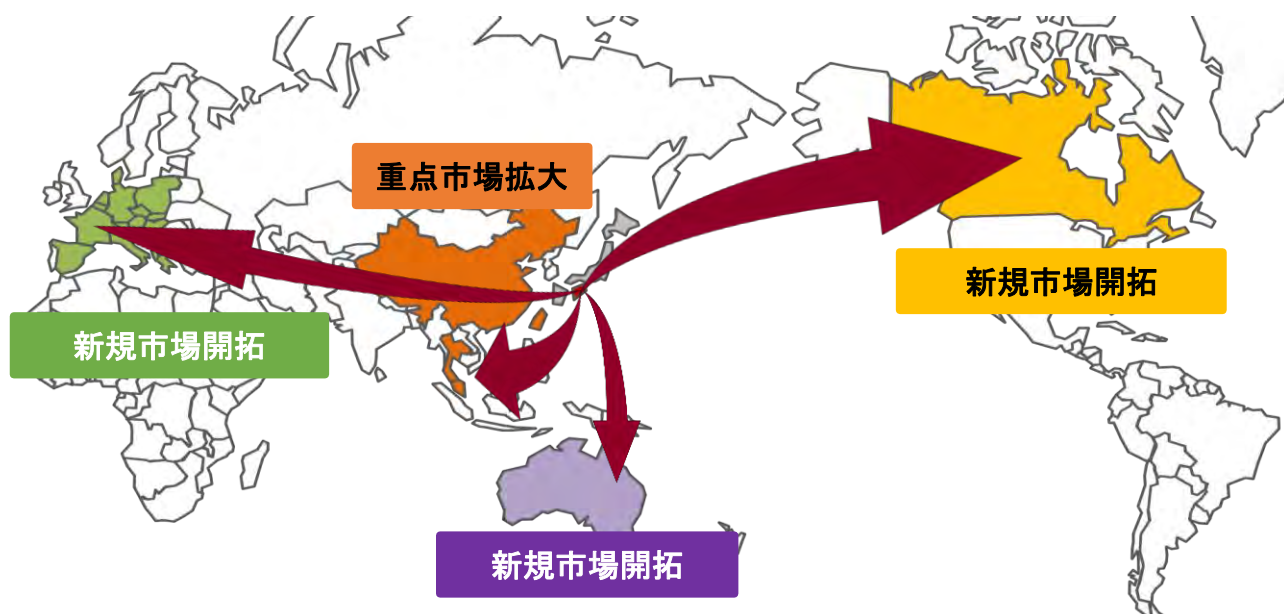
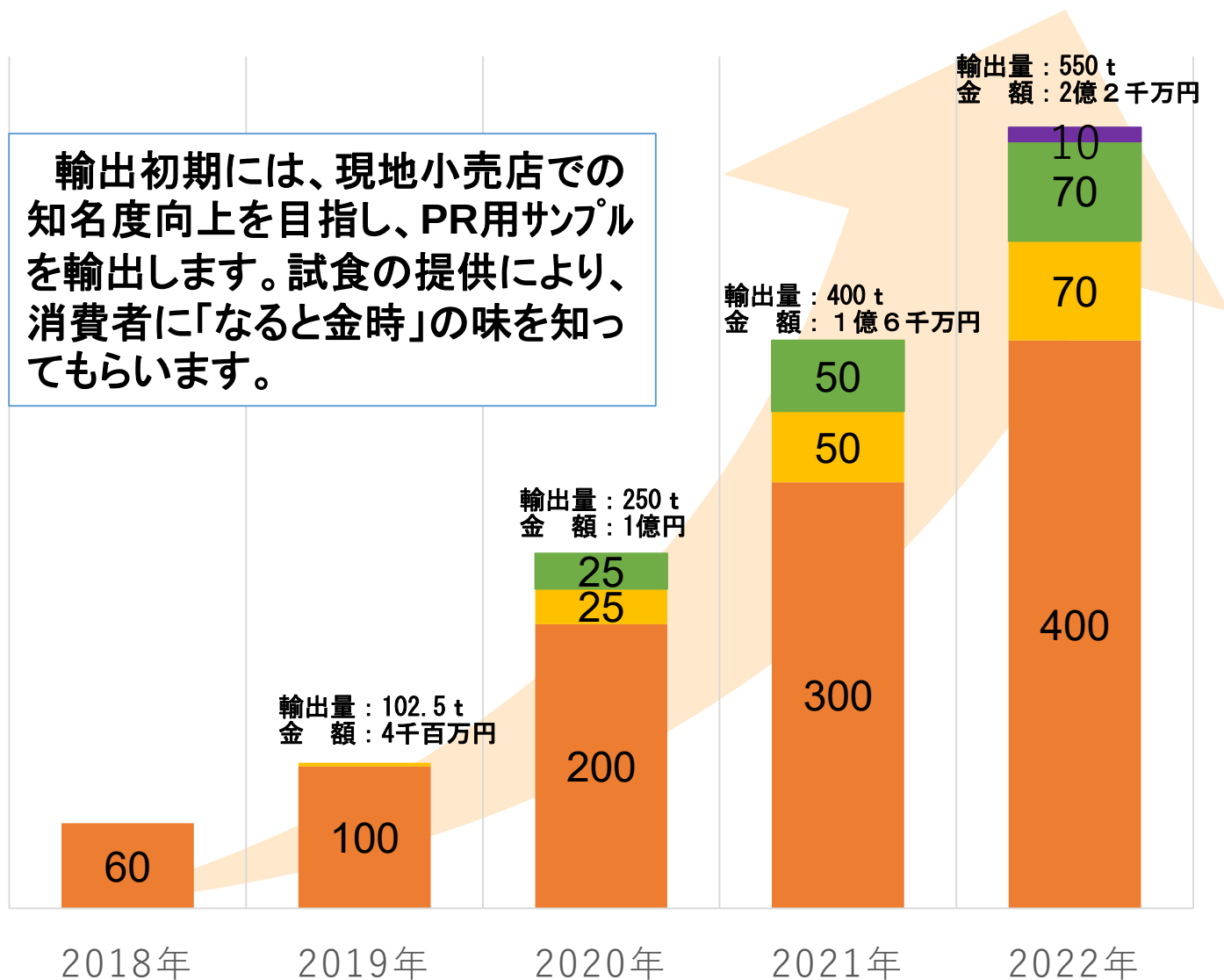


施設等	事業内容	予定実施年度
輸出専用圃場	輸出対応圃場の確保	2019年度
ホームページ	「弊社事業内容」および「なると金時」の紹介	2020年度
試験ショップ	北米での試験販売用店舗の設置（1年間）	2021年度
加工場の建設	商品展開可能な加工場の建設	2022年度
販売店舗の開設	北米にて1号店の開設	2023年度



「なると金時」の輸出目標（t） （PR用サンプル・加工品含む）

輸出初期には、現地小売店での知名度向上を目指し、PR用サンプルを輸出します。試食の提供により、消費者に「なると金時」の味を知ってもらいます。



生産・加工等の体制構築

「(株)農家ソムリエーズ」

役員6名、契約生産者18名

鳴門市里浦町
契約生産者2名

鳴門市大津町
役員2名
契約生産者12名

松茂町
役員1名

徳島市川内町
役員3名
契約生産者4名

鳴門市

北島町

松茂町

徳島市

海外展開戦略
チーム

技術開発
チーム
産地現場
チーム

加工
チーム

徳島
地域商社
チーム

具体的取組

海外展開戦略チーム

●海外市場の情報収集

・カナダ・ヨーロッパ・オーストラリアの情報収集

- ①地域別人口
- ②人口別移民数
- ③国民性
- ④食文化
- ⑤海外のサツマイモ輸入状況
- ⑥日本文化(食文化含む)の浸透率
- ⑦国別輸入規制(法律関係)

・国別の志向及びターゲットに合わせたプロモーション立案

技術開発チーム 産地現場チーム

- キュアリングの活用による高品質商品の確保
- 輸出に対応できる生産体制の構築

加工チーム

●海外市場向け製品開発

- ・国別の嗜好や好みに合わせたレシピ開発
- ・開発商品に即した加工機械及び施設の検証
- ・食品衛生管理FSSC22000・HACCP認証の取得に向けた情報収集と体制構築

徳島地域商社チーム

●新たな販路開拓

(カナダ・ヨーロッパ・オーストラリア)

・生産現場のプロと、輸出業務のプロとの連携による、チャンスロスゼロの営業

・輸出国別のプロモーションを実施し、現場ニーズの情報収集を行う

・輸出先での品質の確認と、商社との信頼関係の構築

スケジュール

	令和元年度	令和2年度	令和3年度
海外展開戦略 チーム	グローバル産地計画の策定 検討会→計画作成→承認申請→最終報告	中間報告会→最終報告会 検討会→計画見直し	中間報告会→最終報告会 検討会→計画見直し
技術開発・ 産地現場・ 加工チーム	高温キュアリング 輸出検疫、農薬、 肥料の情報収集及び 検討	輸送試験（カナダ） 輸送試験（アジア） 輸送試験（EU） 品質規格情報収集 レシピ開発 サンプル加工	品質管理規格取得 輸送試験（カナダ東部） 輸送試験（カナダ西部）
徳島地域 商社 チーム	カナダ西部市場調査 カナダ輸出戦略会議 海外プロモーション	アジアの販路拡大 ヨーロッパ市場調査 カナダ東西市場調査 オーストラリア市場調査 商談・海外プロモーション 輸出戦略会議実施	アジアの販路拡大 ヨーロッパ販路拡大 カナダでの加工食品の 試験販売店舗の設置 オーストラリア市場調査 商談・海外プロモーション 輸出戦略会議実施



事業効果の検証・改善

計画の策定（P）	事業の実施（D）	評価・検証（C）	改善（A）
GFPグローバル 産地計画の策定 - 輸出における生産体制の構築 - 輸出数量設定 - 売上見込設定 - 課題と対策を認識 - 事業内容の把握 - スケジュール設定	選定事業の実施 - ポテンシャルバイヤーへのコンタクト - 見積り提示 - サンプル出荷 - 現地での商談・PR活動 - 国際規格に準じた品質管理対策実施	実施事業に対する 評価・検証 - 進捗状況確認 - 課題整理 - 要因分析	課題の分析・計画修正 - ブレインストーミング - 改善内容の把握 - 改善への情報入手 - 改善へのスケジュール

【地域ごとの課題と戦略】

カナダ

＜課題＞

- ・カナダの食品安全規則（SFCR）に基づく品質管理体制が必要。
- ・ターゲットとなる生鮮並びに加工向けのバイヤーの開拓が必要。
- ・日本産のサツマイモは、現地で販売されているものと比べ、2倍以上の価格になるので、差別化を図る販売方法を検討しなければならない。

＜戦略＞

- ・カナダ食品安全規則に基づく管理予防計画書を作成する(JETRO TORONTOと協力)。
- ・JETRO海外ミニ調査を利用しバイヤーを選定する。
- ・コンサルを通じて信用力のあるバイヤーへコンタクトを行う。
- ・高級住宅街の小売店や、現地で有名な日本食レストラン等への販売を検討する。

ヨーロッパ

＜課題＞

- ・E Uは輸入が厳しく、HACCPは最低限必要とされ、またそれ以上にFSSC22000などが要求される。
- ・ドイツだけでも有機市場が日本の10倍規模、有機商品があるか問われることが多い。
- ・中国や韓国といった他国産のサツマイモや、その加工品が既に入ってきているので、価格だけにとられない販売方法が必要。

＜戦略＞

- ・なると金時・生鮮はGLOBAL G.A.P、加工品はFSSC22000を取得する。
- ・なると金時の有機 J A S 認定を取得する。
- ・青果においては、ミシュラン星付きレストランや有機専門店へ営業を実施する。
- ・加工品においては、スイーツの原料となる「ペースト」等の営業をメーカーへ実施する。

アジア

＜課題＞

- ・日本産サツマイモの需要が高まり、輸出が増え、競争が激化している。
- ・国内市場から安価に流通しているサツマイモにより、価格競争が起こっている。
- ・サツマイモの食べ方が「焼き芋」として固定化され、需要の広がりが薄い状況にある。
- ・輸送コンテナ内で他商品との混載が多く、保管温度に統一性がないため、品質劣化を起こすリスクが高い。

＜戦略＞

- ・輸出用の出荷規格を設定し、輸出用の青果を取りまとめる事で、価格統制を図る。
これにより、生産者へ適正価格での支払いを目指す。
- ・加工品を活用し、食べ方の幅を広げる事で、新たな需要喚起に結び付ける。
- ・独自のキュアリング技術確立し、温度変化に耐えられる、高品質商品を供給する。

3. G F P グローバル産地計画のアウトプット

【日本産サツマイモの輸出量増大】

徳島の「なると金時」が、高品質なサツマイモ輸出の先進モデルとなり、日本国内にその技術が波及することで、アジア圏のみならず、欧州ならびに北米での日本の「サツマイモ」の知名度向上、輸出量増大に繋がる。

【生産者の所得向上、産地の維持発展】

輸出を軸とした販路拡大により、生産者の経営が安定し、新たな設備、労働力の投入及び、各生産者の規模拡大が可能となる。また、サツマイモが将来性のある品目となり、担い手の確保にも繋がる。

【労働環境の改善】

輸出をテーマに、共同選果設備の充実や、G A P 等の認証に対する産地の意識が高まり、生産者の作業負担軽減や、労働環境の改善に繋がる。

【輸出目標】

現状2018年(平成30年)の輸出量 : 60t、24,000千円

→ 2022年(令和4年)の輸出目標 : 550t、220,000千円

<欧米向け加工食品の例>



ポテトサラダ



焼き芋バター



ポタージュ

「あのか株式会社」

本グローバル産地計画では、「あのか株式会社」を協働で事業を実施する参画事業者とし、加工食品の新たなマーケットを獲得するため、各国ニーズに対応した商品開発、製造を行うこととしております。