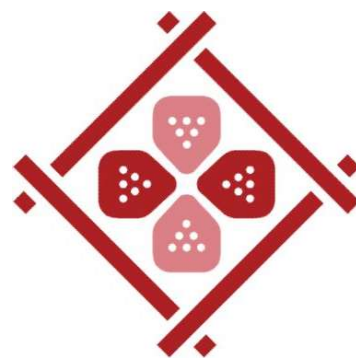


輸出事業計画

(GFPグローバル産地計画)



ichigolus

株式会社イチゴラス（熊本県）

1. 基本情報

2

■産地の現状

- 玉名市は熊本県の北部に位置し、耕地面積は約6,000haからなる農業が盛んな地域で、干拓地の広大でミネラル豊富な土壌、温暖な気候を活かした農法が多く取り込まれている。
- 玉名市の主要産品はトマト、ミニトマト、イチゴや柑橘類であり、これらの作物は全国有数の出荷量を誇る。
- 熊本県は、イチゴの生産量が全国三位であり、玉名市は県内主要産地の一つである。



■(株)イチゴラスについて

- (株)イチゴラスは1970年代に横島町（現玉名市横島町）で創業した森川苺農園をルーツとし、現在は白イチゴ「淡雪」や赤イチゴ「恋みのり」等、約20トンを生産している。
- 令和元年度は香港、タイ、シンガポール等の東アジアを中心にイチゴを輸出した。



■G F Pグローバル産地づくり推進事業

- 本事業により、今後、経済成長が期待される東アジア（タイ、シンガポール、マレーシア、香港）、購買力の高いアメリカ、フランス（パリ）やUAE（ドバイ）の輸出を強化する。
- 事業実施期間は令和2年4月～令和5年3月。

2. 輸出に当たってのニーズの把握状況

3

■東アジア（タイ、シンガポール、マレーシア、香港）

- 平成27年度から輸出を開始し、堅実な輸出実績と豊富な経験から学んだニーズ調査ノウハウを有しており、今後も優位なセールスを展開する。
- 日系企業の現地進出の加速化に伴い、日系大型小売店から新規の商品提供依頼が来ており、プロの目から見ても、淡雪のニーズを評価されたと捉えている。
- 東アジア諸国の人口増や経済成長による購買力拡大は大きなトレンドであり、さらなる輸出額の増加が期待される。

タイでの販売事例



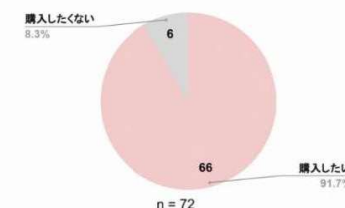
■アメリカ市場のニーズ

- 令和2年度、イチゴラスとして初めてアメリカ西海岸ヘイチゴを輸出。多くの注文を頂いている状況で、世界最大の食品市場であるアメリカのポテンシャル・ニーズを実感している。
- ニューヨークの健康食品店頭で淡雪の試食アンケートを実施したところ、今後「購入したい」割合（n=72）は91.7%と、市場開拓の余地は大きい。

ニューヨーク・試食アンケート



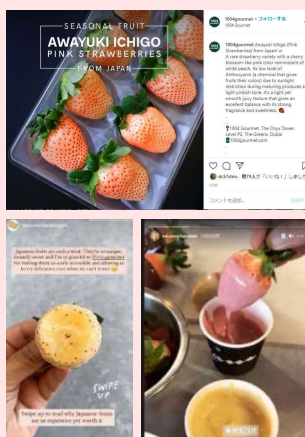
問3: 淡雪を購入したいか



■UAE（ドバイ）市場のニーズ

- 令和2年度から市場開拓に着手し、現地小売店と連携し、店頭での販売やインフルエンサーを通じたプロモーション、飲食店へのサンプル送付等に取り組んだ。
- 小売店への紙面ヒアリング調査によると、イチゴラスのイチゴは競合である欧州と比較してイチゴの品質や輸送状況で勝り、食通のインフルエンサーからの関心・評価も高い。
- UAE(ドバイ)市場は購買力が高く、現地小売・卸売企業の協力が得られることから、さらなる開拓が期待される。

インフルエンサーの投稿



■フランス（パリ）市場のニーズ

- UAE（ドバイ）の開拓と共に、近隣マーケットであるフランス（パリ）の輸出の可能性を調査する。ターゲット都市としてパリを選定した理由は、欧州・フランスの中で、交流人口が多く、ショーケース市場を兼ね、消費者の購買力も高いためである。
- 令和3～4年度に市場調査や試験輸送を行い、ニーズの把握ならびにそれらに即した各種マーケティングを展開する。

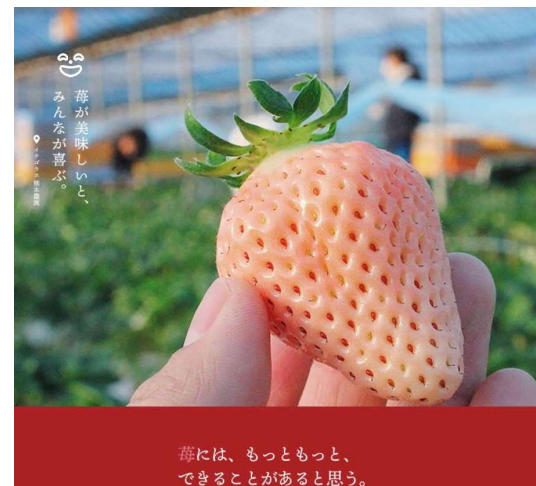


3. 課題と取組内容

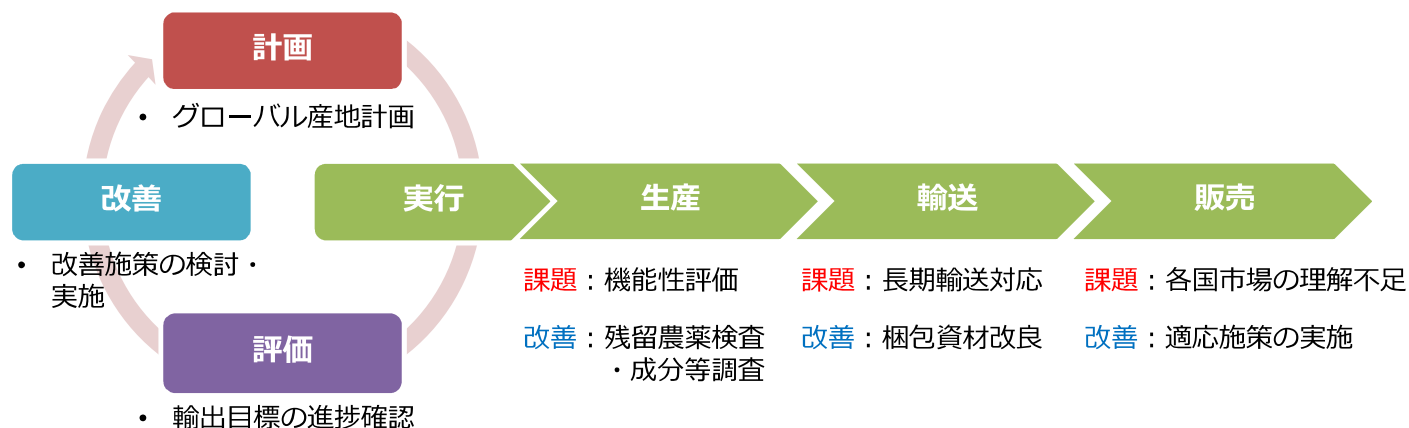
4

■生産から流通までの共通テーマ「イチゴの可能性を広げる」

- ・ イチゴラスは、常にイチゴの可能性を信じ、生産から販売まで様々なチャレンジを続けている。本GFPグローバル産地計画を策定するにあたって、これまで謳っている「イチゴの可能性を広げる」ことを念頭に、様々な分野の挑戦と成果の評価・検証、改善施策の実施に取り組んでいく。
- ・ 淡雪と恋みのりという、日本らしい紅白のイチゴをいずれも高品質で生産し、輸送用の梱包や手続き等に長けているのがイチゴラスの強みであり、日本の農産物の輸出強化、グローバル産地づくりといった追い風を捉えることが可能である。
- ・ この強みや潮流を生かし、高付加価値の日本の「生のイチゴ」を海外の購買力のある客層に届ける。
- ・ 上記の事業により、産地の雇用を創出するとともに、イチゴで切り開いた海外市場に、玉名市内外の農産物が加わる流れを生み出す。



生産・輸送・販売の各フェースにおける課題把握と改善活動を実施



3. 課題と取組内容

5

■ 生産における課題と改善施策

課題：機能性評価が必要

- ・ タイや台湾の残留農薬規制は年々厳しくなっている。
- ・ 欧米市場の開拓にあたって、機能性に関する定量評価があることが望ましい

改善：残留農薬検査の実施

- ・ 令和3年度、残留農薬検査を実施するとともに、農薬規制に合わせた栽培方法に取り組む。
- ・ 糖度・酸度、含有ビタミン等の機能性・成分に関する調査を行う。

■ 輸送における課題と改善施策

課題：長期輸送への対応

- ・ ドバイと
の冬季の
温度差は
30度に達
するため、
スレや痛
みが出る。



改善：梱包資材の改良

- ・ 気温差や長距離輸送に耐えうる梱包を複数パターン検討・試験輸送し、ロスを減らすための改善により収益性を高める。

■ 東アジアでの販売における課題と改善施策

課題：現地市場の理解不足

- ・ 日系大規模店舗等から出荷依頼があるものの、コストダウンを迫られる可能性がある。
- ・ イチゴの相場や、日本産イチゴの販売状況等の理解深化が必要。

改善：ブランド化と販促両立

- ・ 現地調査・セールスを実施し、イチゴラスのブランド育成方針に沿ったバイヤーと連携しながら、東アジア市場のさらなる開拓に取り組む。

■ アメリカでの販売における課題と改善施策

課題：現地市場への適応

- ・ 東海岸への輸出を強化する必要がある。
- ・ 環境意識が高く、客観的事実を重視する白人層への対応が不足。
- ・ 英語による思いや数値データの発信が不足。

改善：各種適応策を実施

- ・ コンサルタントと連携し、東海岸のシェフやインフルエンサーを通じたセールスを実施。
- ・ パッケージを改良。
- ・ HPやPOP等の英語コンテンツを整備・改善。

■ UAE（ドバイ）での販売における課題と改善施策

課題：現地市場の理解不足

- ・ 現地のパートナー企業とは、物流事業者を介したテキストでの連絡のみで、現地消費者の嗜好やイチゴの価格帯等といった市場への理解が浅い。

改善：各種適応策を実施

- ・ 渡航ならびに展示会出展により淡雪に対する評価や食べ方を調査。
- ・ 現地パートナーやシェフ・パティシエ等と連携し、飲食店やホテル等へのセールスを実施。

■ フランス（パリ）での販売における課題と改善施策

課題：現地市場の理解不足

- ・ 欧州、特にパリはイチゴのブランド化において重要な市場の一つであるが、出荷実績がないため、課題の設定・明確化ができていない現状にある。

改善：各種適応策を実施

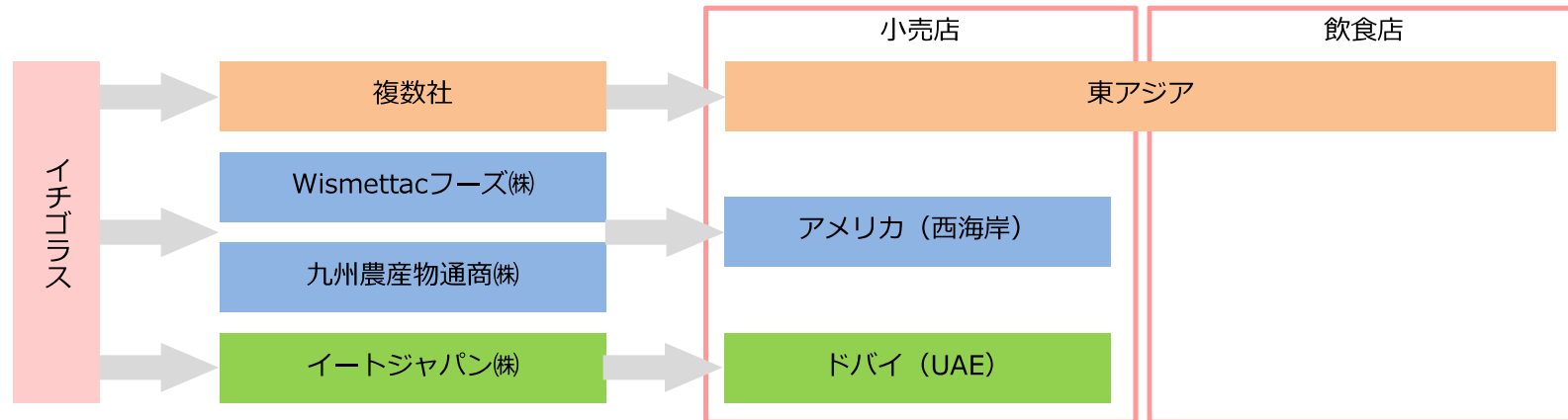
- ・ 現地コンサルティング企業等とともにマーケティング調査を実施し課題の明確化を図るとともに、課題解決・現地ニーズ適応につながる施策を実施する。

4. 現在の商流の状況と今後の商流の展開

6

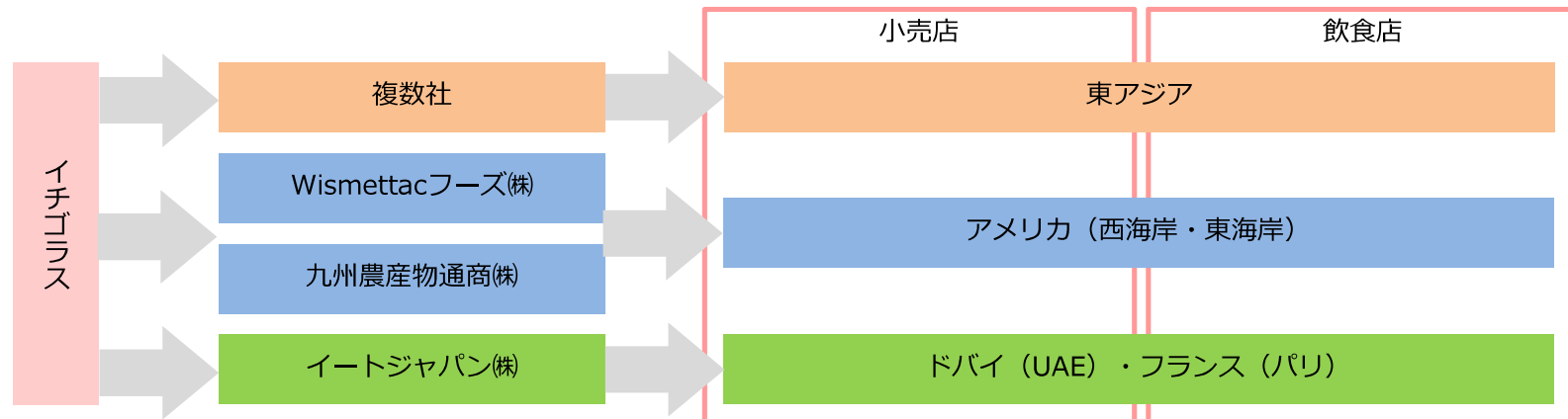
■現在の商流

- 現在の商流は下図のとおり。



■今後の商流

- それぞれの国・地域への輸出量を増やすとともに、アメリカ東海岸やドバイのシェフ・パティシエへの販促や、欧州市場の開拓に取り組む。

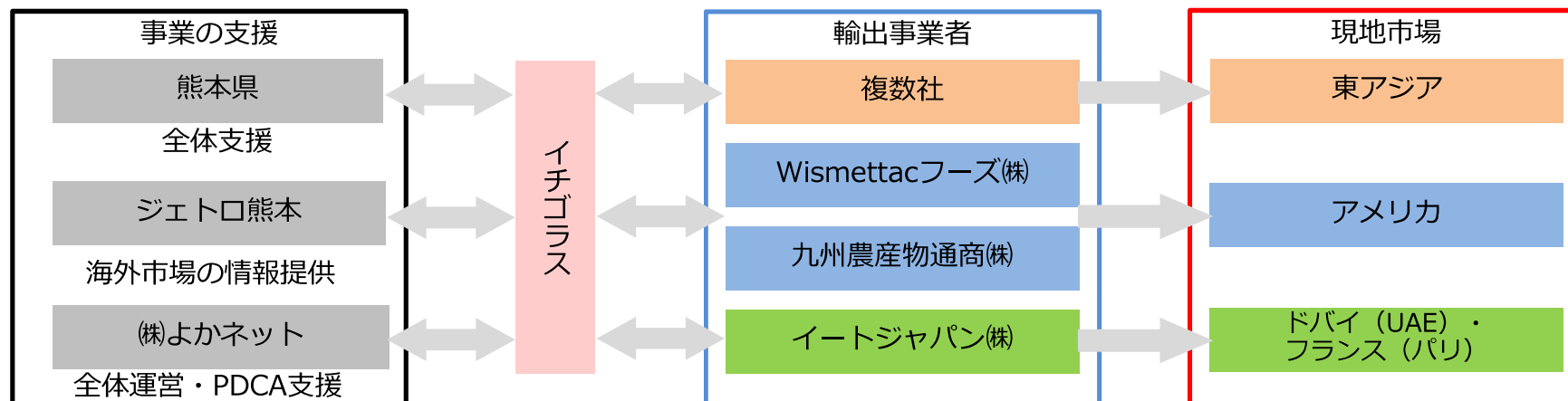


5 事業の組織体系図及び連携体制図と目標

7

■ 各分野・地域の専門家と連携し、事業を推進

- 体制は下図のとおり



■ 輸出目標

- これまで記載した事業について、上記の体制のもとで進めることで、現状（令和元年度）の輸出額目標年度の輸出額(令和5年度) 40,000千円を達成する。

