

輸出事業計画

※申請者名：新篠津村農業協同組合 品目：玉葱

1. 輸出における現状と課題

(1) 現状

生産状況と輸出の状況

当JAにおける玉葱の生産実績は、現在15戸の生産者がおり、これまで国内販売を中心に「特別栽培」を押し出した品質重視の販売を展開してきた経緯があります。輸出は、令和3年度から開始し、令和4年度には、国内商社・海外実需者・道内他産地とタッグを組んだwin-winのチームづくりを重視して、取り組んでおります。

今後は、生産者戸数を1.5倍に増やしていきたいと考えております。

(2) 課題

＜生産段階＞

1. 主食用米からの転換による面積の拡大
2. 輸出ニーズに即したサイズの確保と選果

＜加工・輸送段階＞

1. 同じ輸送温度帯作物との混載（北海道産他作物との混載）
2. 現地ニーズに対応した個装

＜販売段階＞

1. 食べ方提案
2. 海外顧客との外国語コミュニケーションツールの制作（トレーサビリティ）

2. 輸出事業計画の取組内容

＜生産段階＞

設備投資が必要不可欠になることから、各種関連事業を活用するなどして、基盤整備を進めていくことが必要。また、設備投資を検討する生産者を増やし、同じ規格（サイズ・GAP）で輸出用商品を揃えるには、生産者間の「目的意識の共有」「営農指導（生産計画）」「海外ニーズの共有」等が最重要であると考えております。JAだけで事業推進するのではなく、これまで以上に生産者間・JA-生産者間・生産者-商社・生産者-海外実需者・生産者-コンサル等、複層的なコミュニケーション（状況共有）を図り、輸出を通じた所得の向上を持っていきたいと考えております。具体的には、玉葱部会を中心に以下の取り組みを実施する予定です。

- 商社・海外実需者・コンサルを招聘してのセミナー（2022年度より毎年）
- 定期的な現地調査現地関係者とのコミュニケーション（2022年度より毎年）

＜加工・輸送段階＞

前述の課題を解決するために、同じ北海道から輸出に取り組み、同じ温度帯で輸送が可能な作物との混載 x 多頻度輸出により価格競争力アップを目指していきます。これらの作物は、現地のどの小売店でも同じ棚に並んで陳列されている傾向があり、その棚全体を「北海道産」としてブランド化していくことが可能になるというメリットもあります。2024年度には、統一ブランドネームを付すことも念頭に協働していきたいと考えております。

2. 輸出事業計画の取組内容

<販売段階>

現状、他国産では、L大・2Lといったサイズの玉葱は、あまり販売されておりません。また他国産の玉葱は、糖度が低く生食に適していません。こういった実情を踏まえ、「食べ方提案」を継続して実施していきたいと考えております。（2022年度より開始）更にこの「食べ方提案」に加えて「産地の生産環境」・「生産者の顔」・「肥料情報」等を動画や各種媒体を通じて現地の届ける他、現地でのリアルイベントを通じて、「新しい食べ方＝新篠津産」というイメージを浸透させていく取り組みを行っていききたいと考えております。

3. 輸出事業計画の実証と見直しを行うためのPDCA実施体制

<検証予定項目>

- ① 輸出額・輸出量（総額・国別）
- ② 作付面積
- ③ 主食用米からの転換面積
- ④ GLOBALG.A.P.認証取得生産者数

<PDCA実施体制>

総括：JA新篠津 玉葱部会

集約・検証：合同会社ブランドスケープ

参画：国内商社・現地インポーター・海外実需者・国内デザイナー

4. 輸出目標額

【輸出品目：玉葱】

		現状 (令和3年度)	目標年 (令和7年度)
新篠津村	輸出額(千円)	111	50,600
	輸出量 (kg)	1,000	404,800
	輸出先国	香港	シンガポール マレーシア 台湾 香港
	生産量/取扱 (kg)	1,672,000	2,006,400