

卸売市場の輸出拠点化の取組について

国際農産物等市場構想推進事業（平成29年度実績）

平成30年11月

農林水産省

食料産業局食品流通課

効率的な物流と取引ネットワークを形成した輸出ワンストップ化

取組の概要

- 商談、物流などについて、低コストで行えるシステム開発とオペレーションの確立のための取組。
- 生産者と連携した海外ニーズに合致したマーケット戦略で商品調達や産地開拓を実施。
- 卸売市場の輸出拠点化に向け、物流やマーケティング等の課題を抽出し開発方策を検討。
- 新たなニーズの把握するため、各国でフェアやキャンペーンを実施。



市場での40fバンニング



山梨産ぶどうのマーケティング(香港)

成果

- 生産者などがスマホを活用して商品の提案書を容易に作成するシステムを構築。
- 海外の一般家庭の食事情を調査して、調理方法や食文化を把握。
- 海外の食事情を把握により、農産物に付加価値を付けて販売することが効果的。
- 生産者の輸出への取り組み意欲が増加。
- 輸出先と調整の上、海外パレット等の規格に合わせた試験輸送によりコスト削減。

今後の取組と目標

- 食材だけではなく日本食文化も併せて輸出を行うことが必要。
- 様々な地域で食事情の調査を行い一般家庭のニーズを把握することが必要。
- 物流の効率化に向け、専門的知識や情報収集を行い輸送コスト削減を行うことが必要。
- 物流コスト、省力化等物流の効率化に向けた課題の解決が必須。
- どの国でも応用できる販売促進用のマニュアルを策定することが必要。

【目標】31年度までに「輸出額6億円」

大阪・和歌山の4市場が連携した輸出増への取組

取組の概要

- 中国（上海）における鮮魚（チルド）をターゲットとしたフィージビリティ調査及び商談や冷凍、加工品をターゲットとした展示会への出展。
- シンガポールにおける水産物（チルド、冷凍）及び青果物をターゲットにしたフィージビリティ調査及び商談を実施。



輸出向けの冷凍クルマエビ



シンガポールにおける商談

成 果

- 「市場内国際化構想計画」を策定し、国別、品目別等に課題などを整理。
- インバウンド客に人気の、いちご、桃、ブドウ等を季節に応じてターゲットに設定し、水産物と混載して輸出する仕組みを構築。
- 各国で安い商材として取り扱っている青果物については、水産物とセットで販売することが有効。

今後の取組と目標

- 通関リスク等高い参入障壁がある国でも、そのリスクを逆にチャンスと捉え、積極的にプロモーションを検討。
- 輸出先国との時差に対応するため、卸、仲卸等が即座に対応できる体制の構築を検討。
- 商品の輸出に当たっては、現地ニーズ、オーダーに合う供給体制の構築やオーダーのタイミングに合う受注できる体制構築を検討。

【目標】平成32年度までに、「輸出額5,400万円」

輸出認定取得で京都から日本産和牛を世界に発信

取組の概要

- 平成30年度の新施設稼働後の食肉輸出に向け、「京都市場和牛輸出戦略」の策定のため関係者へのヒアリングを実施。
- 国内からの輸出動向や輸出認定取得に関する実態を把握のため、先進市場や有識者等へのヒアリングを実施。
- アジア圏や米国など輸出認定国の和牛の流通状況や国内の輸出先進事例の調査を実施。
- シンガポールで「Food Japan 2017」に売買参加者とともに出展。



新施設
(京都市中央卸売市場第二市場)



「Food Japan2017」への出展

成果

- 各国の輸出手続きについて、必要な書類や認定までの期間、通訳の用意など事前に問題点を把握。
- 「京都市中央食肉市場和牛輸出戦略」では、和牛を世界に発信するため、京都市、市場関係者、生産者、JETRO等の協働方策を確定。
- イベントへの出席によって、現地バイヤーには、日本産和牛と海外WAGYUとの違いを認識する者が多数。
- 京都の認知度の高さをプロモーションに利用し、すき焼きを中心とした食肉文化をパッケージにした輸出が有効。

今後の取組と目標

- 米国やアジア圏などの輸出認定取得国における展示会への出展が効果的であることから今後検討。
- 国際標準の衛生管理手法であるHACCPを導入していくことが重要。
- 生産者や売買参加者の輸出意欲の醸成や輸出要件について積極的に情報提供が必要。
- 海外バイヤーのニーズの把握とコネクション形成等に対して、市場として取り組むことが重要。

【目標】34年度までに「輸出額3億円」

築地市場仲卸国際市場間取引協議会 （東京都中央卸売市場築地市場）

タイの卸売市場と連携した日本食材の新たな販路を開拓

取組の概要

- 国内及びタイの市場関係者で組織する「日タイ共同検討委員会」を設立し、人材の交流や試験輸送などを実施。
- タイの卸売市場から2事業者4名を招へいし日本産水産物の管理や値付けの研修を実施。
- 築地市場からタイの卸売市場向け輸送実証試験によって、水産物の反応について検証を実施。
- 次年度以降の輸出に関する計画策定に向けた検討。



タイ王国より招へいした研修生



業務提携合意書の締結
(タイ・シームアン卸売市場)

成 果

- 築地市場において、タイから招へいした市場関係者に鮮魚の取扱いに関する研修を実施し、日本の魚文化に対する理解を醸成するとともに、魚を捌くスキルをアップ。
- タイの卸売市場内に日本産農水産物を扱うプレミアムショップがオープン。
- タイの卸売市場と築地輸出協議会との間で、商取引に向けた相互支援などを内容とした、業務提携合意書を締結。
- タイでの試食販売などによりニーズの把握を行い、アナゴや冷凍マグロなど魚種を絞って輸出。

今後の取組と目標

- 今後、どのようなビジネスモデルを構築するか検討が必要。
- 1次加工を日本国内で実施し歩留まりを上げ、輸送コストを下げる取組が必要。
- 高級食材とB級品を一緒に輸出して流通コストの削減による一般家庭にも高級食材の展開が可能。
- バンコク以外のエリアにおける日本産の鮮魚を知っていただく取組が必要。

【目標】 32年度までに「輸出額7,800万円」

包装加工施設を活用し、小ロット・多品目に対応した青果物輸出

取組の概要

- 香港、台湾、マレーシア、タイ、シンガポールにおいて、展示会の出展や海外バイヤーのニーズ調査を行い需要実態調査を実施。
- 各国のスーパーや量販店での販売状況調査。
- 梱包形態別（段ボール、発泡スチロール）輸送を行い、品目別の着荷状態と活用資材の有効性を検証。



香港における展示会への出展



梱包形態別輸送の検証

成 果

- 輸送時には、発砲箱と保冷剤により外気の影響がなく有効であることが実証。
- 品目ごとに空輸時の温度変化や揺れによる衝撃に耐えるための梱包・保冷方法の有効性を確認。
- 特に、デリケートな果物の試験輸送を行い低温と湿度の有効なデータを収集。
- 残留農薬や放射性物質などの検査項目については、海外バイヤーなどの意識が高いため、特に輸出手続きには入念なチェックが必要であることを確認。

今後の取組と目標

- 輸出する際の、国内外の検査や手続きの手間及び輸送中の機内での高温対策や温度変化への対策が必要。
- 輸送経費などから販売価格が高く、東南アジアの中間層以下では高価な食品となりコスト削減が必須。
- 現地輸送では、荷物を乱雑（投げる等）に扱うことが多いことから、パレット組みが必須。
- 段ボールや発泡箱の規格（外寸）の統一が急務。

【目標】 31年度以降、包装加工施設等を活用した輸出を実施

※新たな包装加工施設が平成30年度中に稼働予定

東京都生鮮物輸出協議会 (東京都中央卸売市場築地市場・大田市場)

水産・青果・花き大手卸3社が連携した販路開拓

取組の概要

- シンガポールにおいて、現地輸入業者を対象にセミナーや展示会、試食会を開催するとともに、青果、水産、花きの輸送試験を実施。
- サウジアラビアやUAEなど中東諸国において、市場調査やセミナー、商談会を実施。
- カナダにおいて、生鮮品の販促展示・試食、商談会や青果・花きの輸送試験を実施。



UAE・ドバイでの展示・商談会



カナダ・バンクーバーでの展示商談会

成 果

- シンガポールでは、鮮魚の認知は高くなり、「築地」のブランド化により安定的取引を実施。
- シンガポールまで鮮度維持装置を使用した船便輸送では、青果物や花きは問題はなかったが、水産物は現地の方には気になる「臭み」が発生して船便輸送に適さないことを確認。
- カナダまでの輸送試験では、温度管理していれば船便輸送でもおおむね品質に問題ないことを確認。また、市場調査では「良い商品」＝「オーガニック」が定着しており多少高価でも販売可能と確認。

今後の取組と目標

- 中東へは、海上輸送で約1ヶ月必要であることから、鮮度を保つ工夫が必要。
- 中東諸国においては、鮮度維持技術を組み合わせるなど他国の産品との更なる差別化が必要。
- カナダでは、現地の人気レストランへの供給を行うなど、日本産品の食べ方や美味しさを伝えていくことが重要。

【目標】H32年度までに、輸出額70億円

成田市場を輸出拠点化し、高品質な農水産物を世界へ

取組の概要

- フランス（水産物）、ドイツ（青果物）、中国（水産物）において試験輸出やフィージビリティ調査を実施。
- 新たな市場開拓に向けた各種調査やマーケティングを実施。
- 海外バイヤー招聘して国内産地、加工場の視察や成田市場の輸出拠点化の機能面のヒアリングを実施。



成 果

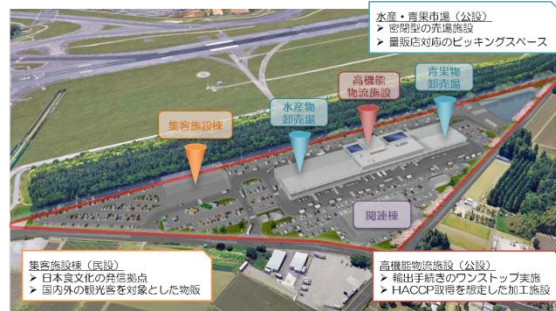
- フランスの水産物卸売業者及び、ドイツの青果物卸売業者と輸出入に係る覚書を締結。
- 締結した市場がEU圏内の生鮮物流のハブ機能を有しており、海外の市場と連携した販路開拓の可能性を確認。
- 中国内陸部における生鮮水産物の流通状況及び需要の高さを確認。
- 海外バイヤーに情報発信を行う輸出プラットフォーム（試作版）を構築。



今後の取組と目標

- 成田市場で輸出窓口を一本化し、海外バイヤーの発注にワンストップで対応できる体制の構築。
- 覚書を締結した市場との本格取引の拡大。
- 海外バイヤーから需要のある国際認証等を取得した商品の集荷力向上。
- 輸出プラットフォームの構築による輸出機会や効率性・利便性の向上。

**【目標】2025年度までに、「輸出額約88億円」
（青果14億円、水産74億円）**



2020年開場予定の新市場イメージ



中国陝西省でレセプションを開催

豊明花き市場と中部国際空港を花き輸出における「人・物・情報」のハブに

取組の概要

- 日本産花きの輸出に関わる生産者や海外バイヤー等関係者が集う卸売市場となる取組を実施。
- 最短、最速、高鮮度で日本産花きを輸出できる卸売市場となる取組を実施。
- 海外バイヤーにとって魅力的な卸売市場となるよう、ネット取引システムの整備や認知度向上に向けた国際展示会でのPR活動を実施。



CAコンテナを利用した
海上輸送試験



花き輸出国際フォーラムの開催風景

成 果

- 豊明花き市場が主催するJFIトレードフェア（国内バイヤー向け展示商談会）に海外バイヤーも参加するなど国際化が進展。
- 分野別の研修会を開催して、海外に向けた鉢物生産体制の構築や切り花の供給付加期間を短縮するための産地間連携を構築。
- 花きの専門輸送業者と連携して国際輸送体制を構築。
- 市場連携による商物分離により、多様な産地の花きを輸送ロス、品質劣化を軽減し輸出促進。
- 名古屋の空港と港湾が連携して、鮮度保持機能コンテナの使用など高鮮度で輸出できる体制を構築。

今後の取組と目標

- 海外バイヤーとのより効果的な商談方法の検討。
- 卸売市場の機能を最大限に活かし、香港、東南アジア、中東、ロシア、ヨーロッパ、オーストラリアを重点地域と定め、重点的に輸出を促進することを検討。
- 年1回以上関係者が計画の進捗を確認し、達成具合に応じて計画の見直しを検討。

【目標】平成32年までに、「輸出額2億5千万円」

関西国際空港等を活用した輸出拠点化へ向けた取組

取組の概要

- 市場関係者がセミナー、商談会、意見交換、講演会等を開催。
- 協議会、WGにおいて、輸出実現に向けた課題、市場における農林水産物の輸出のあり方、輸出関連施設のあり方などについて検討。



香港・台湾のバイヤーとの商談会・意見交換会(会場:姫路市中央卸売市場)



輸出拠点施設の見学、講演会、商社との意見交換会(会場:関西国際空港、スターゲイトホテル関西エアポート)

成 果

- 「姫路市場輸出促進協議会」の設立及び「姫路市場輸出基本構想」の策定。
- 輸出実績を積み上げていくことが可能な国を輸出対象国(香港、台湾、韓国、シンガポール)として選定し、輸出体制を確立。
- 商談会を実施した結果、試験的ではあるが一部商品で輸出を実施。
- 講演会や意見交換により、市場関係者に対し輸出に関する意識醸成。

今後の取組と目標

- 商社等第三者との関係構築及び現地のニーズ等の情報収集が重要。
- 市場関係者内においても費用軽減等に向けた共同運航便等の検討が必要。
- 卸売市場から港湾や空港への輸送ルート of 構築と費用負担のあり方を検討。

【目標】35年度に本格輸出開始

※移転再整備後の市場は平成34年度開場予定

高度な品質管理で青果物の輸出拠点化を推進

取組の概要

- 海外バイヤーを招へいして、九州産農産物を中心とした「野菜・果物」と「加工品」の商談会を開催。
- 九州産農産物の輸出拡大に向けて、海外でのマーケット調査やベジフルスタジアムのPRを実施。
- 「青果市場ブランド推進委員会」や「輸出促進部会」で市場関係者、学識経験者、生産者団体等から幅広い意見を聴取。



海外バイヤーを招へいた商談会の様子



ベジフルスタジアムのロゴマーク

成 果

- ターゲット国や品目を絞った、産地リレー計画や輸出目標金額等を定めた「国際農産物等市場推進計画」の策定。
- 海外バイヤーへの聞き取りの結果、そのほとんどの方が果物を扱っている。また、取引における懸念として、価格(70%)と輸送方法(70%)の意識が高いことを確認。
- 生産者への聞き取りの結果、海外取引で不安に思っていることは、輸送方法(47%)と代金決済(41%)であることを確認。

今後の取組と目標

- 輸出の拡大に向け、安定供給体制や産地リレー計画等の構築が必要。
- 品質を一定に保ちながら物流コストの低減が必要。
- 可能な品目については航空便より低廉な船便への切り替えやスーパーとの直接契約による流通コストの低減が必須。

【目標】平成32年度までに、「輸出額22億円」

世界マーケットで勝負できる高品質な日本の花き輸出にチャレンジ

取組の概要

- 羽田空港などから各国への直行便、船便、陸送などによる実証試験を実施。
- 海外バイヤーを招へいして、産地の視察や意見交換により関心事項などをヒアリング。
- 世界の花き貿易の拠点であるオランダ及び今後消費拡大が見込まれるインドネシアなどに日本産花きのPRを実施。



コンテナへの搬入風景



海外バイヤーを招へいした視察

成 果

- 海外での陸送試験により輸送コストや商品の品質への影響度合いを確認。
- 飛行機などの転送時における高温対策の輸送試験を実施し荷痛みの発生度合いを確認。
- 国内生産者と協議を行い輸出に向けた生産振興計画を策定（予定）。
- 各国での試験輸送の実施により、空輸、船便、転送、陸送など流通において最適な手法を確認。
- 各国の港の機能が確認でき、最適な港湾を確認。
- 海外バイヤーの招へいにより、海外ニーズの把握により切り花を効率的に出荷。

今後の取組と目標

- 一部の品種では、寒冷地において、陸送中の凍傷対策の検討が必要。
- 船便輸送での長期輸送（1ヶ月程度）による花持ち対策が必要。
- 海外バイヤーが好意的な地域には、重点的に輸出の検討を早急に行うことが必要。
- 商品情報を正確に伝えるシステムを構築するため、EDIを活用した取引に変更が必須。

【目標】

- ・平成30年度までに「輸出額1.2億円」
- ・平成33年度までに「輸出額2.4億円」