

「GFP北海道輸出セミナー&マッチングin旭川」

輸出事業への取組と
「グローバル産地化」への挑戦

JAひがしかわ営農販売部

海外販路拡大推進担当 山下裕輝

◆JAひがしかわ 概要

地域の米生産者を取り纏め、東川町のブランド米「東川米」を中心に、各地域の需要や生活様式に合った商品(パックご飯や日本酒等)を7か国・地域に輸出。



- 豊富な地下水を持つ東川町の環境を強みに、地域独自の品質管理を行うことで東川産のコメ「東川米」をブランド化
- 国内の主食用のコメの消費が減少する中、生産者の収入を安定的に確保するため、輸出用米や輸出向け加工食品用の米の生産を開始
- 精米や玄米の輸出だけでなく、輸出先国・地域の生活様式に合わせて、パックご飯や日本酒等の輸出も行う予定



◆JAひがしかわ輸出実績

当JAは2009(平成21)年より東川米の輸出を開始し、現在では6か国・地域に約270トンの海外輸出を行っています

東川米・コメ加工品の輸出実績

産年/輸出国	2019(令和元)年	2020(令和2)年	2021(令和3)年	2022(令和4)年
台湾	18.00トン	21.00トン	26.00トン	24.00トン
ロシア	2.00トン	2.00トン	(2.00トン)※出荷停止	—
中国	—	20.40トン	20.40トン	20.40トン
香港	—	—	163.20トン	183.50トン
フィンランド	—	—	—	15.40トン
モンゴル	—	—	—	18.36トン
シンガポール	—	—	—	10.20トン
ブラジル	—	—	—	0.12トン
合計	20.00トン	43.40トン	209.60トン	271.98トン



新市場開拓米制度を活用し、**輸出向け専用契約圃場**を設置。国内流通規格と同等以上の高品質米を生産・出荷しています



ブラジル向け出発式(R4.4.21)
※ジェットロほか関係者

今年よりブラジルへ日本酒輸出を開始。今後はパックご飯の輸出を開始します

◆輸出事業への取組 ～ロシア

コメ食文化の認知・消費喚起・需要拡大に向けた販売促進活動

2017（平成29）年12月

東川米や米菓など、日本産品に触れる機会を創出するため、現地における料理教室、試食会の開催



2018（平成30）年6月

本町との親交がある歌手 加藤登紀子さんとタイアップし、海外コンサート会場で販売促進や日本農業の説明など実施



- ロシアはじめコメ食文化がない国には、**先手で”本当に美味しいコメ”の食体験**を与え啓蒙することで他国産と差別化しやすくなる

◆輸出事業への取組 ～ロシア

2019年（平成31年）2月

日本食レストランでの東川米（おにぎり・寿司）調理、試食会の開催



2019年（令和元年）12月

JAで考案した「ひがしかわボール※」の商品化と、現地 大学生100名を対象にしたモニター調査の実施

※東川米と現地の高級食材を組み合わせた当該国のコメ料理（日本米の美味しさを世界へ伝達する商品）



◆輸出事業への取組 ～台湾

2019年（令和元年）12月

台湾企業との新規取引開始に向けた試食会、商談会の実施。また、東川町制作の映画「写真甲子園0.5秒の夏」上映会 来場者200名に東川米（おにぎり・稲荷寿司）の無償配布



- 台湾は日本産米含め競合が多く、価格競争にならざるを得ないため、**生産背景（栽培に使用する水の品質 等）含めたブランディング**が必要

◆グローバル産地化計画

当JAでは、2025(令和7)年までの3年間で新規輸出国5か国、現輸出先と合わせ計10か国以上の海外進出を計画し、総輸出量1,000トンを以上を目標に事業を展開させています

海外事業展開にあたっては、「**輸出事業計画**」の設定、「**GFPグローバル産地計画**」の承認を目指し、JA単位でのお米・コメ加工品での仕向け先数や輸出量「**日本一のグローバル産地化**」を目標に事業を取り進めます

【日本一のグローバル産地化へ向けた目標】



【新規仕向け国(目標)】

- ウズベキスタン
- フィンランド
- タイ
- イギリス
- アメリカ
- 南アフリカ

上記6か国への輸出を2025(令和7)年までに実施。

日本の食文化の魅力や美味しさ、健康・美容を世界に発信します！

◆現在の輸出実績と今後の輸出目標

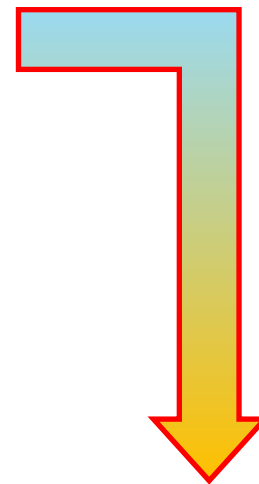
2025年度(目標最終年)までの**輸出目標**(数量・金額)を明確に設定し、
目標達成に向けた事業戦略の実行を展開します

【2021(令和3)年度実績】

輸出国	輸出商品	輸出量(ト)	輸出金額(円)
台湾・中国・香港	精米・玄米	207.6	34,748,000

【2025(令和7)年度目標】

輸出国	輸出商品	輸出量(ト)	輸出金額(円)
台湾	玄米・日本酒	123.6	20,760,000
中国	精米・日本酒	123.6	20,760,000
香港	精米・日本酒	536.6	121,026,000
フィンランド	精米	15.4	2,550,000
モンゴル	精米	55.1	12,117,600
シンガポール	精米・パックご飯・日本酒	111.4	26,635,200
ブラジル	パックご飯・日本酒	3.5	6,000,000
ウズベキスタン	パックご飯・日本酒	3.5	6,000,000
南アフリカ	精米	27.6	7,160,400
タイ	精米・パックご飯・日本酒	3.5	6,000,000
イギリス	パックご飯・日本酒	3.5	6,000,000
アメリカ	パックご飯・日本酒	3.5	6,000,000
合計		1,010.8	241,009,200



3年後には・・・
輸出量**1,000ト**以上
輸出額**2億円**以上の
拡大を目標！

◆海外需要確保に向けた輸出商品の選定①

海外での生活様式や日本製品の輸出実績を調査の上、当JAでは以下3商品の海外販路拡大に向けた計画を策定

①日本酒（三千櫻酒造製造；当JAのPB商品）



本町の地域特性である大雪山旭岳の豊富な伏流水と、東川米を合わせた新たなブランド品として、国内販売と合わせ海外市場への販売強化を目指します

海外での日本酒消費は伸長傾向にありますが、他の商品との差別化を図るため、**大雪旭岳源水とその水つくる東川米の付加価値を合わせたブランド酒**として展開を図っています

「世界で飲まれるHIGASHIKAWA RICE」をスローガンに、町内生産者5名で酒造好適米の高品質米生産に取り組みます

輸出専用の「酒造好適米」契約圃場を設置し、三千櫻酒造(株)へ原料供給・商品製造を行っています



◆海外需要確保に向けた輸出商品の選定②

②パックご飯

③精米商品

炊飯器の普及が少ない海外の生活様式に合わせ、電子レンジや湯せん調理が可能な「**パックご飯**」をこれからの販路拡大商品として選定しています
現在、国内でのコメ消費は低迷する中、特に需要を伸長させている商品であり、近年は輸出実績でも右肩上がりに伸びています

今後、新たに精米機能を導入(P12参照)し、**特殊な精米方法により栄養成分を残しながら美味しさを実現させた「金賞健康米」や「冷凍食品」の製造・海外輸出**も計画しています

日本産米の美味しさはもちろんのこと、健康志向の商品として世界中での消費拡大を目指します
また、地元で原料生産から加工までの商流一極化によるコスト削減を実現させ、安定的な需要確保を目指します



輸出向けに長期保存が可能な「うな丼」など冷凍食品の開発にも着手しています

◆輸出目標達成に向けた取り組み①

輸出商品の宣伝活動（動画配信）

グローバル化を目指した取組の一環として、当JA職員による「東川町の魅力・特長」や特産品（輸出商品）の紹介動画を作成し、YouTube配信を行っています（JAひがしかわチャンネル）

その他、輸出に関わる活動については、報道機関のご協力のもと、積極的に発信しています



【道内初の公設民営酒造】売切れ続出!?農協女子が三千櫻酒造を取材してきた!



東川米を世界ブランドに「モチモチしていておいしい」東川町がロシアで自慢のコメをPR (...)

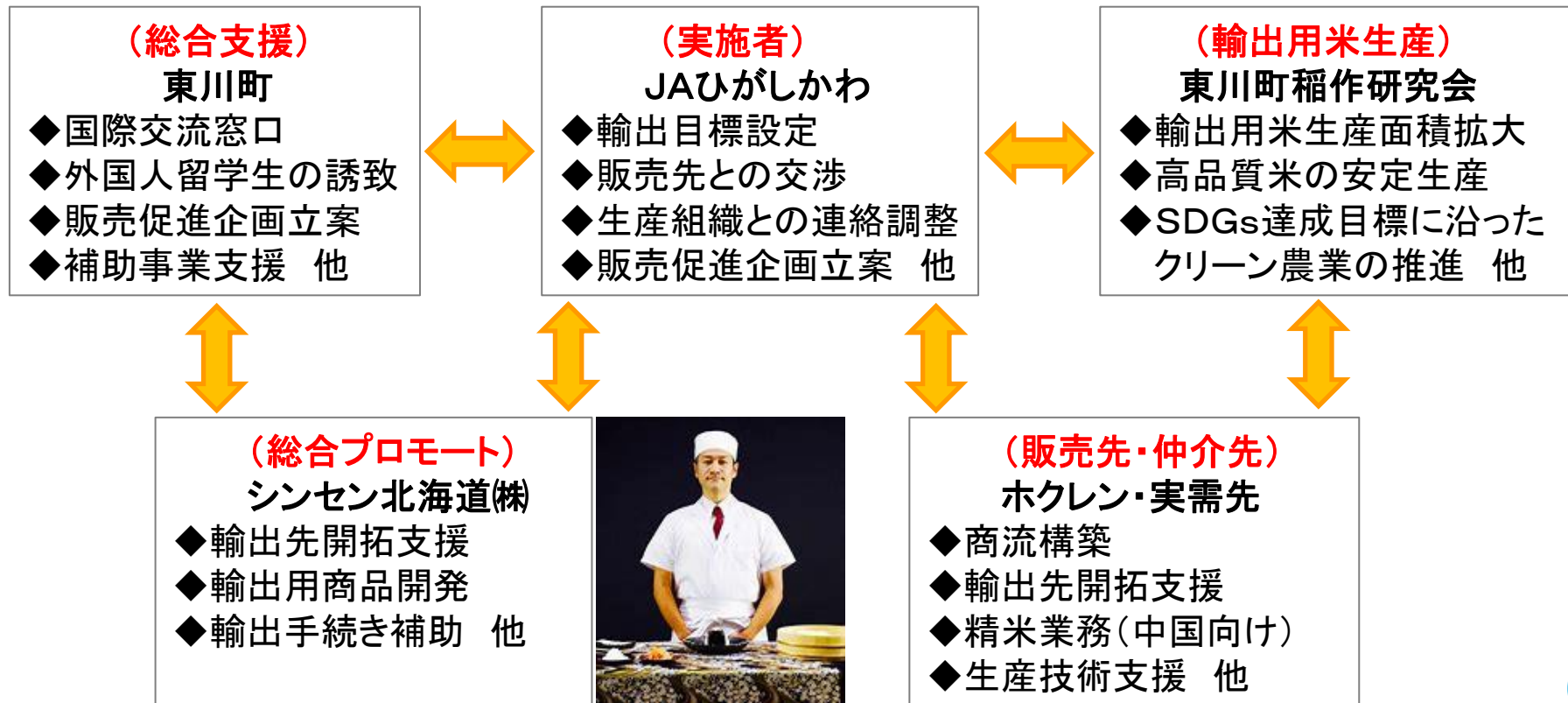
輸出事業に関わる担当役割（販売・事務手続き・広報他）を明確させ、目標達成のために担当メンバーの能力を高め協働化を進めます。

◆輸出目標達成に向けた取り組み②

関係機関連携による輸出促進

販路拡大に向けた各関係機関との協力体制を確立し、それぞれの役割を明確にした中で事業を展開します

(事業実施体制図)



ライスボールプレイヤー川原悟氏

◆輸出目標達成に向けた課題と対応策

海上輸送中の気候変動や長期間物流による品質劣化が課題。長期間保存や鮮度保持に特化した製造機能導入し、新鮮で美味しい東川米の通年供給を目指す



(精米施設・粳乾燥調製貯蔵施設 外観イメージ)



(高機能性米製造機能・無洗米加工機能)

玄米殺菌・殺虫殺卵装置(最新機器導入)

- R6年の施設整備事業にて新設する精米工場と原料粳のライスターミナル付帯機能として、精米前に玄米に付着する細菌・害虫(幼虫・卵)を除去する最新機器の導入を計画
- 各施設の建設に向けて、現在「農産物等輸出拡大施設整備事業」へ申請中

常に美味しいお米を世界中の方に提供し、日本産米の品質評価獲得により、国産米全体の輸出量拡大に寄与！

◆輸出拡大に向けての産地間連携について

品目間で連携し、“オールジャパン/北海道”で更なるブランド化を目指す

- 品目間でコラボしやすいコメの強みを活かすべく、「東川ボール」ラインナップを拡充
 - “マーケットイン”の発想で、海外現地でアンケートを取り、人気が高いものを商品化している(焼きおにぎり等、濃い味のものが多)
- 今後は、道内はもちろん、他エリアのおいしい食材と組み合わせた商品化も狙いたい
 - アジア圏では既に“北海道ブランド”は強いが、台湾等の競争が激しい市場の開拓に向けて今後より一層ブランド力を確固たるものとした
 - 鹿児島県大崎市のうなぎ×東川米でのウナギ丼等、道外含めた連携も進めたい
 - 道内では、特に海産物(昆布・海苔・さけ・すじこ 等)とコラボしたい
- 価格競争力を高めるべく、食品以外も視野に混載による大ロット輸送の在り方も検討
 - ホクレンと連携させていただき、他地域の米と一緒に輸送する等している
 - コメの輸入が難しい地域には、コメ以外の加工食品で提案していきたい

ご清聴ありがとうございました

当JAの輸出目標達成に向け、事業戦略の実行を一層加速・強化してまいります。引き続きご支援を賜りますようお願い申し上げます。