

# こうして輸出を伸ばした

## 人口減少とポストコロナ時代到来で 農産物の海外市場開拓の重要性増す

**日** 本農業は岐路に立つ。人口減少社会に突入し、食の国内市場の縮小が余儀なくされている。国内農業の縮小再生産を避けるには、需要の拡大が見込まれる海外市場に目を向けなければならない。

先進的な事例に学ぶため、早くから海外市場の開拓に取り組んできた経営者に集まっていた。開拓のポイントをお話していただいた。

**新** 型コロナウイルス感染症の世界的な感染拡大で、食のスタイルが大きく変わろうとしているなか、新しい農業の視点が必要だ。海外市場をゼロから開拓した先駆者の取り組みに学ぶところは多い。

■ 報告者 ■

坪谷 利之

農事組合法人木津みずほ生産組合  
代表理事

山崎 正志

有限会社アグリ山崎 代表取締役

矢羽田 竜作

有限会社南橋商事 代表取締役

木内 博一

農事組合法人和郷園 代表理事

門田 治満

株式会社ニユウス 取締役

熊谷 誠

有限会社白熊 代表取締役

岡山 和弘

株式会社オカキブラザーズ  
代表取締役

山口 貴巨

株式会社長沼あいず 事務取締役

田中 一穂

日本政策金融公庫 総裁

紺野 和成 (企画・進行)

日本政策金融公庫 農林水産事業本部  
営業推進部長

2020年1月21日 於：東京都千代田区、日本公庫本店特別会議室

(敬称略・順不同)

## 利益の確保できる価格で輸出

坪谷 利之(60歳)

農事組合法人木津みずほ生産組合

新潟県新潟市

水稲作41%。台湾、米国、欧州へ米を輸出。売上高に占める輸出割合は20%



稲作主体の農業法人で、私が2代目。1995年に食糧管理制度が廃止されたころから、父親が「自分で米を売る時代が来る」と口すっぱく言っていた。

輸出のきっかけは、18年ほど前に新潟県内の有力な同業者である有限会社神林カントリ―農園から、台北で開かれる「FOOD TAIPEI」への出展を誘われたことだ。

台湾は、米を年に3度収穫している国で、輸出して売れるのかと当初は疑心暗鬼だった。ところが、評判が良かったため、2005年地域の農業法人や全農新潟県本部と「新潟米輸出協議会」を立ち上げた。そのときに、いまま取引をしている台湾の貿易会社の代表とつながりができた。その後、10年ほど前に香港の企業

から誘いを受けた。地域の3社で「新潟米ネットワーク」という輸出専門組織を立ち上げ、香港への輸出を開始した。また、新潟県庁を通じて、米国、欧州、オーストラリアからもオファーがあり輸出を続けている。

輸出に取り組むに当たって意識していることは、薄利でも利益が確保できる単価で取引することだ。現在、周囲の農業法人などを巻き込んで、産地パワーアップ事業(国庫補助事業)を活用し、輸出に向けた生産体制の強化を計画している。輸出推進の課題として感じている

## 消費者ニーズは現地訪問し把握

山崎 正志(69歳)

有限会社アグリ山崎

茨城県坂東市

水稲作65%。米国、欧州へ米、酒を輸出。売上高に占める輸出割合は10%



ことは、各国・地域の商談会に各地の自治体がそれぞれで出展することで、日本産の農産物が競合し、値段が下落していることだ。たとえば台湾の場合、日本産の農産物の市場があることがマスコミなどで報道されたことから、各都道府県の農産物を扱う「〇〇県フェア」といった商談会が頻繁に開催されるようになった。しかし、こういったフェアに米や農産物を出展しても、よく売れて半程度で、売れ残った商品は現地に置いてくる。現地のスーパーにすれば、ただで商品を仕入れている状況となっており、結局儲かるのは現地のスーパーということになる。そうした事実をマスコミは伝えないし、農協も言わない。国内の他県と競争をしている場合ではないと思う。

主食用米の生産・販売のほか酒米を生産。茨城や京都の酒造メーカーと連携し日本酒もつくっている。京都の酒は、娘の大学時代の友人が杜氏をやっている、2人の夢としてつくった日本酒で、現在、スイスのチューリッヒに輸出している。

## 日本公庫総裁あいさつ

田中 一穂

人口が減少していくわが国では、農林水産業はとくに事業のダイバーシティを意識し、リスク分散をしなければなりません。海外に販路を求めるとは、企業のリスク分散の重要な方法の一つです。

日本公庫中小事業貸付先のグループ会社は世界に約6800社、うち中国に約2800社存在し、このなかには海外売上高が国内の約4倍という企業もあります。

農林水産業界においても、輸出海外市場の開拓が経営の重要な課題となってきました。

今回、輸出に先駆的に取り組んでいる方々にお集まりいただき、どのようにして海外市場を開拓してきたのか、販路を確保するためのキーマンとどのように知り合えたのかなど、具体策を教えてください。

農産物輸出に関心のある農業者の皆さんに参考になることが多いことでしょう。日本公庫は今後も日本農業の発展に寄与してまいります。

2008年に日本農業法人協会が輸出を希望する会員を全国から募り、輸出に向けた海外調査を実施した。当社がその調査に参加したのが輸出のきっかけだ。当時、輸出に取り組みようとする会員は少なく、約1800社の会員の中から調査に参加したのは12社だけだった。

11年に茨城県農業法人協会として、農業が基幹産業であり輸出で成り立っているニュージーランドを調査で訪問した。「小さなリングゴが売れ、大きなナシは売れない」ということを現地で知り、現地の正しい消費者ニーズは現地に行かないと把握できないことを痛感した。

11年2月に当社の米の香港輸出が決まったが、3月11日の東日本大震災による東京電力福島第一原子力発電所の事故の影響で輸出がすべてストップしてしまった。ただ、米国やカナダは早い時期に輸入を再開したことから、両国への輸出に取り組んだ。最初は売れなかったが、年3回現地を訪問し、自分たちがつくった米を消費者に直接アピールすること、顔の見える関係をつくり、安定した販路を構築することができた。

しかし、現地訪問には費用がかかる。米国やカナダは現地を訪問しても採算がとれるが、他の国は採算が

合わない。現状でも1回の現地訪問に対する支援はあるが、深い関係を持つためには何度も現地を訪れることが必要であり、そうした取り組みへの支援が受けられれば助かる。

輸出の取り組みで重要なのは、生産者に残るお金がいくらかということだろう。

日本の栽培技術を生かして、おいしい米をつくって売ることがグローバル化のなかで生き残る道だと思う。当社の輸出額は右肩上がり。現在、

売上高の約1割が輸出だが、これを4割まで上げていく計画でいる。

また、有機栽培もしている。有機JAS規格により格付けされた有機米なので米国やEU（欧州連合）など一部の国で、同等性相互認証により相手国でもOrganicの表示が可能だが、手続きやルールが国によって異なる。書類が滞ったり手続きがスムーズにいかなくなったりするので、そうしたことが円滑に進むよう、国の支援があればありがたい。

## 小ぶりのサツマイモ需要に対応

矢羽田 竜作（42歳）

有限会社南橋商事  
鹿児島県鹿屋市  
畑作15号 アジアへサツマイモを輸出（売上高に占める輸出割合は20%）



小ぶりのサツマイモが香港では「手軽で食べやすい」として需要があることを知り輸出にチャレンジしたが、輸送中に発芽し現地バイヤーに受け入れてもらえず、1回きりで終わってしまっただ。

3年前からタイ、2年前から再度香港に小ぶりのサツマイモの輸出を開始したが輸送には細心の注意を払っている。収穫して箱詰めし冷蔵庫に保管、冷蔵トラックで港まで陸送。船便では、リーファーコンテナ（冷凍・冷蔵貨物用の特殊コンテナ）を利用し発芽しない10℃に設定してい

る。輸出货量は増え、現在、タイへ年間約300ト、香港には100トを輸出している。

輸出促進策については、産地近くの港から出荷しやすくなるよう体制づくりを強化してほしい。

現在、福岡県の博多港を利用して、6時間陸送する必要があるが、当社から車で40〜50分の所にある志布港から輸送するよりも、トータルのコストが安く、便数があり、また20フィートの小型リーファーコンテナが予約しやすいためだ。

鹿児島も農産物の輸出を伸ばそうと輸送にかかわる補助金を出しているが、それでも博多港まで陸送してから輸出する方がコストが安く済む、という実態がある。

また、鮮度がよいサツマイモを輸出するためには、20フィートのリーファーコンテナを利用し輸送する回数を増やしたいが、志布志港では小型のリーファーコンテナを確保するのが難しい。

志布志港からの船便が利用できれば、陸送する間の箱のつぶれなどの心配も軽減され、出荷の手続きも自社でできるなどメリットがある。

産地に近い港からも出荷しやすくなれば、鹿児島島のサツマイモの輸出は格段に増えるだろう。

## 日本の農業をアジアへ展開すべき 木内博一（52歳）

農事組合法人 和郷園

千葉県香取市

野菜卸売業。香港、タイへ野菜、果物を輸出（売上高に占める輸出割合は5%）



和郷園は、いわば専門農協である。専業農家が93軒集まり、野菜を中心に栽培している。これをすべて、市場を通さず契約取引で販売する事業を、1994年からスタートし、今年で27年目になる。

海外事業は2005年にタイでスタートし、現在はシンガポールとタイに拠点がある。

タイではバナナを生産。1本バナナとしてタイ国内のコンビニで初めて販売した。現在は、タイのセブンイレブンに約10万本強を供給している。タイのセブンイレブンは日量30万本を販売しており、その3分の1を当社が供給している。

当社はタイ国内において、コンビニやスーパーマーケットへの販売ルートを確認している。輸出を検討し

ている農業者がこのプラットフォームを活用できる仕組みづくりを強化していきたい。

また、シンガポールは販売などにかかる手数料が高い。そうした課題に対応するため、サツマイモの焼き芋事業で実証実験を開始した。当社がシンガポール国内のスーパーマーケットの27カ所に焼き芋機を置かせてもらい、スーパーに対し売り上げの35〜40%のマージンを支払う仕組みを構築している。

しかし、日本のサツマイモを海外にどんどん出していくのはなかなか難しいと感じている。現在、シンガポールでは採算がとれる3<sup>ドル</sup>で販売しているが、2<sup>ドル</sup>であれば爆発的に売れるだろう。

そのため、ベトナムで日本の栽培技術を生かしたサツマイモの生産を低コストで開始した。シンガポールなどの第三国に出していくビジネスを展開していきたい。

輸出促進策として要望したいのは、高額な運賃への助成だ。日本から輸出のハードルが低い香港、シン

ガポール、タイなどへの輸出について、運賃助成があれば大きく輸出は伸びると感じている。

東京圏（成田市）国家戦略特区を活用し、成田国際空港に隣接して農産物などの輸出ワンストップサービスを可能とする市場施設の建設を進めている。この施設は、公庫の紺野営業推進部長が千葉支店長るとき、

当社と公庫千葉支店などが一緒になって政策提言をし、実現したものである。この施設を上手に生かして輸出を推進していくことが必要である。また、日本の農産物の輸出促進の取り組みだけではなく、A S I A G A Pの基準を、日本の農業と親和性のあるアジア農業にも広める取り組みを進めるべきだと思う。

## 産業として自立には輸出が不可欠 門田 治満（62歳）

株式会社 ニュウズ

愛媛県西予和郡伊方町

果樹生産15畝。台湾へミカンを輸出（売上高に占める輸出割合は10%）



2001年頃から、農業を産業として自立させるためには輸出は必須だと真剣に考えていた。そのころ、日本農業法人協会が立ち上がり、活動が活発になり始め、農林水産省に輸出を考えていかないといけないと提案した。

04年ごろから香港、シンガポール、台湾などの東南アジアの商談会に積極的に参加してきた。さらに産業とし

て自立するためには、商談会の出席だけに終わるのではなく、20<sup>ワト</sup>コンテナでどんどん出荷していく状況をつくっていかねばならない。09年日本農業法人協会の当時の紺野和成専務理事から「農業法人のなかの輸出の先駆者としてがんばって」と力強い言葉をいただき、がんばってきた。

輸出にはリスクはあるが、すべて自分の目が届くような流通や販売をしていかなければいけないと考え、13年には台湾に現地法人を設立した。

しかし、16年の台湾の総統選挙を境に政治情勢が激変し、それまでスムーズに流れていた検疫がとてつもなくなくなった。

当社は、納品時期などの話を細か

く詰めてミカンを輸出しているが、港で船が止まり、いつ許可が出るかわからない状況も生まれ、得意先から信頼を失い、取引量が半分まで激減したこともあった。

今年は、20<sup>㊦</sup>コンテナで15台くら

い出荷し、少しは盛り返してきた。現在は、現地のスーパーマーケットや百貨店、ショッピングモールへの店舗を展開をしている。今後は世界をマーケットとする経営展開をし日本農業に貢献します。

## 信頼できる輸出先の商社で拡大 熊谷 誠(60歳)

有限会社白熊

青森県弘前市

果実卸売業。台湾、香港へリンゴを輸出(売上高に占める輸出割合は70%)



だが、7年後には40万ケースを超え、現在もキープしている。

農産物は、キズや農薬、放射能検査など、クリアしなければならないハードルが多々ある。そうしたなかで、台湾の貿易商社から「トラブルがあるのは当たり前。私たちが全部解決するから安心して船に積んでほしい」と言ってもらった。こうした信頼できるパートナーができたので輸出に取り組んでいる。

青森県のリンゴの生産額は約1000億円で、うち136億円(2018年産)が輸出だ。農産物の輸出で136億円というのはトップクラスだろう。40<sup>㊦</sup>のコンテナでほとんど出荷しているのはリンゴしかない。当社が台湾輸出で成功したのは、「トキ」という品種のリンゴのおかげだ。市場で評判の高いトキは絶対に売れるから、生産を増やしてほしいと生産者に伝えた。

約10年前、トキの青森県全体の輸出量は10<sup>㊦</sup>箱で3万ケース程度だっ

て競合する。そうしたなかで、出荷量が伸びているのは、円安の影響も大きい。輸出を開始した当時、1<sup>㊦</sup>は70円程度だったのが、毎年10円ずつ円安が進んだおかげで、うまく進んだ。

当社は農業法人ではなく商人であり、生産農家あつての商売だ。これから農業法人を立ち上げ、増やしていかななくてはならないと考えている。青森のリンゴに関しては、作業はすべて手作業だ。機械化できるものは、なかなかない。私のまわりには生産者は70歳代が多い。10年後に

## 現地法人を設立し輸出伸ばす 岡山 和弘(47歳)

株式会社オカキブラザーズ

滋賀県蒲生郡電王町

食肉卸売業。東南アジアへ牛肉・牛ホルモンを輸出(売上高に占める輸出割合は15%)



はつけれないだろう。この人たちが持つ技術やノウハウがなくなってしまうので、若い人たちが引っ張ってきて、果樹園に派遣している。農地法の関係で、当社は簡単に農地を購入できない。特区のような取り組みをもっと認めていただきたい。リンゴ園を管理せずそのまま放置しておく、まわりの果樹園に迷惑がかかる。だから、生産者はやめるときに木を切ってしまう。私は農業者の技術を学び、青森県のリンゴ産業の未来をつくりたいと考えている。

私が食肉流通を担当し、事業を展開している。

輸出は2011年からスタートした。東日本大震災の影響で、福島県の牛肉を輸出していた企業からオフアールがあつて、近江牛をシンガポールに輸出した。初年度に1000万円ぐらいの取引があり、タイやミャンマー、台湾にも輸出した。地元の滋賀食肉センターから輸出が可能な国を対象に積極的に取り組んできた。ジェットロの商談会にも多く参加し、3年で3000万円ぐらいまで売り



株式会社長沼あいす  
北海道夕張郡長沼町  
乳製品、肉製品製造業。香港へアイスクリームや加工肉などを輸出（売上高に占める輸出割合は10%）

## 北海道産の生乳利用アイスを輸出 山口貴巨（46歳）

上げが拡大した。3年たったところ、近江牛を販売する現地の問屋が販売先にセールスをかけたところ、価格をたたかれたという経験をした。産地間競争もあり、比較的価格の安い別の和牛に客を取られたりして、顧客は増えたり減ったりしてきた。焦げついたこともある。そこで、販売を人任せにせず自社でおこなおうと、18年にバンコクに現地法人を設立した。このとき、シンガポールの焼肉屋にマネージャーとして勤めていた日本人と知り合い、その人と一緒にやることになった。その結果、19年の輸出による年間売上高は約1億円、輸出総量は約23トンとなった。

今後、日本産牛肉の中国向け輸出解禁の話もあり、さらに和牛の生産振興を国も後押ししていることから、追いつく風に乗って生産を強化していきたい。現在の課題としては、食肉センターを介さないと加工ができないことだ（手数料が必要）。また、加工賃が高いので、輸出に当たっては輸出推進の奨励金などで軽減してもらえればありがたい。

当社は、貿易実務もみずからやっている。特定原産地証明書については、申請窓口が京都などの大都市にある商工会議所に限られている。いつでも気軽に相談できるように地元商工会議所でも申請・発行などの手続きができるとうかがいたい。また、申請から証明書の発行までに最低でも1週間程度かかる。当社の輸出品はチルドで賞味期限が短いことから、この期間を短縮してほしい。

北海道の牧場から直送された生乳のみを使い、自社工場で加工している。普通のメーカーはほとんど生乳に加水しているが、当社は一切加水していない。当社では当たり前のことと思っていたが、中国に輸出した際

に現地のバイヤーから「製品にどれぐらい加水しているのか」と聞かれ、業界として加水することが一般的であることを認識した。いまでは加水していないことを強みとして、輸出に取り組んでいる。この方法で製造したアイスクリームを輸出しているのは当社だけだと思っている。

輸出のきっかけは、2013年11月のこと。台湾で青森県産のリングを使ったアップルパイと北海道アイスクリームの販売店舗を展開しようとする人から協力の要望があった。ソフトクリームの販売は好調が見込まれたが、具体的な商談となると、2017年コンテナが輸出の基本的な数量となるため、うまくいかなかった。

台湾の高雄の大手企業から出店のオファーがあり、18年に現地法人を設立したことで本格的に台湾への輸出を開始した。評判が伝わり、香港、韓国、シンガポール、マレーシア、中国、ベトナムにも輸出が拡大している。

輸出品で最も多いのはソフトクリーム原料。解凍時の分離を防ぐ方法を考案し、完成品でなく原料乳を冷凍して輸出している。現地で解凍、最終加工を施し機械に入れてソフトクリームを出すのが多い。あとは、カップアイスや業務用のアイスクリ

ーム。香港には加工肉、ソーセージも卸している。

また、当社は商社を一切、介していない。現地に行くと、現地のパートナーと話をし、直接取引をしている。

輸出の支援は、輸出する国によって活用する機関が異なっている。たとえば、韓国は北海道庁がソウルに事務所を置いていることから、アテンドやアポイントをお願いしている。また、札幌の産業振興財団には、輸出食品の補助事業として、出張旅費がある程度出してもらっている。

余市町の齊藤啓輔町長からは、町長が外務省に10年勤務していたことがあったためか、余市の物産を一緒に輸出していこうという話をいただいている。

輸出推進に向けた課題としては、相手国の動物検疫の対応によって豚肉などの輸出が難しいこと。だから当社では香港にしか輸出をしていない。

また、タイや香港は、アイスクリームなど乳製品の輸出に必要なライセンスの取得に時間かかる。香港は1年半かかった。タイも同じぐらいかかるといわれている。そうしたことの改善に向けて、国には働きかけをしていただきたい。