

アグリ・フード 2016.10 サポート



Loans 輸出に取り組む農業者、食品企業の皆さまへ
輸出関連事業にご利用可能な資金のご紹介
事例紹介 株式会社大平畜産工業

Prize 2016年度「アグリフードEXPO輝く経営大賞」決定
東日本エリア 有限会社イーエム総合ネット弘前
西日本エリア 株式会社伊藤農園

Exposition 第11回「アグリフードEXPO東京2016」開催速報
EXPO出展者を訪ねて 株式会社小林農産

Research Report 中国人訪日旅行者「すし」「刺し身」「お好み焼き」に満足
中国人訪日旅行者実態調査



開催の概要については12ページをご覧ください。
<https://www.agri-foodexpo.com/>

目次

Contents

資金紹介	輸出に取り組む農業者、食品企業の皆さまへ 輸出関連事業にご利用可能な資金のご紹介 …………… 3
	事例紹介 株式会社大平畜産工業 …………… 6
輝く経営大賞	2016年度「アグリフードEXPO輝く経営大賞」決定 …………… 8
	東日本エリア 有限会社イーエム総合ネット弘前 …………… 9
	西日本エリア 株式会社伊藤農園 …………… 9
アグリフードEXPO	第11回「アグリフードEXPO東京2016」開催速報 …………… 10
	第10回「アグリフードEXPO大阪2017」を2月22、23日に開催 …… 12
	EXPO出展者を訪ねて 株式会社小林農産 …………… 13
インフォメーション	輸出を行う農林水産業の皆さまへ NEXIからのお知らせ …………… 15
公庫調査レポート	中国人訪日旅行者実態調査 …………… 16
公庫本支店窓口	公庫本支店窓口のご案内 …………… 20

- 表紙写真／第11回「アグリフードEXPO東京2016」会場の様子。詳細は10ページ
- 撮影／河野 千年

輸出に取り組む農業者、食品企業の皆さまへ

輸出関連事業にご利用可能な資金のご紹介

農林水産物・食品の輸出額が3年連続で過去最高額を更新するなど、海外の和食人気を背景に日本産食材が注目されています。日本公庫は輸出に取り組む農業者、食品企業を支援しています。

ご利用いただける方	自らの経営改善や国内農業の振興のために、海外へ国産農産物やその他加工品を輸出する農業者や食品企業の皆さま、国産農産物を海外で販売する農業者の皆さま
資金の使いみち	<ol style="list-style-type: none"> ① 輸出などの準備に必要な費用 長期運転資金：海外向けパンフレット作成費、海外担当スタッフの雇用費、海外商談の際の渡航費、サンプル輸送費、海外展示会の出展費など ② 輸出に必要な設備投資や費用 設備資金：輸出向けの製造開始に伴う工場拡張、食品パッケージ変更に伴う機械購入、保管倉庫の拡大など 長期運転資金：輸出事業拡大に伴う雇用費、商標登録費、海外渡航費など

ご利用いただける資金

— 農業者の皆さま —

農業経営基盤強化資金(スーパーL資金) [設備資金、長期運転資金]

ご利用いただける方	認定農業者(農業を営む個人・法人であって、「農業経営改善計画」を作成して市町村の認定を受けた方)
融資期間	25年以内(うち据置期間10年以内)
融資限度額	個人3億円(特認6億円) 法人10億円(特認20億円)
金利(年) (2016年8月19日現在)	0.10% (実質無利子化のための利子助成制度があります。)

農林漁業施設資金(スーパーW資金) [設備資金]

ご利用いただける方	<p>認定農業者が加工・販売などを行うために設立した法人(アグリビジネス法人)であって、次の要件を満たしていること</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 株式会社：認定農業者が総株主の議決権の過半数を有していること 持分会社：認定農業者が業務を執行する社員の過半数を占めていること ② アグリビジネス強化計画を作成し特別融資制度推進会議の認定※を受けていること ※アグリビジネス強化計画の認定要件は次の通り ○アグリビジネス法人の主たる取扱品目について、出資認定農業者(アグリビジネス法人に出資する認定農業者)の生産するものが過半数を占めていること ○アグリビジネス法人の事業により、出資認定農業者からの仕入量、もしくは仕入額が5年間でおおむね20%以上増加すること、または付加価値額(営業利益+人件費+減価償却費)が5年間でおおむね15%以上増加すること
融資期間	25年以内(うち据置期間5年以内)
融資限度額	総事業費(補助金を除く)の80%まで[特例：総事業費(補助金を除く)の90%まで]
金利(年) (2016年8月19日現在)	0.10%

農林漁業施設資金(共同利用施設、特別振興事業[※]) [設備資金]

ご利用いただける方	農業を営む方々の組織する法人・団体 ※資金使途が特別振興事業の場合は、特別振興事業を行う個人、法人
融資期間	20年以内(うち据置期間3年以内) ※資金使途が特別振興事業の場合は、15年以内(うち据置期間3年以内)
融資限度額	総事業費(補助金を除く)の80%まで
金利(年) (2016年8月19日現在)	共同利用施設：0.10%、0.90% 特別振興事業：0.10%

— 食品企業の皆さま —

食品流通改善資金(食品生産製造提携事業施設) [設備資金]

ご利用いただける方	食品製造業者またはそれらの組織する法人(事業協同組合など)、農林漁業者またはそれらの組織する法人(農業協同組合など)
融資期間	10年超15年以内(うち据置期間3年以内)
融資限度額	総事業費(補助金を除く)の80%まで
金利(年) (2016年8月19日現在)	0.25%

食品流通改善資金(食品生産販売提携事業施設) [設備資金]

ご利用いただける方	食品販売業者またはそれらの組織する法人(事業協同組合など)、農林漁業者またはそれらの組織する法人(農業協同組合など)
融資期間	10年超15年以内(うち据置期間3年以内)
融資限度額	総事業費(補助金を除く)の80%まで
金利(年) (2016年8月19日現在)	0.25%

中山間地域活性化資金 [設備資金]

ご利用いただける方	中山間地域の農林水産物を使用して製造・加工を行う方、中山間地域の農林水産物(またはその加工品)の販売(飲食提供を含む)の事業を行う一定規模以上の方
融資期間	10年超15年以内(うち据置期間3年以内)
融資限度額	総事業費(補助金を除く)の80%まで
金利(年) (2016年8月19日現在)	2億7,000万円以下 0.25% 2億7,000万円超 0.50%

水産加工資金 [設備資金]

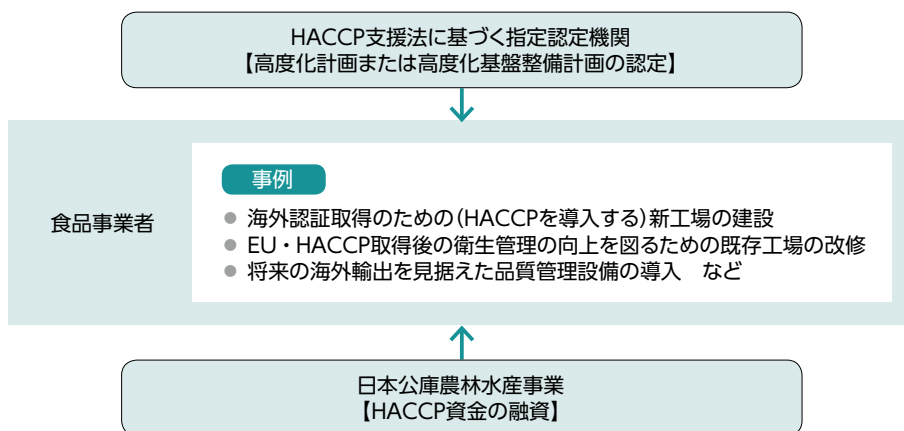
ご利用いただける方	水産加工業を営む法人・個人、水産業協同組合、中小企業等協同組合
融資期間	10年超15年以内(うち据置期間3年以内)
融資限度額	総事業費(補助金を除く)の80%まで
金利(年) (2016年8月19日現在)	一般0.40% (特利0.25%)

食品産業品質管理高度化促進資金(HACCP資金)[設備資金]

EU、米国をはじめ、HACCPの考え方による衛生管理が国際的にも主流となってきており、輸出促進の観点からも食品の安全性の向上と品質管理の徹底が求められています。そのため、製造・加工の工程管理システムであるHACCPの重要性がより一層増しています。

HACCP支援法に基づく「食品産業品質管理高度化促進資金(通称:HACCP資金)」は、HACCP導入のための施設整備や、HACCP導入の前段階における衛生・品質管理のための施設の整備などにご利用いただいています。

■HACCP資金のご融資イメージ



■HACCP資金の概要

ご利用いただける方	食品の製造・加工の事業を行う中小企業者(製造業の場合、資本金3億円以下または常時従業員数300人以下)
資金の使いみち	① HACCPを導入するための施設整備(製造過程の管理の高度化)またはHACCP導入の前段階における衛生・品質管理のための施設整備(高度化基盤整備)など ② ①と併せて一体的に導入する生産施設の整備
返済期間	10年超15年以内(うち据置期間3年以内)
融資限度額	事業費の80%以内または20億円のいずれか低い額
金利(年) (2016年8月19日現在)	2億7,000万円以下 0.25% 2億7,000万円超および生産施設 0.40%
HACCP支援法に基づく各指定認定機関の認定対象の食品の種類	食肉製品(ハム・ソーセージなど)、容器包装詰常温流通食品(缶詰、瓶詰、レトルト食品)、炊飯製品、水産加工品、乳製品、味噌、醤油製品、冷凍食品、集団給食用食品、惣菜、弁当、カット野菜、食用加工油脂、油糧種子食品(すりごまなど)、ドレッシング、清涼飲料水、食酢製品、ソース、菓子、乾麺、漬物、生麺、パン、食肉(枝肉・部分肉、と畜)、精米

【全資金共通】 ご留意いただきたい事項	<ul style="list-style-type: none"> ● 審査の結果により、ご希望に沿えない場合があります。 ● 担保・保証人については、ご相談のうえ決めさせていただきます。 ● 上記や各資金でご紹介している以外にも、資金をご利用いただくための要件などがあります。また、P3～5にご紹介している資金以外にも、ご利用いただける資金があります。詳しくは、事業資金相談ダイヤル(0120-154-505)または最寄りの日本公庫支店(農林水産事業)までお問い合わせください。
-------------------------------	--

事例紹介

日本産牛肉を東南アジアへ売り込め さらにタイで外食産業展開、肉牛生産も

株式会社大平畜産工業 おおひら 川合 昭夫さん(北海道河東郡鹿追町)

北海道鹿追町で交雑種を中心に約4,500頭の肉牛を肥育。自社で育てた牛肉を提供するレストランを日本食ブームのタイで開業し、さらに将来を見据えてアジアでの肉牛の現地生産に向けた取り組みにも挑戦している。

再び牧場経営者となって

「事業の発展に必要なのは人づくりと人の輪だと痛感した」と、北海道鹿追町で肉牛生産を行う株式会社大平畜産工業代表取締役の川合昭夫さん(58歳)は語る。

川合さんは異色の経歴を持つ。1983年に大平畜産工業に入社し、牧場業務に従事したが、95年に思うところあって退社し、町内で牛肉を活用したレストラン経営に取り組んだ。開業後、投資を回収するまで苦勞もしたが、レストラン経営をうまく軌道に乗せた手腕を見込まれ、2004年に「代表取締役としてぜひ牧場経営を」と、再び大平畜産工業から声が掛かったのである。

しかし、復帰当時の会社は赤字経営で資

金繰りが苦しく、負債も増加。経営規模こそ川合さんが退社した頃の約2,500頭から約3,200頭へと拡大していたが、売り上げの元となる牛の体重が思うように増えず、肉質も安定しない上に、死亡事故が多かった。

この状況を改善することが急務と考えた川合さんは、「牛を変えるには人を変えなければ」と、専門家による講習を毎月実施し、従業員の知識や技術の向上に力を注いだ。牛の生理・生態を従業員がきちんと理解できるようになると、従業員たちが休憩時間も牛の飼育方法について話し合うようになるなど、明らかに職場の雰囲気が変わってきたという。

その結果、体重は順調に増えて肉質も向上し、牛の死亡事故も減少。枝肉相場の上昇という追い風もあり、経営は急速に改善していった。経営者として目のつけどころが良かったのだ。

現在は、鹿追町の牧場で交雑種約4,000頭、黒毛和牛約550頭を飼育するほか、前歴を活かして鹿追町と札幌市で直営レストランを運営、多角化を行っている。

娘夫婦と協力してタイに進出

今後、国内の少子高齢化による需要縮小



交雑種の肥育牛舎に立つ川合さん。牛舎は廃材を活用し、自ら建てることでコストを抑えた

が想定される中、川合さんは事業の発展には海外市場の開拓が不可欠と考え、タイに住む娘夫婦と一緒に現地法人を設立してタイでの事業を開始した。安全・安心、おいしいをベースに日本食がアジアで広範にブームとなっていることに着目した。

大平畜産工業の牛肉をタイに輸出し、2015年に立ち上げた現地レストランの経営と現地飲食店への卸売りをやっている。レストランの店舗となるビルは、現地の娘夫婦が足で稼いで安く良い物件を探し出し、店の内装もほとんど自分たちで行うなどして開店費用を数百万円に抑えた。

これまで4回にわたり、計12頭分を輸出した。牛の全部位の輸出にこだわり、レストランでは部位に応じたおいしい牛の食べ方をさまざまなメニューでタイの顧客に提供している。

現地の人とよい関係をつくる

川合さんは「輸出ビジネスを継続するには、商品を持っていくだけでは駄目。誰かが現地に定着し、現地の人たちとの良い関係を築き、それを大事にしていくことが不可欠だ。それによって人の輪が広がり、事業も発展する」と強調する。

川合さんにとっては、同窓生や娘がタイに長く定住しており、そのことがレストラン開業や、その後の人脈づくりに大きな助けとなった。

「日本人が現地でレストランを開店しても経営がうまくいかず、数カ月から半年程度でつぶれていく店が多い。私もいきなりタイに来てレストランを軌道に乗せたわけではなく、約10年に及ぶタイに住む人たちとの関わりがあってこそ、今もタイで事業を展開できている」と、川合さんは言う。

また、川合さんは日本公庫からの融資を受けて、農場施設を整備し運転資金も確保して



味に深みがあり、脂のくどくない交雑種はタイの人の口にも合うという

いる。これにより経営基盤が安定し輸出にも注力できた、という。

川合さんの今後の目標は、現地タイでの肉牛生産である。このため現在、タイの農業大学と肉牛飼育の共同研究を行っている。約700万円の費用は自己資金で賄い、現地で25頭の牛を試験的に飼育しており、今後200頭規模で現地生産を開始する計画である。

暑さで牛があまり餌を食べないため、日本に比べ体重が増えにくいなど、肥育方法にはまだ課題が多いが、タイでは稲わらなど必要な飼料が安く手に入りやすく、コストが削減できるメリットもある。

ASEAN（東南アジア諸国連合）の地域市場統合で域内の道路インフラ整備が進む中、将来はタイで生産した牛肉を、ベトナム、ラオス、ミャンマーに陸送する考えだ。さらなる経営の発展を目指して挑戦は続く。

（情報企画部 田村 正宏）

DATA

株式会社大平畜産工業

所在地 〒081-0204

北海道河東郡鹿追町笹川北8線12番地10

代表取締役 川合 昭夫

業 種 肉用牛(交雑種、黒毛和牛)

アグリフードEXPO輝く経営大賞

地域農業を担う優良経営を表彰する2016年度の受賞者が決定しました。

「アグリフードEXPO輝く経営大賞」は、地域の農業・食品産業の担い手としてふさわしく、「アグリフードEXPO」への出展をきっかけに、優れた経営を実現している経営体を表彰するものです。多くの経営体の目標となる姿を示すとともに、地域の農業や食品産業の育成に寄与することを目的に、2005年度に日本公庫農林水産事業(旧農林漁業金融公庫)が創設しました。

全国各支店から候補者の推薦を受け、社外の有識者による選定委員会での審議

の結果、今年度の受賞者として東日本エリアは有限会社イーエム総合ネット弘前(青森県弘前市)、西日本エリアは株式会社伊藤農園(和歌山県有田市)に決定しました(次ページにて紹介)。

「アグリフードEXPO東京2016」の開催初日である8月18日に、アグリフードEXPO会場内にて表彰式を行いました。

大勢のEXPO出展者やバイヤーなどが見つめる中、受賞者に賞状と記念品を授与し、喜びのスピーチをいただきました。



左:「アグリフードEXPO」の展示ブースで、磯崎陽輔農林水産副大臣に商品を説明する今井さん(上)と伊藤さん(下)
右:表彰式の様子



選定基準

優れた経営能力、技術力、実績を有するとともに、アグリフードEXPO(東京・大阪)への出展をきっかけに、売り上げ増加、販路拡大、消費者ニーズの把握、商品開発などを実現した経営

選定委員(敬称略)

大泉 一貫(選定委員会会長)／宮城大学名誉教授

青山 浩子／農業ジャーナリスト

梅本 雅／農研機構中央農業研究センター所長

荘林 幹太郎／学習院女子大学国際文化交流学部教授

藤田 毅／有限会社フジタファーム代表取締役

松田 恭子／株式会社結アソシエイツ代表取締役

森 剛一／アグリビジネス・ソリューションズ株式会社
代表取締役、税理士

東日本エリア

有限会社 イーエム総合ネット弘前

(青森県弘前市)

代表取締役 **今井 正直 さん**

経営概要：自社でリンゴ14ha、野菜11haを生産する他、地元農家55戸と協力して全体で240haの生産基盤を確立。鮮度、品質が高く、(社)氷温協会認定の「氷温りんご」で差別化し、高級スーパーなどと取引。2010年からは台湾へ輸出開始。農地中間管理機構と連携して耕作放棄地の再生にも取り組んでいる。

EXPO出展回数：9回(東京4回、大阪5回 ※2016年8月31日時点)

■受賞のポイント

- 担い手の高齢化や労働力不足の課題を抱える産地で、高品質なリンゴを安定的に生産・販売するため、地元農家と協調して当社を組織。人材確保・育成のほか、リンゴコンテナ大型化に向け実証研究するなど、斬新な発想による機械化、作業効率の改善、生産・流通改革を進めている。
- さらに従来と比べ、鮮度、品質がアップする氷温貯蔵技術を用いた「氷温りんご」で差別化し、EXPOを活用して西日本や海外へ販路を拡大し、売り上げを伸ばしている。
- 生産・流通・販売の各段階で新たな取り組みにチャレンジし、産地の維持・発展に積極的に取り組んでいる。



西日本エリア

株式会社 伊藤農園 (和歌山県有田市)

代表取締役 **伊藤 修 さん**

経営概要：「有田みかん」など、かんきつ類を10ha生産し、搾汁、加工、販売までを手掛けている。当社の独自製法で雑味やアク、トロミがない爽やかなジュースを製造。七味、石鹼など多様な無添加商品を他事業者と連携して開発している。

EXPO出展回数：10回(東京6回、大阪4回 ※2016年8月31日時点)

■受賞のポイント

- EXPOに出展する中で、独自の搾汁技術のもと、無添加というコンセプトを確立し、商品力を強化。多品目の地場産かんきつ類をそれぞれにふさわしい丁寧な方法で商品化している。
- EXPOを活用して都市圏の小売店、百貨店などと取引を開始。果汁や廃棄されていた果皮を加工したピールの原料供給によって販路開拓。HP、ネット通販モール、直売所などで広く商品を販売している。また、ヨーロッパや香港などにも輸出し、特にユズ果汁は調味料としてヨーロッパで好評を得ている。
- 周辺農家から規格外品などを集荷するなど、産地ならではの取り組みで地域に貢献している。



プロ農業者たちの国産農産物・展示商談会

第11回「アグリフードEXPO東京2016」を開催 国産農産物を求め、バイヤーが熱い視線

第11回「アグリフードEXPO東京2016」を8月18日(木)～19日(金)に東京ビッグサイトで開催しました。今回は全国から681の農業者・食品製造業者・6次化支援技術を提供する事業者が出展し、2日間の来場者は、昨年に続き14,000人を超え、多くの商談が行われました。

出展ブースでの商談の他に、専用の商談スペースを利用した個別商談会も実施し、国産志向の有力バイヤー27社との商談の機会を提供しました。

開催結果

■ 出展者数
681先(560小間)

■ 登録来場者数
14,410人

(8月18日…7,803人、19日…6,607人)
※2日間にわたってご来場いただいた方は初日のみカウントしています。

■ 会期中商談件数
36,728件

■ 商談引き合い件数
7,004件

注1)本集計は、出展者から当日提出いただいたアンケート結果に基づきます。

注2)商談引き合い件数：商談件数のうち、商談会終了後も継続して行う予定の件数です。

写真上から ●会場は昨年の第10回記念開催に続く14,410人もの来場者でにぎわいました ●開会式の様子 ●「海外展開相談コーナー」を設け、(独)日本貿易振興機構(ジェトロ)、日本貿易保険、貿易会社の農林水産・食品の輸出に詳しいアドバイザーが輸出に関するさまざまな相談に応じました ●6次産業化や輸出促進などのためのセミナーを開催しました





写真上から ●東日本大震災からの復興を応援すべく、被災地の特産品をPRする場として「復興支援コーナー」を引き続き設置。今回は4月に発生した熊本地震からの復興を応援するため、熊本県と大分県の「復興支援コーナー」も設置しました。熊本地震の被災者も積極的に商品を説明しました(上・中) ●「農家さんの新商品コーナー」では、30先が新たに開発した加工品を出品。207人のバイヤーが試食・評価した結果を農業者にフィードバックしました(下)

写真上から ●来場者が商品を探しやすくするため「商品展示コーナー」で商品を種類別に展示。また、輸出を実施・検討している商品を展示する「輸出商品展示コーナー」を初めて設置しました(上) ●出展者は農産物や地元産品を活用した加工食品をバイヤーに積極的にPRしました。会場では高校生が出展者と共同開発した商品を出品者と共に説明する姿(中)や、国産食材を求める海外バイヤーの姿も見受けられました(下)

つなげよう6次化の輪

第10回記念「アグリフードEXPO大阪2017」を開催します

「アグリフードEXPO大阪」は、来年第10回を迎えます。これまでご出展、ご来場いただきました皆さまに熱く御礼申し上げます。

今回の「アグリフードEXPO大阪」のコンセプトは「つなげよう6次化の輪」です。全国各地で国産ブランドを担い、魅力ある農産物づくりに取り組んでいる農業者や地元産品を活用した多様なこだわり食品を製造する食品メーカーの皆さまに、広域的な販路拡大の機会をご提供いたします。

開催概要

■会期

2017年2月22日(水) 10～17時
23日(木) 10～16時

■会場

ATCアジア太平洋トレードセンター
(大阪市住之江区南港北)

■出展者募集期間

10月3日(月)～11月11日(金)

■募集小間

300小間

■出展対象者

①農業者

国内で農業を営む方

②食品製造業者

国産農産物(水産物を除く)を主原料とする食品を主として扱う国内食品製造業者

■出展小間料

通常小間

1小間(2.0m×2.0m) 97,200円(税込)

チャレンジコーナー※

1小間(1.5m×1.5m) 64,800円(税込)

※チャレンジコーナーは「アグリフードEXPO」に初めて出展する農業者限定のトライアルブースです。

■ご来場対象者

小売業、商社・卸売業・流通業、外食業、中食業・給食産業、食品製造・加工業、健康食品・美容産業、宿泊業(ホテル・旅館業)・旅行業など

■ご来場方法

当日登録制(一般の方は入場できません)



昨年の会場の様子

お問い合わせ

■主催事務局

日本政策金融公庫 農林水産事業本部
情報企画部 TEL 03-3270-4116

■運営事務局

エグジビションテクノロジーズ株式会社
TEL: 03-5775-2855
<http://www.exhibitiontech.com/>

アグリフードEXPO出展者を訪ねて

「アグリフードEXPO」でコメの大ロット成約 独自ブランドを打ち出し、販路を積極開拓

株式会社小林農産 小林 秀行さん(三重県多気郡明和町)

伊勢神宮に近い三重県下有数のコメ産地で生産する株式会社小林農産が、「アグリフードEXPO」に初出展したのが2012年の大阪開催の時だ。この出展を機に、継続的に大口の取引先を見つけ、大規模化を加速。若き経営者小林さんのチャレンジ精神を聞くため、現地を訪ねた。

農業はビジネス、戦略思考が大事

県下有数の稲作地域である明和町で、稲作などを営む株式会社小林農産で執行役社長として経営に携わる小林秀行さん(35歳)は、自身の経営についてこう述べている。

「いわゆる農業者ではなく、農業経営者として、農業をビジネスとして捉えることが大切です。戦略的に経営規模を拡大していくには、大ロットの販売先が不可欠で、『アグリフードEXPO』が大いに役立ちました」と。

小林さんは2004年に伊勢市役所を退職後、父親から稲作経営を引き継ぎ、11年には法人化して現在の小林農産を設立した。

小林さんが経営者として手腕を発揮するようになり、規模拡大も進んだ。就農当時は

25ha、売上高3,000万円ほどの経営規模だったが、16年には230haまで拡大し、今期は就農時の10倍を超える売上高を見込んでいる。このうち水稻が110ha、小麦と飼料用米を二毛作で、小麦が70ha、飼料用米が40haをそれぞれ生産している。この急激な経営発展を支えたのが、自社ブランドの構築と販路開拓による直販の強化だ。

明和町を含む宇田地域は、平安時代より前から農業が行われてきた歴史の深い土地で、コメ作りに適した肥沃な土壌と清流として知られる宮川の水をおいしいコメ作りに活かしてきた。

しかし、三重県産のコメは認知度や産地のブランド力に課題があると感じた小林さんは、他の有名な産地のコメにも負けない自社のブランド力やオリジナリティーを打ち出す必要があると考えた。

そこで、慣行栽培よりも農薬や化学肥料の少ない特別栽培米のコシヒカリを、古くから宇田と呼ばれてきた由緒と格式のある地名とあわせて「宇田ひかり」と名付けてブランドを打ち出した。ホームページなどで名前の由来や宇田のエピソードなど、格式の高さ、商品の独自性やストーリー性を消費者や販売先に訴えかけた。

小林さんは地元スーパーや飲食店への直



収穫が間近に迫った水田の前で自慢のコメについて語る小林さん

接販売やインターネット販売へ徐々にシフトしてきたが、さらなる飛躍を求めて、「宇田ひかり」のオリジナリティーを武器に、大消費地を中心とした全国各地への販路拡大に挑んだ。この全国に販路を広げる上で欠かせなかったのが、日本公庫が主催する「アグリフードEXPO」の存在だったという。

EXPOで大きく飛躍

「私にとって『アグリフードEXPO』の最大の魅力は、商社や卸売業など、大ロット取引を求める有力バイヤーと、一斉に商談ができることです」と、小林さんは話す。

「アグリフードEXPO大阪2012」に出展した小林さんは、初めてながら大手商社との商談によって加工用米の大口契約にこぎつけることに成功した。

勢いに乗った小林さんは、続いて2012年、13年に開催された「アグリフードEXPO東京」でも、他の大手商社と主食用米について成約することができた。大ロットでの取引や独自性のある商材を求める大手商社の意向と、これまで小林さんが力を入れてきた規模拡大とブランド化がうまく実を結んだ結果だ。

さらに「アグリフードEXPO」で出会った他の出展者にも商談を持ち掛けた。顔なじみになったコメ卸売業者との取引や、地元の他業種出展者とのコラボ商品の開発にも取り組むなど積極的姿勢だ。

一度成約した取引先とは、取り扱うコメの種類を変えながらも取引が続いており、現在では「アグリフードEXPO」で商談が始まった取引先に関連した売上高は全体の5分の1を占めている。

そのほか、小林さんの奥さんを筆頭とした女性たちが加工しているモチ、玄米パフといった商品も、これまで積極的に販路拡大に向けて出品してきた。14年には来場したバイヤーに試



「アグリフードEXPO東京2016」では、夫婦で力を合わせて商談に臨む

食・アンケート記入をしてもらった「農家さんの新商品コーナー」で玄米パフを出品し、バイヤーからの意見を参考に商品づくりを行っている。

目指すは1,000ha規模

順調に販路拡大する中、地域のコメ農家を支えたいという想いで、2014年から手掛けている事業がコメの集荷販売だ。県内のコメを集め、独自に築き上げた販路を駆使して、三重県産を広くPRしていくことがその狙いだ。自社としても販売量が増えれば、価格交渉力が強化できると小林さんは踏んでいる。

また、強固な販路があることで規模拡大にも弾みがかかる。3年後に300ha、5年後に500haという目標は達成できる見込みが立っており、さらに10年後に1,000haという目標を打ち立てた。農業経営者としてたくましく成長した小林さんのチャレンジはこれからも続く。

(情報企画部 飯田 晋平)

DATA

株式会社小林農産

所在地 〒515-0324

三重県多気郡明和町大字金剛坂690

代表取締役 小林 光男

取締役 執行役社長 小林 秀行

業 種 稲作、小麦

輸出を行う農林水産業の皆さまへ NEXIからのお知らせ

貿易保険を活用して輸出にチャレンジ!!

独立行政法人日本貿易保険(通称NEXI:経済産業省100%出資)は、輸出代金の回収が不能となった場合に保険金が支払われる貿易保険制度を運営しています。農林水産業を営む方に積極的に輸出を行っていただくために、NEXIでは2016年7月4日に「中小企業・農林水産業輸出代金保険」の販売を開始しましたので、販路・販売拡大にご活用ください。

「中小企業・農林水産業輸出代金保険」の概要

● 保険ご利用対象者

① 農林水産業を営む方

② 上記の者が組織する法人、または中小企業協同組合法に基づき設立された法人(下表参照)

農業	農業協同組合、農業協同組合連合会、全国農業協同組合連合会、農事組合法人
林業	森林組合、生産森林組合、森林組合連合会、全国森林組合連合会
水産業	漁業協同組合、水産加工業協同組合、漁業協同組合連合会、水産加工業協同組合連合会、全国漁業協同組合連合会、全国水産加工業協同組合連合会、輸出水産業組合
製造業他	中小企業等事業協同組合

③ 中小企業基本法第二条第1項に定める中小企業者(下表参照)、または資本金の額もしくは出資総額が10億円未満の会社

製造業・建設業・運輸業・その他	資本金額等が3億円以下または従業員が300人以下
卸売業	資本金額等が1億円以下または従業員が100人以下
サービス業	資本金額等が5,000万円以下または従業員が100人以下
小売業	資本金額等が5,000万円以下または従業員が50人以下

● てん補されるリスク

- ・非常危険(カントリーリスク): 為替制限、戦争、経済制裁など
- ・信用危険(契約相手方のリスク): 破産や支払期限到来後3月以上の不払いなど

● てん補率: 95%

● 保険料: おおむね0.4%~ 1.0% (ただし、条件によって異なる場合があります)

● 保険期間: 船積後(商品発送後) 180日以内

● お申し込み可能金額: 5,000万円(1取引当たり)

● お申し込み方法: Web申請(<http://nexi.go.jp/websevice/index.html>)

● その他: 貿易保険利用検討のための海外商社登録(バイヤー格付取得)に当たっての信用調査の取得費用は、8件まで無料です。

※NEXIの貿易保険をマンガで分かりやすく解説した小冊子を用意しています。お気軽にNEXI本店:お客様相談窓口(0120-672-094)までご用命ください。

中国人訪日旅行者実態調査

中国人訪日旅行者「すし」「刺し身」「お好み焼き」に満足

日本滞在時に爆買いや爆食で消費額が著しく増加している中国人旅行者に焦点を当て、彼らの日本の食品や食事に対する志向・ニーズを探るため、日本公庫農林水産事業では直近1年以内に訪日経験のある中国人旅行者にアンケート調査を初めて実施しました。

おみやげは味の良さと安全性

訪日した際、おみやげとして購入した日本の食品・飲料で満足したものを上位3つまで選択してもらったところ、「日本酒」が50.4%で最多となり、次いで「チョコレート菓子」(39.2%)、「ビスケット菓子」(33.0%)が続く結果となりました(図1)。

特に「日本酒」は、2位以下と10ポイント以上の差があり、男女別、年代別にみても選択された割合が高く、幅広い層からおみやげとして満足度が高い品目となっています。

また、購入したおみやげについて品目ごとにその選定理由を聞いたところ、多くの品目において「味が良いから」と「日本の食品は安全だから」が上位となり、この2項目が決め手となっていることが分かりました。

購入場所はスーパーマーケット

おみやげをどこで購入しているかについて質問したところ、「スーパーマーケット、ショッピングセンター」の割合が高く、日本酒、焼酎、ウイスキーでは3～4割程度、またチョコレート菓子、ビスケット菓子、スナック菓子では4～5割程度となっています(図2)。

おみやげの購入場所を選定する際に重視する点は、「商品などが選びやすい、陳列・メニューが見やすい」が45.2%、「価格の表示が分かり

やすい」「代金の支払いがスムーズにできる」が共に40.9%と高い割合となりました(図3)。

また、40～50代の女性では、「店内の造りがおしゃれ、雰囲気が良い」が50.4%で最多回答となっており、中国人旅行者の集客を増やすためには、商品の陳列や価格表示を分かりやすく工夫するほか、客層に応じた店内の雰囲気づくりなども重要な集客手段となり得ると考えられます。

メニューの写真やサンプル効果大

中国人旅行者が訪日した際、食べて満足した料理について上位3つまで選んでもらったところ、「すし」(34.2%)が最も高く、次いで「刺し身」(29.0%)、「お好み焼き」(24.4%)の順となりました(図4)。

特に「お好み焼き」は、40～50代の女性の間で「すし」を押さえて最上位(26.4%)となっています。

次に、その料理を選択した理由を聞いたところ、「日本の料理を本場の日本で食べてみたかったから」「味が良いから」「メニューの写真やサンプルなどを見ておいしそうだったから」が上位となっています(図5)。

特に「メニューの写真やサンプルなどを見ておいしそうだったから」は、「鰻のかば焼き、鰻重」「鉄板焼き」などで最上位の理由となっており、おいしそうなメニューの写真やサンプルを

図1 性別年代別おみやげとして購入した日本の食品・飲料で満足したもの(上位3つまで、抜粋)

項目	全体		男性				女性			
			20～30代		40～50代		20～30代		40～50代	
	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位
日本酒	50.4	1	60.0	1	57.6	1	48.8	1	35.2	3
チョコレート菓子	39.2	2	32.0	4	41.6	2	44.0	2	39.2	1
ビスケット菓子	33.0	4	34.4	3	28.0	4	35.2	3	34.4	4
各種調味料	26.8	5	24.8	5	29.6	3	25.6	5	27.2	5
菓子類以外のその他食品類	33.2	3	35.2	2	28.0	4	32.0	4	37.6	2
回答者数	500人		125人		125人		125人		125人	

図2 主な品目別おみやげの購入場所(複数回答、抜粋)

項目	日本酒		チョコレート菓子		ビスケット菓子		焼酎		スナック菓子		ウイスキー	
	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位
百貨店	10.3	9	20.4	5	21.8	3	15.2	8	21.3	4	13.8	7
空海港、駅の土産物売り場	20.2	5	21.9	4	15.2	7	19.0	6	17.3	7	17.2	5
観光先の土産物売り場	25.4	3	17.3	7	18.8	6	25.7	4	18.7	5	20.7	3
観光先の途中にある土産売り場	16.3	7	18.4	6	19.4	5	21.0	5	24.0	3	17.2	5
宿泊先の土産物売り場	21.8	4	10.7	9	10.9	9	28.6	3	17.3	7	20.7	3
スーパーマーケット、ショッピングセンター	41.7	1	45.9	1	52.1	1	32.4	1	44.0	1	48.3	1
コンビニエンスストア	12.3	8	26.5	2	26.1	2	16.2	7	18.7	5	13.8	7
各農林水産物・食品の専門販売店	26.6	2	24.0	3	20.0	4	30.5	2	28.0	2	27.6	2
回答者数	252人		196人		165人		105人		75人		29人	

図3 おみやげを購入する場所を選定するために重視する点(複数回答、抜粋)

項目	全体		男性				女性			
			20～30代		40～50代		20～30代		40～50代	
	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位
商品などが選びやすい、陳列・メニューが見やすい	45.2	1	43.2	3	43.9	1	48.8	1	44.7	2
価格の表示が分かりやすい	40.9	2	46.4	1	40.7	3	37.6	4	39.0	3
代金の支払いがスムーズにできる	40.9	2	44.8	2	37.4	4	44.0	2	37.4	4
店内の造りがおしゃれ、雰囲気が良い	39.7	4	35.2	4	42.3	2	31.2	5	50.4	1
商品の原材料などが分かりやすい	33.9	5	26.4	8	37.4	4	40.0	3	31.7	5
回答者数	496人		125人		123人		125人		123人	

図4 訪日した際、食べて満足した料理(上位3つまで、抜粋)

項目	全体		男性				女性			
			20～30代		40～50代		20～30代		40～50代	
	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位
すし	34.2	1	39.2	1	32.8	2	40.0	1	24.8	2
刺し身	29.0	2	26.4	3	36.8	1	33.6	2	19.2	4
お好み焼き	24.4	3	28.0	2	18.4	6	24.8	3	26.4	1
すきやき	19.6	4	24.0	4	24.0	3	13.6	7	16.8	5
鰻のかば焼き、鰻重	16.4	5	16.8	5	19.2	5	13.6	7	16.0	6
回答者数	500人		125人		125人		125人		125人	

提示することは、中国人旅行客に対して、その料理への興味を喚起させる効果大きいことがうかがえます。

自国で購入したい魚介類と牛肉

入手する手段があれば、自国で購入してみたいと思う日本の農林水産物を聞いたところ、人気の料理で「すし」「刺し身」が上位であることも影響してか、「魚介類」が58.2%と最も高い回答となりました(図6)。

続いて「牛肉」が32.4%と高い割合となっており、日本の和牛に対する評価が高いことをうかがわせる結果となっています。

そのほか、「漬物など」は全体では12.0%であったものの、20～30代の女性では20.8%となり、若い女性の間である程度人気が高いことが分かりました。

食事費用20～30代女性が高額

旅費のうち、食品のおみやげ購入額について調査したところ、平均は36,754円で、10,000～30,000円未満が29.0%、30,000～50,000円未満が30.4%となり、10,000～50,000円未満で約6割という結果となりました(図7)。50,000円以上の割合も2割を超えており、やはり中国人旅行客の購買力は高いことがうかがえます。

食事の費用については、1人1日当たりの平均が7,289円という結果になりました(図8)。価格帯で見ると、3,000～5,000円が31.0%、

5,000～10,000円が24.2%となっています。男女別にみると、女性の方が比較的高額となっており、20～30代の女性の1人1日当たり平均は8,124円で、同世代の男性よりも約1,000円以上高いという結果になりました。

40～50代女性は農村現場に関心

今後、日本を観光する際にしてみたいことを質問したところ、「名所・旧跡めぐり」が53.6%、「自然・風景の散策」が51.2%で共に5割以上という結果となりました(図9)。

また、「農家民宿・農家レストランなどの利用」「果物狩り」といった農村現場への観光に対する意向は全体でそれぞれ30.8%、25.4%という結果でしたが、40～50代の女性ではそれぞれ38.4%、36.0%となり、男性や他の年代よりも比較的高い割合となっています。

調査結果について、より詳しく知りたい方は、当公庫のホームページ(<http://www.jfc.go.jp/n/findings/investigate.html>)をご覧ください。

(情報企画部 大竹 匡巳)

【調査概要】

調査対象：

以下の①②いずれも満たす中国人の方、
合計500人

- ①中国本土に居住する20～59歳の男女
- ②直近1年以内に訪日旅行の経験がある方

実施時期：2016年1月5～12日

調査方法：インターネットによるアンケート

【注】図については、四捨五入の関係上、合計が一致しない場合があります。

図5 品目別料理を選択した理由(複数回答、抜粋)

項目	すし		刺し身		お好み焼き		すき焼き		鰻のかば焼き、鰻重		鉄板焼き	
	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位
日本の料理を本場の日本で食べてみたかったから	52.0	1	51.7	1	39.3	1	51.0	1	37.8	1	37.0	2
味が良から	41.5	2	42.8	2	23.0	5	26.5	3	30.5	4	26.0	4
メニューの写真やサンプルなどを見ておいしそうだったから	30.4	3	33.1	3	36.9	2	37.8	2	37.8	1	45.2	1
回答者数	171人		145人		122人		98人		82人		73人	

図6 入手する手段があれば、自国で購入してみたい日本の農林水産物（複数回答、抜粋）

項目	全体		男性				女性			
			20～30代		40～50代		20～30代		40～50代	
	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位
魚介類	58.2	1	56.8	1	59.2	1	60.0	1	56.8	1
牛肉	32.4	2	33.6	2	37.6	2	31.2	2	27.2	2
日本茶	22.2	3	25.6	3	16.0	4	20.8	3	26.4	3
牛乳・乳製品	16.8	4	16.8	4	19.2	3	9.6	6	21.6	4
漬物など	12.0	5	10.4	5	8.0	6	20.8	3	8.8	6
回答者数	500人		125人		125人		125人		125人	

図7 食品のおみやげ購入額【全体傾向および性年代別傾向】

項目	全体		男性		女性	
			20～30代	40～50代	20～30代	40～50代
	%		%	%	%	%
～5,000円未満	1.4		0.8	2.4	0.0	2.4
5,000～10,000円未満	14.1		16.0	13.0	10.4	17.1
10,000～30,000円未満	29.0		24.8	32.5	29.6	29.3
30,000～50,000円未満	30.4		35.2	29.3	32.8	24.4
50,000～100,000円未満	17.3		17.6	15.4	17.6	18.7
100,000円以上	4.6		4.0	2.4	6.4	5.7
覚えていない・分からない	3.0		1.6	4.9	3.2	2.4
加重平均値（階級値を用いて試算）	36,754円		37,480円	33,333円	39,420円	36,728円
回答者数	496人		125人		123人	

図8 1日1人当たりの食事額【全体傾向および性年代別傾向】

項目	全体		男性		女性	
			20～30代	40～50代	20～30代	40～50代
	%		%	%	%	%
～1,000円未満	1.8		2.4	1.6	0.8	2.4
1,000～3,000円未満	22.8		25.6	24.0	17.6	24.0
3,000～5,000円未満	31.0		32.8	36.0	25.6	29.6
5,000～10,000円未満	24.2		21.6	20.8	34.4	20.0
10,000～30,000円未満	14.6		13.6	9.6	16.0	19.2
30,000円以上	2.8		2.4	4.0	3.2	1.6
覚えていない・分からない	2.8		1.6	4.0	2.4	3.2
加重平均値（階級値を用いて試算）	7,289円		6,908円	6,616円	8,124円	7,508円
回答者数	500人		125人		125人	

図9 今後、訪日した際に行してみたいこと（複数回答、抜粋）

項目	全体		男性				女性			
			20～30代		40～50代		20～30代		40～50代	
	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位
名所・旧跡めぐり	53.6	1	51.2	2	61.6	1	44.0	3	57.6	1
自然・風景の散策	51.2	2	52.0	1	52.8	2	46.4	1	53.6	2
温泉	46.4	3	45.6	4	52.0	3	45.6	2	42.4	5
アウトドア・アクティビティ	44.8	4	48.8	3	42.4	4	43.2	4	44.8	4
買い物	40.4	5	36.8	5	41.6	5	34.4	5	48.8	3
農家民宿・農家レストランなどの利用	30.8	6	26.4	8	33.6	6	24.8	8	38.4	6
果物狩り	25.4	9	20.0	9	21.6	9	24.0	9	36.0	7
回答者数	500人		125人		125人		125人		125人	

公庫本支店窓口のご案内

資金のご利用や経営に関するお問い合わせ・ご相談は、お近くの窓口またはホームページ (<https://www.jfc.go.jp/>) へ、お気軽にどうぞ

店名	郵便番号・住所	代表電話番号
札幌支店	〒060-0001 札幌市中央区北1条西2-2-2 北海道経済センタービル4階	011-251-1261
北見支店	〒090-0036 北見市幸町1-2-22	0157-61-8212
帯広支店	〒080-0010 帯広市大通南9-4 帯広大通ビル3階	0155-27-4011
青森支店	〒030-0861 青森市長島1-5-1	017-777-4211
盛岡支店	〒020-0024 盛岡市菜園2-7-21	019-653-5121
仙台支店	〒980-8454 仙台市青葉区中央1-6-35 東京建物仙台ビル11階	022-221-2331
秋田支店	〒010-0001 秋田市中通5-1-51 北都ビルディング4階	018-833-8247
山形支店	〒990-0042 山形市七日町3-1-9 山形商工会議所会館3階	023-625-6135
福島支店	〒960-8031 福島市栄町6-6 NBFユニックスビル3階	024-521-3328
水戸支店	〒310-0021 水戸市南町3-3-55	029-232-3623
宇都宮支店	〒320-0813 宇都宮市二番町1-31	028-636-3901
前橋支店	〒371-0023 前橋市本町1-6-19	027-243-6061
さいたま支店	〒330-0802 さいたま市大宮区宮町1-109-1 大宮宮町ビル6階	048-645-5421
千葉支店	〒260-0028 千葉市中央区新町1000 センシティタワー14階	043-238-8501
東京支店	〒100-0004 千代田区大手町1-9-4 大手町フィナンシャルシティ ノースタワー2階	03-3270-9791
横浜支店	〒231-8831 横浜市中区南仲通2-21-2	045-641-1841
新潟支店	〒950-0088 新潟市中央区万代4-4-27 NBF新潟テレコムビル3階	025-240-8511
富山支店	〒930-0004 富山市桜橋通り2-25 富山第一生命ビル2階	076-441-8411
金沢支店	〒920-0919 金沢市南町6-1 朝日生命金沢ビル5階	076-263-6471
福井支店	〒918-8004 福井市西木田2-8-1 福井商工会議所ビル3階	0776-33-2385
甲府支店	〒400-0031 甲府市丸の内2-26-2	055-228-2182
長野支店	〒380-0816 長野市三輪田町1291	026-233-2152
岐阜支店	〒500-8844 岐阜市吉野町6-31 岐阜スカイウイング37西棟3階	058-264-4855
静岡支店	〒420-0851 静岡市葵区黒金町59-6 大同生命静岡ビル6階	054-205-6070
名古屋支店	〒450-0002 名古屋市中村区名駅3-25-9 堀内ビル6階	052-582-0741
津支店	〒514-0021 津市万町津133	059-229-5750
大津支店	〒520-0051 大津市梅林1-3-10 滋賀ビル地下1階	077-525-7195
京都支店	〒600-8009 京都市下京区四條通室町東入函谷鉾町101 アーバンネット四條烏丸ビル4階	075-221-2147
大阪支店	〒530-0057 大阪市北区曾根崎2-3-5 梅新第一生命ビルディング8階	06-6131-0750
神戸支店	〒650-0044 神戸市中央区東川崎町1-7-4 ハーバーランドダイヤニッセイビル11階	078-362-8451
奈良支店	〒630-8115 奈良市大宮町7-1-33 奈良センタービルディング5階	0742-32-2270
和歌山支店	〒640-8158 和歌山市十二番丁58	073-423-0644
鳥取支店	〒680-0833 鳥取市末広温泉町723 鳥取県JA会館6階	0857-20-2151
松江支店	〒690-0887 松江市殿町111 松江センチュリービル7階	0852-26-1133
岡山支店	〒700-0904 岡山市北区柳町1-1-27 太陽生命岡山柳町ビル9階	086-232-3611
広島支店	〒730-0031 広島市中区紙屋町1-2-22 広島トランヴェールビルディング6階	082-249-9152
山口支店	〒753-0077 山口市熊野町1-10 ニューメディアプラザ山口4階	083-922-2140
徳島支店	〒770-0856 徳島市中洲町1-58	088-656-6880
高松支店	〒760-0023 高松市寿町2-2-7 いちご高松ビル3階	087-851-2880
松山支店	〒790-0003 松山市三番町6-7-3	089-933-3371
高知支店	〒780-0834 高知市堺町2-26 高知中央ビジネススクエア3階	088-825-1091
福岡支店	〒812-0011 福岡市博多区博多駅前3-21-12	092-451-1780
佐賀支店	〒840-0816 佐賀市駅南本町4-21	0952-27-4120
長崎支店	〒850-0057 長崎市大黒町10-4	095-824-6221
熊本支店	〒860-0801 熊本市中央区安政町4-22	096-353-3104
大分支店	〒870-0034 大分市都町2-1-12	097-532-8491
宮崎支店	〒880-0805 宮崎市橘通東3-6-30	0985-29-6811
鹿児島支店	〒892-0821 鹿児島市名山町1-26	099-805-0511
本店	〒100-0004 千代田区大手町1-9-4 大手町フィナンシャルシティ ノースタワー	0120-154-505 (お客さま専用) 03-3270-4116

アグリ・フードサポート (2016.10)

制作 (株)日本政策金融公庫 農林水産事業本部 〒100-0004
 情報企画部 東京都千代田区大手町1-9-4 大手町フィナンシャルシティ ノースタワー
 TEL 03-3270-2268 URL <https://www.jfc.go.jp/>