

**(7) 国産品・加工品の国内外における販路拡大・
消費拡大**

鰹節を主原料とした和風だしの素「ほんだし」の需要創造キャンペーン ＝「ほんだし」活用術【味の素株式会社】

（１）事業概要

味の素(株)は、2009年10月より、和風だしの素「ほんだし」の需要創造を目的とした「ほんだし」活用術」キャンペーンを開始した。

ユーザーが実際に行っている「ほんだし」の使い方・メニューを募集し、それらを他のユーザーや未使用者に多角的な媒体を使用してアピールし、用途を拡大することによって需要を生み出すというスキームである。

「ほんだし」の売上高は2012年度で約210億円（消費者購入ベース）であるが、市場が前年割の中、前年並の販売を確保している。

（２）取り組みのきっかけ

和風だしの素市場が低減傾向にあり、その主要因が若年ユーザーの減少と全世代の使用量減であったため対策としてスタートした。

（３）取り組みにあたっての課題と対応策

生活者の情報媒体への接触スタイルが激変しているため、これまでのTV広告オンリーのキャンペーンでは成功は望めなかった。

生活者の接触媒体の調査・コンタクトポイントの研究を重ね、情報入手・購買行動に合わせた媒体開発と2WAYコミュニケーションのスキームを構築し、インタラクティブな取り組みにした。

（４）取り組みの成果

1. 「ほんだし」活用術の認知率（2012年8月時点）：
 - ・全世代計…40%、
 - ・20歳代主婦層…61%
2. 「ほんだし」活用術実施率：
 - ・全世代計…11%、
 - ・20歳代主婦層…18%
3. 和風だしの素使用率（意識；2012年9月）：
 - ①豚汁…62%（2009年との差異+18%）
 - ②肉じゃが…62%（同+14%）
 - ③鍋料理…39%（同+7%）

（５）今後の展開

TV広告のリニューアル、WEB機能の充実などにより、より生活者のキャンペーン認知・実行を促進する。

また、暑さ対策として2011年度夏季より「冷やしだしそうめん」のキャンペーンを実施、加えて2012年春季より、それだけでおかずになる「絶品汁」のキャンペーンを追加で実施中。

【本件の連絡先】 味の素株式会社 家庭用事業部

TEL: 03-5250-8375 FAX: 03-5250-8338

E-mail: tatsuya_okamoto@ajinomoto.com

※連絡メールアドレスの@（全角）は@（半角）に変換して下さい。

「クノールカップスープ」の消費拡大による原料野菜の生産増への貢献 【味の素株式会社】

（１）事業概要

1973年の発売以来、味の素(株)の「クノールカップスープ」は成長を続け、現在では年間5億食以上が消費されている。(300億円市場で当社シェアは約7割)

当製品には、原料として各種野菜が使われており、代表的な原料が、北海道産のスーパースイートコーンである。

売上はここ数年伸び悩んでいるが、パンをスープにつけたり、浸したりする新しい食べ方を提案した2010年9月からのキャンペーン(「つけパン・ひたパンキャンペーン」)が現在大ヒットしており、2012年度の対象商品の売上高は、キャンペーン開始前の2009年度比108%と大きく増加、原料野菜の消費増にも貢献している。

（２）取り組みのきっかけ

昨今の売上の低迷から脱却するために、新しいプロモーションの切り口や手法を検討していた。

（３）取り組みにあたっての課題と対応策

国内食品市場は成熟化が進み、昨今のデフレ基調もあり、スープ市場も中期で停滞している。そのような中、例年以上に製品の拡販をするために、本年は、直接的な消費喚起に繋がるテーマ設定によるマーケティングキャンペーンを、最新のマーケティング手法である、トリプルメディア(広告+PR等+自社メディア)を駆使した統合型コミュニケーションで展開した。

（４）取り組みの成果

弊社のスープ製品に使用されている原料は、スイートコーン、じゃがいも、かぼちゃ、トマト、ほうれん草、たまねぎ、粉乳・チーズ等の乳原料など多岐にわたる。

輸入原料も多いが、売上構成比で50%以上を占めるコーン系スープの主原料量であるスーパースイートコーンは、うち半数を北海道産の原料を使用しており、年間約1万3千トンのコーンを使用している。

北海道では道東、道央エリアを中心に、農協を通じ約300軒の生産者と契約栽培を行っており、スープの販売量の増加はすなわち生産者の生産量増に貢献する。コーンは、葉や茎は畑に鋤き込み有機肥料に、脱粒後の軸は粉碎して牛の飼料になり、ゼロエミッションの環境にやさしい素材である。

（５）今後の展開

現在成功しているキャンペーンの成功要因を分析し、今後もこの拡大基調を持続できるように努力していきたい。

【本件の連絡先】 味の素株式会社 家庭用事業部

TEL: 03-5250-8375 FAX: 03-5250-8338

E-mail: tatsuya_okamoto@ajinomoto.com

※連絡メールアドレスの@ (全角) は@ (半角) に変換して下さい。

お米の消費拡大を後押しする「コイン精米機」の開発・設置拡大 【井関農機株式会社】

(1) 事業概要

井関農機では、米の消費量が減少するなか、米自体に対する消費者の嗜好も多様化が進み、ライフスタイルに合う精米方法が必要となってきたと考え、従来は同じ精米機ではできなかった無洗米やぶつき米などの異なる仕上げを1台でこなせるように改良した。また、都市部など設置スペースに制約が多い場所での設置拡大を図るため、従来型の5分の1のスペースに収まる自動販売機大のコンパクト型コイン精米機を開発した。

(2) 取り組みのきっかけ

効率・環境を意識した無洗米や、健康志向の高まりによって注目されるぶつき米など、精米需要の多様化を受けたもの。

(3) 取り組みにあたっての課題と対応策

コイン精米機は、自動販売機と同様に地権者の同意のもとで設置し、また設置後も定期的な清掃やこめ糠の回収、故障時の対応などの保守・運営が必要のため、系列販売店以外での設置が進まなかった。しかし、省スペース型機の開発により設置に対する負担が軽減され、より多くの場所で設置できるようになった。

(4) 取り組みの成果

改良機やコンパクト型精米機の投入から数ヶ月しか経過していないため、現時点で精米機販売や利用拡大に関する定量的データはない。

現在、設置拡大に向けてスーパーやホームセンター、ドラッグストアなどより身近な場所で利用できるよう取り組んでいる。

また、消費者に対しては全国ネットのTVCMで精米したてのお米の美味しさをアピールして、消費の拡大を喚起したり、当社HPで最寄のコイン精米機設置場所を案内するなど、利用拡大を促している。



「お米を美味しく食べる方法」、「精米の種類」や「コイン精米機の使い方」なども解説

(5) 今後の展開

従来の主要販路である系列販売会社に加え、全国の米穀店や産地直売所にも設置を呼びかけ、消費者がより身近で便利に利用できる環境を整備し、米の消費拡大を後押しする。

【本件の連絡先】 井関農機株式会社 IR・広報室

TEL: 03-5604-7709 FAX: 03-5604-7707

E-mail: kawashima@iseki.co.jp

※連絡メールアドレスの@（全角）は@（半角）に変換して下さい。

国産夏イチゴの産地開発【伊藤忠商事株式会社】

(1) 事業概要

6月～11月は国内でイチゴが栽培しにくい時期であり、輸入量は4,000トンを超え、国内消費量の80%に達している。

業務用を中心に国産イチゴに対する需要は高く、伊藤忠商事では、国内出荷量の少ない夏場に、夏イチゴの一種である「アルビオン種」を産地を選定して生産する体制を構築すべく、2008年より取り組みを開始。

(2) 取り組みのきっかけ

世界38カ国で栽培されている「アルビオン種」の苗の輸入権を有するフレッサから提案されたことがきっかけ。

(3) 取り組みにあたっての課題と対応策

2013年は5年目にあたり、生産者に対する栽培技術指導の成果で生産量は安定してきたが、品質の安定はこれからの課題。

北海道にある産地群をより強くグリップするために、グループ会社である日本アクセス北海道に出荷側の管理機能を移管した。

(4) 取り組みの成果

- ・販売先は量販店を中心に業務用など多岐に販売中。
- ・2012年の出荷実績は約30トン。

(5) 今後の展開

アルビオンという品種名ではなく、伊藤忠グループの商品としてのブランドを開発し、展開していきたいと考えている。

【本件の連絡先】 伊藤忠商事株式会社 農産部 農産課

TEL: 03-3497-6939 FAX: 03-3497-6267

E-mail: takagishi-k@itochu.co.jp

※連絡メールアドレスの@（全角）は@（半角）に変換して下さい。

北海道産アイスクリームの海外展開【伊藤忠商事株式会社】

（１）事業概要

北海道をテーマに、北海道産原料を使用し、北海道で生産したアイスクリームを台湾の外食チェーン向けに輸出し、現地店舗にて販売を実施。次のステップとして同外食チェーン向けに北海道産原料を使用したP B（プライベートブランド）アイスクリームの商品化に向け共同開発中。

（２）取り組みのきっかけ

台湾の外食チェーンが北海道をテーマとした商品の取り扱いを検討しており、伊藤忠に対して協力依頼があった。

（３）取り組みにあたっての課題と対応策

課題：①商品力、②コスト、③販売物量（コスト・労力に見合う規模か否か）、④国ごとに異なる食品に関する法律・規制

対応策：①、②、③については、製造メーカー、ユーザー両者間の折り合える点を模索し、合意点を見つけることで成立させる。

④については、現地（台湾）と食品表示、原材料などに関する規制を確認しながら進めることで対応。

（４）取り組みの成果

約10万個のNB（ナショナルブランド）製品輸出（コンテナ1本分）、台湾での北海道産アイスクリームの美味しさのPR。協力先（日本メーカー）の海外進出への一助。

（５）今後の展開

上記の数倍規模の北海道産をアピールしたP B商品の台湾での展開。台湾での他の日本メーカー、他の現地チェーンの展開。

【本件の連絡先】 伊藤忠商事株式会社 砂糖・コーヒー・乳製品部 乳製品課

TEL: 03-3497-6104 FAX: 03-3497-6129

E-mail: yamanaka-ken@itochu.co.jp

※連絡メールアドレスの@（全角）は@（半角）に変換して下さい。

沖縄国際航空物流ハブを活用した農水産品・畜産品の輸出促進 【ANAホールディングス株式会社】

(1) 事業概要

ANAグループは2009年10月、沖縄県と共に那覇空港を核に国内各都市とアジア主要都市を結ぶ国際航空貨物事業（ANA沖縄貨物ハブ）を開始した。今般、同事業にヤマト運輸㈱が参画したことから、日本の安全・安心・高品質な農水産品・畜産品を、アジア主要都市の顧客へ新鮮なまま一晩で宅配する事業に取り組んでいる。

(2) 取り組みのきっかけ

アジア各国で日本の安全・安心・高品質な農水産品・畜産品、その加工食品が人気であることを踏まえ、以前から輸出促進策を検討していた。経団連「未来都市モデルプロジェクト」のひとつ「沖縄物流拠点都市」構想をさらに進め、輸出促進によって日本の農業の成長産業化に寄与したいと考えた。

(3) 取り組みにあたっての課題と対応策

必要に応じ、放射能検査証明書を添付して輸出しているが、相手国によっては到着地にて検査対象となることがある。

また検疫については、例えば対中国では「なし」と「りんご」を除く生鮮品の輸出ができない状況。コメも厳しい条件がつき、実質輸出が困難。

(4) 取り組みの成果

沖縄貨物ハブ事業開始直後から、沖縄県がANAのコンテナスペースを買い取り、沖縄から香港まで国際競争力のある、品質の高い県産品（ゴーヤ・パイナップル・スターフルーツ等）を沖縄県物産公社の協力により輸出している。

また、ヤマト運輸㈱と共に、試験的に青森のりんごや宮崎牛を香港のWEBサイトを通じて販売し（即日完売）、顧客まで宅配している。

(5) 今後の展開

今後は、ANAの沖縄貨物ハブとヤマト宅急便の高速輸送網を融合し、この取り組みをアジア各地に拡大し、日本の農水産業・畜産業の競争力強化、沖縄経済の更なる振興、東日本大震災被災地の農水産業の復興に貢献していきたい。

国内産地 ⇒ 国内各空港 ⇒ 沖縄貨物ハブ ⇒ 香港空港 ⇒ お届け先



【本件の連絡先】 ANAホールディングス株式会社 グループ経営戦略部

TEL: 03-6735-1469 FAX: 03-6735-1455

E-mail: s.toyoshima@ana.co.jp

※連絡メールアドレスの@（全角）は@（半角）に変換して下さい。

地域産品と首都圏商店街・レストランとのマッチング 【ANAホールディングス株式会社】

(1) 事業概要

弊社グループのネットワークを活用して、首都圏商店街・レストラン等と地域農水産品生産業者のマッチングのサポートを行っている。商店街やレストランは、地域の特徴ある産品を扱うことによって独自性を高めるとともに、地域活性化に寄与できる。また、地域にとっては、首都圏における地域産品PR、販路拡大を通して、継続的な需要喚起を図ることができる。



(2) 取り組みのきっかけ

2010年度、農林水産省公募の「都市部の商店街等と農山漁村を結んで展開する多面的連携」にANAグループの企画が採用され、首都圏商店街（文京区本郷、品川区青物横町）と地域を結ぶ「人と物の交流」を実施した。

また、企業内マルシェ（別掲）での販売と並行して、ANA関連ホテル飲食部門と共同で地域産品の旬の時期に合わせてイベントを開催した。

(3) 取り組みにあたっての課題と対応策

商店街の意思決定には、所属する個人商店及び商店会組織のコンセンサスを得ることが不可欠である。例えば、地域からの運送コストの圧縮などの課題を乗り越えなければならない場合、東京都文京区の本郷地区においては、地元活性化を趣旨とするNPO法人がリーダーシップをとり、商店街全体の合意形成を図り、共同購買システムを構築して運送コストの圧縮を行っている。

(4) 取り組みの成果

2012年度以降、国の支援が無い中でも商店街は独自にこの取り組みを継続している。また、飲食施設においても、差別化手法のひとつとしてこの取り組みに参画する動きが見られる。また、この取り組みを通じて、歴史的にゆかりのある地域同士の交流促進へと発展するケースも出てきた（例：2012年度、愛媛県宇和島市と宮城県仙台市で藩主伊達公をつながりとした食の交流を実施）。



(5) 今後の展開

地域産品の魅力を活かした販売を行うことに加えて、地域ならではのストーリーを付加するなど、消費者への訴求方法も工夫していきたい。

【本件の連絡先】 ANAホールディングス株式会社 グループ経営戦略部
TEL: 03-6735-1469 FAX: 03-6735-1455
E-mail: s.toyoshima@ana.co.jp

※連絡メールアドレスの@（全角）は@（半角）に変換して下さい。

地域名産品のインターネット販売「クーコ・モール」を通じた地域活性化 【ANAホールディングス株式会社】

（１）事業概要

ANAホールディングスが空港ビル会社と共同設立した空港通販有限責任事業組合は、2012年4月2日よりインターネットショッピングモール「クーコ・モール」(URL: <http://www.cococomall.com>) を運営し、農産物を含む特産品等の情報発信や物販促進を行っている。国内各空港の幅広いネットワークを生かし、その地域でしか手に入らない特産品を販売し、地方と消費者を結びつけている。

（２）取り組みのきっかけ

「地方の活力は空港にあり！」の理念を共有した地方空港ビル会社、グローバルなITサービスを展開するトランスコスモスとの間で、地域活性化プロジェクトを開始した。

（３）取り組みにあたっての課題と対応策

従来各空港ビルが個別に取り組んでいた活動に対して、連携・協働による相乗効果をあげるためには以下の課題があった。

- ①地方空港ビル会社の参画促進
- ②「クーコ・モール」の認知向上
- ③取扱商材の拡大

（４）取り組みの成果

- ①参画空港数を設立当初の6空港から20空港に拡大（2013年4月30日現在）
- ②ANAの機内CMや機内誌を用いたPR活動の実施
- ③空港で販売している商品に限らず、国産ブランド牛肉や、産地や銘柄にこだわったお米、野菜、フルーツを多数取扱い、産地から消費者へ直配送

（５）今後の展開

今後は、空港との契約拡大を進め、全国展開を目指す。また、ANA沖縄貨物ハブの高速輸送網を活用した鮮度の高い地方特産品の海外ネット輸出、ならびに、訪日旅行者の地方への誘致を行い、地域活性化を促進していく。

【本件の連絡先】 ANAホールディングス株式会社 グループ経営戦略部

TEL: 03-6735-1469 FAX: 03-6735-1455

E-mail: s.toyoshima@ana.co.jp

※連絡メールアドレスの@（全角）は@（半角）に変換して下さい。

フレッシュ(生鮮)ハーブ事業における全国生産者との連携と国内ハーブ市場の更なる拡大【エスビー食品株式会社】

(1) 事業概要

エスビー食品では、1987年にフレッシュハーブ事業をスタートさせ、現在では全国30以上の生産者の協力を得て約30品目を取り扱う事業に成長。

つくばと沖縄のハーブセンターでは近隣の契約栽培農家より集荷された新鮮なハーブを衛生的な環境で選別・管理・包装・出荷している。

加工の集中化、高度な栽培・加工管理やトレーサビリティ確保の実現により、高品質なハーブを安定的にお届けしている。販売はすべてエスビー食品が行っている。

(2) 取り組みのきっかけ

国内香辛料のトップメーカーとして、ドライ(乾燥)品から生鮮ハーブまでの日本国内の市場浸透を目的にスタートした。

(3) 取り組みにあたっての課題と対応策

お客様の農産物に対する安全性や品質などに対する意識が高まる中、フレッシュハーブの更なる品質向上やトレーサビリティを視野に入れた安全性向上を目指し、つくばと沖縄に中核となるハーブセンター(集出荷施設)2ヶ所を稼働させてきた。

また、安全・安心・高品質な商品作りと、更なる安定供給を目指し全国の産地リレー栽培や水耕栽培、植物工場利用など天候に左右されない体制づくりを推進している。

(4) 取り組みの成果

全国の生産者と直接の栽培契約を結び、販売はエスビー食品の営業網を使いながら全国で販売ルートを拡張。安全・安心な商品を安定供給するための仕組み作りをしながらフレッシュハーブの啓蒙活動を行っている。

食品メーカーならではのメニュー提案や店頭試食、産地見学も行ってきた。販売はエスビー食品が行うため、生産者の方々は生産活動に特化でき、安定した収益を確保することで計画的で安定的な農業経営が可能となる。全国の30以上の生産者は1987年より取引を継続している方々が多い。

現在、全国の産地では後継者が育ち、次世代の生産者と新たな農業展開が図れる可能性も出てきている。

(5) 今後の展開

日本の農業に貢献できるハーブ事業として、生産者と共に生産拡大に取り組んでいきたい。

また、フレッシュハーブの地道な啓蒙活動を通じて「スパイス&ハーブ」の素晴らしい世界をお客様にご提案し、心と身体に安らぎや潤いのある生活や新たな食文化の創造を通じてお客様のお役に立ちたい。

【本件の連絡先】 エスビー食品株式会社 広報ユニット

TEL: 03-6810-9790 FAX: 03-3537-2155

E-mail: seiichi_kato@sbfoods.co.jp

※連絡メールアドレスの@ (全角)は@ (半角)に変換して下さい。

三菱食品株式会社と連携した「食品・農産品」商談会の開催 【株式会社大垣共立銀行】

（１）事業概要

食品専門商社である三菱食品株式会社をバイヤーに迎え、東海地区の特色ある安心・安全な「食品・農産品」を対象商材とした商談会を開催。

主に三菱食品の新事業であるWEB通販サイトで取り扱う商品の商談を1対1の個別商談形式で行い、取引先である「食品・農産品」生産者の販路拡大を支援した。

（２）取り組みのきっかけ

「食品・農産品」の販路拡大支援策を検討していた折り、特色ある地域産品の購買ニーズがある三菱食品と面談し商談会開催に至る。

（３）取り組みにあたっての課題と対応策

ミスマッチを防ぐため、商談会開催の前に三菱食品の商材ニーズ、求められる品質管理体制、商談に必要な項目が網羅された農林水産省が推奨する商品概要書「FCP展示会・商談会シート」の作成方法（このシートは商談会エントリー書類とした）について、レクチャーする事前説明会を実施。質の高い商談会とするため、商談会参加を有料とした上で、三菱食品の書類選考を通過した企業のみが商談会に参加できる形式とした。

（４）取り組みの成果

2013年3月に商談会を開催し11社（内、農業者4社）が参加。最終結果は出ていないが商談後のアンケートでは5社（内、農業者3者）が商談の見込みありと回答。参加企業の90%以上から商談に満足したとの意見をいただいております、非常に満足度の高い商談の場を「食品・農産品」生産者へ提供することができた。

（５）今後の展開

農業者はJA等を通じた市場への販売が主であり、JA以外の販売先となりうる2次・3次産業者との繋がりが少ないため、2次・3次産業者と繋がりのある地方銀行に対して、販路拡大支援への期待度が高い。今後も農産品含めた地域産品の販路拡大支援を行っていく。

【本件の連絡先】 株式会社大垣共立銀行 支店部情報渉外課

TEL: 0584-74-2196 FAX: 0584-82-2083

E-mail: m-ogawa@okb.co.jp

※連絡メールアドレスの@（全角）は@（半角）に変換して下さい。

減反面積を活用して生産された国産米を海外へ輸出【兼松株式会社】

（１）事業概要

兼松では、2007年3月より栃木県産米を香港へ輸出している。

2009年産からは、減反面積の有効活用を促進する「新規需要米」制度を利用して生産された米の輸出も開始。栃木県庁・地元生産者と三位一体となって国産米の輸出を促進している。

（２）取り組みのきっかけ

兼松は、香港に食料販売の拠点を持つ。県産米の輸出を希望する栃木県との思惑が一致。

（３）取り組みにあたっての課題と対応策

第一の課題は香港における日本産米の需要開拓。

→ 栃木県・生産者と香港の量販店・外食店の橋渡しを兼松が行い、相互理解を深化。
また、様々なプロモーション活動を通じて香港の消費者の認知度を高めた。

第二の課題は円高によるコストの上昇を如何に抑えるか。

→ 新規需要米制度により、減反面積での輸出米の生産が可能となり、米作りの継続が可能となった生産者から協力を得ることができた。

（４）取り組みの成果

香港での販売は小売用・業務用共に順調に拡大しつつある。特に近年では日本食ブームにより日本食外食店での使用拡大が著しい。これに伴い、国内の生産者も輸出向けの生産意欲が高まっている。

（５）今後の展開

香港における実績を基に、中国・台湾・シンガポール等へも輸出先を開拓していく。また、兼松㈱と地方自治体との間で輸出に関する包括連携も視野に入れていく。

【本件の連絡先】 兼松株式会社 広報室

TEL: 03-5440-8095 FAX: 03-5440-6505

E-mail: Kazuko_Watanabe@kanematsu.co.jp

※連絡メールアドレスの@（全角）は@（半角）に変換して下さい。

甘夏発祥の地・大分県産の甘夏を使った「あまなつジェラート」を販売 【九州旅客鉄道株式会社】

(1) 事業概要

株式会社JR九州ファーム大分（本社：大分市）は、2011年7月に甘夏栽培を開始した。規格外品の収益化、大分ブランドの知名度向上を目的に、加工品に挑戦。こだわりのデザートを作るため地域で手絞りのできる提携先を模索した結果、現在の加工会社と出会い、加工委託を実施。度重なる試作の末、2012年8月に「あまなつジェラート」が完成。JR九州の大分駅のカフェや観光特急「ゆふいんの森」号の車内等で販売を行ったほか、翌年4月には博多駅カフェにも展開。

甘夏発祥の地・大分県を消費者にPRし、地域活性化にも寄与した。



(2) 取り組みのきっかけ

規格外品の収益化、販路の多様化等を目指し、加工品開発に挑戦した。

(3) 取り組みにあたっての課題と対応策

第一の課題である加工のノウハウについては、当社の理念を理解いただける部外の加工会社の協力を得た。

(4) 取り組みの成果

生食として販売できない甘夏の収益化に寄与するだけでなく、観光特急や駅での販売を通じて地域産品のPRに効果があった。

関係者からは、業界内での新しいモデルケースとしての関心の高まり、マスコミ等への露出が増えることによる地域の注目度アップなどの効果があったといわれている。

(5) 今後の展開

こだわりを求める高級志向の顧客に対応した加工品のラインナップの充実に挑戦し、安全、安心、高品質なJR九州の農業ブランドの確立に務めたい。

【本件の連絡先】 九州旅客鉄道株式会社 総合企画本部 経営企画部 農業推進室
TEL: 092-474-0747 FAX: 092-474-2737
E-mail: t.ideta@jrkyushu.co.jp

※連絡メールアドレスの@（全角）は@（半角）に変換して下さい。

「うちのたまご」を使用した特選カステラ「たまごのころ」販売開始 【九州旅客鉄道株式会社】

(1) 事業概要

JR九州たまごファーム株式会社（本社：福岡県飯塚市）は、2012年12月に鶏卵「うちのたまご」の生産を開始した。更なるブランド化推進のため、長崎県諫早市にて約200年続く老舗菓子店・(有)杉谷本舗に「うちのたまご」を使用してもらい、「うちのたまご」ブランドを全面に押し出した特選カステラ「たまごのころ」の販売を開始した。



(2) 取り組みのきっかけ

JR九州たまごファーム(株)が生産する「うちのたまご」の素材を活かすため、相性の良い菓子類の中でも、原材料の品質によって大きな差が出やすいカステラへの使用を通して、ブランド力の強化を図った。

(3) 取り組みにあたっての課題と対応策

カステラという商品の特性上、商品それぞれの明確な違いを顧客に訴えることが困難であり、また「たまごのころ」は加工委託ではなく、販売元を(有)杉谷本舗としていたため、原材料の「うちのたまご」を顧客へ如何に訴求するかという課題があった。

これらの課題に対応するため、「うちのたまご」のロゴマーク等のデザイン使用を許可し、「うちのたまご」のブランドイメージに添ったパッケージデザイン、「うちのたまご」の紹介等を行うことで、他の商品との差別化を図り、「うちのたまご」ブランドの強化へとつなげた。

(4) 取り組みの成果

素材の良さが直接的に反映される商品であるため、「うちのたまご」の品質をPRする最良の媒体としての効果が見込まれる。また、長崎県の土産品として有名な商品であるため、自社の強みを活かし、他県からの顧客が集まる駅の売店等で積極的に販売した。

(5) 今後の展開

「うちのたまご」にとって、菓子類は加工品とした場合の付加価値が高く、素材の特徴が出やすい点もブランド力強化に効果的である。今後も「うちのたまご」の強みを顧客に効果的に訴求できる商品づくりを積極的に展開していく。

【本件の連絡先】 九州旅客鉄道株式会社 総合企画本部 経営企画部 農業推進室
TEL: 092-474-0747 FAX: 092-474-2737
E-mail: t.ideta@jrkyushu.co.jp

※連絡メールアドレスの@（全角）は@（半角）に変換して下さい。

JR博多駅構内に「うちのたまご」直売所をオープン【九州旅客鉄道株式会社】

(1) 事業概要

JR九州たまごファーム株式会社(本社：福岡県飯塚市)は、2012年12月に鶏卵「うちのたまご」の生産を開始した。更なるブランド化推進のため、JR九州グループのJR九州フードサービス株式会社(本社：福岡市)が、2012年2月にJR博多駅構内に「うちのたまご」直売所を出店した。たまごかけご飯を500円で提供するほか、パック詰め鶏卵の販売やケーキやプリンといった加工品の販売も行う。2012年7月には、羽田空港第一ビルに2号店を出店した。



(2) 取り組みのきっかけ

JR九州たまごファーム(株)が生産する「うちのたまご」のブランド化を進めるため、博多駅、羽田空港第一ビルといった旅客流動の多い場所に戦略的に出店を行った。

(3) 取り組みにあたっての課題と対応策

第一の課題である飲食店運営のノウハウ習得については、グループ外食会社の協力を得て、ブランドを冠した新業態店舗の展開を実施してもらい対応した。

第二の課題であるメニュー開発については、外食会社の料理人の協力を得たほか、地域の調理専門学校との連携や技術指導先からの助言でレパートリーを増強した。

(4) 取り組みの成果

「うちのたまご」の品質の高さを消費者にダイレクトに伝える戦略店舗として、うちのたまごのブランド価値を支える効果が出ている。

関係者からは、業界内での鶏卵事業の新しいモデルケースとしての関心の高まり、マスコミ等への露出が増えることによる地域の注目度アップなどの効果があったといわれている。

(5) 今後の展開

固定客の確保による収益の維持拡大、高級志向の顧客に対応した加工品のラインナップの充実に挑戦し、安全、安心、高品質な「うちのたまご」ブランドの確立に努めていきたい。

【本件の連絡先】 九州旅客鉄道株式会社 総合企画本部 経営企画部 農業推進室

TEL: 092-474-0747 FAX: 092-474-2737

E-mail: t.ideta@jrkyushu.co.jp

※連絡メールアドレスの@ (全角) は@ (半角) に変換して下さい。

JR博多駅つばめカフェでさつまいも「甘太くん」やその加工品を販売 【九州旅客鉄道株式会社】

(1) 事業概要

株式会社JR九州ファーム大分（本社：大分市）は、2012年4月に甘藷栽培を開始した。販路拡大のため、2013年2月にJR博多駅つばめカフェにてさつまいも「甘太くん」の販売を始めた。

焼き芋加温機を設置し、JR九州の特急列車に乗務する客室乗務員が販売を担当する。焼き芋220円（1本）、生芋330円（2本）を販売。

また2013年4月には、加工品を活用した「甘太くんソフトクリーム」の販売を開始した。

(2) 取り組みのきっかけ

株式会社JR九州ファーム大分が生産し、大分県やJAがブランド化を推進する「甘太くん」の知名度向上に協力する。旅客流動の多い博多駅で戦略的に販売を行った。

(3) 取り組みにあたっての課題と対応策

「甘太くん」をはじめ、㈱JR九州ファーム大分の農産品は多くがJA共販としており、加工品としての販路を新規に開拓する必要があった。そこでJR九州グループとして、地域が力を入れている農産品をPRすることを目的に加え、JR九州が運営する博多駅の店舗にて、JR九州グループで生産する「甘太くん」としてブランド名とともにPRを行い、販路の開拓も行った。

(4) 取り組みの成果

「甘太くん」の品質の高さ、おいしさを消費者にダイレクトに伝える戦略として、ブランド価値を支える効果が出ている。

関係者からは、業界内での新しいモデルケースとしての関心の高まり、マスコミ等への露出が増えることによる地域の注目度アップなどの効果があったといわれている。

(5) 今後の展開

固定客の確保による収益の維持拡大、他地区での展開に組み、安全、安心、高品質な「甘太くん」ブランドの確立に務めたい。

【本件の連絡先】 九州旅客鉄道株式会社 総合企画本部 経営企画部 農業推進室

TEL: 092-474-0747 FAX: 092-474-2737

E-mail: t.ideta@jrkyushu.co.jp

※連絡メールアドレスの@（全角）は@（半角）に変換して下さい。

商業施設のフリースペースを活用した地域製品の販売【株式会社近鉄百貨店】

（１）事業概要

近鉄百貨店では、地元地域生活者との交流と地産地消の推進を目的とし、沿線の自治体（大阪府南河内郡河南町）と提携し、農産物の直売を2010年11月より定期的実施している。



（２）取り組みのきっかけ

町の緑化事業にボランティアで参加したことなどがきっかけになった。

（３）取り組みにあたっての課題と対応策

継続実施し拡大していくうえで、生産地からの商品輸送体制や販売員の確保などが課題となっており、コミュニケーションを図り、意見交換しながら対応していく。

（４）取り組みの成果

まだまだ大きな実績とはいえないが、地域の生活者には鮮度の良い農産物が手ごろな価格で購入できると好評で、通常あまり流通していないような作物もあり、興味を持っていただいている。

また、生産地域の方々にとっても直接消費者の意見などを聞く良い機会であり、商品作りのヒントなどを得られる場ともなっている。

（５）今後の展開

定期的に継続して実施することにより、地域への浸透を進め規模拡大を図る。

【本件の連絡先】 株式会社近鉄百貨店 秘書広報部（広報）

TEL: 06-6634-7192 FAX: 06-6634-7682

E-mail: kouhou@d-kintetsu.co.jp

※連絡メールアドレスの@（全角）は@（半角）に変換して下さい。

販路拡大等の支援を目的とした「食」に関する商談会を例年開催 【株式会社高知銀行】

(1) 事業概要

当行では、高知県の「食」に関する地域経済活性化策として、商談会を2009年から継続して開催している。主な商談会は、「高知の食を元気にする商談会」と題し、県内での単独開催や、高知県・県内他行と連携し官民一体での商談会を共同開催してきた。2012年度は、高知県や県内他行と連携し高知県ブースとして「FOODEX JAPAN2013」へ参加。更なる販路拡大の機会を創出している。

(2) 取り組みのきっかけ

取引先事業者のニーズである県外への販路拡大を支援するとともに、高知県経済の活性化を図るため。

(3) 取り組みにあたっての課題と対応策

・課題

単なる商談の場の提供にとどまらず、出展事業者に対して、商談成立に向けた支援態勢を構築。

・対応策

高知県等とも連携しより成約率を高めるような事前準備や事後フォローを可能な範囲で行い、成約率を高めていく。また、商談会実施以降も必要に応じたサポートを継続していく。

(4) 取り組みの成果

「FOODEX JAPAN 2013 (2013年3月開催)」出展に関する成果

1. 成約件数

県内8事業者が延べ18のバイヤーに対し延べ21件を成約。

2. 商談中件数

参加20事業者において、商談中・アポイント中の件数は314件。

※ 2013年3月中に参加20業者に対しアンケート方式で調査

(5) 今後の展開

高知県は、「第2期高知県産業振興計画」においても引続き地産外商を推進しており、当行もお取引先の経営改善、地域経済への貢献のため、お客様の販路拡大などにつながる活動を行っていく。

【本件の連絡先】 株式会社高知銀行 地域連携ビジネスサポート部

TEL: 088-871-1292 FAX: 088-871-7124

E-mail: t-takenaka@kochi-bank.co.jp

※連絡メールアドレスの@（全角）は@（半角）に変換して下さい。

東北における「観光・物産・文化」一体型での取り組み【株式会社ジェイティービー】

（１）事業概要

JTBグループのJTB東北では、北海道・東北未来戦略会議（事務局・東経連）の「観光・物産・文化」一体型事業の委託を受け、外国人観光客誘致と地域物産の輸出・プロモーション促進に取り組んできた。具体的には、香港におけるアンテナショップ事業として、地域の観光情報発信と地域物産のアンテナショップでの販売・プロモーションを連携しながら推進してきた。2012年度においては、こうした動きを更に加速させるため、台湾をターゲットにして著名デザイナーを筆頭とするクリエイターグループがストーリーを付加し、現地で販売展開を行った。

（２）取り組みのきっかけ

2009年の北海道・東北未来戦略会議における「観光・物産・文化」一体型の取り組みの方針を受け、当会議貿易連携部会とJTB東北との連携により検討を進めてきた。

（３）取り組みにあたっての課題と対応策

取り組みにあたっての課題は、各国の法制度、関税等に対応する地域物産の輸出ノウハウの確立と、観光・物産・文化を一体型で展開するスキーム作りである。

対応策として、北海道・東北未来戦略会議を中心に、観光分野におけるJTBと物流・商流分野における日本通運のノウハウを連携させ、新たなスキームの構築を目指している。

（４）取り組みの成果

香港アンテナショップ事業では、現地旅行会社パッケージツアーズの店頭において地域の観光事業の発信を行うとともに、アンテナショップでの地域の加工食品を中心とした販売に向けて準備を進めた。この2事業を連携して行うことにより、地域の認知度向上、地域の文化の理解促進、地域産品の認知度向上・販売拡大を同時に達成。

また、台湾での事業においては、現地で2,800店舗を展開する台湾ファミリーマートの協力を得て、常設陳列を行うなどテストマーケティングを行うことができた。

（５）今後の展開

今後、全国各地域において、JTBグループの在外拠点と、地域の観光と物産販売をつなげる「人流・物流一体型」の取り組みを進めていく。

【本件の連絡先】 株式会社ジェイティービー 旅行事業本部

TEL: 03-5796-5785 FAX: 03-5796-5795

E-mail: m_koizumi313@hd.jtb.jp

※連絡メールアドレスの@（全角）は@（半角）に変換して下さい。

高知県内で取り組みが予定される「在宅栄養ケア推進」の事業化を支援 【株式会社四国銀行】

（１）事業概要

高知県のA病院が主導し「在宅栄養ケア推進」の事業化を計画している。事業予定地の食品製造業者が、地元の農業者等から食材を仕入れ、病院給食を提供する。医療機関等が在宅患者に栄養管理指導を実施し、病院給食が配食される仕組み。当行は同事業推進の法人設立を支援した他、高知大学と連携し、事業化スキームや高知県補助金の活用を提案する等、事業立ち上げを支援している。本件は、高知県産業振興計画の「健康長寿構想」、「食の地産地消」を支援する取り組み。

（２）取り組みのきっかけ

当行は同事業の情報をキャッチし、A病院の院長へ今後の事業展開に関するヒアリングを行い、各種提案を行ったことがきっかけ。

（３）取り組みにあたっての課題と対応策

当行は下記の課題を解決するため、高知県、高知大学、食品関連業者と連携する。

【課題】

- ・事業予定地の医療機関同士の調整や、一定数の管理栄養士を確保するための関係機関（高知県医師会等）との連携
- ・早期に事業を立ち上げするための、事業計画の策定や高知県への補助金申請

（４）取り組みの成果

同事業は「医療・介護」、「水産・農業」、「食品加工・販売業」等の多岐にわたる分野で経済効果が見込まれる。先進的な取り組み事例と成り得る可能性を秘めており、高知県から全国への情報発信、高知県の産地、製造、流通、販売に関する産業振興が期待できる。本件を通じ、高知県産業振興計画の「健康長寿構想」、「食の地産地消・地産外商」を後押しする。

（５）今後の展開

早期に事業計画を策定し、高知県へ補助金を申請する。関係事業者との調整を図り、今年度中に事業を立ち上げ予定。まずは高知県の一部地域で事業展開する。

【本件の連絡先】

株式会社四国銀行 お客様サポート部 ソリューション推進グループ

TEL: 088-871-2853 FAX: 088-822-4934

E-mail: matching@shikokubank.co.jp

※連絡メールアドレスの@（全角）@（半角）に変換して下さい。

土佐茶プロジェクト(土佐茶の普及に関する県民プロジェクト) 【株式会社四国銀行】

(1) 事業概要

高知では酒文化(宴会文化)が定着し地元の酒も愛飲されているが、ノンアルコール飲料としては「ウーロン茶」が圧倒的に多く飲まれている。飲食店や宴席などで提供されるノンアルコール商品として地元のお茶を提供し、高知では「ウーロン茶」よりも「地元のお茶」を飲んでいるという文化を定着させる取り組み。官民一体となり県民運動として定着をめざしている。

(2) 取り組みのきっかけ

約3年前、当行が高知県産業振興計画を応援するため、一部の飲食店に地元茶のメニュー提案をしたことがきっかけ。

(3) 取り組みにあたっての課題と対応策

- ・お酒が飲めないなら「ウーロン茶」という圧倒的なイメージの克服
- ・「ウーロン茶」と比較した場合のコスト低減。
- ・ホテル(宴会)、居酒屋、ラウンジ等、ニーズに応じた提供商品の開発が課題(茶パック、ペットボトル等)
- ・県民運動として自発的な参加型のプロジェクトとして推進させる仕掛け(口コミなど)を展開させる。

(4) 取り組みの成果

今回の主旨を提案した、全ての個人・事業者の方から賛同頂く。「そういえば何でウーロン茶を飲んでいるのだろう?不思議だ。」という声も多く頂いた。高知県にも協力頂き、官民一体となった取り組みとしてスタート。具体的な成果はこれからであるが、お茶の産地を観光資源としてPRする等の計画が進行しており、産地、製造、流通、販売に関する産業振興が期待できる。

(5) 今後の展開

高知では、お酒が飲めない場合、「ウーロン茶」ではなく「土佐茶」を合言葉に定着させることをめざす。この展開を軸に、お茶の産地等のPRを図り、減少している生産農家の活性化にもつなげたい。

【本件の連絡先】

株式会社四国銀行 お客様サポート部 ソリューション推進グループ

TEL: 088-871-2853 FAX: 088-822-4934

E-mail: matching@shikokubank.co.jp

※連絡メールアドレスの@ (全角) @ (半角) に変換して下さい。

付加価値の高い地域産品に対する、ステージに応じた販路開拓支援 【株式会社静岡銀行】

（１）事業概要

静岡銀行は、静岡県に多く集積する食品製造業者に対して、それぞれのステージに応じて販路開拓できるように、県内（しずぎん@gricom）・首都圏（スーパーマーケット・トレードショー、地方銀行フードセレクション）・海外（シンガポール食の商談会・香港フードエキスポ）と3つに分けて様々な商談会に取り組んでいる。また、静岡市や焼津市等の行政と連携した地域ブランドの販路開拓支援も積極的に行っている。

（２）取り組みのきっかけ

静岡県の食料品・飲料製造出荷額は全国的に大きなシェアを持つため、フードビジネスが地域経済の柱の一つと判断し積極的に支援。

（３）取り組みにあたっての課題と対応策

静岡県には首都圏と関西地区の二大消費地に近いため多くの食品製造業者が集積している。県や市町村も食品産業の育成に力を入れており、優れた商品が数多く生み出されているが、販路開拓を課題とする中小零細企業は多い。静岡銀行では、海外や県内外のネットワークを活用し、培ってきた商談会運営のノウハウにより、それぞれの地域や企業規模に応じた販路開拓支援を実施している。

（４）取り組みの成果

<2012年度の商談会実施概要と成果>

（県内商談会）毎年開催のしずぎん@gricomの他2回実施 参加企業94社

（県外商談会）八十二銀行と共催により長野で開催 参加企業19社

（首都圏商談会）スーパーマーケット・トレードショーに「静岡夢街道」として合同出展、他5回実施 参加企業105社

（海外商談会）シンガポールにて他の地銀5行と共催 参加企業8社

（延商談件数） 1,800件 成約件数123件

（５）今後の展開

静岡銀行は、国が主導する「農林漁業成長産業化ファンド」の設立認可を東海地区で唯一得ている。今後は既成商品の販路開拓に留まらず、生産者と製造業者をつなぎ合わせた6次産業化に積極的な資金供給を行い、食品産業の発展に貢献していきたい。

【本件の連絡先】 株式会社静岡銀行 法人部 法人ソリューション営業グループ

TEL: 054-345-5411(代) FAX: 054-344-0184

E-mail: sakano.tomoki@jp.shizugin.com

※連絡メールアドレスの@（全角）は@（半角）に変換して下さい。

食品製造・加工業者に対する原材料調達支援【信金中央金庫】

(1) 事業概要

食品製造・加工業者(信用金庫取引先)と北海道内馬鈴薯生産者との契約生産の実現。

- ・ 拡大に向けたコンサルティングを実施(信用金庫と共同実施)
- ・ 契約生産の対象となる農業生産者の開拓
- ・ 契約生産の実現に向けたサポート(交渉等)

(2) 取り組みのきっかけ

- ・ 食品製造・加工業者における契約生産ニーズの高まり
- ・ 農業生産者における販路拡大ニーズの高まり

(3) 取り組みにあたっての課題と対応策

①契約生産の実現に向けた農業生産者の開拓

- ・ 信用金庫ネットワークを活用
- ・ 北海道内の農業コンサルティング会社のネットワークを活用

②契約生産の実現に向けた農業生産者との交渉

- ・ 契約生産の実施効果を明らかにするため、農業生産者の経営計画の策定等を支援

(4) 取り組みの成果

(2013年3月末実績)

- ・ 当該企業の馬鈴薯調達量のうち1割を契約生産にシフト
- ・ 2013年度は、当該企業の馬鈴薯調達量の3割を契約生産にシフトできる見通し

(5) 今後の展開

食品製造・加工業者(信用金庫取引先)の契約生産の実現・拡大を積極的にサポートしていく。

【本件の連絡先】 信金中央金庫 中小企業支援部

TEL: 03-5202-7688 FAX: 03-3278-7035

E-mail: yoko.mannen@e-scb.co.jp

※連絡メールアドレスの@ (全角) は@ (半角) に変換して下さい。

GLOBALG.A.P.の普及を通じた農産物輸出促進と農業経営効率化 【シンジェンタジャパン株式会社】

(1) 事業概要

シンジェンタジャパンは、輸出入取引法に基づく公的組合である日本農産物輸出組合に加入し、農産物輸出促進に向けた仕組み作りを提言し、産地による GLOBALG.A.P.の取得を推進している。また、2010 年には、日本における同基準の適用性を検討し、改善点を提言する国別技術作業部会(GLOBALG.A.P. - NTWG)に加盟した。また現在、任意団体 GLOBALGAP 協議会の事務局を担当して、同基準の普及にあたっている。

(2) 取り組みのきっかけ

2009 年度農林水産省の課題解決対策補助事業における「適正農業規範の普及と農産物輸出促進に関わる可能性と影響調査」にあるように、デファクトスタンダードとなった GLOBALG.A.P.を推進することが、日本産農産物の輸出促進に必須であるため。

(3) 取り組みにあたっての課題と対応策

国際食品安全イニシアチブ G F S I (Global Food Safety Initiative) と同等とされる GLOBALG.A.P.認証の取得が、農産物の輸出に必要であるが、EUで編纂された食品安全基準であることから、日本には合わないとされていた。これを改善するため、GLOBALG.A.P.では国別にその解釈を検討することが認められており、GLOBALG.A.P.を日本の農業環境に合わせる体制を整えることが課題となった。

(4) 取り組みの成果

2011 年より新潟県北魚沼農業協同組合傘下の農事法人で、北魚沼産コシヒカリの生産に関する認証取得をお手伝いし、2012 年の秋に認証が取得できた。

またこの認証取得を元に、2013 年 1 月にフランスリヨン市で開催された外食産業見本市 S I R H A 2013 ジャパンパビリオンに、日本米としてではなく「魚沼コシヒカリ」として出展し、仏内外の高級レストランやホテルから高い評価を受けることができた。



(5) 今後の展開

現在、農産物の安全性を証明する様々な G A P 認証が存在しているが、国としては、「農業生産工程管理 (G A P) の共通基盤に関するガイドライン」を示す一方、これらの認証制度を国が一本化し強制規格として輸入品に課すことは非関税障壁ともなり得るので、W T O 加盟国である日本としてはできない。今後も民間の活力を高め、デファクトスタンダードを見据えることが、何よりも重要となる。

【本件の連絡先】 シンジェンタジャパン株式会社 役員室 安全推進部

TEL: 03-6221-3881 FAX: 03-6221-3898

E-mail: hirofumi.imataki@syngenta.com

※連絡メールアドレスの@ (全角) は@ (半角) に変換して下さい。

各地の気候区分ごとに自生種、在来種の樹を選定して植栽、里山をお手本にした「5本の樹」計画の庭づくり・まちづくりを推進【積水ハウス株式会社】

(1) 事業概要

積水ハウスでは、日本の原風景「里山」を手本に住宅の「庭」づくり（「5本の樹」計画）を推進している。

各地の気候区分ごとに適した自生種、在来種を選定して植栽することで野鳥や蝶など多くの生き物が庭を訪れ、生態系の保全に役立つとともに、住まい手にとっても自然の豊かさを楽しむことができる住環境の形成を目指している。

2012年度には初めて年間植栽本数が100万本を突破、2001年に「5本の樹」計画を立ち上げて以降累計913万本に及ぶ。

(2) 取り組みのきっかけ

大量の木材を利用し、国内最大規模の造園・緑化事業者として、生物多様性に配慮した取り組みが大切との考えから。

(3) 取り組みにあたっての課題と対応策

「5本の樹」計画で提唱するクヌギやコナラは、従来の庭づくりで雑木と見なされ、扱う造園業者は皆無に等しかった。当社が全国規模で計画を展開し、多くの人の共感を呼び始めると、クヌギなどを数年かけて苗木から育てる造園業者も増えていった。また、地域によって適した在来樹種が異なり、お客様の好みや家のづくりが多様なため、社員や取引先を対象にした啓発活動に注力した。

(4) 取り組みの成果

子どもたちの環境意識向上を目指した教育貢献プログラム「Dr. フォレストの手紙」の立ち上げ、携帯電話を使って樹木や鳥・蝶の情報を簡単に入手できる「5本の樹・野鳥ケータイ図鑑」という自然観察サイトも開設した。また、「5本の樹」計画の効果を検証するため、「いきもの調査」を2008年9月から夏と冬の年2回、数か所の当社分譲地で実施。経年変化を記録しており、その結果、鳥類や昆虫類が増加するなど、生物多様性保全の効果を確認することができた。

(5) 今後の展開

多様な生き物が集まる環境は、暮らしに豊かさを与えると考えます。「5本の樹」に集まる鳥や蝶が、庭と庭、庭と公園・「里山」・森をつなぎ、その地域ならではの生態系ネットワークを育てていく……日本の自然環境を再生したいとの思いを込めた取り組みを推進していきたい。2013年度は年間植栽本数110万本、累計1,000万本到達を目指して取り組んでいく。

【本件の連絡先】 積水ハウス株式会社 広報部

TEL: 06-6440-3021 FAX: 06-6440-3369

E-mail: info-ir@qz.sekisuihouse.co.jp

※連絡メールアドレスの@（全角）は@（半角）に変換して下さい。

セブン&アイと123社の復興支援企画「東北かけはしプロジェクト」～東日本大震災の被災地を中心とする国産・加工品の消費拡大 【株式会社セブン&アイ・ホールディングス】

(1) 事業概要

(株)セブン&アイ・ホールディングスでは、2011年11月に、福島県や宮城県、岩手県等の各行政と、震災で被災された製造業・生産者の皆様とともに、復興支援企画「東北かけはしプロジェクト」を毎年3回実施、2014年までの3ヵ年計画でスタート。初回は、参加社数：22社、商品アイテム数：200アイテムの展開も、2013年3月実施においては、参加社数：123社、商品アイテム数：1200アイテムの規模まで拡大。多くの国産品・加工品の販路・消費拡大を推進。

三陸産原料使用さば塩麹漬弁当



(2) 取り組みのきっかけ

東日本大震災の早期復興支援と、美味しくこだわりのある国産・加工品の販路・消費拡大を通じた地域活性化と自給率向上を目指した。

(3) 取り組みにあたっての課題と対応策

取り扱う商品の美味しさや品質へのこだわり等のお客様への伝達手法に関しては、その商品の開発から販売まで連携して推進するとともに、店頭でのお客様の声やニーズを、地域の生産者・事業者と共有し、商品のブラッシュアップ等に活用。また、安全・安心等の品質面に関しても、各行政との連携も強化しながら、体制を強化。そうした品質面でのこだわり等も、店頭で媒体等を活用しながら展開を強化。

(4) 取り組みの成果

「東北かけはしプロジェクト」発足から約1年半が経過し、2013年3月実施においては、商品数：約1200、参加企業社数：約123と震災後新たに取り組み始めた産地や生産者も多く、プロジェクトの規模は大幅に拡大、お客様の評価、販売数量も大きく伸長。新たな取り組みとして、行政と連携した地域・国産商材を活用した、70アイテムの6次産業化商品の販売も開始。付加価値の高い商品開発とも連携して取り組みを推進。また自給率向上を目指す農林水産省推進の国民運動「FOOD ACTION NIPPON」や、魚食拡大のため水産庁推進の「魚の国のしあわせプロジェクト」とも積極的に連携し、商品開発や売場展開等での取り組みを強化。

(5) 今後の展開

3ヵ年での推進のプロジェクトだが、延長して取り組んでいく方向。地域の生産者や事業者、各行政とも連携しながら、さらに参加企業、取扱い商品を拡大し、積極的に展開。店頭での、多くのお客様への商品展開やキャンペーン、イベント等を通じ、復興支援の機運の醸成、国産品・加工品の消費拡大等を推進し強化していく。

【本件の連絡先】 株式会社セブン&アイ・ホールディングス

(事業会社) 株式会社イトーヨーカ堂

TEL: 03-6238-2446 FAX: 03-6238-3489

E-mail: h5-itou@hd.7andi.co.jp

※連絡メールアドレスの@ (全角) は@ (半角) に変換して下さい。

国産材を原料とする合板販売拡大【双日株式会社】

（１）事業概要

双日では、国産材を原料とする合板の販売拡大に取り組んでいる。

国産材を原料とする合板は、従来品とほぼ同等の品質・価格ではあるものの、まだまだ市場での認知度、浸透度を伸ばす余地があるために、積極的な販売活動、啓蒙活動により、販売拡大を目指している。

（２）取り組みのきっかけ

仕入先である国内合板メーカーが、原材料を輸入材から国産材にシフトさせており、供給が増える見込みであるため。

（３）取り組みにあたっての課題と対応策

保守的なユーザー層をいかに啓蒙するかが課題であり、販売店・メーカーと緊密に連携をとりながら、納材業者などを組織化し、勉強会の開催等によって使用方法、商品特性の浸透を図って、販売量を拡大する方法をとっている。

（４）取り組みの成果

2010年度、2011年度、2012年度の取り扱いはそれぞれ、170億円、240億円、231億円だった。

（５）今後の展開

今後は、まだ取り扱いの少ない、国産材原料の「型枠合板」、「フロア台板」の販売拡大を目指す。

【本件の連絡先】 双日建材株式会社

TEL: 03-5211-0800 FAX: 03-5211-0801

E-mail: kumagai.shoji@sojitz-bm.com

※連絡メールアドレスの@（全角）は@（半角）に変換して下さい。

北海道産カラマツ・トドマツの利用拡大、国産杉の利用拡大【双日株式会社】

(1) 事業概要

双日の連結子会社である双日与志本林業は北海道において地元産カラマツ・トドマツから梱包材・パレット用製材品および集成材用ラミナーを製造する工場（道内3カ所）を運営し、全国に販売を拡大中。新たな取り組みとして、休業中の大樹町森林組合所有の工場を賃借、2011年2月から4番目の工場として稼働開始。

(2) 取り組みのきっかけ

輸入材（チリ、ニュージーランド産）の供給不安定さや価格の乱高下を嫌気して、国産材の需要が拡大しているため。

(3) 取り組みにあたっての課題と対応策

国産原木の安定供給のために、林業者（造材業者）の不足がネックとなっている。間伐だけでなく皆伐に対する助成の検討も必要。また、補助金を使って建設された工場を、補助金完済前に第三者へ貸与することが法律上難しかった。同様の事例は今後も出てくると思われ、事業の継続と雇用の確保のため、国や地方自治体も、より柔軟な対応が必要だと思われる。

(4) 取り組みの成果

リーマンショック以降も一切の操短・休業等を行わずフル操業を行った双日与志本林業グループに対して、原木の価格より安定販売の重要性を認識した地元森林組合からの評価が高まった。

工場が休業したままでは、貴重な森林資源の活用ができなかったが、今回の賃貸契約成立により、木材の産出・加工が継続できることになった。また10数名の雇用が確保できたことで地元経済に貢献できると期待している。

(5) 今後の展開

森林組合との連携を強化し、原木の安定消費、安定雇用のためのフル操業、製品の拡販を続ける。

北海道の森林組合だけでなく、他の企業とも協業し、国産材を利用した集成材製造工場も検討したい。

【本件の連絡先】 双日与志本林業

TEL: 03-5823-7406 FAX: 03-5823-7411

E-mail: ogawa-y@sojitz-yoshimoto-r.com

※連絡メールアドレスの@（全角）は@（半角）に変換して下さい。

東京・日本橋「ブリッジにいがた」でニイガタブランドの発信・販路拡大を支援 ～第四銀行が自主運営する展示販売・商談スペース～ 【株式会社第四銀行】

(1) 事業概要

株式会社第四銀行では、2012年5月に新潟の地域資源を掘り起こし、首都圏マーケットの開拓やマーケティング支援及び他地域との連携による地域活性化を実現するための拠点として、「ブリッジにいがた」を開設した。当施設は、新潟県産品等の展示販売、新商品のアンテナショップ、地域観光情報発信などに活用する「展示販売スペース」と、県内企業が首都圏でのビジネス展開を図る際の商談会や発表会、研修会に活用する「商談スペース」を備えている。



(2) 取り組みのきっかけ

県内企業による首都圏マーケット開拓のニーズは高く、「ニイガタブランド」の発進拠点を東京・日本橋に開設し、県外市場への販促活動、新商品開発等を支援することで、地域経済の活性化に繋げるため。

(3) 取り組みにあたっての課題と対応策

「ブリッジにいがた」の認知度向上、来場者増加に向けた魅力のあるイベントの企画・開催。一般消費者向け（BtoC）イベントが中心であるが、県内企業のビジネスマッチング支援として、事業者向け（BtoB）のマッチングイベントを企画・開催。

(4) 取り組みの成果

【利用実績】

- ①イベント開催数：86先、52件（その他に当行独自主催のイベントを14回開催）
- ②来場者数：約19万人
- ③商談数：200件超

【主な開催イベント】

- ・「だいし銀行おすすめ！『にいがたの逸品』選りすぐり！」
 - ・「SNOW COUNTRY FESTIVAL 雪国ヌーボー・三国街道塩沢宿牧之通り in 日本橋」
 - ・米どころ新潟はおいしい“米粉”が満載！ ～米粉商品試食販売会～
 - ・個別商談会 in ブリッジにいがた
- ※ 大手コンビニエンスストア、通販会社、ホテルのバイヤー等を招聘し、県内企業との商談会を実施。

(5) 今後の展開

引き続き新潟の優れた地域資源、商品・サービスを「発掘」「発進」「育成」する施設として魅力あるイベントを企画。ブランド力向上と販路開拓を支援する「にいがたブランド向上委員会」を開催し、外部コーディネーターによるセミナー、個別アドバイスに加え、大手小売等とのBtoBマッチングを実施し、ブランド力向上と販路開拓の両面支援を行う。

【本件の連絡先】 株式会社第四銀行 営業統括部 ニュービジネス企画室

TEL: 025-229-8180 FAX: 025-222-4363

E-mail: g121005@daishi-bank.jp

※連絡メールアドレスの@（全角）は@（半角）に変換して下さい。

簡便な魚商品の開発 ～お客様の魚離れが叫ばれる中、利便性を意識した商品開発による需要の創出～ 【株式会社高島屋】

（１）事業概要

国産の魚の消費量の減少が課題として挙げられているが、その理由の一つとして、魚料理は手間がかかる等の理由で敬遠されてきている。

また、人口ボリュームの多い団塊 Jr 世代、団塊世代の少人数家族化もあり、少量使い切り商品や共働き夫婦向けの簡便商品の需要が高まっている背景もある。

以上の社会の状況も踏まえて、高島屋では利便性を追求した商品の開発に取り組んだ。

（２）取り組みのきっかけ

上記の社会の状況と店頭にてお客様から受けた要望に基づき商品開発に取りかかった。

（３）取り組みにあたっての課題と対応策

本来、魚料理は火を使い手間がかかるものである。その手間のかかる魚料理に熱を入れるためには電子レンジを使用する必要があるが、少量の個別包装を真空パックで行うとレンジに直接かけることができない。また、レンジは焼き目を入れることが出来ず、伝統の味を表現しきれない。さらには、魚離れは和食離れの現われの一つとも考え、和の良い素材を使った洋の簡便商品などの開発にも取り掛かっている。

（４）取り組みの成果

まず取り組みを開始したのはギフトアイテム。塩干物の主力である「漬魚」においては積極的に個別包装に切りかえ、さらに空気抜きができる電子レンジ対応の包装資材も導入。

今後、取り組む洋の簡便商品については年末の商戦に向けて開発中であり、お客様の需要の掘り起こしに期待している。

（５）今後の展開

ギフトに引き続き店舗販売でも漬魚の個別包装化を推進していく。また、電子レンジで焼き目が入り、脂切りができる包材の販売を行っている。今後は同じ課題を抱える精肉売り場でも同様の取り組みを行っていく予定である。

洋の簡便商品は本年末導入予定。

【本件の連絡先】 株式会社高島屋 MD本部 食料品・食堂ディビジョン

TEL: 03-3668-7297 FAX: 03-3668-7303

E-mail: saruta-fumihiko@ad.takashimaya.co.jp

※連絡メールアドレスの@（全角）は@（半角）に変換して下さい。

大手食品メーカーと連携し農業生産者へ契約栽培の導入を提案 ～農業生産者の経営安定と地域活性化を支援～【株式会社千葉銀行】

(1) 事業概要

千葉銀行では、大手食品メーカーや外食チェーンに農業生産者を紹介する「ビジネスマッチング」による支援を強化。2013年1月より産地開拓を積極的に手掛ける大手食品メーカーと連携して、県内農業事業者に対し加工用トマトの契約栽培導入の提案を開始している。個々の農業生産者が抱える経営課題解決の手段の一つとなっているほか、一部では行政が支援する動きもあるなど、地域活性化に繋がる取り組みとなっている。

(2) 取り組みのきっかけ

農業生産者の経営安定を支援する取り組みを検討する中、大手食品メーカーが産地開拓を強化している情報を収集した。

(3) 取り組みにあたっての課題と対応策

- ①大手食品メーカーに紹介を行う際に、同社が求める価格等契約条件面や、農業生産者が現在生産している作物との時期や農地・人手の確保面において、ミスマッチが起きないように配慮している。
- ②具体的には同社より提供されたプレゼン用資料を各支店に配布し、支店を通じ顧客へ案内する。その後興味を持った生産者には、本部担当者が同行し詳細説明を行い両社ニーズが合致することを確認してから、紹介を行う体制をとっている。

(4) 取り組みの成果

当行より情報提供を行った5市町村/6先の農業生産者が、大手食品メーカーと委託契約を締結し、契約栽培を導入した。その結果、農業生産者が抱える以下の課題やニーズに応えることができた。

- ①委託契約前に価格が決定しており、経済的な見通しが立てやすく、経営の安定にプラスとなった。
- ②時期によって活用していない農地や人員、休耕地を有効活用でき、収入の向上と雇用の創出に繋がった。
- ③生産調整に参加する米生産者の新たな転作作物として、戦略的な生産計画が導入できるようになった。

(5) 今後の展開

- ①後継者離れや耕作放棄地の増加が進む農村地域に対して、行政や農業生産者に情報提供を行い、地域活性化に繋げていく。
- ②新規就農者や安定収入の確保を志向する農業生産者に情報提供を行い、経営の安定および農業活性化に繋げていく。

【本件の連絡先】 株式会社千葉銀行 法人営業部

TEL: 043-301-8248 FAX: 043-242-9125

E-mail: agri@chibabank.co.jp

※連絡メールアドレスの@（全角）は@（半角）に変換して下さい。

「ちばぎんアグリ商談会」の開催 ～県内農業生産者の販路拡大支援～ 【株式会社千葉銀行】

（１）事業概要

「ちばぎんアグリ商談会」は、販路開拓・拡大支援を志向している県内農業生産者を対象とした、食品関連企業バイヤーとの個別商談会で、2010年より毎年開催している。本商談会は、産地調達に積極的なスーパー・外食・ホテル・食品卸等の食品関連企業のバイヤーに商談ブースを提供し、農業生産者が自社農産物のプレゼンを行う逆商談会方式をとっている点が特徴。販売経験の少ない農業生産者は食品関連企業との接点も限られていることから、商談の場を提供することで販路拡大を支援している。

（２）取り組みのきっかけ

直接販売を志向する農業生産者と、産地調達を志向する食品関連企業双方からマッチング支援の要望があり、商談会を企画した。

（３）取り組みにあたっての課題と対応策

農業生産者より農産物の品目や特徴、時期等を記載した「商談シート」と「商談希望バイヤーアンケート」の事前提出を参加条件とし、提出を受けた資料は当行より事前に各バイヤーに通知することで、双方にミスマッチが生じないように配慮している。その結果、双方が限られた時間でポイントを絞った効率的かつ効果的な商談が進められるほか、販売に不慣れな農業生産者もPRするポイントが明確となり、商談力の向上にも繋がっている。

（４）取り組みの成果

- ①2012年7月に開催した第3回目の商談会では、48社の農業生産者と14社の食品関連企業バイヤーが参加し、140件の個別商談が実施された。
- ②事前完全予約制であること、「商談シート」事前提出などきめ細やかな配慮により、双方より「有意義な商談が出来た」、「精度が高い」との声を頂いているほか、自治体・商工会からも地域活性化・農業振興に資するビジネスマッチングイベントとして高い評価をいただいている。

（５）今後の展開

参加者からの高い声を受けて、毎年開催を継続していくとともに、自治体・商工会などより幅広いネットワークを活用し、参加者の裾野を広げていきたい。

【本件の連絡先】 株式会社千葉銀行 法人営業部

TEL: 043-301-8248 FAX: 043-242-9125

E-mail: agri@chibabank.co.jp

※連絡メールアドレスの@（全角）は@（半角）に変換して下さい。

「道の駅・川の駅 水の郷さわら」の運営を通じて地場農林水産物の販売促進、地域経済活性化を支援【東洋建設株式会社】

（１）事業概要

東洋建設株式会社では、国と香取市のPFI事業の一環として、2010年4月に千葉県香取市の利根川入江・国道356号沿いに「道の駅」と「川の駅」が一体となった全国初の複合交流施設「水の郷さわら」を運営している。

地域特産品（新鮮野菜、果物、弁当・総菜等）の販売や、地産地消を取り入れたフードコート運営、道路や河川利用者の休憩や交流をサポートし、産業・観光交流による地域活性化に取り組んでいる。

（２）取り組みのきっかけ

公民連携によるまちづくり事業が推進される中、長期的視野に立脚した新たな事業構築の一環として、これまで水辺のまちづくりに携わってきた実績と経験を活かし、地域と一体となった新たな事業展開を模索していた。

（３）取り組みにあたっての課題と対応策

安定的な農作物の集荷が必要であり、開業2年前より生産者を取りまとめる協議会を組成し、開業時には生産者120余名による出荷体制を構築した。

また、産業・観光来場者を増加させるために、中心市街地へ通じる小規模河川を活用した舟運ネットワークを構築した。

（４）取り組みの成果

開業以来、認知度の高まりと共にリピーターも増えており、2012年度まで3年間の来場者は300万人を超えた。特に、地元の新鮮な朝取り野菜や加工品を多数取り揃えた物販施設は賑わいをみせており、好評を頂いている。

また、来場者が市内各所を訪れるようになってきており、徐々に経済波及効果が現れてきている。

（５）今後の展開

地域に親しまれ、地域生産者の誇りとなる施設を目指して、消費者との交流を促進するとともに、地域特産品の育成やPRを通じたブランドづくりを推し進め、地域活性化に貢献していきたい。

【本件の連絡先】 東洋建設株式会社 土木事業本部土木企画部

TEL: 03-6361-5462 FAX: 03-5530-2914

E-mail: matsuka-masahiro@toyo-const.co.jp

※連絡メールアドレスの@（全角）は@（半角）に変換して下さい。

「関東圏への販路開拓」をテーマとした食の商談会の開催 【株式会社南都銀行】

（１）事業概要

南都銀行では、奈良県および関西の食品関連の取引先企業を対象に、「首都圏への奈良県および関西の食材や特産品の販路拡大」、「地域食材・特産品のPR」を目的として「ナント『食』の商談会 in 東京」を開催。首都圏バイヤー18社を招聘し、売り手企業49社にビジネスマッチングの機会を提供。

開催日：2013年3月19日

場所：全国町村会館（東京都）



（２）取り組みのきっかけ

2011年12月に開催した「<ナント>農商工ビジネスフェア 2011」において、首都圏バイヤー4社との個別商談会（商談会コーナーを設置）を実施したところ非常に好評であった。そこで、より多くの首都圏バイヤーを招聘し、食品関連に特化した商談会を東京で開催。

（３）取り組みにあたっての課題と対応策

首都圏バイヤーの招聘という課題については、提携企業からの紹介等を活用し、当初の想定を上回るバイヤーの招聘に成功した。

（４）取り組み成果

実績としては、首都圏バイヤーと売り手企業との商談件数は119件、当日に3件の商談が成立。また、継続中の商談も多数あり、今後更なる成約件数の増加が見込まれる。

（５）今後の展開

今後も当商談会を継続開催し、首都圏への販路拡大および関西の地域食材・特産品をPRする機会を提供するとともに、個別のニーズには、営業店と本部との連携により対応していく。

【本件の連絡先】 株式会社南都銀行

TEL: 0742-27-1558 FAX: 0742-27-8815

E-mail: kanko-value@nantobank.co.jp

※連絡メールアドレスの@（全角）は@（半角）に変換して下さい。

農業者および食品関連事業者等を対象とした展示商談会の開催 【株式会社南都銀行】

（１）事業概要

南都銀行では、ものづくり企業、食品関連企業のほか、サービス業等も含めた全業種を対象として「〈ナント〉元気企業マッチングフェア 2012」を開催。

当フェアの中で、農業者と食品関連事業者とのマッチングを図るための展示商談会を開催。

開催日：2012年11月21日

場所：マイドームおおさか



（２）取り組みのきっかけ

これまで個別に開催していた、ものづくり企業を中心とした「元気企業ビジネスフェアNANTO」と、食品関連に特化した「ナント『食』の商談会」の2つの商談会を融合させ、2009年より「農商工連携」をキーワードとした「ナント農商工ビジネスフェア」を開催。2012年よりネーミングを変更し、全業種を対象とした「〈ナント〉元気企業マッチングフェア 2012」を開催。食品関連のフロアでは、取引先企業のニーズが高い農業者と食品関連事業者とのビジネスマッチングの機会を提供することにより、地域産業の活性化を図ってきた。

（３）取組み成果

実績としては、「食の商談会」フロアで、出展企業数64社/団体、当日に9件の商談が成立している。うち1社は5先との商談が成立している。

（４）今後の展開

今後も当フェアを継続開催し、農業者と食品関連業者とのビジネスマッチングの機会を提供するとともに、より取引先企業のニーズに合った形での開催を検討中。個別ニーズには、営業店と本部で対応。

【本件の連絡先】 株式会社南都銀行

TEL: 0742-27-1558 FAX: 0742-27-8815

E-mail: kanko-value@nantobank.co.jp

※連絡メールアドレスの@（全角）は@（半角）に変換して下さい。

地域農業法人と地域実需者を繋ぐ業務用野菜取扱の会社を設立 【株式会社ニチレイフーズ】

（１）事業概要

地域の需要を地域の生産品で賄うことを目標に、地域農業法人の育成を図りつつ地域ユーザーとのマッチングを図り業務用野菜の販売を行う、いわば「地域完結型アグリビジネス」モデルを実践する会社「㈱ニチレイアグリ」を設立。2011年より鹿児島県で事業を開始した。

（２）取り組みのきっかけ

国産野菜の量・価格ともに安定的に調達するには、経営感覚の優れた農業法人の育成が不可欠との認識に基づいている。

（３）取り組みにあたっての課題と対応策

課題：

- ・地域ユーザーのニーズ（品目、数量、納期など）をまとめ、契約栽培として生産計画に落とし込むこと
- ・期間の価格変動を踏まえた固定価格、また、安定数量の供給など契約生産のベースとなる取引へ生産者の意識を変えることが容易ではないこと など

対応として、ユーザーを開拓し数量をまとめること、しっかりした売先を確保することに努めている。

（４）取り組みの成果

事業開始3年目に入り、野菜取扱量は当初計画に沿ったものとなっている。ユーザー、生産者ともに当事業地域での認知度が上がってきており、取引先も拡大しつつある。

（５）今後の展開

ユーザーと生産者の需給バランスを図りながら事業拡大することが重要であり、ユーザー開拓と生産者開拓・育成をバランスさせながら事業拡大に取り組んでいく。

【本件の連絡先】 株式会社ニチレイフーズ 事業推進部

TEL： 03-3248-2199 FAX： 03-3248-2160

E-mail： ishikawak@nichirei.co.jp

※連絡メールアドレスの@（全角）は@（半角）に変換して下さい。

国内農産物輸出促進のための認証・認定制度の普及 【公益財団法人日本適合性認定協会】

（１）事業概要

農産物輸出を促進するためには、認証制度を活用することが有利である。国内では日本GAP協会が推進しているJGAP認証が普及しており、一部が欧米中心に普及しているGLOBALG.A.P.認証と同等性の評価を受けている。JGAPを通じてGLOBALG.A.P.を取得する場合、認証を授与する認証機関に認定が要求されることから、日本GAP協会とともに認証機関に対する認定の導入を図っている。

（２）取り組みのきっかけ

日本のGAP認証を国際的な認証制度と整合化させ、その枠組みを用いて国内農産物の輸出促進、国際展開を図るため。

（３）取り組みにあたっての課題と対応策

日本の多くの農業事業者にとって輸出のための国際的な認証取得は、費用や労力の面で負担が大きい。認証機関にとっても、認証申請数が増えないと認定へのニーズが高まらない。日本GAP協会は、JGAP認証とGLOBALG.A.P.認証の整合を進めて、GLOBALG.A.P.認証を取得しやすいように環境整備を図っている。本協会も当該認証の認定機関間の多国間相互承認協定成立を国際認定フォーラム(International Accreditation Forum, IAF)で支援している。

（４）取り組みの成果

JGAP認証農産物の品質の高さは、香港を始めとして東南アジアを中心に広く認められつつある。本協会は環太平洋地域における認定機関の集まりである太平洋認定機関協力機構(Pacific Accreditation Cooperation, PAC)で指導的な役割を果たしており、JGAP認証のアジア・太平洋圏での国際展開を支援しやすい立場にある。最近ではJGAP認証取得事業者の中から整合したGLOBALG.A.P.認証取得を目指す事業者も出てきており、認証機関の認定申請に繋がるものと期待している。認定を通じて多国間相互承認が広まれば、整合されたJGAP認証国産農産物の輸出がアジア・太平洋圏のみならず、世界に拡大できる。

（５）今後の展開

日本GAP協会と連携しながら、アジア・太平洋圏でJGAP認証を他国のGAP認証に先駆けて普及、拡大させ、欧米中心のGLOBALG.A.P.認証と整合させながら認定を通じて相互承認を広める。国際連携された認証制度の枠組みを通じて日本農産物の輸出促進を図っていく。

【本件の連絡先】 公益財団法人日本適合性認定協会 認定センター

TEL: 03-3442-1214 FAX: 03-5475-2780

E-mail: Takashi.Tanaka@jab.or.jp

※連絡メールアドレスの@（全角）は@（半角）に変換して下さい。

国産材丸太海外輸出事業【阪和興業株式会社】

（１）事業概要

阪和興業では、東京都が2006年度より花粉対策事業として多摩地域の杉/桧の人工林を10年間で1,200ha伐採するにあたり、日本の工場では使えない低質材の販路を海外市場で確保したいという要望が出ていたことと、木材の需給バランスが新興国（中国、インド等）を中心に崩れ、需要過多になりつつあった海外市場とを結びつけることで輸出事業がスタート。その後仕入地域を拡大し、現在では中国、韓国、台湾向けとして年間3万3千m³を輸出している。

（２）取り組みのきっかけ

東京都が計画していた花粉対策事業を通じて出される低質材を海外市場で販売出来ないかとの打診を受けたこと。

（３）取り組みにあたっての課題と対応策

取り組みにあたっての重要な課題は各国、各客先の要望に対していかにマッチしたものを集材できるかという点。ニーズとのミスマッチによるクレームがスタート当初は多発していたが、その後時間をかけて、相手市場にマッチする規格を確立し、クレームは激減。

また、相手の要望する数量に対してそれを集荷出来る体制が整っていない地域が多く、大きなロットでの集材体制の確立が今後、取り組むべき課題。

（４）取り組みの成果

協力体制にある各地方自治体/森林組合連合会/原木市場等からは、供給過剰のために値崩れをおこしていた間伐低質材を海外に輸出することで、需給ギャップを縮め、国内販価の維持と山元への還元に貢献していると言われている。また、大手コンテナ船社と連携し、空コンテナの有効活用体制を構築し、WIN-WINの効果が得られたことも成果として挙げられる。

（５）今後の展開

今後は丸太だけではなく、製材製品の海外販売も視野に入れて展開していきたい。

【本件の連絡先】 阪和興業株式会社 木材部国際開発課

TEL: 03-3544-2370 FAX: 03-3544-2361

E-mail: kakutani-takayuki@hanwa.co.jp

※連絡メールアドレスの@（全角）は@（半角）に変換して下さい。

冷凍水産物の海外への輸出により魚価の底上げと加工業者の収益向上 【阪和興業株式会社】

（１）事業概要

日本各地における大量漁獲の場合、加工業者に冷凍を指示し、海外価格で買い取り、輸出。（秋刀魚 4000 トン/年 鯖 2000 トン/年 その他）輸出を通じて、日本国内の需給調整による魚価格の安定及び日本国内消費に不適なサイズ・品質の商品の輸出につながり、加工業者、漁師とも期待していなかった収入に繋がる。収入の増加により設備投資をして生産効率が向上する。

（２）取り組みのきっかけ

世界的に健康食としての水産物の需要が拡大。

（３）取り組みにあたっての課題と対応策

輸出にあたっての、原産地証明書、放射能検査証の取得費用及び時間。また、輸入国の放射能に対する輸入規制や食品衛生検査の恣意性。

証明書や検査証の発行機関を当該国にオーソライズしてもらおう。発行を簡略化して発行スピードを早めると同時に費用をセーブする。

（４）取り組みの成果

円安により、鯖、イワシ、スケソウタラなど輸出実績が増加している。日本で販売できない粗悪品もたんぱく質としての利用国があり、在庫を現金化できた加工業者の資金繰りの助けともなり、収入が増加。工場の稼働率も上がり、雇用の安定に繋がっている。

（５）今後の展開

世界各地の駐在事務所を通じて、輸出先を拡大し水産物輸出の増加を図っていきたい。

【本件の連絡先】 阪和興業株式会社 食品部

TEL: 03-3544-2025 FAX: 03-3544-2050

E-mail: noda@hanwa.co.jp

※連絡メールアドレスの@（全角）は@（半角）に変換して下さい。

『食のプロダクト・デザイン』～食品関連企業の商品力強化・営業力強化による課題解決支援～【株式会社北洋銀行】

（１）事業概要

「食のプロダクト・デザイン」は、北海道の食品関連企業の育成支援を目的に、6次産業化に取り組む農業者や食品加工業者を対象として、売れる商品に必要な『商品力』と『営業力』の強化を支援する取り組み。北洋銀行が、食品・流通等の専門知識とスキルを有する専門家と連携して、首都圏スーパー等での「定番商品化」「売れる商品」を目指し、商品開発・改良から販路開拓・拡大までをトータルのサポート。

（２）取り組みのきっかけ

北海道のブランド力があっても、従来の販路支援（商談会等の場の提供）だけでは成約まで繋がらない企業が多いという課題に直面。

（３）取り組みにあたっての課題と対応策

■食品関連企業の課題

- ・企業単独ではマーケットニーズを捉えた商品開発（改良）力が弱い
- ・魅力を伝える「パッケージデザイン」、商品売り込みの「営業力」等が不足

■対応策

- ・食の専門家と連携し、商品開発・課題解決をサポート
- ・企業に代わって専門家が首都圏のバイヤーに商品を紹介し、バイヤーの反応（意見を企業にフィードバック。結果に基づき商品の課題や改善策、営業手法をアドバイスし販路開拓を支援

（４）取り組みの成果

従来の商談会・ビジネスマッチングの提供に加え、商品力・営業力強化のプログラムを付加したことで、取引先の抱える課題を浮き彫りにし、販売に繋がるスキームを構築。

■具体的事例（6次産業化に取り組むA社の事例）

- ・有機認証の果実を使用したこだわりの「ぶどうジュース」を製造販売
- ・首都圏各種商談会に参加するも成約率が上がらない状態に悩んでいた（専門家（百貨店バイヤー、プロ料理人、料理雑誌元編集者等）によるアドバイスを実施）
- ・商品の強みを活かし、首都圏百貨店向け高級感のある商品改良に着手
- ・パッケージデザイン、量目と価格の変更を実施

〈支援結果〉

- ・首都圏百貨店のキャンペーン商品に採用決定

（５）今後の展開

食のプロダクト・デザインによる「商品力」「営業力」の強化と、商談会開催による「商流構築」までのトータルのサポートを通じて、北海道の豊かな地域資源を活用した魅力あるヒット商品の開発・販路拡大を支援していくとともに、道内食品関連企業の育成支援を図っていく。

【本件の連絡先】 株式会社北洋銀行 地域産業支援部

TEL: 011-261-1326 FAX: 011-261-1356

E-mail: h-support@hokuyobank.co.jp

※連絡メールアドレスの@（全角）は@（半角）に変換して下さい。

産学官金のオール北海道の連携と協働体制による「食の総合産業化」の確立に向けた取り組み(食クラスター活動の推進)【北海道経済連合会】

(1) 事業概要

北海道経済連合会では、基幹産業である農林水産業を生かした「食」に着目し、一次産業団体等も参画したオール北海道の連携・協働による食の高付加価値化や売れる商品の開発、道外・海外への販売拡大に取り組む食クラスター活動を展開するため、2010年4月、その推進母体となる「食クラスター連携協議体」を立ち上げた。事務局は、当会のほかJA北海道中央会、北海道農政事務所、北海道経済産業局及び北海道庁で構成している。

(2) 取り組みのきっかけ

2009年9月、北海道知事主宰の「経済政策戦略会議」にて、当会より提言。各界トップの賛同を得て具体的な検討に着手した。

(3) 取り組みにあたっての課題と対応策

従来、企業や団体等が個別バラバラに取り組んでいた食の高付加価値化等に向けた取り組みについて、連携・協働による相乗効果を上げるため、次のようなシステムを構築している。

- ① 食クラスター連携協議体への多様な企業・団体等の参画
- ② 全道規模のサポート体制の整備
- ③ 主体的な連携協働を促す情報交流（ホームページ、メルマガ）の仕組みの構築

(4) 取り組みの成果

- ① 食クラスター連携協議体には、2,088の企業、団体等が参画。
このうち、一次産業事業者が255、食関連企業が789となっている。
(2013年4月末時点、以下同じ)
- ② 参画者から466本のプロジェクト提案があり、関係機関で審議。
支援機関によるサポートや専門家の派遣を通じて、道産農林水産物を活用した新たな商品の開発、販路拡大に繋げている。
- ③ 食クラスター活動の成果披露の場である「食クラ・フェスタ」の開催や、大手企業を講師とするセミナーの開催等を通じ、企業間の連携・協働の取り組みを促進している。

(5) 今後の展開

限られた予算・人的資源の効果的な活用のため、選択と集中を進め、成果の明確化を図っていく。具体的には、一次産業団体や大手・中堅企業、観光事業者との連携・協働によるプロジェクトの創出と推進を図るとともに、経済効果が期待できる取り組みを重点プロジェクトに選定し、PDCAによる管理を行いつつ、その推進を図る。

【本件の連絡先】 北海道経済連合会 食クラスターグループ

TEL: 011-221-6166 FAX: 011-221-3608

E-mail: hiraike.akira@dokeiren.gr.jp

※連絡メールアドレスの@（全角）は@（半角）に変換して下さい。

東アジアにおける食産業の研究開発・輸出拠点化を目指す「北海道フード・コンプレックス国際戦略総合特区」の取り組み 【一般社団法人北海道食産業総合振興機構(フード特区機構)】

(1) 事業概要

EU・北米経済圏と同規模の成長が見込まれる東アジアにおいて、「北海道」をオランダのフードバレーに匹敵する食の研究開発・輸出拠点とするため、食の生産拡大と高付加価値化を実現するとともに、食産業における輸入代替と輸出拡大を図ることで、我が国の国際競争力の強化に貢献する。

(2) 取り組みのきっかけ

北海道経済連合会が中心となり、関係機関・団体と準備を進め、2011年12月、国から国際戦略総合特区の指定を受けた。

(3) 取り組みにあたっての課題と対応策

食の安全性と付加価値の向上、ならびに、市場ニーズにマッチした商品供給により、国際競争力を強化して、海外需要・国内需要を獲得する必要がある。食の安全性・有用性や製品化に係る研究開発プラットフォームの形成、海外における販路開拓や輸出拡大に向けた体制の強化等に取り組む。

(4) 取り組みの成果

付加価値の高い食品市場を創出するため、北海道独自の食品機能性表示制度の創設や人介入試験評価システムの体制を強化した。輸入代替を促進する取り組みとしては、パン・麺用小麦の生産拡大や農産物集出荷貯蔵施設の整備、植物工場クラスター形成のための調査を実施した。輸出拡大の取り組みとしては、新たな鮮度保持技術を活用した野菜の輸出実証試験、長いも製品保管・出荷施設の整備、北海道米の輸出拡大に向けた調査を行った。

(5) 今後の展開

北海道独自の食品機能性表示制度を活用する企業への支援、食の安全性有用性プラットフォームの確立、農産物等集出荷施設の整備や加工用タマネギ等の栽培・貯蔵技術の確立、海外との商流・物流網の強化やイスラム圏市場への輸出、企業の海外進出に向けた支援等を行う。

【本件の連絡先】 一般社団法人北海道食産業総合振興機構(フード特区機構) 販売拡大支援部
TEL: 011-200-7000 FAX: 011-200-7005
E-mail: t.odawara@h-food.or.jp

※連絡メールアドレスの@ (全角) は@ (半角) に変換して下さい。

無菌包装米飯の国内販売及び海外向け輸出【丸紅株式会社】

（１）事業概要

当社の事業会社である(株)ウーケ（富山県下新川郡入善町）では、食の簡便化、個食化の時代の流れを捉え、国産米と北アルプスの清涼な水を使用し、添加物を一切使用しないで作り上げた無菌包装米飯（パックご飯）の製造販売を行っている。販売は、国内のみならず、海外向けでも欧州を中心とした販路開拓を積極的に行い高品質な日本産商品として高い評価を受けている。

（２）取り組みのきっかけ

お米を多くの消費者に食べていただこうと、日本最大の米穀卸の神明と「お米屋さん作ったパックライス」の取り組みを開始。

（３）取り組みにあたっての課題と対応策

2009年から1ラインでの本格稼働を開始し、2013年度には新たに2個パック製造が可能な新ラインも完成させ幅広い消費者層への対応を図っている。

（４）取り組みの成果

完全無添加での商品であることへの認知度が高まってきたことや、有事の際の非常食としての需要も強く主婦、単身者、高齢者といった幅広い層での支持を受けてきている。

（５）今後の展開

今後は、日本国内のみならず日本米のファンが多い欧州を中心に海外での販路開拓や商品開発を行い、世界の皆様に日本の米の美味しさを伝えていきたい。

【本件の連絡先】 株式会社ウーケ

TEL: 0765-76-0023 FAX: 0765-76-0046

農業生産法人との国産加工用米契約【三菱商事株式会社】

（１）事業概要

国産米の生産可能数量は1,200万トンと言われているが、減反政策により主食用米年間生産量は約800万トン程度となっている。一方で、国内主食用消費量は今後も縮小傾向と想定され、水田という生産基盤維持のためには、他用途米による転作が必要であるが、生産性の低い麦、大豆等が多く転作されている。米による転作を進めるため、生産法人と組んで加工用米需要の開拓、生産拡大に取り組んでいく。

（２）取り組みのきっかけ

減反政策では、転作作物として麦、大豆等が生産されているが、海外に比して競争力が無く、生産基盤の維持が困難と考えた為。

（３）取り組みにあたっての課題と対応策

最大の課題は、海外と比較した国産米の価格競争力。長らく減反政策の中で競争力を磨かなかつた業界であるため、農地の利用権設定、農地集積、旧態依然とした非効率な流通構造等において、コストダウンを阻害する要因が残っている。民間企業として、流通構造の改革等、対応可能な事項を一つ一つ解決していくことが国産米の価格競争力強化につながると考えている。

（４）取り組みの成果

2013年産加工用米より、2つの生産法人と約3,000俵加工用米取引を開始する。2014年産以降は、更に取りの拡充を図っていく。

（５）今後の展開

取引拡大を図っていくと共に、TPPも見据えながら、多収穫米の契約栽培、流通の合理化等により、生産・流通面でのコストダウン策を講じつつ、日本産米の価格競争力強化に寄与すべく対応していく。

【本件の連絡先】 三菱商事株式会社 生活産業グループ 農水産本部 農産部 米チーム
TEL: 03-3210-8652 FAX: 03-3210-7176
E-mail: yusuke.goto@mitsubishicorp.com

※連絡メールアドレスの@（全角）は@（半角）に変換して下さい。

インターネットを活用した被災地支援のスキーム【ヤフー株式会社】

(1) 事業概要

ヤフー株式会社では、復興支援の取り組みとして2011年12月に「復興デパートメント」(<http://info.shinsai.yahoo.co.jp/department/> <http://fukko-department.jp/>)を立ち上げ、被災地域の製品の販路拡大を支援している。さらに2012年7月には、宮城県石巻市に「ヤフー石巻復興ベース」を立ち上げ、被災地の方々と一緒になって新たな取り組みを立ち上げるため、専任スタッフ5名が常駐し活動している。

(2) 取り組みのきっかけ

震災当初からさまざまな支援活動を行っており、緊急対応から復興へとフェーズが変化してきたことに対応した。

(3) 取り組みにあたっての課題と対応策

東北の沿岸部では、インターネットの活用が進んでいない部分もあり、また生産者は生産活動に専念する必要がある状況にもあるため、Eコマースへの参入が難しい部分もあった。そこで、現地で活躍するNPO団体などと連携し役割分担することで、それぞれがそれぞれの強みを活かした新たな連携スキームを構築し成功することができた。

(4) 取り組みの成果

復興デパートメントで三陸の水産物の売上が大きく伸長している。また、他の地域に対しても競争力を持つ商品を生み出すことができている(詳細は割愛)。水産業に従事する方々の、インターネットに対する意識も変わってきているように思われる。また、今回の取り組みでは、従来型の企業の枠や個人の立場などを超えた、新たな有機的なつながりから成功パターンが生まれてきていることも多く、今後の経済活動のあるべき姿のひとつとしても大きな意味があると思われる。

(5) 今後の展開

引き続き、ここにしかない価値を持つものやこだわりの商品を発掘したり、新たに開発することに取り組み、被災地発の成功事例を積み上げていく。また、被災地からの商品の販売や情報の発信など、被災地から「出す」ことに加え、観光などによる現地への経済効果貢献の仕掛けにも力を入れて取り組んでいく。

【本件の連絡先】 ヤフー株式会社 政策企画本部 政策企画室

TEL: 03-6440-6535 FAX: 03-6440-6120

E-mail: kkuratan@yahoo-corp.jp

※連絡メールアドレスの@ (全角) は@ (半角) に変換して下さい。

