

# 食のハブ機能を活かした海外新市場開拓

---

2015年12月8日  
株式会社キョクイチ

# 1. 食の流通ハブとなる生鮮食品卸中核企業

- キョクイチは、地理的に北海道の中心に位置する旭川市で昭和24年に「旭一旭川魚菜市場株式会社」としてスタート。水産、農産、畜産の生鮮三品を1社で取り扱うとともに、卸売市場を運営する生鮮食品卸企業。
- 三方を囲む海からの水産物、隣接する大産地の青果物など、あらゆる農水産物が集荷可能。
- グループには加工や物流を担う企業を有し、生鮮食品から加工品まで幅広い商品を取扱い。
- 道内の農水産物を消費へ繋ぐ結節点として、国内外へ取組を拡充しているところ。



## 2. 道産青果物の輸出と海外におけるブランド化

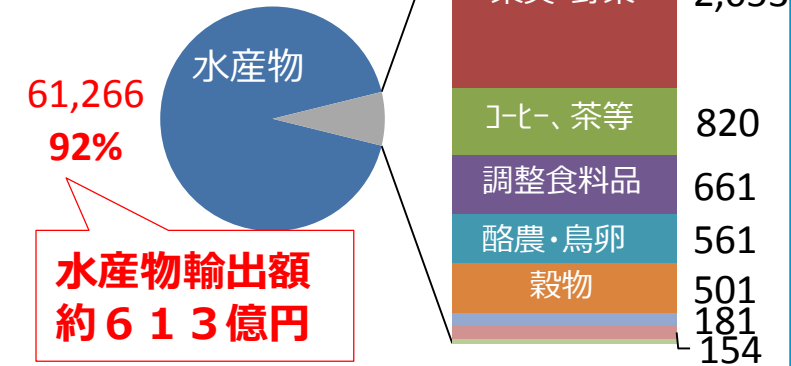
### (1) 北海道の食品輸出の現状

- 道内の食品輸出額は667億円。輸出額の92%を水産物が占め、鮭や帆立を海外へ大量に輸出。
- 青果物の輸出はほとんどできていないのが実情。

➡ **アジア圏での北海道産青果物の地位確立、ブランド化を目指す。**

2014年の道内食料品輸出額（品目別）

単位：百万円



### (2) 食の輸出拡大を目指す背景と意義

人口減少



国内食品市場の縮小



産地や食関連産業の疲弊

食料自給率の向上



一次産品の増産



国内市場だけでは価格下落が危惧

➡ **海外新市場の開拓、海外需要への対応、国内価格の維持による産業の発展**

### 3. 海外新市場を開拓するための新たな取組

- ▶ 弊社の多品目に渡る大ロットでの「集荷力」と地域商社としての「ワンストップ機能」を發揮し、「市場から海外市場へ」、「卸から海外卸へ」といった新たな輸出の仕組みを構築。
- ▶ オホーツクの水産物や道北の農産物の輸出拠点として地の利のある旭川空港から初となる国際貨物輸送を実施。今後も定常的な輸出を目指し取組を進める。
- ▶ 将来的には産地と連携した輸出向け商品の生産や輸出専用加工商品の開発を計画。

#### 市場・卸機能を最大限活用した「市場to市場」・「卸to卸」モデル



旭川空港でのメロンの積み込み



最適な食味の実現に向け試作開発中の冷凍スイートコーン



## 4. 輸出及び海外への販路拡大における課題

農水産・食品の中でも特に青果物の輸出力は未熟であり、数年かけて集中的に海外への活路を開いていく必要がある。

- ✓ アジア等の輸出経済圏における流通品目や市況（価格、質、量など）を把握し、諸外国からの輸出品目と競争するための市場情報・戦略を各地域商社が活用できる仕組みづくりが必要。
- ✓ 輸出戦略品目を各産地が協力して生産するとともに、収穫期の異なる地域間の出荷連携などの体制づくりが必要。また、国内供給と輸出を組み合わせることで、作況に応じた国内価格調整機能をもたせることも産地収益のために重要。
- ✓ 各国の規制への対応や鮮度管理・輸出ルート等に精通する物流設計などに習熟した人材確保・育成、販路・顧客開拓の支援が必要。
- ✓ 輸出インフラとして、地域の航空貨物輸出の玄関口となりえる旭川空港の活用や主要空港との補完関係づくりも必要。