

「青果物輸出産地セミナー&マッチング in 東北」

株式会社日本農業

取締役COO
永田玲士

● NIHON AGRI, INC.

● NIHON AGRI, INC.

「日本の農業で、世界を驚かす」



会社概要

基本情報

設立日 2016年11月
売上 16億円 (22/3期)
資本金等 18億4500万円

出資企業 オイシックス、デンソー、アグリビジネス投資育成、他

従業員数 50名

支店 青森弘前市
香川三豊市
タイバンコク

● NIHON AGRI, INC.

生産事業

栽培方法・需給バランスに優位性のある品目とエリアを選定し、大規模に展開。日本最大のりんご農園を運営する他、国内では甘藷とキウイ、海外では日本品種のいちご栽培に取り組む



販売事業

生産者等からフルーツを仕入れ、アジア各国に販売を行う日本最大級の国産青果物輸出商社。青森県産りんごについては自社の選果場を運営。

2021年度のりんごシーズンは約2,500トンのりんごを輸出



*その他、ぶどう・桃・さつまいも・梨等の取り扱いもあり

まずは、りんごのバリューチェーンに変革を

日本農業が実現しようとしている世界（りんごの例）

生産

選果・梱包

販売

現在：丸葉の世界



反収
2トン

青森県
生産量
45万トン

現在：自動選果



現在：対輸入業者営業中心



生産効率化

大規模&Dx化

マーケティング
販路・市場拡大

未来：高密植の世界



反収
6トン

青森県
生産量
135トン

未来：次世代技術



未来：共通ブランドとB2C



生産における変革：高密植栽培

従来の栽培方法：
丸葉栽培
反収2トン



未来の栽培：
高密植栽培
反収6トン



浪岡の高密植園地：2022年16ha→2023年30ha



選果場における変革：高性能選果機

処理能力3倍、キズ等の判別も全自動 → 導入を検討中



選果場における変革：事業承継

2022年9月30日付けで選果梱包業者”ヤマナリ西塚”の全株式を取得
(<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000020.000024854.html>)



販売における変革：B2C販売

弊社タイ現法にてスーパーでのショップインショップ、
自社店舗販売、オンライン販売などを展開

1 売り場の工夫、コントロール



2 パッケージ、デザインの工夫



3 売子子のトレーニング



4 ブランディング



SAKURA ICHIGO

東北地方特有の輸出の課題

- ✓ 東北に限らず、日本はバリューチェーンが縦にも横にも細分化されすぎており、産業としての競争力向上のためには統合 / 集約の動きが必ず必要になる
- ✓ 青森県はりんごとながいもで輸出対応産地の形成に成功しており、こういったノウハウを習得しやすいのは東北地方のアドバンテージ
- ✓ 気候的にアジアで作れないものも多く、日本国内でも他産地とはタイミングをズラして出荷できる品目があるため、工夫すれば需要と供給のギャップを上手く埋めて有利販売を行う余地がある

地域間連携

✓ 株式会社Red Apple（青森県）

- 2019年に資本提携
- 弊社が出資した資金を用いて高密植栽培の実証圃場を立ち上げ
- その後も弊社の高密植栽培プロジェクトにアドバイザーとして関与

✓ アグベル株式会社（山梨県）

- 2019年にアグベル社が生産したぶどうの輸出を開始
- 2020年にはアグベル社が選果場を立ち上げ、弊社の元りんご選果場責任者がハンズオンでサポート
- その後もサプライヤーとバイヤーの関係性というよりも、アグベル社の営業部隊として国内外への販売を実施

①生産技術、②生産オペレーション、③販売、④ファイナンスの4つの要素が揃って初めてスケラブルな農業になる。お互いの弱みを補い合うことで①～④の要素が揃う連携に期待したい。

商談成約率を上げるための工夫

✓ 提供できる価値を明確に

- 商品が特別なのか、安いのか、量が多いのか、など
- 普通の商品を輸出だから高く売れるといった旨い話は基本ない
- 弊社は生産者や産地の大規模化に伴走するスタイルが一番得意で、興味があります

✓ コミットメントをアピール

- 青果物の場合、商品そのものの差別化はハードルが高く、商売をしている中で必ず責任の所在が曖昧な問題も頻発する
- そのため、常に自分の安全を守ろうとするスタンスだと上手くいかないケースが多い
- 理念に共感してくれるバイヤーを見つけて、必ず輸出する数量とターゲット価格を合意し、あとは全力で走れば案外悪くない結果になることは多い