



海外輸出による日本産農産物振興

株式会社アライドコーポレーション

青果物輸出事業概要

株式会社アライドコーポレーション、 及びバンコク支店 会社概要

株式会社アライドコーポレーション

タイ食材を中心に扱う食品商社・メーカーです。タイ食材を輸入し日本の小売店等で販売する傍ら、バンコク支店を窓口としてタイ王国で日本食品を販売。また一昨年よりシンガポール、昨年より香港への輸出も開始。トレーサビリティの透明化や品質管理のノウハウを構築し、日本と変わらぬ品質の商品を提供。

社 名	株式会社 アライドコーポレーション
代 表 者	氏家 勇祐
所 在 地	神奈川県横浜市青葉区あざみ野 1-4-3 三橋ビル 5F
設 立	1976年11月12日
資 本 金	1,000万円
従業員数	36 名
売 上 高	23 億円 /2019 年度
事業内容	 ●タイ食品を中心とした食品輸入・開発・販売(小売・飲食店・業務用商品の輸入販売、OEM事業、通販事業、外食事業、メディアタイアップ等) ● CA コンテナを利用した日本産青果物の輸出販売 ● 日本産加工食品の輸出販売 ● ネット事業・メディア事業
取扱商品	タイ食品を中心としたアジア食品(調味料、スパイス、ココナッツ製品、各種インスタント食品、冷凍食品、他)、グルメ缶詰、日本産生鮮品・加工品

沿革

昭和51年 11月

大久保満雄を代表として会社設立

平成2年 12月

氏家勲代表取締役に就任

平成5年 11月

本社を横浜市中区扇町に移転

平成16年 2月

バンコク支店・株式会社バンコクフードシステムを開設

平成16年 5月

氏家勇祐代表取締役に就任

平成17年 3月

配送センターを海老名市上郷に移転

平成23年 8月

本社を横浜市都筑区に移転

平成23年 9月

タイ料理レストラン「One Dish Thai」をオープン

平成26年 12月

本社を横浜市青葉区に移転

平成27年 10月

日本産青果物の東南アジアへの輸出・販売事業を開始



代表の氏家(左)と農林水産省・前食料産業局長の新井ゆたか氏(右)。当社の、日本産青果物の海外輸出の取組が評価され、「2019年輸出に取り組む優良事業者表彰」で、食料産業局長賞が授与された。

事業内容

食品輸入・販売・開発







「タイの台所」は弊社の旗艦ブランド。写真左の調理セ ットシリーズは累計2,500万パック以上を販売。







タイ食品だけではなくグルメ缶詰「家バル」「居酒屋気 分」ブランドや、本格四川料理に特化した「四川料理し びれ王」ブランドなども展開。







タイをはじめとするアジアの食品を、現地から輸入・販売。

CAコンテナによる 青果物の輸出販売







日本からタイ・シンガポール・香港に日本の青果物を 輸出販売。来年はマレーシアも予定。

日本産加工食品の輸出販売





お菓子や調味料を はじめとする日本 の加工食品をタイ に輸出・販売。

OEM・PB開発





タイ支店・株式会社バ ンコクフードシステム を窓口に、日系を中心 とした海外企業のOEM やPB商品の開発。

(無印良品等)

ネット事業部・ メディア事業部

インターネット通販



香辛甘酸



タイ・エスニックレストラン



タイ・エスニック料理の最新動向を、 毎月対象ジャンルの飲食店に駆送にて お届け。

タイ料理を中心とする 食文化の普及を目的と した月刊フリーペーパ 一。現地の食情報やレ ストランガイド、レシ ビ紹介など。弊社製品 のパッケージ内に封入。

取り扱い品目(果物・野菜)



バンコク支店・BANGKOK FOOD SYSTEM CO.,LTD.

BANGKOK FOOD SYSTEM CO.,LTD. は、当社のタイ現地法人。 安全性やコスト面などタイでの製造の信頼性を強化すべく設立され、今年で創業14年。 2015年より、日本の本社と連携し日本産食品の輸入販売事業を本格始動。

社 名	BANGKOK FOOD SYSTEM CO.,LTD.
代 表 者	氏家 勇祐
所 在 地	タイ国バンコクバンラック 10500 スリウォン通り シーロム 52 タニヤプラザビル 27 階
設 立	2004年2月16日
資 本 金	500 万バーツ(日本円 1,650 万円)
従業員数	38 名(ほか、パート販売員 40 名)
売 上 高	15 億円 /2019 年度
事業内容	● 食品輸出入・販売、食品開発・製造、食品パッキング、食品関連のリサーチ
取扱商品	タイ料理用食材全般、冷凍食品、食品原料、スパイス、 お菓子、食器、日本産生鮮品・加工品
販 売 国	日本、台湾、タイ、マレーシア、ニュージーランド、フィンランド、イタリア、デンマーク、フランス、アメリカ、ドバイ、オランダ、カナダ、イギリス、ほか







タイの小売店で、日本食品を販売。ECサイト も展開。

BANGKOK FOOD SYSTEM CO.,LTD.は、日本向けの商材の安全確保やコストマネジメント、製造などを円滑にすべく設立されました。メーカー機能を持つ食品商社として、現地企業と提携して商品の開発・生産・品質管理などを行っています。自社工場はありませんが、最終組立の工程は自社専用ラインを有しています。

日本食品の輸入販売は2015年より開始。日本の本社と連携しながら、これまでタイで構築してきた食品の加工技術や物流(コールドチェーン)、品質管理、現地小売店や飲食店・卸などとのコネクションを活かし、日本産青果物の拡販に取り組んでいます。

海外輸出の取り組み

当社のビジネスモデル ~仕入れから輸出・品質管理・販促まで~

日本の青果物輸出は、市場で商品を仕入れて輸出して終わり、というケースも多く見られます。弊社 は輸出向けの産地開発(開拓)から、最適コストの物流の構築、現地店頭到着までの品質管理、現地で の販売促進まで、一気通貫で対応できるのが強みです。

産地開発

物流

現地での品質管理

現地での販促活動



海外ニーズに応じた商品作り 輸出仕様の品質



最適コストかつ最短での輸送 鮮度保持技術の活用



着荷品質を日本にフィードバック 産地の商品作り等に反映



試食提供等でおいしさをPR 消費者の声を日本にフィードバック

強み 仕入れから販促まで自社一気通貫

余分な中間業者がおらず、かつ着荷口スが少ないため 現地消費者が買いやすい適正価格で商品供給ができる

物 流 ~おもな輸送方法~

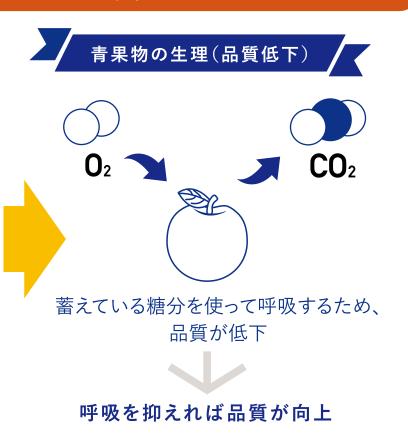
いちごやトマト、ナスなどを除き、海外への輸送には主に日本郵船グループのCAコンテナを利用。 **鮮度を保ちつつ、輸送コストを空輸の約10分の1** (フルコンテナでの試算) **に圧縮することが可能。消費の ボリュームゾーンである所得中間層でも買える価格設定のために、欠かせない輸送方法です。** ほか平 行してエア便を利用。

CAコンテナの仕組み

- CAコンテナは窒素ガス発生装置 等を装備した特殊冷蔵コンテナ。
- Cは「Controlled/制御された」 Aは「Atmosphere/大気・空気・ 環境」の意味。
- 冷却に加えて、コンテナ内に窒素を送り込み低酸素状態にすることで、青果物の呼吸を抑制。 輸送中の鮮度低下を防ぐ。

(リンゴの呼吸量は冷蔵(0°C)状態で、 常温時の1/10に低下。加えてCA貯蔵 することで、1/2 (常温時の1/20)ま で抑制できる)

約9割の青果物に対応 (いちご、トマト、なす等は不向き)



出荷時の品質が第一! CAコンテナは、現状の鮮度をできるだけ保持する技術 出荷時の鮮度(品質)が重要 棚もちに直結 産地との協力体制が不可欠



CAコンテナ

現地での品質管理

海外への青果物の輸出は、現地での着荷状態の確認や品質管理が行き届いていないことも多く、 それがロス(廃棄)につながってしまうケースがあります。

当社では、タイにおいてはバンコク支店が着荷状況を確認。検品してレポートにまとめ、問題があれば 出荷時の改善策を日本に報告しています。さらに保管は最新設備の冷蔵倉庫で行い、店舗への出荷時に は再検品。コールドチェーンが確立しており、日本輸出時から店頭に並ぶまで暑い外気に触れません。





all a		nonen ĝis teuŝis 41/8 (EANGKOK) OK FOOD SYSTEM CO.LTD.)	Document Number	Document Number : QC-CA- 079			
100	Annia Annia de	Control Record of fresh vegetables	Pacewing Date: 07.11	Pacering Date: 07.12.2019			
	บังจิก พ	าเลงารสามรุกภาพการรับสำนักและเห	สได้ของการมีรุ่น คู่	F 72/2016		Pare : 00	Feqs. 678
drafte.	ÇA'A Com	Partitestyden Properties and	Bernstey ster Good Bad			Incomercy Impedito Fearly	BOOKING FROMEN
13.		Kaki (16 pcs. / ctn.) = 66 ctn. fast Inspection 1. cersil appearance 2. color 5. odor 4. packaging 5. lameling / Prijet code / sticker	13	*****	- hard texture - orange color - good small - bulk - bk	000 000 000 000 000	Withlines
14	10000	Budo (10 packs' ctn) = 30 ctn. Bat Inspection : 1. oversif appearance 2. color 3. color 4. packaging 5. labeling / Inspections / sticker		****	- less treat: - pellow color - natural smet - ok - ok		
*1	10-7960	Buelo (10 packar ces) = 6 kts. But Inspection : 1. oversil appearance 2. color 3. oder 4. pockaging 5. beeling / inject code / sticker	9.	88888	- heads - heads color - reduced arrest - 28		

着荷状況の確認の模様と 品質レポート。

着荷後のコールドチェーン





倉庫に着いたコンテナは、タイの暑い外気 に触れることなく10℃の環境下でバン出し され検品。保管時の経時変化もチェックし ています。小売店等への配送は冷蔵車で。

弊社バンコク支店の冷蔵倉庫には、スーパークーリングシステムと呼ばれる鮮度保持機器を設置しています。**鮮度を長期間保つことで販売期間を従来の 1.5 ~ 2 倍に伸ばし、売上アップを図っています。**また、ピープラスやオーラパックなどの鮮度保持袋に商品を入れることで店頭ロスの削減も行っています。

スーパークーリングシステムの鮮度保持期間

品目	鮮度保持期間(予測)
もも	約 45 日
柿 (みしらず柿)	約 90 日
りんご	約 150 日
いちご	約 30 日

タイに着荷した青果物は、スーパークーリングシステムを設置した冷蔵倉庫で保管。また、スーパークーリングシステムを搭載したリーファーコンテナによる海運を極力併用することで、鮮度保持期間のさらなる延長を図っています。

スーパークーリングシステムとは

日栄テックが保有する鮮度保持技術。青果物の鮮度保持に効果のある電場(電界)の発生装置を備えた冷蔵設備です。蔵内に一定の電場を発し、水分子同士の結び付きを抑制して、「水が凍る0°C以下でも凍らない過冷却状態」を作り

上げることで、鮮度を保持します。 また、電場環境では青果物の鮮度 保持の妨げとなる、エチレンの発 生も抑制できるといわれます。



スーパークーリングシステムを備えた冷蔵倉庫。壁の緑色のシート(スーパークーリングシート) か電場を作る



販売促進 ~福島県の実例~

2016年より福島県と協働し、タイの小売店において桃フェアを実施。専属の販売員をつけての試食PRや広 告PRを行っています。2015年度の福島県産桃のタイへの輸出量は約1.4トンでしたが、**弊社との取り組み** を開始後、2017年には約22倍となる31トンを輸出。おいしい日本の桃=福島産の確立に成功しました。

実績

仕入れ・販売量

■ モ モ (暁星・あかつき・まどか・ゆうぞら・川中島白桃・日川白鳳・まどか)

2015年度 他社実績

1.4トン

2016年度

2017年度

弊社実績 21_k 31_k

タイに輸入される日本産の桃の

95%以上が 福島産

2019年度は震災以降初!

福島県産農産品の輸出量

100~避運瓜

(ほぼ弊社から輸出)

価格

各種モモ(一玉)

100バーツ前後

- *7月下旬~8月下旬まで販売
- ★価格はサイズや仕入れ値に より調整
- *他計日本産モモ 約500バーツ(1玉)

現地での福島県産モモの評価

甘くてジューシーとの高評価。試食をした3人に1人は 購入していく人気ぶりで、多い店舗では、1日200パッ ク(1パック2個入り)程度の売上でした。日本ではやわ らかいモモを好む人も多いですが、タイ人は固めの肉質 のモモを好む傾向があるようです。来年度は、今年度を 上回る量の福島県産モモを取り扱う予定です。

福島産モモの 店頭での試食 PR の模様















SNS 広告

TARAN OSHI TANOSHINET

インフルエンサーPIMTHA (動画広告・PIMTHAの FacebookとInstagram、及びFBメディアJAPAN FOOD AND TRAVEL AMBASSADORで配信)



インフルエンサーPANCAKE (動画広告・PANCAKE のFacebookとInstagram、及びFBメディアJAPAN FOOD AND TRAVEL AMBASSADORで配信)



産地 P R 動画(動画広告・FBメディアJAPAN FOOD AND TRAVEL AMBASSADORで配信)



JAPAN BAOBAO (ウェブメディア・ 動画広告)



Wongnai (ウェブメディア・ 動画広告)

イベントプロモーション







J3チーム・福島ユナイテッドFCが、桃のPRを目的とし、タイのプロサッカーチームと親善試合を実施。来場者には桃をプレゼント。また試合前日には選手が小売店頭に立ち、桃を試食提供。

弊社の SNS メディア "JAPAN FOOD AND TRAVEL AMBASSADOR"

日本の食や旅行、文化に関心の高い現地の親日タイ人を囲い込んだバンコク支店が運営する Facebook ページです。ページライクしたファン約 15万人に対して年齢や性別・嗜好といったター ゲットを絞り込んで情報(商品情報や産地情報等)を発信できるほか、マーケティング調査が可能です。





小売店

配信コンテンツには動画も多い。動画は仕入れ先(産地)までカメラマン(一眼動画)を派遣して撮影。リアルな情報を配信できるとともに、産地のモチベーションアップにもつながる。

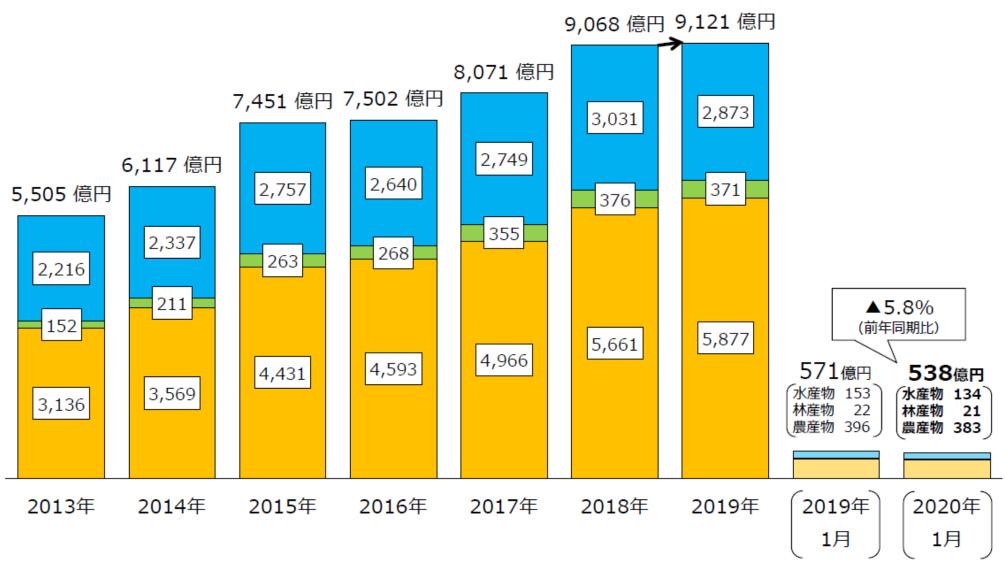
ECサイト



[EC SITE] JAPAN OISHI TANOSHI NET (バンコク支店運営)

青果物の輸出の 実情

農林水産物・食品輸出額の推移



財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

2019年度 品目別輸出額

Г	品目	金 額	対前年同期
	п н	(百万円)	増減率(%)
	加工食品	327,081	5.5
	アルコール飲料	66,083	6.9
	日本酒	23,412	5.3
	ソース混合調味料	33,657	3.4
	清涼飲料水	30,393	7.9
	菓子(米菓を除く)	20,156	▲ 1.0
	醤油	7,681	▲ 0.6
	米菓(あられ・せんべい)	4,306	▲ 2.7
	味噌	3,825	8.7
	畜産品	70,787	7.3
	畜産物	53,406	19.8
農	牛肉	29,675	20.0
辰	牛乳·乳製品	18,445	20.5
産	鶏卵	2,211	44.7
圧	鶏肉	1,941	▲ 1.9
物	豚肉	1,134	8.7
793	穀物等	46,180	8.3
	米(援助米除()	4.620	23.0
	B菜·果実等	44,504	5.2
	青果物	29,658	2.0
	りんご	14,492	3.7
	ぶどう	3,190	▲ 2.4
	ながいも	2,268	4.5
	いちご	2,107	▲ 16.7
	もも	1,897	6.6
	かんしょ	1,695	22.9
	なし	774	▲ 22.6
	かんきつ	665	7.2

	品目	金 額 (百万円)	対前年同期 増減率(%)
	その他農産物	99,140	<u>▲ 5.6</u>
	たばこ	16,375	
	緑茶	14,642	▲ 11.6 ▲ 4.5
	花き	10,173	▲ 4.5 ▲ 20.8
	植木等	9,288	▲ 22.3
	切花	884	▲ 0.5
	林産物	37,082	▲ 1.4
林産	丸太	14,759	▲ 0.3
生物	合板	6,212	▲ 8.2
1//	製材	5,966	▲ 1.3
	水産物(調製品除く)	216,323	▲ 4.6
	ホタテ貝(生鮮・冷蔵・冷凍等)	44,672	▲ 6.3
	真珠(天然・養殖)	32,884	▲ 5.0
	ぶり	22,920	45.4
	さば	20,612	▲ 22.8
	かつお・まぐろ類	15,261	▲ 14.9 ▲ 3.6
水	いわし	8,009	▲ 3.6
	さけ・ます	4,230	▲ 13.8
産	たい	3,536	▲ 24.0
	すけとうたら	2,086	16.7
物	ほや	1,193	53.8
	さんま	984	▲ 19.8
	水産調製品	70,978	▲ 7.1
	なまこ(調製)	20,775	▲ 1.4
	練り製品	11,168	4.7
	貝柱調製品	7,984	2.5
	ホタテ貝(調製)	7,566	▲ 21.1

財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

海外で日本の青果物は売れているのか? ~例:タイ王国の場合~

りんご

単位:数量(トン)、金額(千パーツ)

	201	6年	2015年		201	4年	2013年	
国名	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額
中国	142, 885	6, 339, 801	100, 247	5, 337, 174	85, 303	3, 601, 541	95, 312	3, 537, 423
ニュージー ランド	25, 120	1, 261, 916	30, 022	1, 589, 712	20, 673	1, 076, 183	25, 749	1, 208, 455
米国	14, 982	587, 207	21, 435	736, 550	17, 352	590, 581	19, 161	705, 337
フランス	4, 985	201, 431	6, 219	239, 144	4, 878	191,667	3, 175	149, 527
チリ	684	30, 258	438	16, 326	715	27, 035	123	3, 429
日本	267	55, 650	326	54, 912	255	41, 115	292	48, 697
オーストラ リア	223	13, 175	578	35, 498	88	6, 218	156	9, 433
カナダ	167	8, 304	131	5, 558	37	997	N/A	N/A
韓国	33	3, 106	31	2, 888	33	2, 498	56	3, 439
ドイツ	1	423	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
インド	0	1	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
マレーシア	N/A	N/A	82	2, 460	149	4, 374	92	3, 419
オランダ	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	27	661
南アフリカ	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	20	465
シンガポー ル	N/A	N/A	N/A	301	18	301	N/A	N/A
台湾	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	1	77
ウクライナ	N/A	N/A	N/A	11	0	11	N/A	N/A
トルコ	N/A	N/A	0	6	N/A	N/A	N/A	N/A
合計	189, 347	8, 501, 270	159, 510	8, 020, 227	129, 501	5, 542, 522	144, 041	5, 670, 363

出所: The Customs Department, HS Code: 0808.100

桃(ネクタリン含む)

単位:数量(トン)、金額(千パーツ)

	201	6年	2015年		2014年		2013 年	
国名	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額
中国	263	6, 246	29	528	3	242	2	196
米国	102	6, 732	57	4, 866	67	5, 714	65	4, 822
オーストラ リア	101	18, 910	100	13, 059	26	3, 618	0	29
日本	33	15, 475	9	4, 247	6	3, 329	5	2, 661
韓国	6	795	3	127	2	142	4	428
ニュージー ランド		110	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
フランス	N/A	N/A	0	7	0	1	N/A	N/A
合計	505	48, 268	198	22, 834	104	13, 046	77	8, 136

出所: The Customs Department, HS Code: 0809.300

柿

単位:数量(トン)、金額(千パーツ)

	2016	年	201	5年	2014年		
国名	数量	金額	数量	金額	数量	金額	
中国	8, 708	195, 329	8, 867	174, 558	5, 718	101, 847	
日本	203	51, 877	346	43, 214	281	40, 026	
ニュージー ランド	275	48, 944	129	21, 347	107	17, 481	
韓国	670	19, 951	464	14, 028	347	9, 464	
アメリカ	N/A	N/A	N/A	N/A	1	150	
オーストラ リア	N/A	N/A	N/A	N/A	0	5	
北朝鮮	N/A	N/A	8	295	N/A	N/A	
合計	9, 857	316, 106	9, 813	253, 443	6, 454	168, 973	

出所: The Customs Department, HS Code: 0810.700

いちご

単位:数量(トン)、金額(千パーツ)

	2016年 2015年		5年	2014年		2013年		
国名	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額
米国	483	56, 780	512	56, 005	477	51, 349	447	44, 782
韓国	467	69, 883	309	41, 517	227	30, 216	238	31, 745
オーストラ リア	405	100, 675	231	56, 586	134	32, 954	99	24, 154
ニュージー ランド	226	84, 270	244	78, 712	120	36, 040	104	31, 005
日本	16	20, 388	9	8, 747	5	4, 915	4	4, 232
インドネシ ア	10	4, 053	22	7, 791	19	6, 168	20	6, 048
中国	1	156	2	97	82	1, 285	N/A	N/A
メキシコ	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	4
タイ	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	24	1, 395
アンギラ	N/A	N/A	2	511	N/A	N/A	N/A	N/A
オランダ	N/A	N/A	1	135	N/A	N/A	N/A	N/A
カナダ	N/A	N/A	N/A	N/A	1	53	N/A	N/A
チリ	N/A	N/A	0	41	N/A	N/A	N/A	N/A
スリランカ	N/A	N/A	N/A	N/A	0	17	N/A	N/A
イスラエル	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	3
合計	1, 608	336, 205	1, 332	250, 142	1, 065	162, 997	937	143, 370

出所: The Customs Department, HS Code: 0810.100

他国に水を あけられているのが現状

味は好評の日本産青果物 なぜ他国に押されている?

- ・価格が適正でない ・富裕層狙いに偏重
- 日本産青果物が高くなってしまう理由
- ・そもそもの物価の違い
- ・現地での着荷ロスが多いと、その損 失額を上乗せした販売価格になる
 - ⇒完熟のものを輸出している
 - ⇒流通経路が非効率で、鮮度が低下している
- ・物流や商流が非効率的
 - ⇒店頭に並ぶまでに、多くの中間業者が入る
 - ⇒ロットが小さいため物流費が高くついている
 - ⇒現地小売店では委託販売のことが多い (=売れ残りは卸業者等の負担)
- ・日本国内向けの出荷規格で輸出している
- ⇒等級やサイズ分けが細かすぎて、海外のニーズ に応えていない(海外では効率性優先の規格) (=余分なコストがかかっている)

取組の 優先順位 適正売価にするためには···



- ・海上輸送等による物流費圧縮
- ・商流のスマート化
- ・商品口ス(傷み)を減らす工夫
- 低
- ・生産コスト圧縮や生産団体のアライアンス化

弊社のビジネスモデルは この課題解決にのっとっています