



JFOODO

**令和6年度補正「品目団体輸出力強化緊急支援事業」
（一社）日本青果物輸出促進協議会
6か国・地域での消費者向け青果物プロモーション3事業**

日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）

青果物チーム

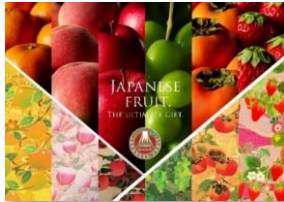
2025年6月

本資料の内容

- オールジャパンプロモーションの変遷
- 青果物の輸出推移、2030年目標
- 2025年度オールジャパンプロモーション取り組み方針
- 事業スケジュール
- 人員体制・ネットワーク、関連事業

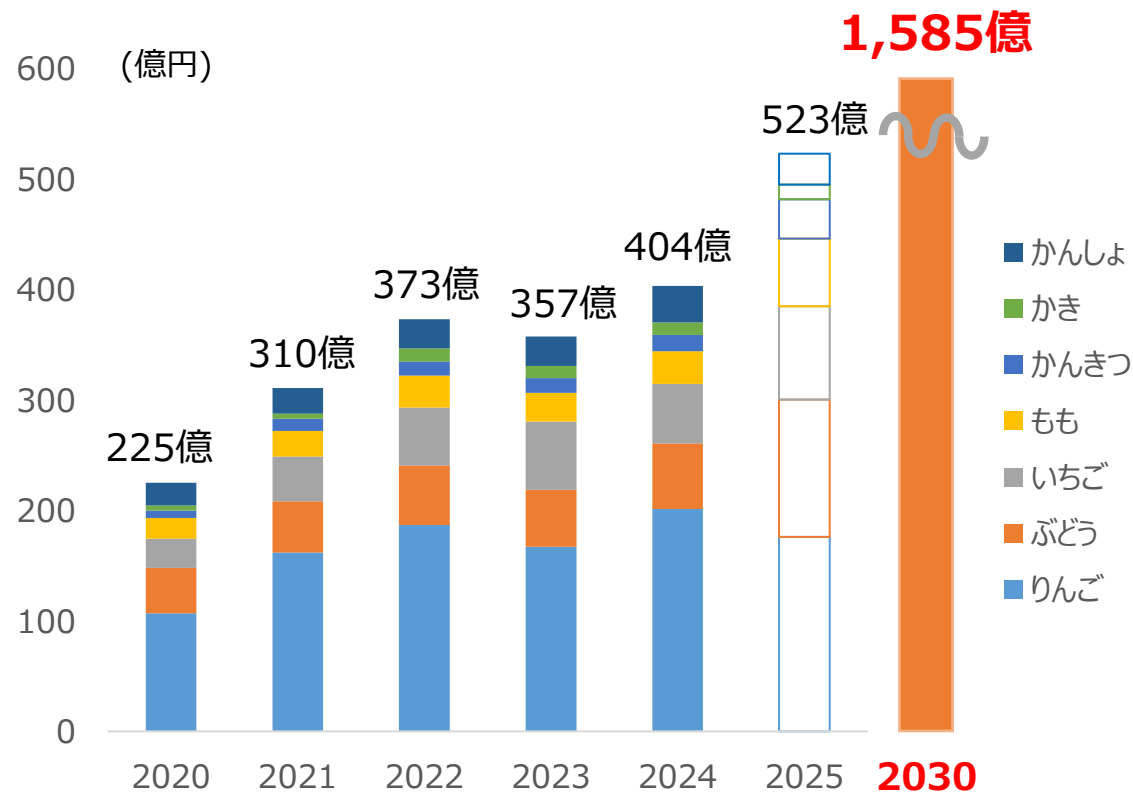
・ 日本産青果物オールジャパンプロモーションの変遷

JFOODOは、2022年度より日青協様のコンサルタントとして、日青協様と連携したプロモーションを始動し、2025年度は梨を追加、事業間連携の強化継続による、4年目の取り組みとなる

	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
事業名	IMC	IMC	IMC(インバウンド+EC)	IMC+棚確保+外食活用	IMC+棚確保+外食活用 +統一広報資材 +偽造防止シール
対象国・地域	タイ・星国・マレーシア	タイ・星国・マレーシア	タイ・星国・マレーシア 香港・台湾・ベトナム・(EU)	タイ・星国・マレーシア 香港・台湾・ベトナム	タイ・星国・マレーシア 香港・台湾・ベトナム・ 日本
対象品目	もも・ぶどう・かんきつ・ りんご・いちご・ かき/かき加工品	もも・ぶどう・かんきつ・ りんご・いちご・ かき/かき加工品	もも・ぶどう・かんきつ・ りんご・いちご・ かき/かき加工品	もも・ぶどう・かんきつ・ りんご・いちご・かき/かき加工 品、かんしょ	もも・ぶどう・かんきつ・ りんご・いちご・かき/かき加工 品、かんしょ、 なし
コンセプト 及び キービジュアル	日本産青果物を大切な人と 楽しもう 	日本産青果物は贈り物に最適 	①日常喫食訴求 (HK/TW)  ③贈答訴求 (ML/V) 		
プロモーション 実績	JFOODO事業として実施 2022年度に向けた調査事業を 中心+テストマーケティング	伝統的な贈答訴求を行い 認知、意向獲得 タイ・星国においてはカジュアル シーンの 贈答ニーズも明らかに	各市場成熟度に応じてコンセ プトを設定し消費者のコンセ プト認知、喫食意向獲得、 日本産果実マーク認知に寄与	3事業を連携し 贈答+有子家庭 コンセプト訴求内容を実行 果実マーク認知拡大 ファンコミュニティ1万人	2024年度のコンセプトを 継続しながら、 ①対競合産②チャネル開拓 の 2本柱とインバウンド活用による プロモーションを予定

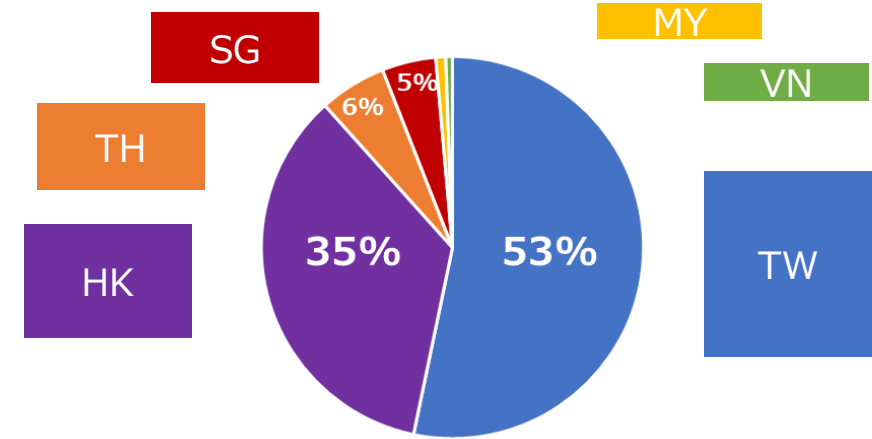
- 日本産青果物の輸出推移
 - 2030年目標を見据えた転換期

2024年の重点7品目輸出額は、6か国・地域向けが全体の98%を占め、2030年目標を見据える
日本産全体での輸出の多角化が期待される



【図表】対象7品目の過去5年間輸出額の推移と2025年目標
※HSコード：りんご、かんきつ×7、ぶどう、もも、かき、かき加工品、かんしょ

出展：貿易統計より算出



【図表】2024年7品目輸出額の6か国・地域シェア

品目	りんご	ぶどう	いちご	もも	かんきつ	かき	かんしょ
CAGR	17%	10%	20%	12%	21%	27%	12%
単価	590円/kg	2,612円/kg	2,611円/kg	1,276円/kg	800円/kg	1,177円/kg	444円/kg

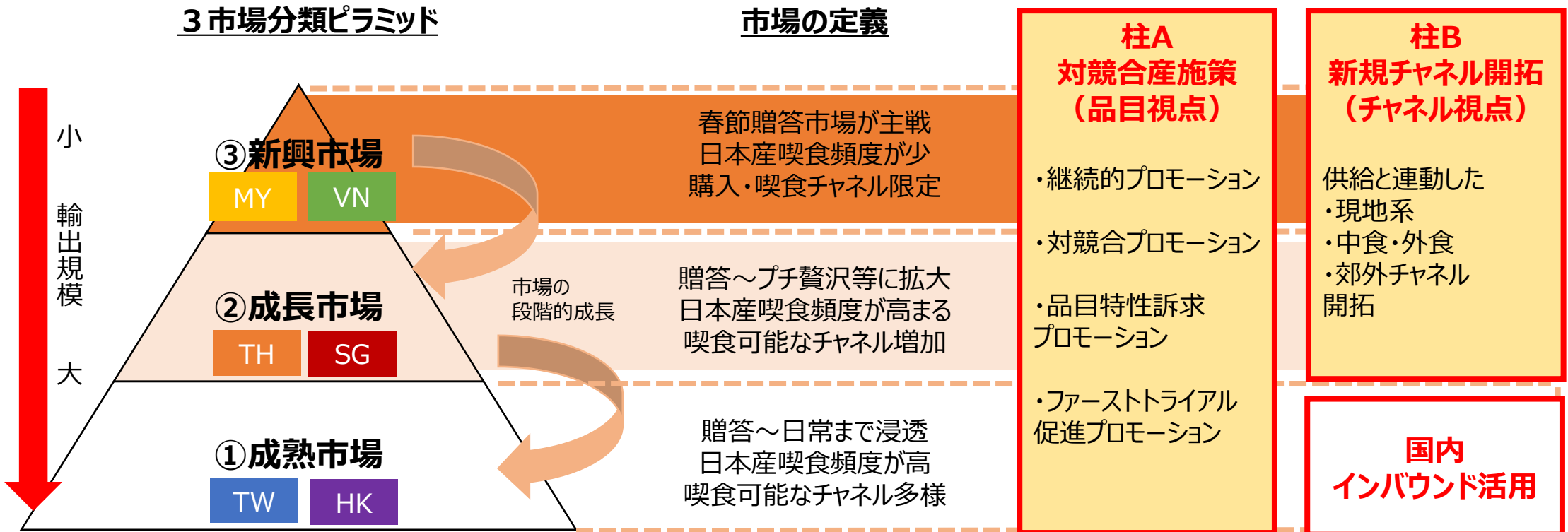
【図表】2020-2024年の品目別CAGR (%)と2024年輸出単価 (円/kg)

出展：貿易統計より算出

- ・ 6か国・地域の市場分類
 - プロモーション2大課題への重点対応

輸出の2大課題に対応するプロモーションの2本柱と、インバウンドを機会点として、
2030年までに①1.5倍、②③3.5倍への輸出拡大を目指す

プロモーションの2本柱



- 2025年度取り組み方針
 - 2本柱による既存商流の拡大及び新規商流開拓

対競合産施策として、品目別のプロモーション方針を意識しながら、新規チャネル開拓は2024FYの事業で開拓したチャネルを継続して活用しながら国・地域の注力チャネル獲得を目指す

柱A 対競合産施策



※国・地域別品目別輸出額はAppendixを参照すること
 ※IPやインバウンド活用については、いちご・ぶどう以外の品目も活用することを想定
 ※なしを追加予定

柱B 新規チャネル開拓

カテゴリ 価格帯		小売 中～高		中食・外食 中～高		ホテル 高	
		日系	現地系	日系	現地系	日系	現地系
台湾	首都圏 郊外	台湾商談会＋日台フルーツ祭り					
香港	首都圏 郊外					外食	
泰国	首都圏 郊外					外食	外食
星国	首都圏 郊外	棚確保	シンガポール商談会・EC				
馬国	首都圏 郊外	棚確保	マレーシア商談会 バイヤー招へい				
越南	首都圏 郊外	棚確保					

IMCでのオールジャパン底上げ

※供給については日青協及び会員、フラッグシップ産地等と協議予定
 ※バイヤー招聘はJFOODO別事業で実施予定（岡山県で検討中）
 ※台湾、マレーシア、シンガポール商談会・EC事業は日青協委託事業
 ※会員販促活動、他委託事業の対象チャネルはIMCと連動した取り組みを実施

・プロモーションスケジュールの進行イメージ

現地に流通する品目の旬を先取りするため、SNSコミュニティの継続拡大等をはじめ、季節行事や始動を迅速かつ切れ目のないプロモーションとして実行していく

※記載項目は代表的な想定を表記しており具体的な開始時期は要相談

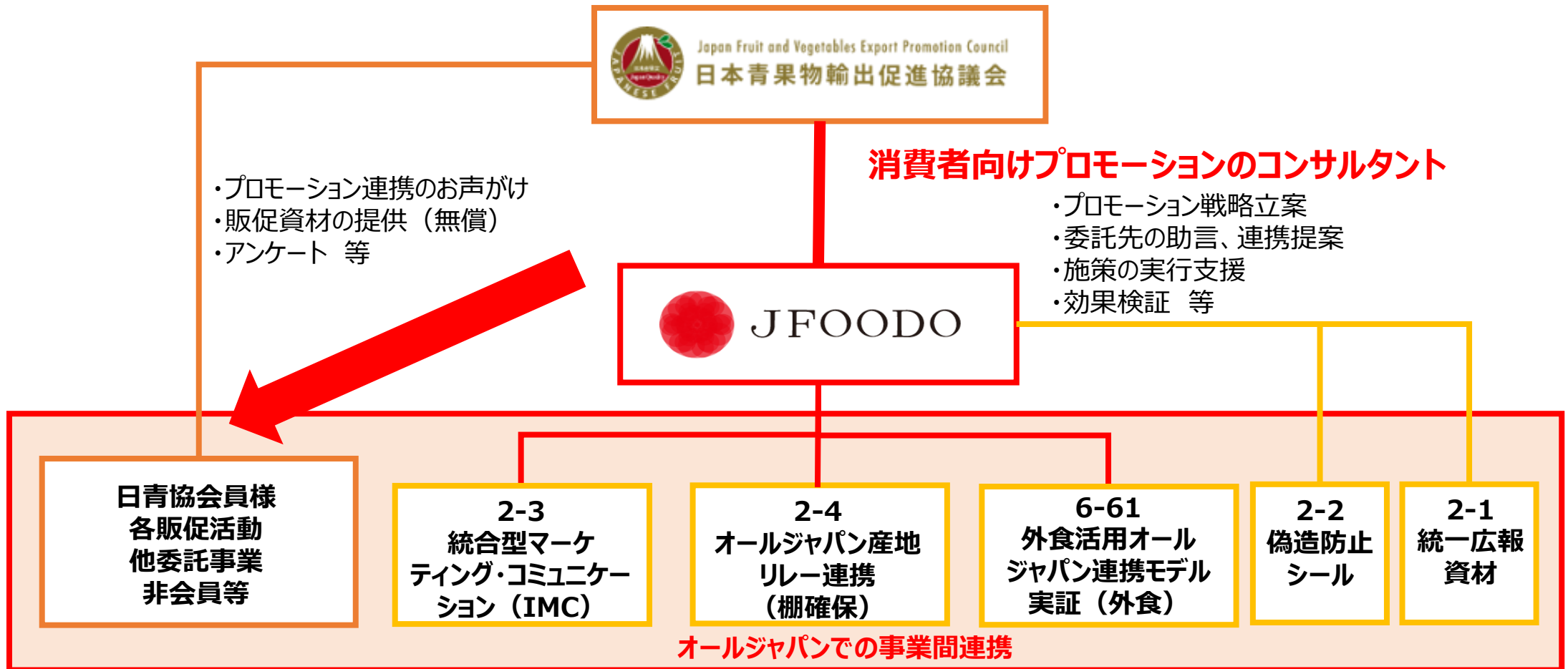


※現地店頭での販売時期の目安、なし追加予定

2025年度事業実施体制

- 他事業や産地も含めた連携強化

対象6か国・地域で実施する消費者向けプロモーション3事業を、オールジャパンとして統一コンセプトを用いて戦略的に消費者に訴求するため、JFOODOがコンサルタントとして支援します



2025年度品目団体予算

- 事業間の連携強化

統合型マーケティング・コミュニケーション（IMC）によるブランディングに、その他委託事業・会員販促活動と連動させることで、オールジャパンとして統一コンセプトの下、海外に訴求をしていきます

