

# 報告書④：新たな条件による輸送実証（香港）

—新規個包装規格による香港向け輸送実証報告書—

2020年3月24日

Wismettac フーズ株式会社

輸出カンパニー作成

## ■背景・目的

日本産リンゴは東南アジアを中心にニーズが高く主要な輸出品目である。りんごは他の青果物に比べて比較的品質の保持期間が長く、出荷形態は船便輸送が主に利用される。その為、青果物の輸送においては輸送中の温度変化や衝撃による品質劣化が発生し、輸出先国に到着時点で売り物にならず、ロスとなるケースも発生している。品質不良によるロスだけに留まらず、現地消費者の日本産に対する品位評価へもネガティブな影響を持たれる可能性がある。日本産の青果物は、他国産に比べて依然として高価帯で販売されており、それに見合う高品質な状態が求められる。今後の日本産青果物の輸出量を継続的に増やし、日本産としての評価を維持する為にも効果的な輸送技術を用いた新たな輸送方法を検討する必要がある。例として、従来りんご輸送形態である発泡スチロール内にリンゴ専用のトレイを敷き輸送を行う方法は、鮮度保持という観点から長年に渡り採用されてきた規格である。しかし、近年では発泡スチロールの方が果実のガスを充満させてしまう可能性があり、段ボール輸送の方がより鮮度保持に効果的という意見もある。そこで、新たな個包装規格を使用した輸送実証し、既存規格との比較検証を行う事で前述の問題背景を解決する取り組みを行う。

## ■実施期間

2019年1月1日～2020年3月20日

## ■実施内容

### 1. 新規個包装について

特殊鮮度保持フィルム（パルフレッシュ）を使用し、専用の個包装規格を作成。輸送中の鮮度保持だけでなく、輸出先国到着後の店頭販売時までを想定し、手に取りやすい6個入りの個包装を採用した。日本での選別時から個包装することで鮮度保持の効果をより高め、鮮度が維持された状態で消費者の元へ届くことを期待した。

規格：1袋6個入り



## 2. 輸送先・輸送回数

輸送先：香港

輸送回数：船便2回

輸送温度：1℃（リーファーコンテナ）

輸送品種：サンフジ

混載：比較検証の為段ボール14.4kg箱のりんごを混載

輸送 No.	出港	到着	輸送量 (cs)
1 船便	2月7日	2月13日	1
2 船便	3月9日	3月12日	112

## 3. 輸送実証

輸送後の品質調査は現地輸入社の協力調査会社へ委託し全体調査を実行した。貨物の鮮度確認は主に目視検査（腐れ、カビがないか）、試食等によるもの。

S=問題なし

A=軽微な:オセ、生傷、ビターピット、果肉ベタつき

B=やや重度な:オセ（一点以上）、生傷（一点以上）、ヤケ、黒星、ビターピット（一点以上）、果肉ベタつき

### 鮮度保持袋未使用品

輸送 No.	輸送温度	評価	検品	コメント
1 船便	1℃	A	10cs	果肉柔らかい、外見問題なし
2 船便	1℃	A	10cs	果肉柔らかい (12-14lbs)



### 鮮度保持袋使用

輸送 No.	輸送温度	評価	検品	コメント
1 船便	1℃	S	1cs	全く問題なし、店舗提案用
2 船便	1℃	S	10s	果肉緻密な状態で着荷・納品

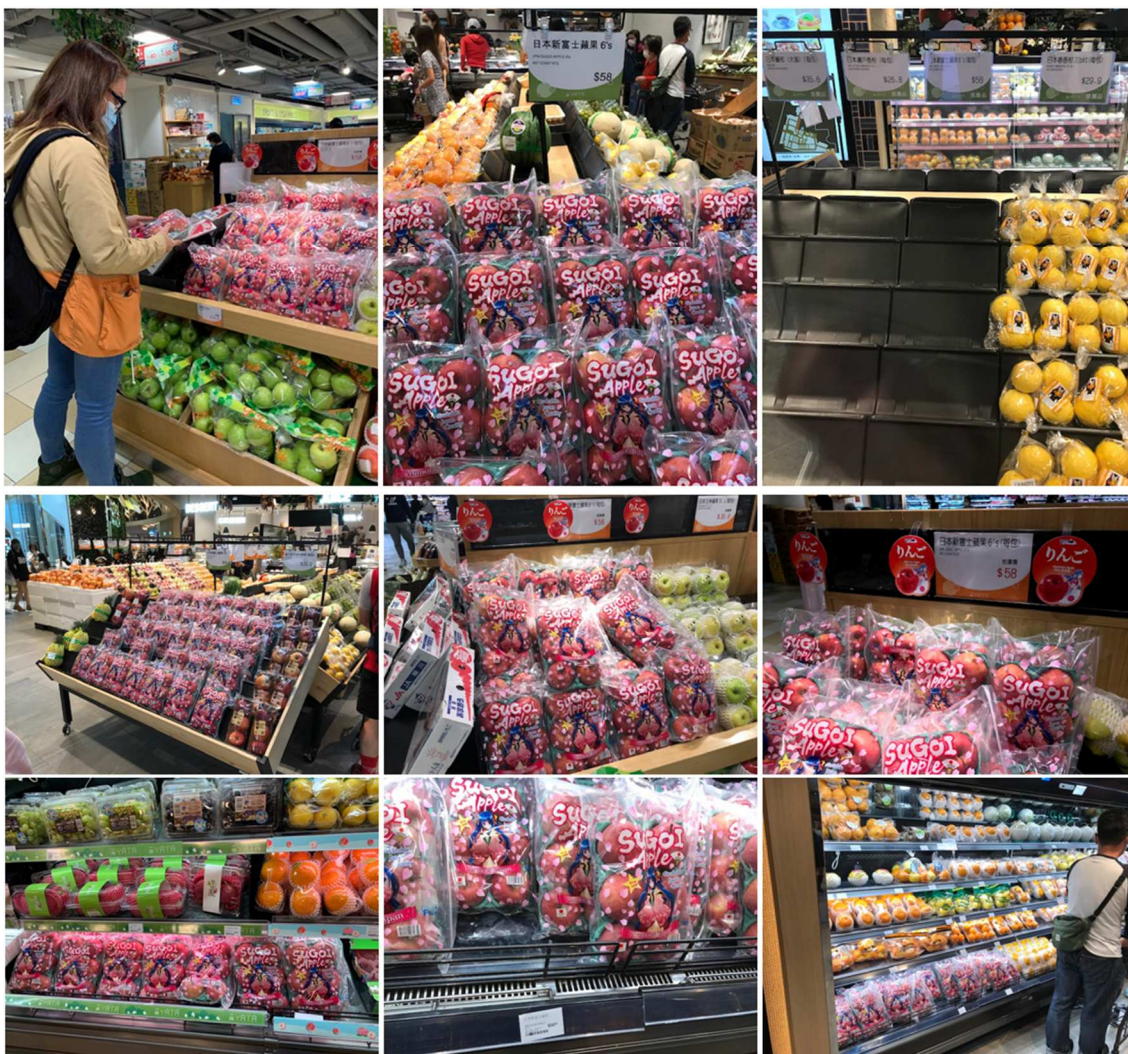


## ■現地量販店（YATA）アンケート調査

鮮度保持効果を持った本商材が、店頭販売においてどのような効果をもたらしたか、また将来に向けた改善・反省のため、納品先ある YATA（グループ全 12 店舗）の店舗責任者に、現地輸入社経由でアンケート調査を実施した。

### ※詳細別添資料参照

⇒ 長い棚もち効果が期待できる点に加え、デザイン性が付加されたことで客寄せ効果があり、ほとんどの店舗で売上貢献したと回答。



## ■結論

新規個包装規格の使用による効果を下記に述べる。

### 1. 鮮度保持の効果を確認

輸送実証において鮮度保持袋を使用した効果として輸出先国到着時点での品質不良は発生しなかった。また、現地量販店においても鮮度保持の効果が確認できた（確認は顧客ヒアリング・別添アンケートに基づく）。

### 2. 新たな販売方法の創出

本事業の目的は品質保持を主軸として進化したものである。しかし、今までにない新たな包装形態で販売をする事で新たな販売方法の創出につながった。従来の納品形態であるバラ箱での販売では、現地で再度選別を行う必要があり、りんごにかかる負担や人件費が増大する。本事業で取り扱った個包装形態により、現地到着後そのまま店舗陳列が出来ることになり、コスト削減並びに品質保持につながる事となった。顧客からの評価も高く、更なる数量の増加を期待されている。

また香港に関しては現地輸入者協力のもと、納品先スーパーのバイヤーにアンケート調査協力を要請した（別添資料）。これまでは現地到着後リパックを行い店頭陳列されるパターンが一般的であったが、今回商材が持つ棚もち訴求効果やパッケージデザインがバイヤーに目新しさを感じさせ、取り扱いにつながった。弊社としても、りんご輸出の新しい可能性を見出すことができたと考えている。

以上