



《成田市国家戦略特区》

成田市場の輸出拠点化プロジェクト

～卸売市場を活用した農林水産物の輸出に向けて～

平成27年3月10日
成田市場輸出拠点化研究会



「成田市場輸出拠点化研究会」の概要について

成田市は、成田国際空港の立地と国際線ネットワークを生かし、農林水産物の輸出拡大を図るため、国家戦略特区として、「成田卸売市場を活用した輸出拠点整備(検疫・通関の一元的実施)」を目指している。

輸出拠点整備を行うに当たり、農林水産物の輸出の迅速化、輸出ビジネス拠点化、輸出農林水産物の安定確保、物流コストの低減等の課題を検討するため、成田市、関係行政機関、空港会社、農業生産者、卸売事業者、物流事業者等による「成田市場輸出拠点化研究会」を設立した。

スケジュール

平成26年10月30日 研究会設立、第1回会議開催

平成26年12月18日 第2回会議開催

平成27年1月23日 第3回会議開催

平成27年3月10日 第4回会議開催

「成田市場の輸出拠点化プロジェクト」とりまとめ

検討事項

- ①輸出動向、輸出先・品目の検討
- ②農林水産物の輸出手続きの迅速化・ワンストップ化
- ③物流コストの低減
- ④輸出ビジネス拠点化(輸出の情報収集・提供、海外バイヤーとの商談・交流の場の提供等)
- ⑤東日本の生産地のネットワーク化による農林水産物の安定供給確保
- ⑥成田卸売市場のブランド化

組織	役職	氏名
成田市(座長)	副市長	藤田 礼子
関東農政局千葉地域センター	センター長	森山 修実
関東運輸局千葉支局	支局長	近藤 基了
千葉県	流通販売課長	石家 健生
日本貿易振興機構(ジェトロ) 千葉貿易情報センター(千葉ブランド農水産物・食品輸出協議会事務局)	所長	川西 智康
株式会社日本政策金融公庫	千葉支店長	紺野 和成
株式会社千葉銀行	成田支店長	高橋 正
成田国際空港株式会社	執行役員 地域共生部長	行方 正幸
成田市公設地方卸売市場運営審議会	会長	岩澤 貞男
株式会社成田ベジフル	取締役	田中 淳一
大都魚類株式会社	常務取締役	堅田 照久
成田青果卸売協同組合	理事長	小宮山 四郎
成田青果商業協同組合	理事長	篠原 圭助
成田市水産物仲卸協同組合	理事長	飯高 秋男
成田卸売市場再生検討委員会	座長	伊藤 竹夫
株式会社マルハニチロ物流関東支社営業部	副部長	鈴木 雄二
全国農業協同組合連合会千葉県本部(JA全農ちば)	営農販売企画部長	實川 進
成田市農業協同組合(JA成田市)	代表理事組合長	設楽 憲一
かとり農業協同組合(JAかとり)	代表理事組合長	岩瀬 幸雄
株式会社生産者連合 デコボン (日本産品輸出振興協議会代表)	代表取締役	井尻 弘
株式会社和郷	代表取締役	木内 博一
日本貨物航空株式会社	経営企画部長	藤倉 聡
日本通運株式会社	成田空港支店長	日向野 裕
ナカムラエアークスプレス株式会社	取締役専務執行役員	川崎 宏
農林水産省(オブザーバー)	輸出促進グループ 食品製造卸売課	谷本 恵一 鈴木 盛也
国土交通省(オブザーバー)	物流政策課企画室長	木村 大
成田市(事務局)	経済部長	諏訪 峰雄
成田市(事務局)	卸売市場長	五十嵐 昭夫

成田の強みを活かした市場の輸出拠点化により、農林水産物の輸出拡大に貢献する

成田市場を活用した輸出拠点化プロジェクトの目的と検討に到った背景

本プロジェクトの目的

- ・東日本における農業生産の振興に寄与
- ・生産者の利益を維持しながら日本の農林水産物の価格競争力を強化
- ・様々な品種を1年を通じて安定した品質で安定量を輸出できる体制を構築

成田市場を輸出拠点化することで農林水産物の輸出拡大を目指す

農林水産物輸出における課題

遠隔地の国々への輸出実績が少ない

- ・現状は海運による輸出が中心であり、海運での輸送が困難な遠隔地への輸出実績は極めて少ない

物流コストが高い／手続きに時間を要する

- ・輸出手続きが煩雑で物流コストも高く、輸出のハードルが高い
- ・鮮度が重要であるが、検疫、通関等の輸出手続きに時間を要する

単品・産地単位の輸出が多く、安定供給できない

- ・単品・産地単位の輸出では、農林水産物の通年安定的な供給が難しく海外バイヤーのニーズに応えられない

成田の特徴

国際航空ネットワークが発達している成田空港に近接

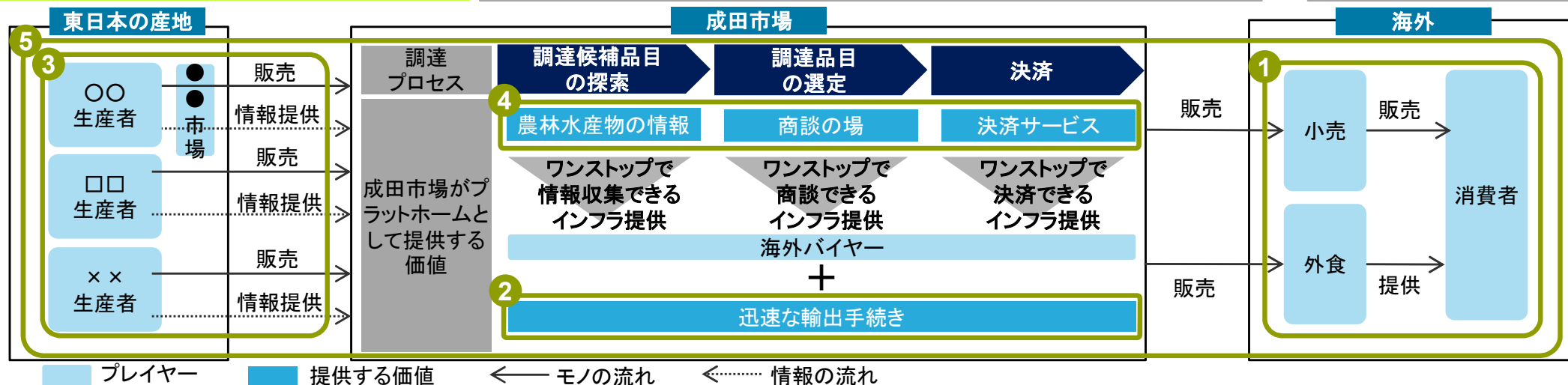
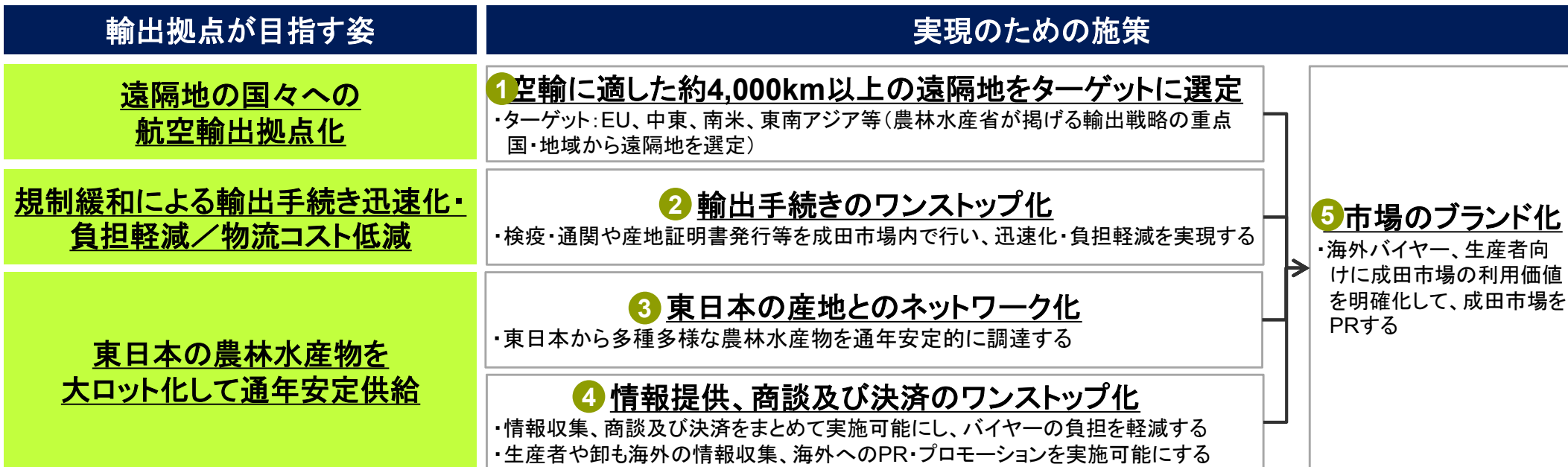
空港	就航都市数*1	週間発着回数*1
成田	101都市	3,320回
関空	70都市	1,832回
羽田	25都市	1,162回
中部	26都市	616回

国家戦略特区による規制緩和が可能

圏央道の延伸により東日本の産地からのアクセスが容易

遠隔地(約4,000km以上)への輸出拠点として、海外バイヤーや生産者の利用価値が高い拠点をを目指す

輸出拠点が目指す姿と実現のための施策



1 空輸に適した約4,000km以上の遠隔地を重点ターゲットに選定 購買力と空輸適性度で有望な①、②象限の国(アメリカを除く)を重点ターゲットとする

仕向地選定のアプローチ

※アメリカは輸入規制が厳しいためターゲット国から除外した

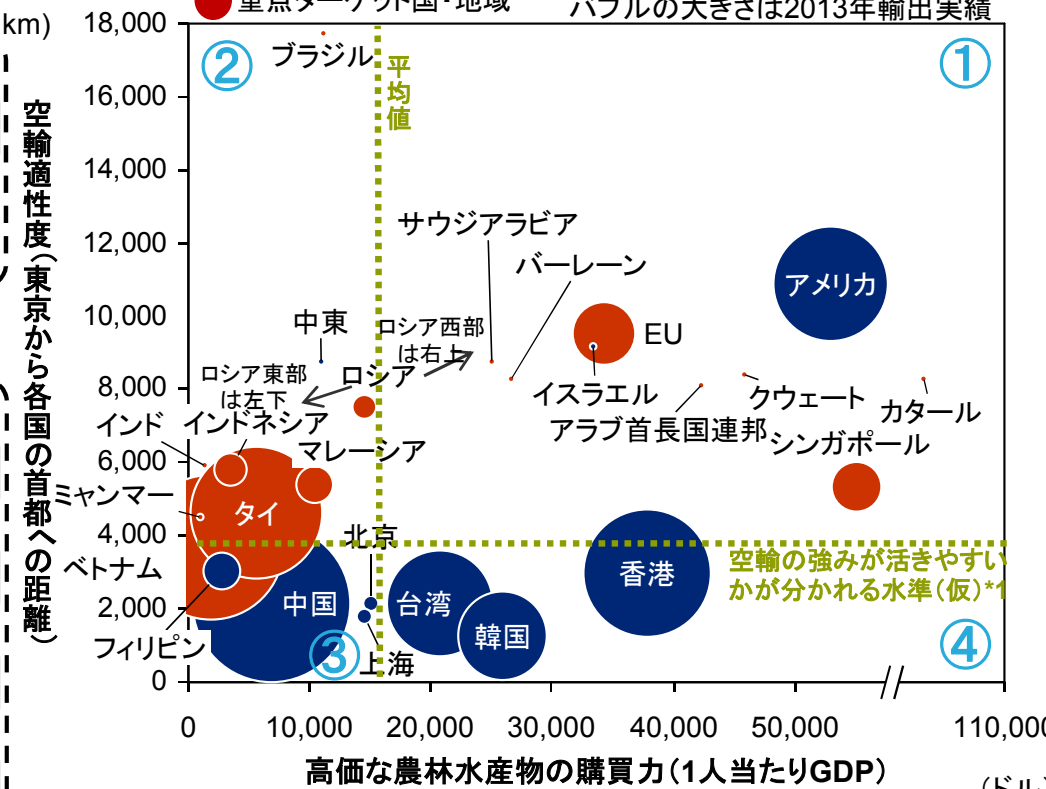
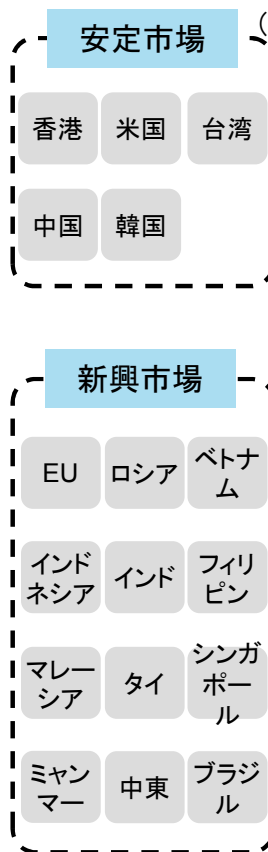
農林水産省の
輸出戦略から
候補国・地域を
抽出

高価な農林水産物の購買力と
空輸適性度から空輸輸出における各国の位置づけを明確化

重点国・地域

重点国・地域の高価な農林水産物の購買力と空輸適性度

各グループの位置づけとターゲット国・地域



*1: イチゴを海運で輸出可能な距離約4000km(専門家ヒアリングや空輸輸出実績等より)を水準に設定
東京から約4000kmのホーチミンの場合: 航空輸送 約6時間半、海上輸送 約6~10日(航路により異なる)
注: 北京、上海の輸出実績データを抽出できないため、500億円と仮置きしている

	高価な農林水産物の購買力	空輸適性度	位置づけ	国・地域
①	1人当たりGDPが高く、購買力が高い	距離があり、空輸の強みが活きやすい	最重点ターゲット市場(短期) 空輸の強みを活かし、新たな品目開拓に注力	重点ターゲット ・EU ・シンガポール ・カタール ・クウェート ・アラブ首長国連邦 ・イスラエル ・バーレーン ・サウジアラビア ・アメリカ
②	1人当たりGDPが低く、購買力が低い	距離があり、空輸の強みが活きやすい	重点ターゲット市場(中長期) 空輸のポテンシャルはあるため、将来を見越し、空輸の強みが活きる品目の輸出を模索	・タイ ・ベトナム ・マレーシア ・インドネシア ・ロシア ・ブラジル ・インド ・ミャンマー ・上記以外の中東
③	1人当たりGDPが低く、購買力が低い	短距離のため、海運と差別化しにくい	品目・顧客限定市場(中長期) 少数の富裕層に向け、超高付加価値な品目を輸出	・中国 ・フィリピン
④	1人当たりGDPが高く、購買力が高い	短距離のため、海運と差別化しにくい	品目・顧客限定市場(短期) 既に多くの量を輸出できている品目の更なる量の拡大に注力	・香港 ・台湾 ・韓国

(参考)輸出品目の検討結果

品目選定の視点について4ステップで分析し、空輸輸出拡大に向けた品目検討を行う

品目選定のアプローチ

1

農水省の輸出戦略から候補品目を抽出

- ・農水省が掲げる輸出戦略と整合が取れるように輸出戦略の注力品目から候補品目を抽出(水産物、コメ・コメ加工品、牛肉、青果物、茶。加工品を除く。)

2

成田市場でまとまった量を調達できる品目を抽出

- ・圏央道を活用することで集荷利便性が顕著に向上する関東圏の都道府県(千葉県、茨城県、埼玉県、栃木県、群馬県)でまとまった量を調達できる農林水産物を候補品目とする

3

実務者の現場感覚を基に品目を抽出

- ・現場感覚のある実務者向けにアンケート調査を実施し、前ステップでは抽出できていない品目を候補品目に追加する

4

実績に基づき、輸出が有望視される候補品目例を選定

実績データ 分析の切り口

空輸輸出実績
がある品目

輸出実績がある
品目の
更なる拡大

- ・空輸実績がある品目内で、現状輸出している品種(いちご等)の更なる拡大、もしくは品種数の拡充を検討する

空輸輸出実績
がない品目

他国のベンチ
マークを通じて
空輸の可能性が
ある品目を検討

- ・将来性を加味するため、購買力が低い国(②、③)は、空輸適性度(距離)が同程度で高価な農林水産物の購買力が高い国(①、④)をベンチマークとし、①、④で空輸実績がある品目の輸出可能性について検討を行う

空輸輸出の特性
に適合する品目
を抽出

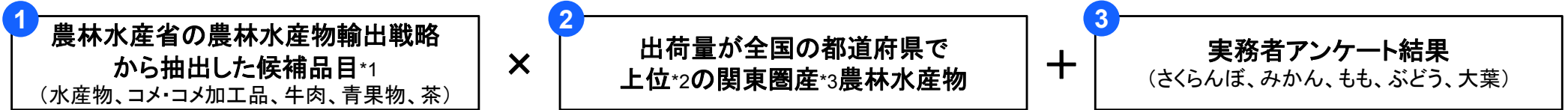
- ・以下のような基準で空輸の特性に合致する品目を抽出する
 - －高単価品
 - －鮮度が求められる(すぐに腐ってしまう)
 - －軽量である

空輸輸出拡大に向けた品目検討の視点

(参考)輸出品目の検討結果

① ② ③ 3つのステップで抽出した品目は45品目、うち5割は空輸実績がある

3つのステップで抽出した品目一覧



これら3つのステップから抽出された具体的な品目は…

カテゴリー	品目	日本からの輸出実績	日本からの空輸実績
青果物	らっかせい		
	かぶ		
	みつば		
	ほうれん草		
	ねぎ	○	
	しゅんぎく		
	さやいんげん	○	○
	日本なし	○	○
	枝豆		
	びわ		
	そら豆	○	
	にんじん	○	
	さといも	○	
	すいか	○	○
	だいこん		
	スイートコーン	○	○
	かんしょ	○	○
	キャベツ		
	ごぼう		
	トマト	○	○
レタス	○		
くり	○		

カテゴリー	品目	日本からの輸出実績	日本からの空輸実績
青果物	メロン	○	○
	いちご	○	○
	さくらんぼ	○	○
	みかん		
	もも	○	○
	ぶどう	○	○
	大葉		
花き	ガーベラ		
	洋ラン類(切り花)	○	○
	カーネーション	○	○
	パンジー		
	ゆり		
	切り葉	○	○
	小ぎく	○	
水産物	いわし類	○	○
	貝類	○	○
	あじ類	○	○
	さば類	○	
畜産物	豚(飼育数)	○	○
	生乳(生産量)	○	○
	牛肉	○	○
茶	茶	○	○
米	米	○	○

*1 コメ加工品以外の加工食品は含まない

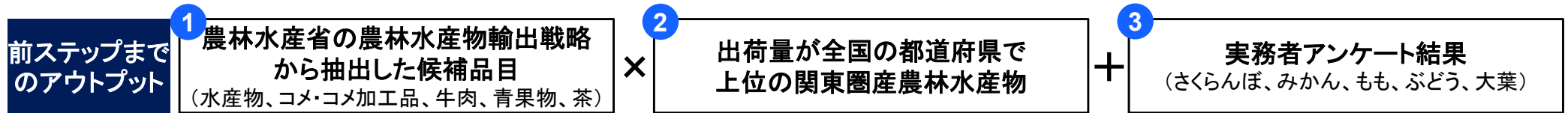
*2 水産物は10位以内、水産物以外のカテゴリーは5位以内を抽出した

*3 圏央道等によるアクセス利便性が高い千葉県、茨城県、埼玉県、栃木県、群馬県を初期的な調達エリアに設定した

(参考)輸出品目の検討結果

4 EUは空輸実績及び空輸特性、ロシアは左記にベンチマークを加え品目を検討する

EU・ロシアへ輸出が有望視される候補品目例の選定



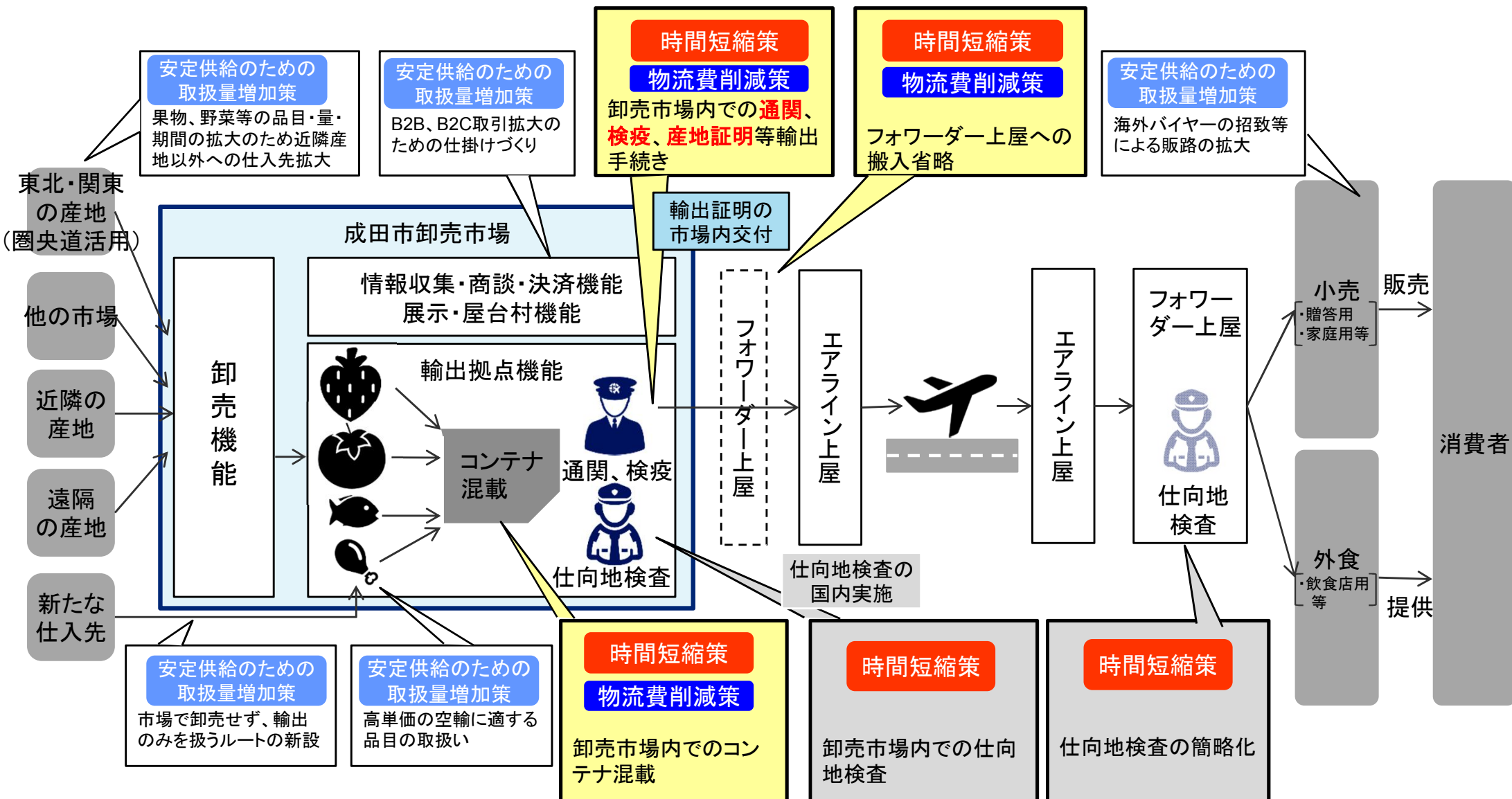
抽出された品目からEU・ロシアへの輸出が有望視される候補を選定すると・・・

4	実績データ 分析の切り口	空輸輸出拡大 に向けた品目 検討の視点	抽出する 品目	候補品目例 (括弧内は輸出全体に占める空輸輸出比率)			
				EU	ロシア		
				輸出が 有望視さ れる候補 品目例の 選定	空輸輸出実績 がある品目	輸出実績がある 品目の更なる 拡大を検討	EU・ロシア に空輸輸出 実績がある 品目
空輸輸出実績 がない品目	EUベンチマーク を通じて 空輸の可能性が ある品目を検討	EUへ空輸 実績がある 品目 (上記 除く)		<ul style="list-style-type: none"> ・生鮮・冷蔵の牛肉 ・緑茶 ・紅茶 ・米 			
		空輸輸出の特性 に適合する品目 を検討	空輸特性に 合致する可 能性がある 品目例 (上 記除く)	<ul style="list-style-type: none"> ・びわ ・すいか ・生鮮・冷蔵の 水産物 	<ul style="list-style-type: none"> ・いちご ・メロン ・さくらんぼ ・もも 	<ul style="list-style-type: none"> ・びわ ・すいか ・生鮮・冷蔵の 水産物 	<ul style="list-style-type: none"> ・いちご ・メロン ・さくらんぼ ・もも

8 出所:財務省「2013年貿易統計」
*1 赤枠は、空輸実績はないが、拡大可能性のある品目の例である

② 輸出手続きのワンストップ化 成田市場の輸出拠点化に向けて、輸出手続きをワンストップ化させる

輸出手続きのワンストップ化イメージ



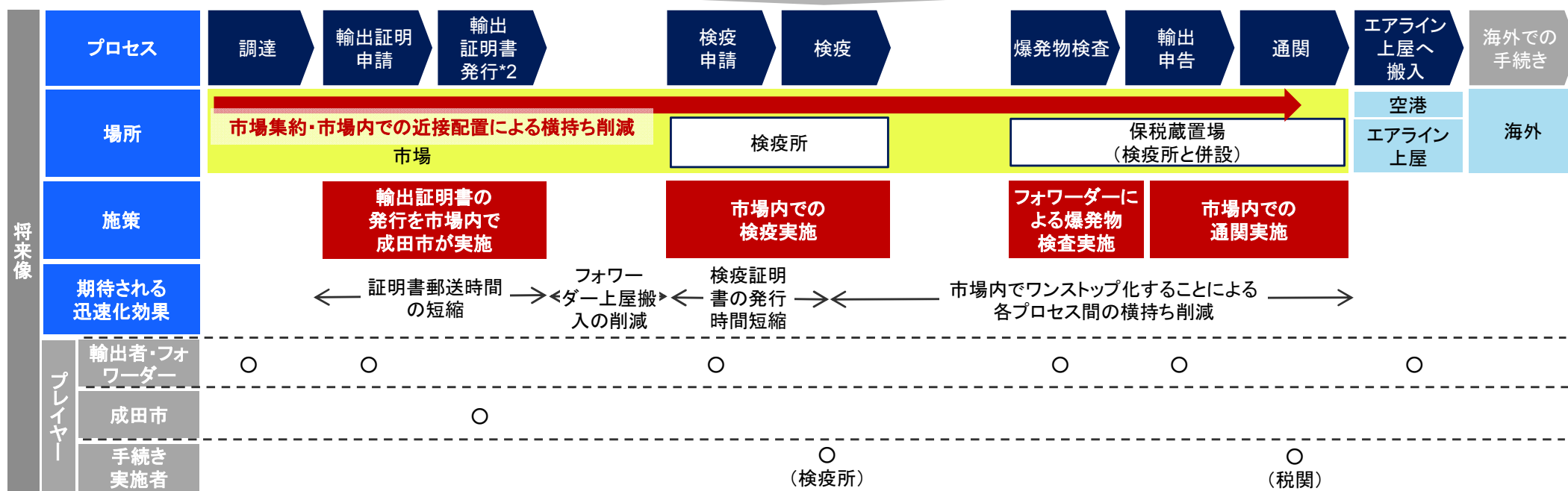
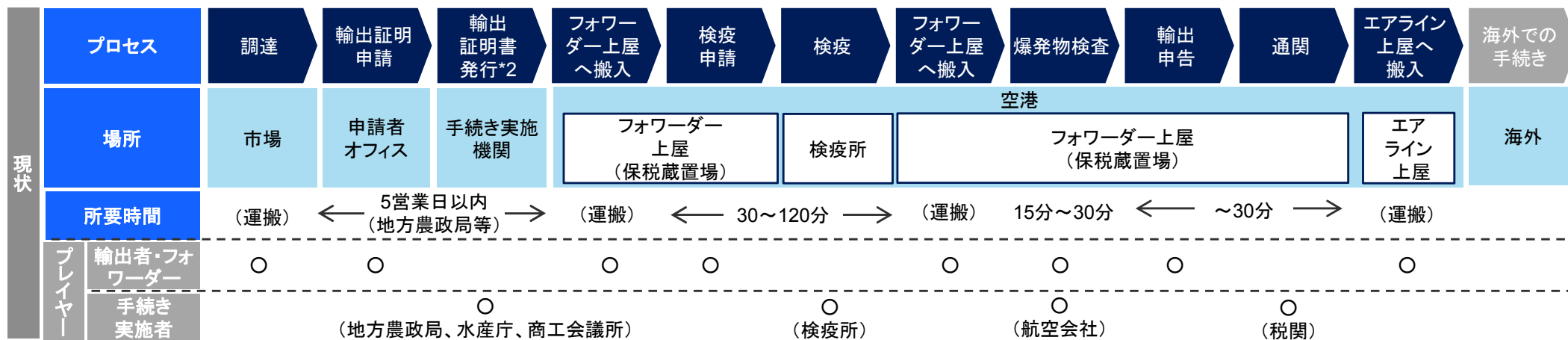
※仕向地検査の国内実施は、検討対象として劣後とした

② 輸出手続きのワンストップ化

輸出手続きを市場内に集約することで、手続きの迅速化・負担軽減を実現する

輸出手続きの現状と将来像

ワンストップ化で輸出手続き*1を3日程度とすることを目指す(現状 4日~6.5日程度)



10 *1:輸出証明申請から通関終了までを想定している。

*2:産地証明、放射性物質証明が含まれる。

2 輸出手続きのワンストップ化 輸出手続きワンストップ化に向けた関係省庁調整状況

関係省庁調整の進捗状況

検疫、通関、爆発物検査、産地証明の発行の市場内実施が可能。

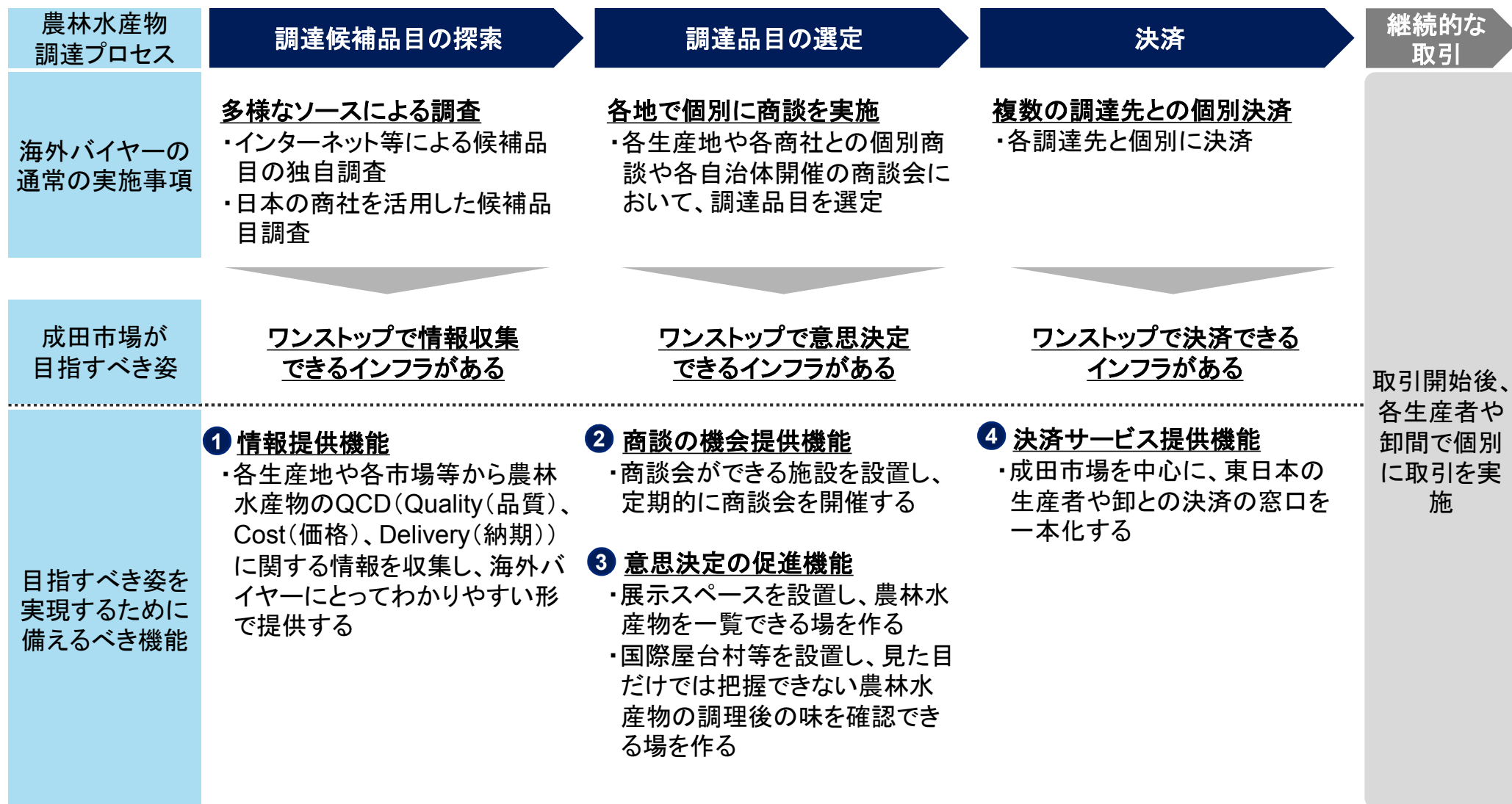
⇒ 輸出手続きの迅速化・負担軽減が可能。横持ちの削減等により物流の効率化・迅速化も可能。

対象プロセス	輸出証明書発行 (産地証明、放射性物質証明)		検疫		爆発物検査	通関
		植物	動物			
現状の手続き	<ul style="list-style-type: none"> ■輸出証明書の発行は地方農政局、水産庁及び商工会議所が実施 	<ul style="list-style-type: none"> ■基本的には空海港で実施 ■但し、検査官の派遣制度あり 	<ul style="list-style-type: none"> ■基本的には空海港で実施 ■但し、加工施設へ検査官の派遣制度あり 	<ul style="list-style-type: none"> ■空港内でフォワーダー、又は航空会社が実施 	<ul style="list-style-type: none"> ■空港内で実施 	
ワンストップ化の際の手続き	<ul style="list-style-type: none"> ■市が市場内で証明書を発行 	<ul style="list-style-type: none"> ■植物防疫官の無償派遣による市場内での検査実施 	<ul style="list-style-type: none"> ■現行で問題なし ・水産物は卸売市場での検査対象品目なし ・食肉等は加工施設での派遣検査を実施 	<ul style="list-style-type: none"> ■市場内で(フォワーダーが)実施 	<ul style="list-style-type: none"> ■税関職員の無償派遣による市場内での検査実施 	
調整状況	<ul style="list-style-type: none"> ■協議済み ・農林水産省の協力により、市場内での産地証明書発行が可能 	<ul style="list-style-type: none"> ■協議済み ・農林水産省の協力により、必要に応じ、早朝・深夜、土日祝日を含め無償派遣が可能 	<ul style="list-style-type: none"> ■協議不要 	<ul style="list-style-type: none"> ■確認済み ・国土交通省に運用で対応できることを確認済み 	<ul style="list-style-type: none"> ■協議済み ・多くはオンラインで対応可能だが、市場の輸出拠点を保税地域とすれば、検査が必要となった場合、無償派遣可能 	

3 4 産地とのネットワーク化／情報提供、商談及び決済のワンストップ化

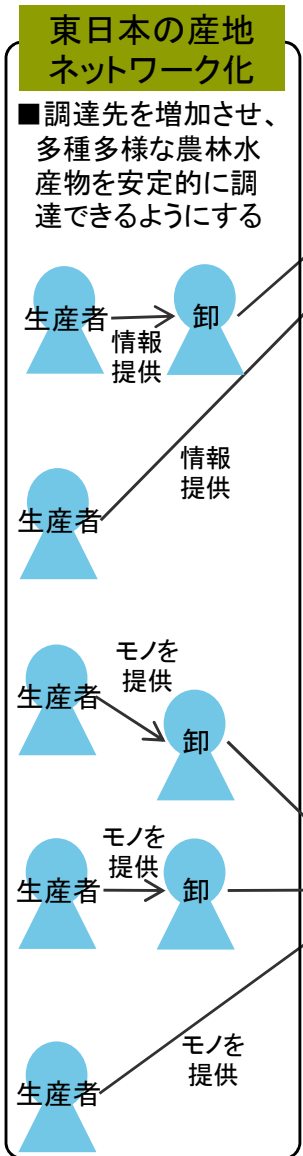
調達プロセスを市場内でワンストップ化し、東日本の農林水産物の調達を容易にする

調達プロセス別の成田市場が目指すべき姿と付加すべき機能



③ ④ 産地とのネットワーク化／情報提供、商談及び決済のワンストップ化 農林水産物の情報収集、商談及び決済がワンストップでできる機能を市場が保有する

情報提供、商談及び決済のワンストップ化に向けた施策



成田市場

■ 各地の農林水産物を品質でランク付けし、その品質ランク毎に収穫時期を提示することで、海外バイヤーが求めている品質ランクの農林水産物を1年を通して安定して調達できるようにする

■ イチゴの生産者一覧と品質ランク、収穫時期

品質ランク	生産地	収穫時期											
		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
Aランク	a	[Harvest Period Bar]											
Bランク	b	[Harvest Period Bar]											
Cランク	c	[Harvest Period Bar]											
Dランク	d	[Harvest Period Bar]											

【品質ランク例】

- 旨み(糖度、顧客アンケート等)
- 鮮度(収穫時間からの予測経過時間等)
- 安全性(農薬使用量、農薬の種類等)

■ 生産者概要………

■ 生産プロセス概要………

■ 品質ランク………

- 旨み………
- 鮮度………

■ 予定収穫時期………

■ 予定収穫量………

■ 価格………

海外バイヤー
調達したい農林水産物を検索

興味がある生産者の農林水産物の詳細を検索

1 情報収集ができるインフラ提供

東日本の農林水産物に関する情報を一覧することが可能

■ 東日本各地の多種多様な農林水産物の現物を見たり、調理後の味を確かめることができる施設を設置することで、用途に適した農林水産物を正確に選択・購入決定できるようにする

展示スペース

a b c d e f

タイ料理 | フランス料理 | ベトナム料理

海外バイヤー | 海外バイヤー | 海外バイヤー

海外バイヤー | 海外バイヤー

現物をワンストップで見ながら農林水産物の良さを判断

自国のニーズを意識しながら五感を使って農林水産物の良さを判断

3 意思決定の促進につながるインフラ提供

データだけでなく、五感全てを使い、納得感を持って調達の意思決定が可能

■ 東日本の多数の生産者や卸を集約させ、海外バイヤーが各地で商談する手間を低減する

A県 仲卸 | B県 生産者 | C県 卸

海外バイヤー

各地の生産者、卸とワンストップで商談

2 意思決定の促進につながるインフラ提供

各生産地へ訪問することなく、ワンストップで商談が可能

■ 複数の取引相手との決済を集約することにより、輸入者の決済手続きの負担を軽減する

仲卸 | 卸 | 生産者

決済ハブ機能

海外輸入事業者

ワンストップで決済

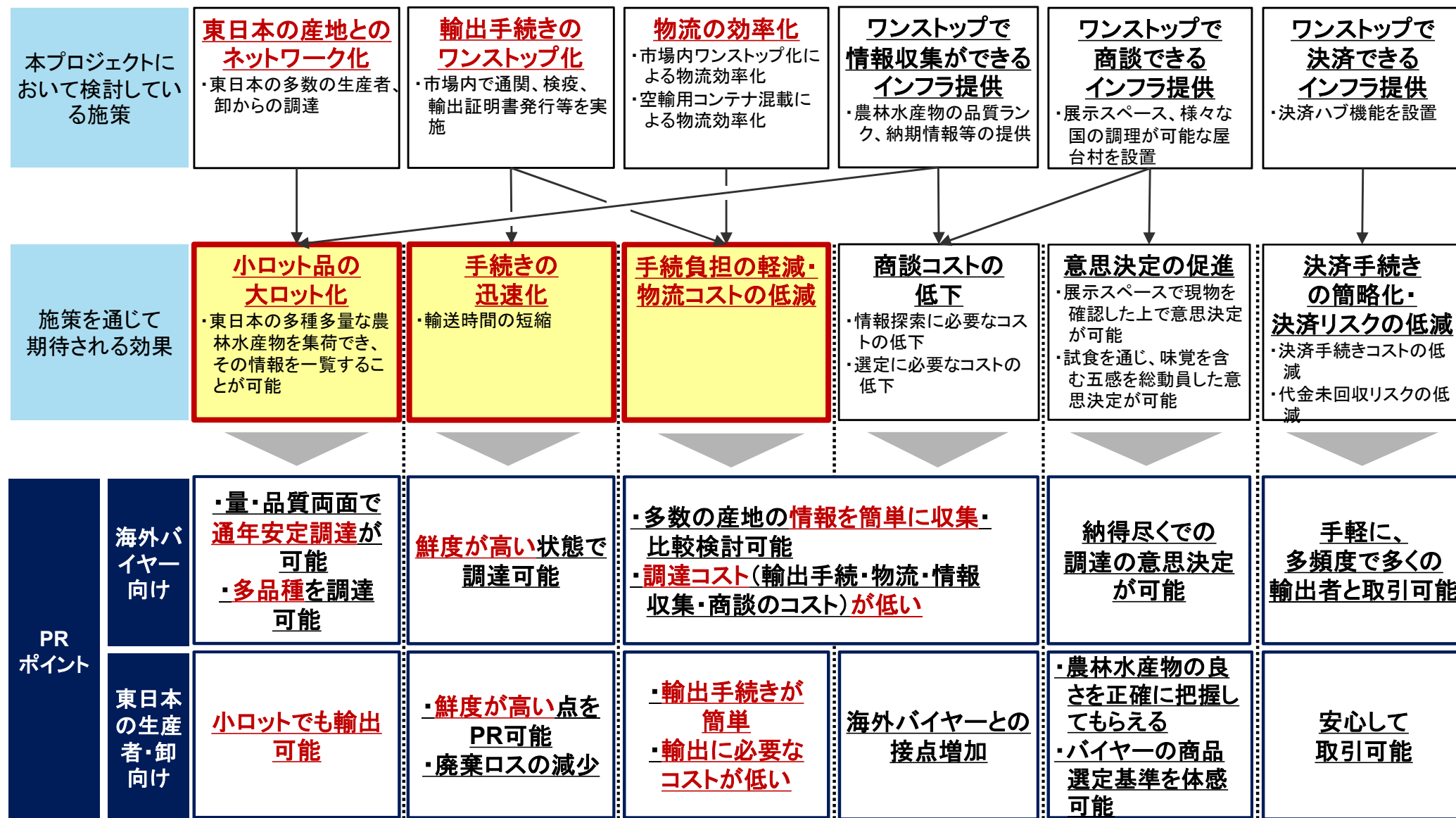
4 決済サービスの提供

複数の仲卸等との間でワンストップ決済が可能

5 市場のブランド化

本プロジェクトで検討した施策を通じた効果から、市場のPRポイントを抽出した

海外バイヤー、生産者・卸へのPRポイント



5 市場のブランド化

活用方法を想定し、調達する拠点を選定する視点を軸にキャッチフレーズ化を行った

キャッチフレーズ作成のアプローチ(海外バイヤー向け)

キャッチフレーズの活用方法と要件

・不特定多数の海外バイヤー向けにPRしていくことを想定しており、初見のバイヤーであってもキャッチフレーズを見ただけで成田市場の魅力を理解できるように、より具体的なキャッチフレーズである必要がある

調達する拠点を
選定する際の
視点とPRポイント

視点①
調達できる
農林水産物の特徴

・量・品質両面で通
年安定調達が可能
・多品種を調達可能

鮮度が高い状態で
調達可能

視点②
商談の特徴

・多数の産地の情報を簡単に
収集・比較検討可能
・調達コスト(輸出手続・物流・情
報収集・商談のコスト)が低い

納得尽くでの
調達の意思決定
が可能

手軽に、
多頻度で多くの
輸出者と取引可能

PRポイントと海外バイヤーの現
状の考え方を比較

・品質は良いが、小ロットでの供給が中心で
安定的に調達できない

現状の考え方とのギャップを
キャッチフレーズ化

多種多量の農林水産物を鮮度が高い状態で
通年安定的に調達が可能

PRポイントと海外バイヤーの現
状の考え方を比較

・輸出手続・物流コストが高い
・各産地ごとに情報収集・商談を行う必要があり、手間がかかる

現状の考え方とのギャップを
キャッチフレーズ化

来場すればワンストップで調達できるため、調達コストが低く、
農林水産物の良さについても納得した上で安心して調達が可能

説明せずとも初見のバイヤーが理解できるようなフレーズに統合する

キャッチフレーズ

成田市場で、ワンストップ！
情報収集・商談から調達・輸出手続きまで全て可能！ 簡単・高品質・安心な調達ができます！

5 市場のブランド化

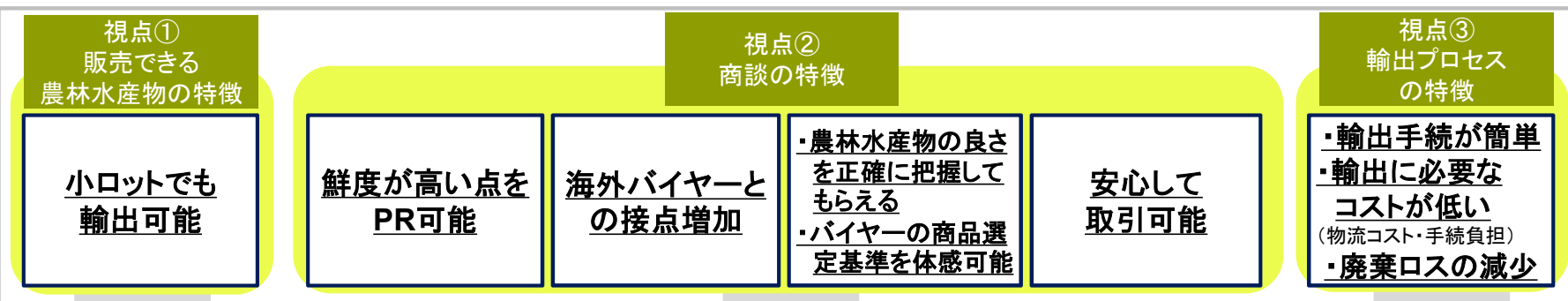
活用方法を想定し、販売する拠点を選定する視点を軸にキャッチフレーズ化を行った

キャッチフレーズ作成のアプローチ(東日本の生産者・卸向け)

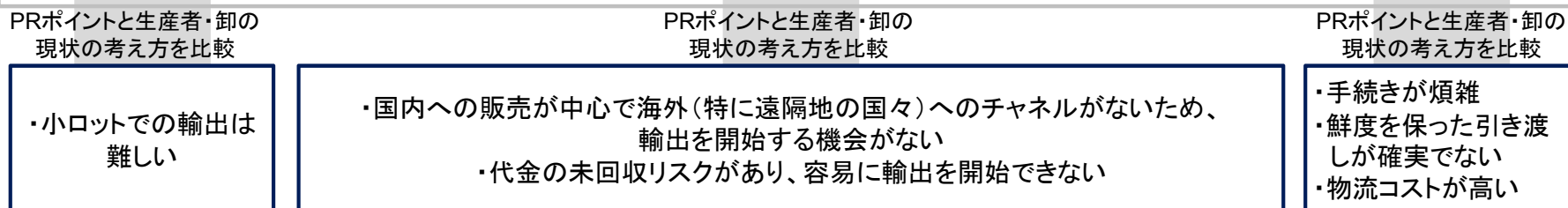
キャッチフレーズの活用方法と要件

・東日本の生産者や卸に対して、直接的(もしくは自治体等を通じて間接的)に成田市場の特徴のアナウンスと協力要請を行うことを想定しており、他拠点と比較した優位性が端的に伝わり、且つ、印象に残るキャッチフレーズである必要がある

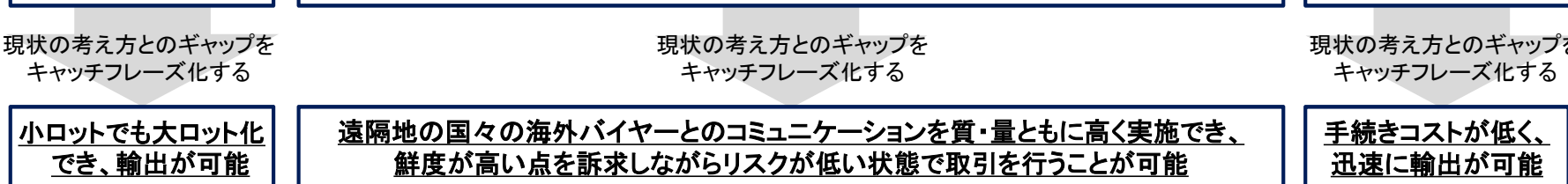
販売する拠点を
選定する際の
視点とPRポイント



生産者・卸の農林水産物輸出に対する現状の考え方



視点別のキャッチフレーズ



詳細については補足説明を行うため、端的で印象に残るフレーズに統合してPRする

キャッチフレーズ

成田市場で、ワンストップ！
速い！安い！安心！ 手軽に遠隔地にも輸出できます！

成田市場における農林水産物輸出の2020年目標値設定

2020年時点における成田空港経由の輸出金額(加工品を除く)の増分(88億円)を目標値に設定する

農林水産物空輸輸出の実績値・予測値と成田市場の目標値

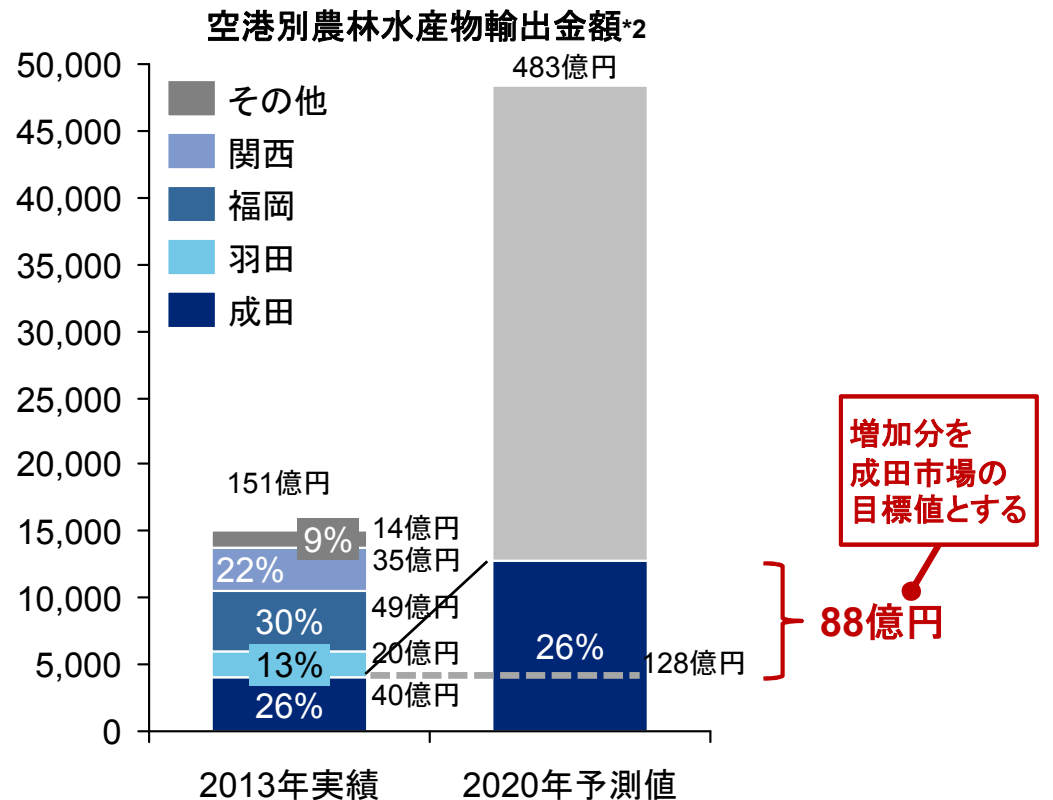
予測値算定における前提

- ・空輸輸出金額の予測値は、「輸出戦略における成長率」と「他国の輸出実績水準までの成長」を前提としている
- ・成田空港経由輸出金額は、現状の「成田空港経由輸出のシェア」を前提としている

算定・設定数値	現状(2013年)	2020年の予測値・目標値
【参考】 農水省の輸出戦略における農林水産物輸出金額(加工品を除く)	2,247億円	5,000億円
①輸出戦略の重点国・地域(17カ国・地域)向けの農林水産物*1空輸輸出金額	151億円	483億円
②農林水産物の空輸輸出における成田空港経由のシェア	26%	26%
③輸出戦略の重点国・地域の成田空港経由輸出金額	40億円 (A)	128億円 (B)
2020年の成田市場経由の輸出金額目標値 (B)−(A)		88億円

2020年の成田市場経由の輸出金額目標値の設定ロジック

■ 成田空港経由の輸出金額の増分を成田市場が貢献すると想定



*1輸出戦略において重点品目と設定されている農林水産物を抽出

*2空港別農林水産物の輸出金額は、空港の税関を通り、その空港以外から輸出されるものも一部含まれているため、厳密な空港経由の輸出金額の数値ではない

今後実施・検討する事項

輸出拠点実現に向けた検討を継続しつつ、具体的なアクションも開始する

輸出拠点実現に向けて今後実施・検討する事項

今後実施・検討する事項

空輸に適した
約4,000km以上
の遠隔地を
ターゲットに選定

■海外各国に関する情報提供機能の運用設計(東日本の生産者・卸向け)

- ・成田市場で生産者・卸に提供すべき情報(各国の輸入規制最新情報等のターゲット国や品目の選定に資する情報)について検討し、輸出取引支援インフラ運用者に求める要件及び運用方法を検討する

輸出手続きのワ
ンストップ化／物
流の効率化

■輸出手続きのワンストップ化の効果検証を目的にした実証実施

- ・ワンストップ化の実証実験を行い、輸出手続きの迅速化・負担軽減の効果を検証する(補助事業等を活用)

■手続き迅速化・負担軽減のため、規制緩和に向けた交渉対象国の検討

- ・仕向地検査の市場内実施、衛生証明書の市での発行が可能となるように、交渉対象国を選定した上で、その国と交渉するよう政府に働きかける

産地との
ネットワーク化／
情報提供、商談
及び決済の
ワンストップ化

■成田市場(輸出拠点)の産地へのプロモーション

- ・東日本の自治体、市場及び卸等を訪問し、成田市場の輸出拠点のPRと産地への参加呼びかけを行い、産地とネットワークを構築する

■市場新設に向けた情報提供・商談・決済機能の運用設計(海外バイヤー向け)

- ・成田市場で海外バイヤーに提供すべき情報(農林水産物に関する情報・認証等)について検討し、輸出取引支援インフラ運用者に求める要件及び運用方法を検討する
- ・国際屋台村、展示スペース、免税販売施設等について、輸出取引支援インフラ運用者に求める要件及び運用方法を検討する
- ・決済サービスについて、輸出取引支援インフラ運用者に求める要件や運用方法を検討する

成田市場の
高機能化

■コールドチェーンの構築等の市場の高機能化によるブランド化

- ・市場をコールドチェーン化し、国内で断絶していたコールドチェーン体制を完結させる
- ・仕向地に対応したHACCP、ハラール認証、GLOBALG.A.P.等の取得を生産者に対して推奨することを検討する

■加工機能の設置検討

- ・農林水産物の販売単価向上のため、成田市場において加工工場設置を検討する