

これまで出された主な御意見等について

1. 全般

- ターゲットとする市場の特徴に応じた戦略が必要。また、日本食文化の普及と併せてフード・バリューチェーン構築を推進していく必要。
- 日本の食産業が有する健康、安全・安心、利便性等の「強み」を活かして現地に進出し、現地に貢献できる商品・サービスを提供していくことが大切。
- 将来的には高品質と安全安心を支える技術力を持つ Japan Premium を確立することが重要。ASEAN では、低コストの実現も必要。
- 2020 年を見据えたフード・バリューチェーン構築の環境整備とそれを支える人材育成が重要。
- 途上国における BOP 市場参入事例としては、コカ・コーラ、ネスレ、味の素などの取組があるが、日系企業では CSR 以外ではほとんどない状況。BOP 市場で自らバリューチェーンを構築し、雇用を創出するような取組が必要。
- 地域の中小企業等による輸出等の海外展開の取組に対する継続的な支援が必要。

2. 流通・インフラ

- 有望市場であるアジア新興国(特に伝統的な小売の比率が高い国)では、流通・販売網の構築が日系食品メーカーにとっての重要課題。現地パートナーとの提携も視野に入れた対応が必要。
- 小売の海外展開に際しては、コールドチェーン等のインフラ整備や現地サプライヤーとの提携が課題。特に海外では、輸送時にコンテナの電源が落ちたり、検疫過程でコンテナが放置されていたりすることもあることから、コールドチェーンが途切れないような対応が必要。
- 相手国政府と連携しハード面・ソフト面のインフラが整った食品工業団地を整備し、日系企業が進出する等の対応も有益。
- 民間の戦略として、「農産物の流動化」が必要。流動化には、流通ネットワークの構築が必要であり、温度管理と加工ハブ等が輸出入両面で必要。例えば中国市場等にコメを輸出するため、玄米で輸出し、現地で精米する仕組みや規格・ブランド化(例えばプレミアム、スタンダード、エコノミー)の検討が必要。
- 特定少数の輸送だけでなく不特定多一定量の商材が安定的に確保できる供給プラットフォームの確立が必要。
- 日本食品の一番の特色である「美味しさ、安全さ」を現地の消費者まで届けるためには、海外における品質の高い低温物流(コールドチェーン)の整備が必要。

- 海外での安定的な販路獲得のためには、物流面において、高品質な輸送手段を担保する技術開発が必要。

3. 投資等規制

- 食産業の海外展開に際しては、外資、食品添加物等の規制への対応や改善が重要。相手国で許認可の取得に時間を要することなども課題。
- 日本は技術(ものづくり)には自信があるが、海外での流通規制等のため川下で苦勞。特に小売の海外展開に際しては、外資規制が重要な課題。
- 日本で認められていても海外で認められていない食品添加物などがあり、官民連携による対応が必要。
- 国産の農畜産物を日本国内で加工をして輸出しようとする場合、食品関連規制が課題。特に加工品の方が生鮮品より規制が厳しく、例えば、加工肉を輸出する場合、冷凍工場の基準の問題や、処理場で加工した肉のトレーサビリティの問題などがあり、多大な時間・費用を要しており、官にも積極的に関わってもらうことが重要。
- 外国で食料品を製造する際、当該国の原料関税の引下げを通じた安価かつ安定的な原料調達が「Made BY Japan」を実現する上で重要。
- 海外で売れるかどうかは別としても法制度上は輸出できるようにする必要。また、ルール上はできても実態として輸出困難なものに対応する必要。
- 輸入規制等に関する情報を適時に収集する仕組みが必要。

4. 食品規格・基準(ハラール等)

- ハラール食品のバリューチェーン構築が必要。パリの鶏肉で物流効率化のためハラールと非ハラールを区分せず全体をハラール化した事例もある。ハラール食品の需要者は日本を含め世界に広範にあり、ハラール食品の需要者がいる市場向けに、積極的に認証を取得する必要。
- ハラール認証は工場を建設してからでないと申請ができないので、計画段階からハラール対応の検討が必要。
- 日本の食品規格・基準と国際標準が異なる場合がありその調和が課題。
- 生鮮品を輸出するに当たっては、食品衛生に関する規制の問題、鮮度保持などの技術的な課題やコストやリスクなどの経済的な課題。
- 加工品の輸出に関しては、ルール・条件自体が明確になっていない場合が多く、生鮮品よりも難しいことがある。厚生労働省とも連携が必要。輸出に関する体制も強化していく必要。
- 食品安全規制に係る国内と海外でのシームレス化、食品品質表示のシームレス化、国際規格への取組強化(CODEX への更なる貢献など)が必要。

- 日本製品のブランド力強化が必要。「食味(おいしさ)」などについて、何らか数値化できるとよい。
- 例えば、中国やベトナムなどでは頻繁に規制やルールが変わりリスクが大。安心して海外展開していくためには政府間での対応も必要。
- シンガポールなどの先進国でも表示規制へのペナルティがなく、豪州産の和牛と称するものが普通に売られている。表示面での対応も必要。

5. 情報

- 有望市場である新興国では、投資、食品に係る法令が頻繁に変わるため、リスク要因となっているので、タイムリーな情報の収集・提供が必要。
- 食産業の海外展開に際しては、提携先となる現地企業や日系企業に対するニーズの情報把握が必要。
- B to B のビジネスを想定し、買い手側と売り手側をつなげる仕組みを構築することが必要。
- 相手国の食文化・ニーズの把握のための情報収集体制を強化することが必要。
- 海外市場における販路開拓・拡大のための活動拠点をつくっていくことが必要。

6. 人材

- 食品産業の海外展開における共通課題として、特に人材の現地化、現地でマネジメントができる人材の確保が重要。
- 日本企業のニーズに対応した人材育成が、相手国の雇用促進の観点からも重要。
- 日本、輸出先国のビジネス事情に精通したコーディネート人材の育成と確保が必要。
- 次世代型施設園芸(植物工場)等の先進的な栽培技術等に係る人材の育成・確保が必要。

7. 知的財産

- 食産業の海外展開に際しては、知的財産権の保護も重要な課題。特に中国等においては知的財産権保護や模倣品対策が課題。

8. 技術

- 日本の高度な技術を活かして現地ニーズに即した技術の開発が重要であり、アジアに食品技術を束ねる知的集積拠点の構築が課題。
- 現地ニーズに対応した食品の冷蔵輸送技術等のコールドチェーンに関する技術開発が必要。
- 日本の種苗産業の強みは、最先端の育種技術、加工技術を有すること。中国、タイ等の新興国の種苗産業が台頭する中で、遺伝資源の確保、新品種の育成、新規採種地の

開拓等が課題。

- 途上国では従来から用いてきた農法を変えることに対する抵抗感があるが、栽培技術の指導を一民間企業だけで行うのは困難。
- 農機導入に伴うファイナンススキームが不十分。
- 農業インフラの整備が重要。例えば、農道がなく圃場への機械導入が困難といった事例や区画整理されておらず農業機械の効率化が阻害されているといった事例がある。
- 農業機械のアフターサービスの充実のための人材育成が必要。また、農業機械の補修部品の配送の効率化が必要。
- 低コストの鮮度保持技術の確立や、生産―流通―販売に至るコールドチェーンの構築が重要。
- 寒冷地における次世代型施設園芸技術の確立なども必要。
- 発展途上国等における食品安全に係る専門家の育成が重要。

(以上)