

輸出ビジネスモデル戦略の作成について
(平成21年度)

平成21年5月

農林水産省国際部輸出促進室

輸出ビジネスモデルの趣旨

<趣旨>

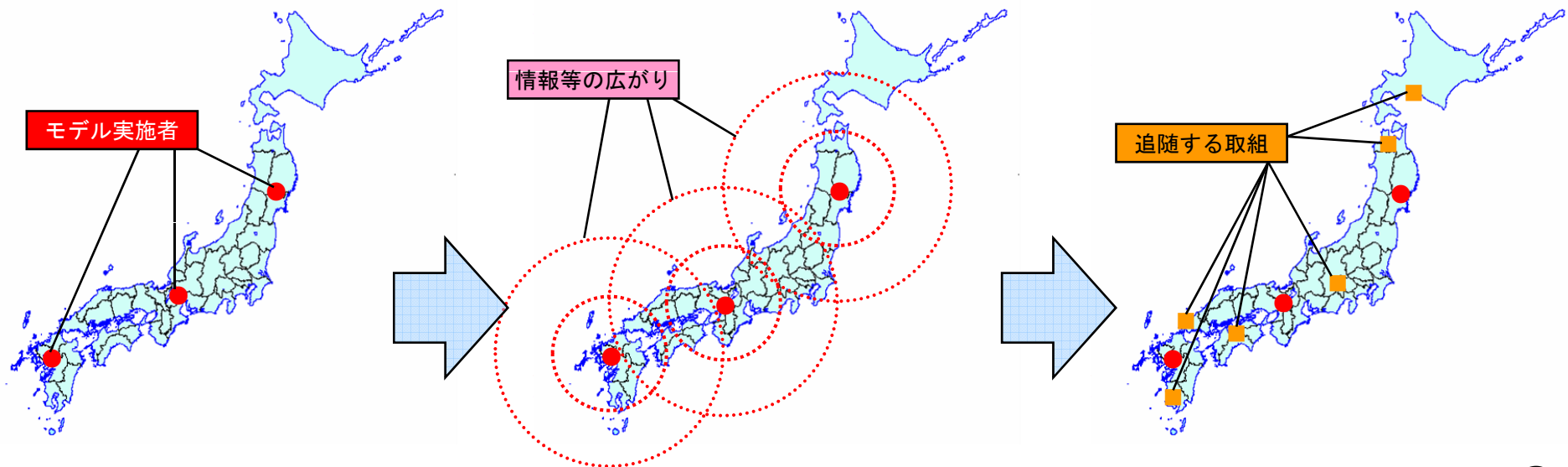
農林水産物等の輸出については、全国各地に様々な取組事例が見受けられるようになりましたが、平成25年までに輸出額を1兆円規模にするという目標の実現に向けては、更なる取組の強化・拡大が必要となっています。

このため、意欲の高い農林漁業者等の協力を得て輸出に係る新たな取組や先駆的な取組といった模範的な取組（輸出ビジネスモデル）を作成するとともに、その作成の過程で得られた情報や手法等を他の農林漁業者等に提供することにより追随する取組を広めることとします。

モデル実施者が取組を開始

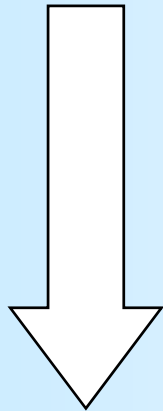
モデル実施者が情報等を提供

追随する取組の拡大



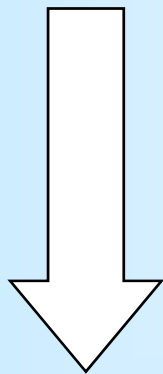
輸出ビジネスモデル戦略の作成までの流れ

実施者選定段階 (21年5月～)



- 農林水産省が、模範的な輸出の取組を行うことができる方（JA□□、△△輸出協議会等）を公募します。
- 応募された方には、農林水産省で開催される輸出ビジネスモデル実施者選定委員会で、自らが行いたいと考えている模範的な輸出の取組の内容を発表していただき、そこで選定された方はモデル実施者となります。

戦略作成段階 (21年6月～)



- 農林水産省が、モデル実施者ごとの「輸出ビジネスモデル戦略」を作成するシンクタンク等を公募・選定します（農林水産物等輸出ステップアップ推進事業の受託者の選定）。
- 受託者となったシンクタンク等は、モデル実施者、貿易実務経験や専門的知見を有する者等を構成員とする輸出ビジネスモデル戦略検討委員会を設置し、フィージビリティースタディ調査（実行可能性・採算性調査）等を通じて、モデル実施者が取り組む「輸出ビジネスモデル戦略」を作成します。

輸出ビジネスモデル戦略の作成

輸出ビジネスモデル（模範的な輸出の取組）の類型

①輸出相手国 開拓型	取組の具体的な内容	提供が期待される情報等の例
①輸出相手国 開拓型	○特定の品目について、日本からの輸出実績のない国又はほとんどない国※に対し、当該品目の輸出を行う取組 ※輸出実績のほとんどない国とは、ある品目の輸出総額に占める国別割合が直近で3%未満となっている国	○新規相手国ならではのトラブル情報（通関手続、相手国バイヤーからのクレーム等） ○マーケット情報（消費者の嗜好、商慣行等） ○物流実証に係る情報（輸出用包装資材の開発等）
②現地系列会社 確保型	○相手国に産地や輸出業者が出資する輸入会社を確保※し、輸入会社が前面に立って販路を開拓する取組 ※輸入会社の確保とは、新たな会社の設立、既存の会社への出資、既存の会社の買収をいう（産地の出資は必須）	○現地出資会社の確保に係る情報（手続、問題点等） ○現地における販路開拓に係る情報（具体的な働きかけの内容等）
③輸出仕様産地 育成型	○輸出を販売先の金額別順位第3位以内※とする取組 ※金額別順位第3位のイメージ 第1位 東京都××卸売市場 第2位 ××県××卸売市場 第3位 輸出（すべての国との直接貿易+間接貿易）	○生産段階での対応に係る情報（病虫害防除の徹底、GAP手法の集团的取組等） ○加工・流通段階での対応に係る情報（加工・貯蔵施設に係る費用負担、施設の効率的活用等）
④輸出コンソーシアム 育成型	○複数産地と輸出業者がコンソーシアム（協議会等）を形成し、出荷期間の長期化、出荷量の確保、アイテム数の増加等を図る取組（発展形として、複数の品目を組み合わせたパッケージ輸出もあり）	○産地間連携のメリットや課題に係る情報（販売価格の動向、各産地の意向の調整等） ○物流実証に係る情報（効率的な物流体系の確立等。パッケージ輸出の場合、パッケージ用包装資材の開発、混載コンテナの品質保持技術の開発等）
⑤地域産品輸出 力強化型	○地域の農林水産物を原材料とする製品について、生産者、加工業者等が協議会等を設立し、ブランド化や高付加価値化等を図りながら輸出を行う取組	○加工業者の要望に応じた農林漁業者の対応に係る情報（有機栽培の普及、産地をあげた量の確保等） ○ブランド化や高付加価値化等の取組に係る情報（関係者の合意形成、海外での販促活動等）
⑥選定委員（外部委員）による特別推薦	○上記類型以外の取組であって、他の農林漁業者等が追随する価値のある模範的なものとして輸出ビジネスモデル実施者選定委員会の外部委員が一致して推薦するもの	（取組の内容に応じて設定）

輸出ビジネスモデル戦略の作成のイメージ

関係者が一体となって輸出ビジネスモデルの作成に向けて取り組んでいけるよう、農林水産物等輸出ステップアップ推進事業の受託者となったシンクタンク等は、モデル実施者等とともに、輸出に当たっての課題や取り組むべき具体的な内容等を検討し、実行可能性、採算性のある戦略の検討を行います。

輸出ビジネスモデル戦略作成検討会

(モデル実施者、流通業者、商社、学識経験者等の関係者で構成 (事務局：シンクタンク等))

輸出に当たっての課題 (例)

- 相手国で好まれる品種、品質、規格はどのようなものか
- ターゲットとする相手国バイヤーをどのようにして見つけるのか
- 数量をどのようにして確保するのか、出荷期間をどのようにして調整するのか
- 競合品と差別化を図る付加価値 (安全性等) をどのように考えるのか
- 輸送時の梱包資材、店舗での包装容器をどのようにして作り上げるのか
- 産地から船積みまでの円滑な輸送をどのようにして実現するのか
- 取組のアウトプットやアウトカム目標の設定、他の農林漁業者等に提供する情報等の内容をどうするのか

国内外でのバイヤー等へのインタビュー、商社等関係者からの助言や情報提供、植物検疫所等関係機関との情報交換等を通じ、取り組むべき具体的な内容等を検討

取り組むべき具体的な内容等 (例)

- 栽培品種の選定・普及、輸出仕様の品質・規格を生産するための園地管理
- 相手国内の流通業者、小売業者、高級ホテルのレストラン関係者等製品に応じた需要者の開拓
- 数量を確保するための輸出仕様園地の集団化・拡大、出荷期間を長期化する貯蔵施設の整備
- GLOBALGAPの認証取得、トレーサビリティ・システムの導入
- 荷傷みの少ない緩衝材、消費者が求めるサイズ・デザインの包装容器の開発
- 集荷地での植物検疫検査の実施に向けたロットや施設の確保
- 実現を目指す模範的な取組の内容、輸出の拡大を通じた地域活性化の姿、相手国で発生したトラブルの内容と対処の結果

関係者が一体となって取り組むことができる、当該モデル実施者にとって最もふさわしい「輸出ビジネスモデル戦略」の完成

内容が実際に実現できるものか(実行可能性)、取引価格で経営が成り立つか(採算性)の検証

モデル実施者が受けられる支援の内容

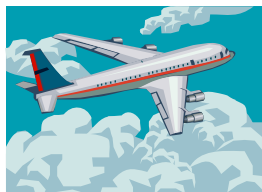
モデル実施者は、輸出ビジネスモデル戦略の作成段階において、受託者となったシンクタンク等と共に実行可能性、採算性に係る調査等を実施します。

戦略の作成段階（費用は全額国庫負担）



モデル実施者

国内外での調査（モデル実施者も同行）



- <海外では（例）>
- 自らの産品をPRし、取引条件等を確認するための相手国バイヤーやレストラン関係者等へのインタビュー
 - 他国産競合品の小売価格やパッケージ等の状況を把握するための百貨店、スーパー等での実態調査 等
- <国内では（例）>
- 検疫条件に対応し、産地からの円滑なコンテナ輸送を実現するための植物防疫所からの情報収集 等



シンクタンク等

検討会の開催（モデル実施者も参加）



- <貿易実務経験や専門的知見を有する者の参画の下で検討>
- 国内における輸出に対応した供給体制の整備
 - 他の農林漁業者等に提供する情報等の内容
 - 具体的なアウトプットやアウトカム目標
 - 実行可能性、採算性の検証 等

輸出ビジネス
モデル戦略の
完成



輸出ビジネスモデルQ & A

実施者選定について

Q 1 輸出ビジネスモデルに応募する者の要件はありますか。

A 事業協同組合（連合会）、商工組合（連合会）、農業協同組合（連合会）、漁業協同組合（連合会）、水産加工業協同組合（連合会）、公益法人、その他の団体（協議会組織等）であることが要件です。
なお、協議会組織等については、主たる事務所、代表者、組織運営に関する規約の定めがあることが必要です。

Q 2 既に農林水産物等の輸出を行っていますが、輸出ビジネスモデルに応募することはできますか。

A もちろん可能です。例えば、輸出を行っている相手国が日本からの輸出実績のない国かほとんどない国に該当する場合には「輸出相手国開拓型」として応募できますし、輸出が販売先の金額別順位第3位以内になるように拡大する場合には「輸出仕様産地育成型」として応募することができます。

Q 3 「輸出相手国開拓型」で応募しようと思うのですが、日本からの輸出実績のない国、ほとんどない国はどのようにして調べたらよいでしょうか。

A 輸出を考えている品目をご連絡いただければ、確認の上、折り返し回答させていただきます。
連絡先：農林水産省国際部輸出促進室（電話番号：03-3502-3408）

Q 4 モデルとして応募するにはいつまでにどのような準備が必要ですか。

A モデルの公募は、平成21年5月上旬に開始し、6月上旬に締切の予定としております。応募に向けての準備は、輸出に向けて具体的なイメージが持てるように、輸出関連情報の収集や組織内の合意形成等を行っていただければよいと思います。情報の収集は、以下のHPをご参照下さい。

農林水産省の輸出促進HP : <http://www.maff.go.jp/j/export/index.html>

ジェトロのHP : <http://www.jetro.go.jp/indexj.html>

Q 5 選定委員会では何を発表すればよいのでしょうか。

A 選定委員会では、モデルとして取り組みたいと考えた理由、これまでに取り組んできた輸出の内容、該当する輸出ビジネスモデルの類型、輸出を考えている産品や相手国、対外的に提供できる情報の内容等について説明いただくことを考えております。

詳細については、公募開始後応募に係る説明会開催時にお示しさせていただきます。

Q 6 説明会応募に係る説明会及び選定委員会出席のための上京旅費は自己負担でしょうか。

A 説明会応募に係る説明会及び選定委員会は農林水産省（東京都千代田区霞が関）の会議室で行いますが、農林水産省までの旅費は自己負担でお願いいたします。

Q 7 モデルの選定数はどれくらいを考えていますか。

A 選定数は予め決めておりませんが、内容が模範的と認められる取組について予算の範囲内でなるべく多く選定できるようにしたいと考えています。

Q 8 平成22年度も輸出ビジネスモデルの公募は行われますか。

A 平成22年度の公募については、今回の応募の状況等をみながら平成22年度予算要求に向けて検討していきたいと考えています。

戦略作成について

Q 1 戦略の検討・作成に係る1件当たりの予算額はどれくらいですか。

A 選定されたモデル実施者の数や発表いただいた取組の内容等を踏まえ、しっかりとした戦略が作成できるよう、予算の範囲内で適切な額を設定したいと考えています。

Q 2 受託者が遠隔地にいる場合、戦略の作成・検討に支障を来しませんか。

A 受託者の公募を行う際、モデル実施者の所在地を明らかにしますので、応募者は遠隔地であることを前提に応募することになります。また、受託者を選定する企画提案会の際においても、遠隔地であってもしっかりと対応できることを確認します。

Q 3 戦略の検討・作成を意中の業者に受託させることはできませんか。

A 受託者の選定は公募により行うこととしており、応募者の中から最も優れた者が選定されることとなります。意中の業者がいる場合には、受託者の公募に応募いただくようにしてはいかがでしょうか。なお、受託者の応募に当たっては、競争参加者の資格を取得することが必要となります。

資格審査申請のHP <https://www.chotatujoho.go.jp/va/com/ShikakuTop.html>

Q 4 検討会のメンバーに弁理士、経営コンサルタントを加えたいのですが可能ですか。

A 検討会のメンバーは、モデル実施者の意見を踏まえて選定されるようにしてまいります。

Q 5 選定委員会で発表した内容がそのまま戦略に記載されることになりますか。

A 戦略に記載される内容は、選定委員会で発表いただいた内容が基本となりますが、実行可能性・採算性調査等を通じて、内容を高めるとともに充実させていくこととなります。

Q 6 戦略の検討・策定を2年間で実施することは可能ですか。

A 戦略の検討・策定は1年間で実施していただきます。