

輸出ビジネスモデルの確立について
(平成20年度 輸出促進対策)

平成20年1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と関連予算

<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）を確立するとともに、その確立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隨する取組を広めることとする。

<主な関連予算（予算額は平成20年度概算決定の金額）>

みなぎる輸出活力誘発事業（「輸出ビジネスモデル戦略」の策定等）	86百万円
農林水産物等輸出促進対策（補助金：補助率は定額、1/2）	600百万円
日本食・日本食材等海外発信事業（WASHOKU-Try事業の実施等）	366百万円
農林水産物等海外販路創出・拡大事業（常設店舗の設置、展示・商談会の開催）	500百万円

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

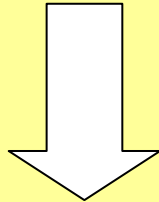


追隨する取組の拡大



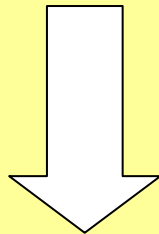
輸出ビジネスモデルの確立までの流れ

実施者選定段階 (20年2月～)



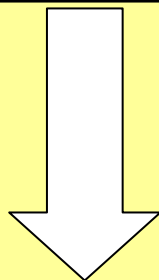
農林水産省が、模範的な輸出の取組を行うことができる方（JA、輸出協議会等）を公募します。
応募された方には、農林水産省で開催される輸出ビジネスモデル実施者選定委員会で、自らが行いたいと考えている模範的な輸出の取組の内容を発表していただき、そこで選定された方はモデル実施者となります。

戦略策定段階 (20年4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」を策定するシンクタンク等を公募・選定します（みなぎる輸出活力誘発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策定委員会を設置し、フィージビリティスタディ調査（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」を策定します。

戦略実行段階 (21年4月～)



農林水産省は、「輸出ビジネスモデル戦略」の実現に向けて、農林水産物等輸出促進対策の優先採択、戦略に位置付けられた国でのWASHOKU-Try事業や海外常設店舗への優先出品、展示・商談会への優先出展、強い農業づくり交付金の輸出対策枠の活用等により、モデル実施者を支援します。
モデル実施者には、取組により得られた情報や手法等（自らの輸出の拡大に支障を来すものは除く）を、農林水産省のHPや輸出促進セミナーの場等を通じて、追従しようとしている他の農林漁業者等に提供いただきます。

輸出ビジネスモデルの確立

輸出ビジネスモデル（模範的な輸出の取組）の類型

	取組の具体的な内容	提供が期待される情報等の例
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）
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）
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）
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）
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産品について、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）
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策定のイメージ

関係者が一体となって輸出ビジネスモデルの確立に向けて取り組んでいけるよう、みなぎる輸出活力誘発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策定を行います。

輸出ビジネスモデル戦略策定検討会

(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策定段階において、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。
また、戦略の実行段階において、引き続きシンクタンク等の協力を得て輸出の取組を行うことができます。

戦略の策定段階（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）



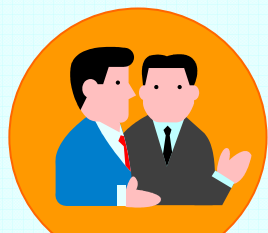
< 海外では（例） >
自らの産品をPRし、取引条件等を確認するための相手国バイヤーやレストラン関係者等へのインタビュー
他国産競合品の小売価格やパッケージ等の状況を把握するための百貨店、スーパー等での実態調査 等
< 国内では（例） >
検疫条件に対応し、産地からの円滑なコンテナ輸送を実現するための植物防疫所からの情報収集 等

検討会の開催（モデル実施者も参加）



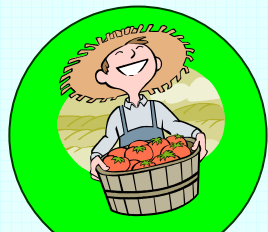
< 貿易実務経験や専門的知見を有する者の参画の下で検討 >
国内における輸出に対応した供給体制の整備
他の農林漁業者等に提供する情報等の内容
具体的なアウトプットやアウトカム目標
実行可能性、採算性の検証 等

輸出ビジネス
モデル戦略の
完成



シンクタンク等

戦略の実行段階（補助事業を優先採択等）



モデル実施者

定額補助(プロモーター活動費、
上限500万円)



プロモーター契約



シンクタンク等
(受託者以外も可)

モデル実施者は、シンクタンク等と共に
国内外で販売促進活動を展開

1/2補助(プロモーター活動費を除く)

補助事業のほか、WASHOKU-Try事業への優先出品、
展示・商談会への優先出展等により戦略の実行を支援

商談の成立
(輸出拡大)



輸出ビジネスモデルQ & A

実施者選定段階編

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20年2月中旬に開始し、3月中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かと思えます。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/sogo_shokuryo/yusyutu.html

JETRO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、平成20年2月の公募開始時にお示しさせていただきます。

Q 6 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 選定委員会は農林水産省（東京都千代田区霞が関）の会議室で行うことになると思われませんが、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 2 1 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 2 1 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 2 1 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。

戦略策定段階編

Q 1 戦略の検討・策定に係る 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策定できるよう、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、戦略の策定・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・策定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。また、輸出ビジネスモデル戦略の目標年度は何年後になりますか。

A 戦略の検討・策定は1年間で実施していただきます。戦略の期間は策定年度の次年度から最大3年間と考えていますので、平成20年度に策定された戦略の目標年度は平成21年度、平成22年度、平成23年度のいずれかとなります。

戦略実行段階編

Q 1 輸出プロモーターとは具体的にどのような方でしょうか。

A モデル実施者と一緒になって輸出の拡大に取り組んでいただける方で、経営コンサルタント、商社OB、海外の商標出願に精通した弁理士等が想定されます。

Q 2 複数の輸出プロモーターと契約した場合でも定額補助を受けられますか。

A 2名以上の輸出プロモーターと契約した場合でも、総額500万円の範囲内で定額補助を受けることができます。

Q 3 対外的に提供すると戦略に記載した情報のうち、提供したくないものがでてきましたがこの情報は提供しなくてもよいでしょうか。

A 自らの輸出の拡大に支障を来す情報（契約を締結しているバイヤーの情報、契約上第三者への漏洩を禁じている情報等）は提供しなくても結構です。

Q 4 目標年度までに目標内容が達成できなかった場合に、補助金の返還等ペナルティはありますか。

A 目標内容が達成できなかった場合には、その原因を分析し、可能な限り速やかに目標内容の実現に向けて、モデル実施者に具体的な行動計画を策定いただくこととしています。既に実施した補助事業に係る補助金の返還までは求めませんが、新たな補助事業の採択については行動計画をよく精査した上で行います。