

海外フードバリューチェーン再構築緊急対策 中間報告及び来期について

合同会社オープンゲート
2021年11月5日

目次

1. 2021年 中間報告

- (1) 本プロジェクトの概要
- (2) 本プロジェクトに用いる温度ロガーの仕組み
- (3) コールドチェーンを利用した商品のプロモーション方法
- (4) プロジェクトメンバーの日本酒出荷額(2021)
- (5) 今後のスケジュール

2. 来期に向けての提言

- (1) 更なる効果拡大に向けた来期の方針
- (2) ロガースキャンの仕組み化による期待効果

3. 冷凍・冷蔵食品のサプライチェーン構築 (紹介)

1. 2021年 中間報告

(1)本プロジェクトの概要

本プロジェクトの流れ

- (1) 日本酒のコールドチェーンによる物流構造を構築し、まず中国の消費者にその価値を認識させる。
- (2) 続いて中国事業者が消費者の購買行動の変化に追随し、インフラの整備に着手し始める。
- (3) その結果、これまで躊躇していた日本の食品事業者の中国進出を促進する。



(2) 本プロジェクトに用いる温度ロガーの仕組み

使用するロガーは、商品の管理温度だけでなく、生産から輸送までの**流通経路が追跡可能**である。これらの情報を中国消費者に届けることで、中国消費者に対して本物認証、冷蔵物流の品質担保が実現可能になり、冷蔵商品の**付加価値向上**に繋がることが見込まれる。

温度ロガーおよび管理アプリのイメージ

温度ロガーについて



従来の10万円まで及ぶこともある大きな装置とは異なり、カードサイズで温度管理もより細かい単位でID別に可能。

- カードサイズの温度ロガーラベル（電池交換不可/ワンウェイ）
- 一定時間ごとに温度を測定して記録する
- データはAndroidスマートフォンで読み取り
- 測定間隔は任意に設定可能
- 測定点数最大4,864点（e.g. 10分ごとで約1か月）
- NFCインターフェイス：ISO14443A
- ロギングポイント数：最大4,800点（Normal mode時）
- 測定間隔：1秒～65,535秒
- 測定可能温度：0.5℃



【温度データ】

・スキャン毎にログデータがアップデートされる

【追跡データ】

・各工程を事前登録
・作業者は、スキャン時にアプリ内の「入庫」「出荷」等を選択し、情報を更新
・アプリで見られる内容
「入荷」「出荷」等の作業とその時刻

(3) コールドチェーンを利用した商品のプロモーション方法

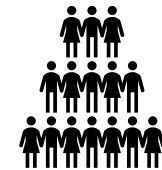
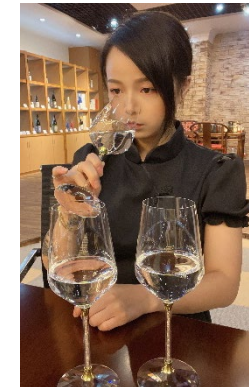
日本酒の取引関係者および日本酒に対し興味や知識を有するKOLを対象に試飲会を実施し、認知→検討→購入→リピートのサイクルを形成する。

Step.1 プロの日本酒ユーザーに対し、冷蔵輸送の **付加価値** を認知してもらう

Step.2 彼らの **情報発信力** を利用し、一般消費者に冷蔵輸送の付加価値をアピールする

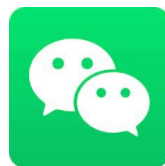
Step.3 一般消費者が興味を持ち、冷蔵商品を **自ら** 購入し、リピートを促進する

オフライン

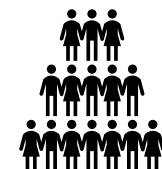


中国人
消費者

オンライン



松感



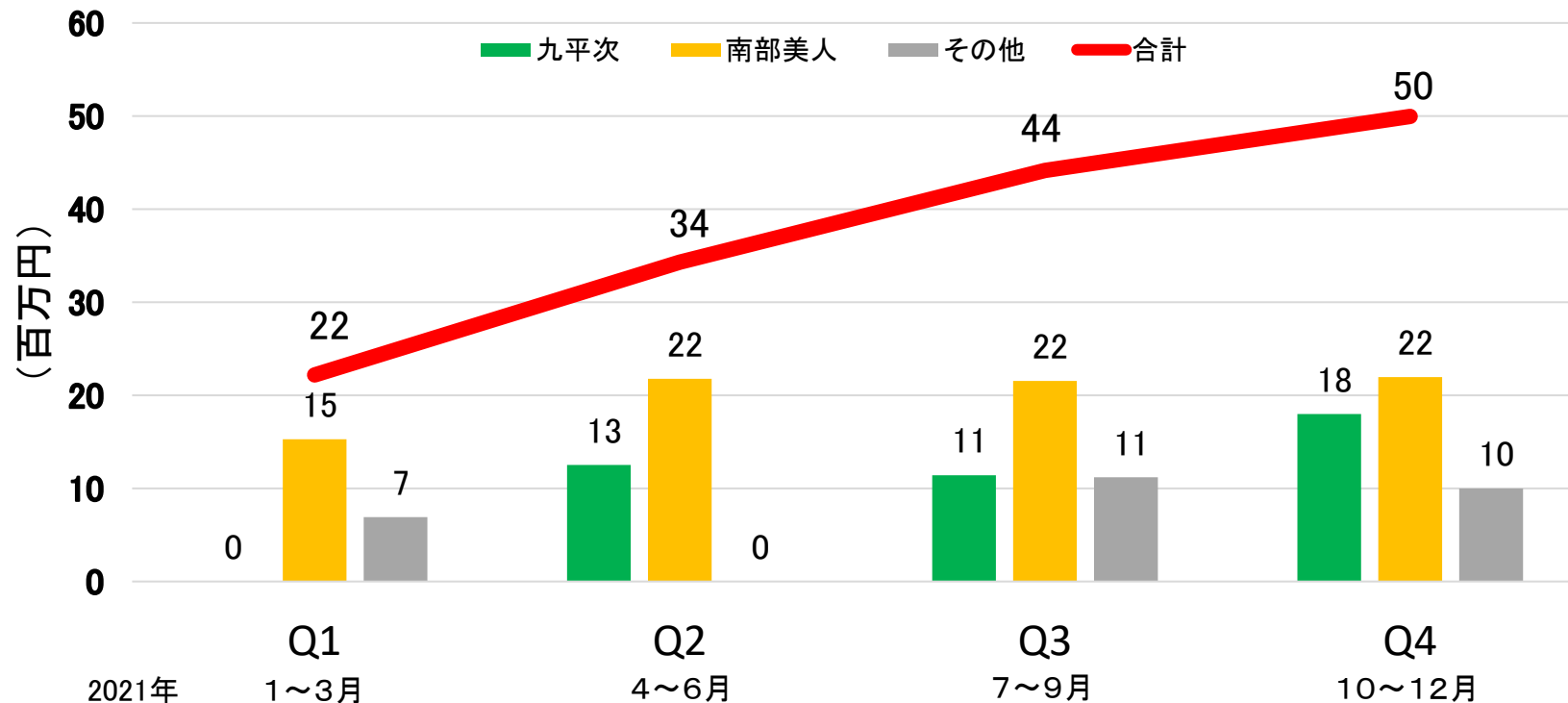
南部
美人

醸し人
Kamoshibito Kuheiji
Nagoya

(4)プロジェクトメンバーの日本酒出荷額 (2021)

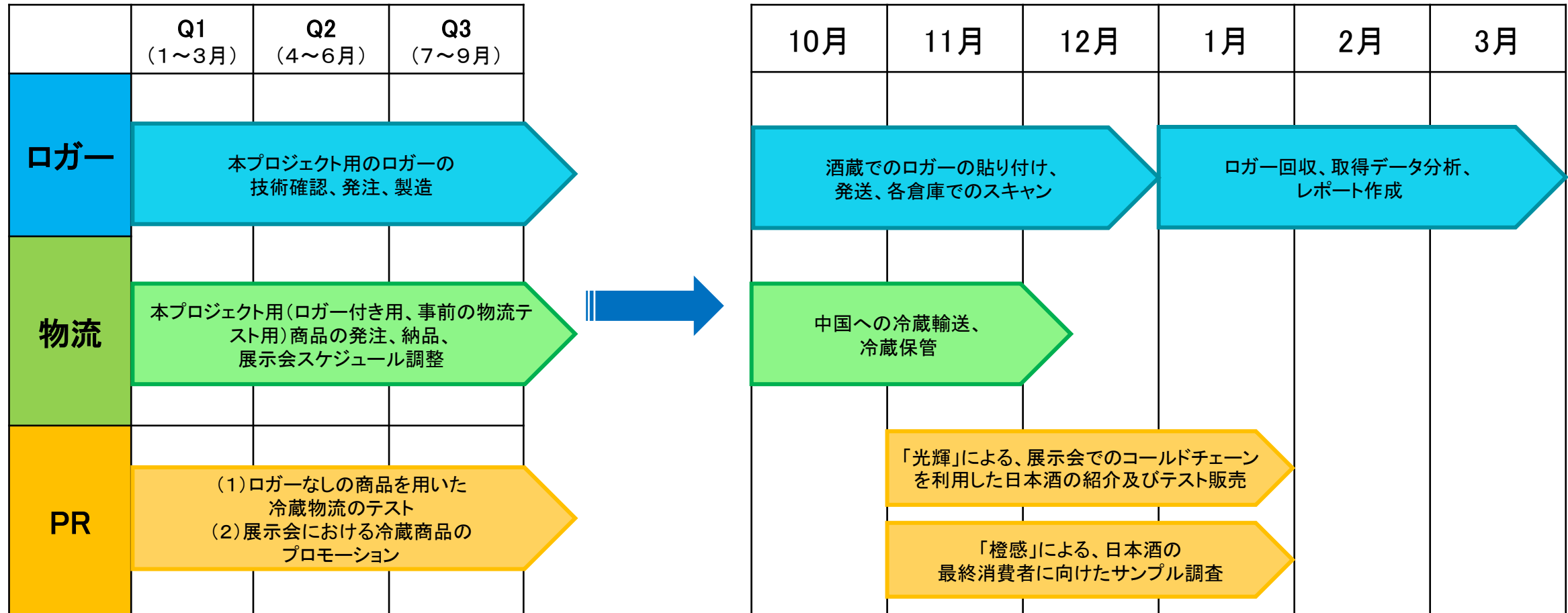
- 2021年3月～9月の期間において日本酒のコールドチェーンを利用した総出荷額は **1億円** を突破した。
- 今年度の合計出荷額は **1.5億円** に到達すると予測される。
- 今後、中国進出のためのコールドチェーンを整備することで、今まで躊躇していた生産者やメーカーの参入が見込まれる。

2021年度 総出荷額の推移 (※Q4は推測値)



(5) 今後のスケジュール

- (1) ロガーの発注と製造に並行して、一部商品を用いてコールドチェーン物流のテストを行い、本プロジェクトの物流基礎を構築した。
- (2) 9月末時点で既にロガーは製造完了し、10月以降で中国に向けてロガーを用いたテスト輸送を開始する。
- (3) コールドチェーンを利用した商品を展示会及びEコマースにおいてプロモーションし、テスト販売を行う。
- (4) テスト販売終了後、全てのデータを回収・分析し、最終報告を行う。



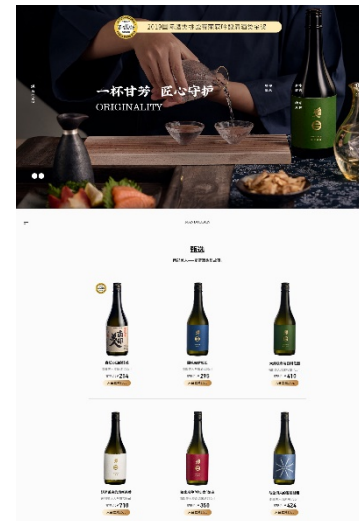
2. 来期に向けての提言

(1) 更なる効果拡大に向けた来期の方針

来期に実現したいこと

- ① 今回メンバーとして参加できなかったオンライン旗艦店の実施事業者(天猫TMALL)のプロジェクト参加
- ② オンライン事業者が運営する旗艦店でのプロモーション実施
- ③ SNSやライブコマースを用いた宣伝
- ④ プロジェクトに参加する酒蔵数の増加と出荷規模の拡大
- ⑤ 最終消費者に向けたロガーの仕組みの構築

→次ページで解説



南部美人旗艦店

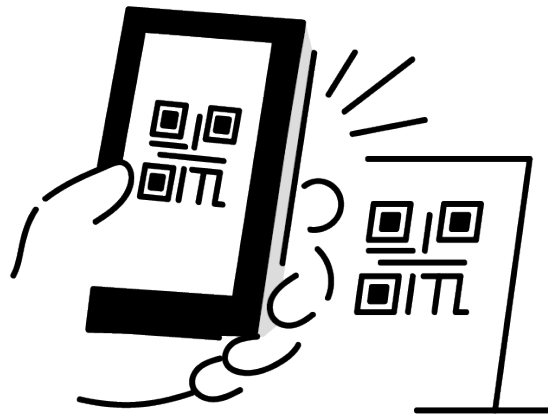


九平次旗艦店

(2) ロガースキャンの仕組み化による期待効果

一般消費者はスマートフォンを利用し、
商品に付随したロガーをスキャンすることで商品情報を確認することができる。

- 商品情報は、**ブランド情報**、**製造方法**、**商品開発の背景**、輸送過程における**管理温度**などに設定可能
- 上記の情報発信により、商品の付加価値を認知させ、商品の**ブランド価値**を高める
- さらに、**Made in JAPAN** を証明することで、**日本産としての安心・安全の付加価値**を付与する
- 付加価値を一般消費者に認知させることで、酒類を含む**冷蔵商品の価格向上**に役立つ



一般消費者がQRコードをスキャン



スキャン時のイメージ

3. 冷凍・冷蔵食品のサプライチェーン構築

冷凍・冷蔵食品の越境通販サプライチェーンの構築

食品の冷蔵輸送による期待効果

- 日本食品の世界における**認知拡大**に伴い、冷凍・冷蔵物流のインフラ整備が求められている。
- **新しい輸出貿易形態**として、冷凍・冷蔵食品の越境通販のサプライチェーンを構築する。
- まず既存の越境市場である中国の消費者に商品を提供する。
→従来的一般貿易より**小ロット**且つ**適切な商品価格**で、良質な日本食品の販路拡大を実現可能。



冷凍・冷蔵食品のコールドチェーンの想定価値

- 日本酒の**2～3倍**の規模である冷凍・冷蔵食品も中国越境通販参入可能になる
- 一般貿易と比べ、通関・販売の手続きが簡略化され、より**小ロット・多品種**での販売が可能
- 輸出後の販売マージンが少なくなり、**適切な販売価格による輸出拡大**が見込まれる

食品の一般貿易と越境通販の比較

項目	食品一般貿易	食品越境通販
販売主体	現地会社主体	日本会社＋現地責任担保会社
商標登録	中国登録商標	日本国内商標
流通規制	CFDA規制	個人消費＋CFDA不要
TAX	関税＋GST＋VAT	(GST＋VAT)×70% 関税なし
流通経路	メーカー(卸)⇒輸出⇒輸入⇒代理商 ⇒小売⇒消費者 (最終価格)日本国内売価2～3倍	メーカー(卸)⇒越境小売⇒消費者 (最終価格)日本国内売価1.5～2倍
準備期間	6ヶ月～1年間	1～3ヶ月間

サプライチェーン構築・運用のマイルストーン

2021年 Q3	2021年 Q4	2022年 Q1	2022年 Q2	2022年 Q3	2022年 Q4
中国市場検証	サービス最適化				
	メニュー設計		拡販フェーズ		
先行メーカーヒアリング		メーカー募集			
		通関ナレッジ化	物流インフラ強化		
		食品及びサプライチェーンのPR・販促宣伝			
	東南アジア市場検証	東南アジア向け拡販開始			

具体的なイメージ(1) 倉庫について

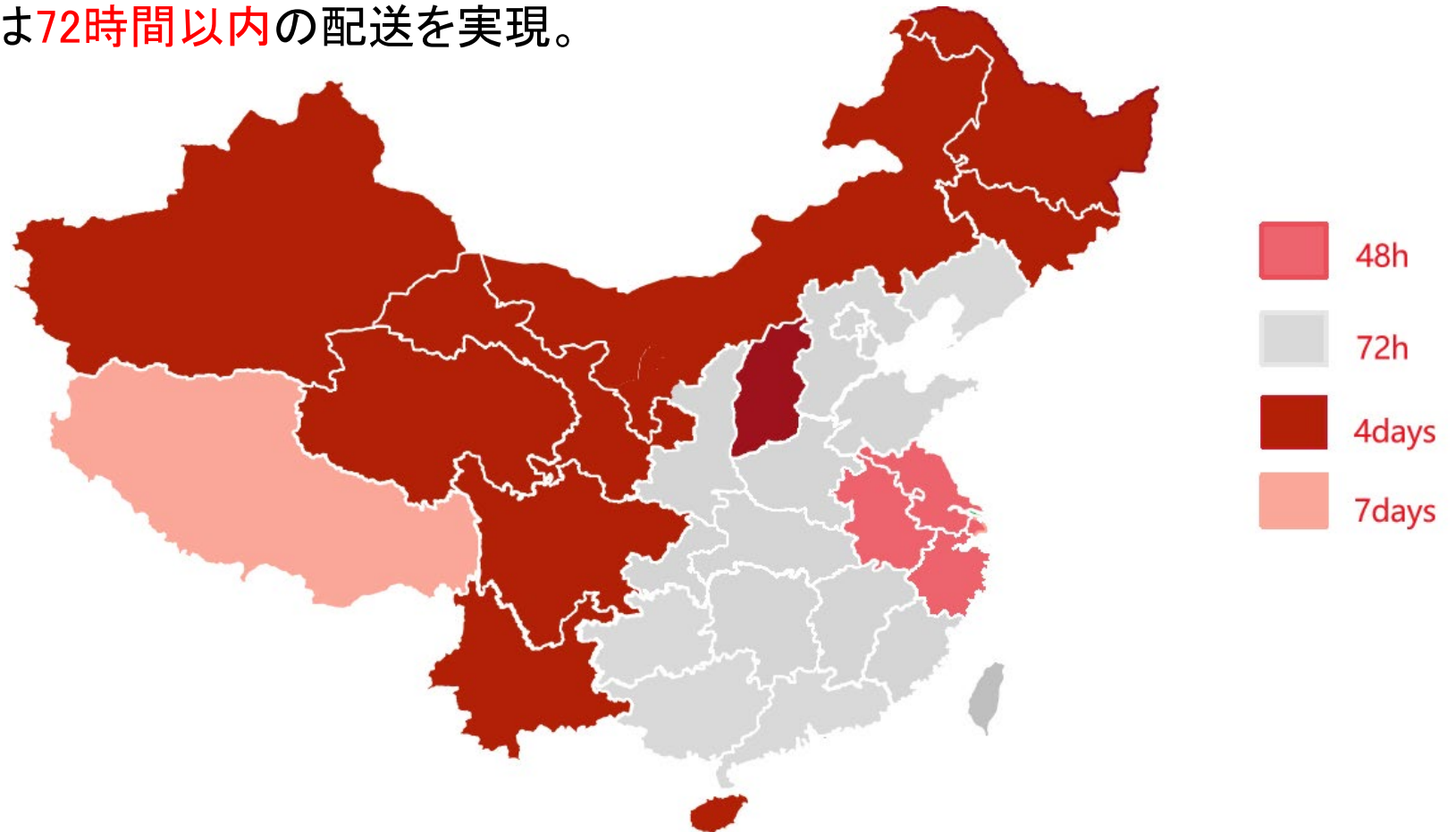
物流倉庫の概要

- ❑ 冷凍・冷蔵倉庫の規格
 - ・定温保存: 15～25度
 - ・冷蔵保存: 0～10度
 - ・冷凍保存: -18～-25度
- ❑ 倉庫面積
18,000m²
- ❑ 処理能力(実績)
～6,500オーダー/日
- ❑ 迅速な通関
中国税関担当者が常駐



具体的なイメージ(2) 配送について

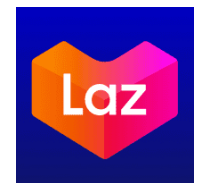
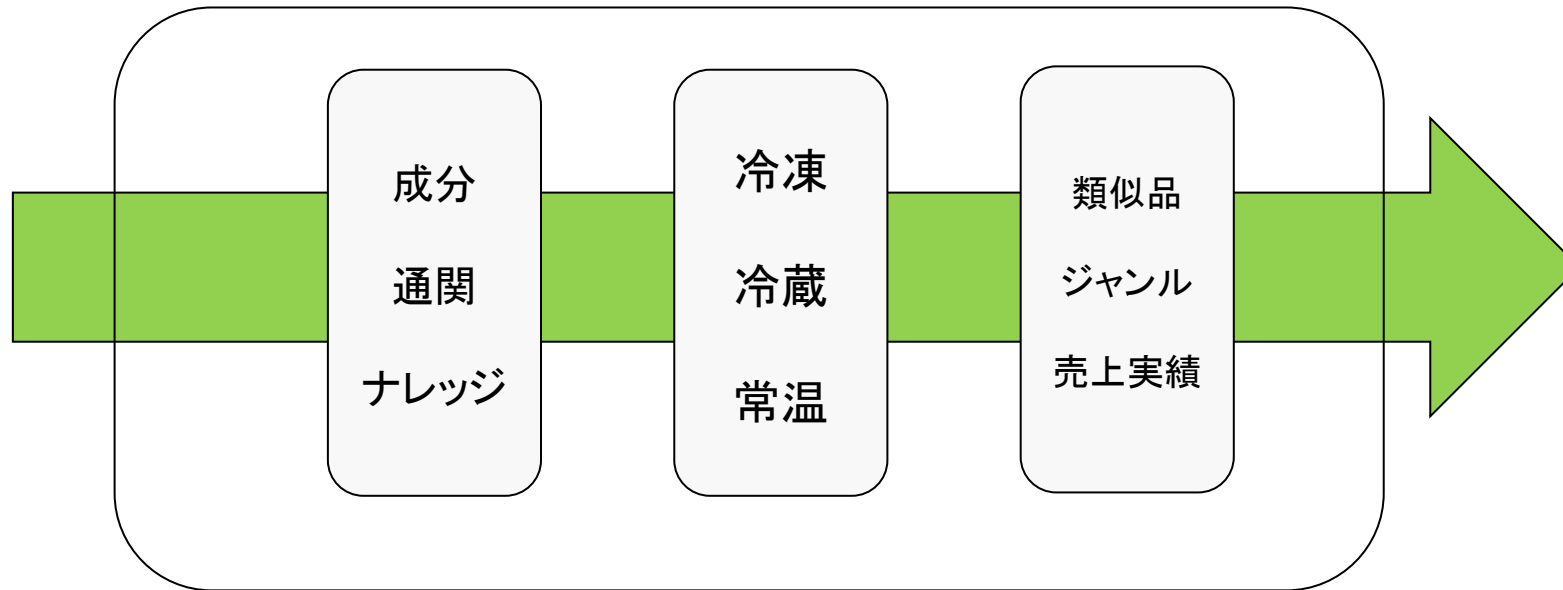
- 倉庫は冷凍・冷蔵保管可能な個配拠点
- ラストワンマイルは優先配送を行う。一部、保冷剤を使用。
- 上海周辺は**48時間**で配送可能。
- 通販における主要都市では**72時間以内**の配送を実現。



市場の拡大(中国+東南アジア)

- お菓子
- チョコレート
- 冷凍米飯
- 冷凍麺類
- 冷凍そば
- 冷凍パン
- 植物系加工食品
- 冷凍デザート
- 一部肉加工類
- (豚肉除く)
- たこ焼き
- 和菓子
- 飲料類
- など

サプライチェーン業務ノウハウ



ご清聴
ありがとうございました