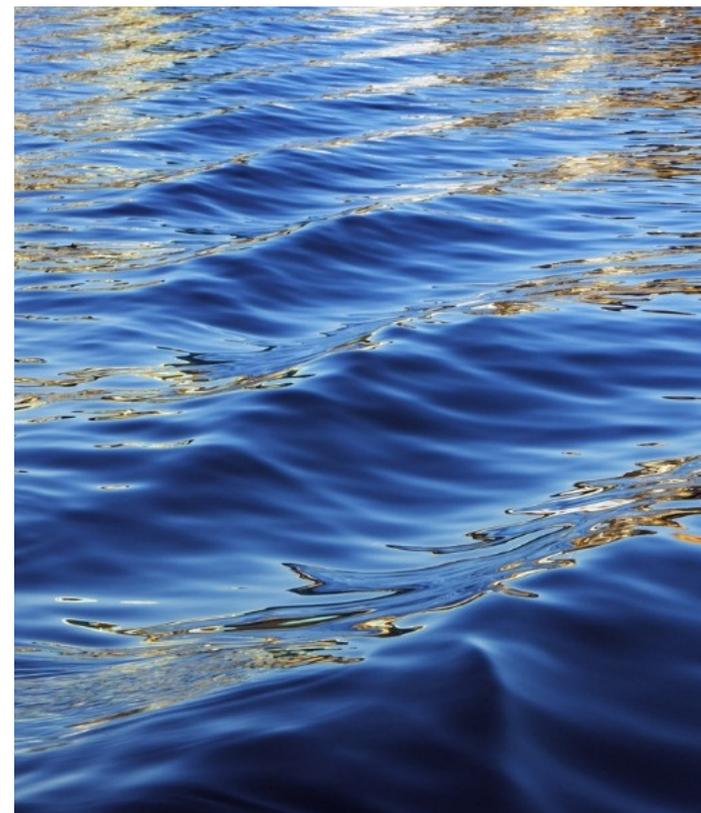




第1回GFVC推進 官民協議会全体 会合コメント

GFVC代表 深川由起子（早稲田大学）



ポスト・コロナ期の機会とリスク

• ポスト・コロナ期の価値転換とグローバリズム

(1) 切迫する環境対応：持続可能な農業環境、循環社会の中の食、包括的な環境負荷軽減(GVC)

→大量生産・大量輸送・大量消費から適量生産・効率物流・適時適性消費へ

(2) GVCの転換：効率vs.安定供給から効率＋柔軟供給へ

→生産性＋貿易＋備蓄から生産性＋情報共有へ

(3) 5G下の情報共有：変わる生産者-物流・流通業者-消費者の伝統構造変化（E-Commerce、SNS、動画情報）

→モノを売る、から文化や生活スタイルを売る、へ

取組み事例報告①： 日本食冷凍ミールキット海外販売（JTB）

- シンガポールの位置付け：ASEAN全体の「富裕層」市場？東南アジアの物流ハブ利用？観光客市場利用？
→ 日本食＝繊細でコストが高い＝「富裕層しかない」の思い込みでいいのか？（欧米より遙かに多様な食文化、だがシビアなコスト意識（質（食感、温度など） vs. コスト）
- 物流の制約：物流を変えるのは需要か、供給か、物流自身（冷凍配送からの変化）か？
→ ASEAN全体になれば規模の経済が働く？ → B級グルメへの拡大が必要？
- コロナ危機後の市場変化：外食途絶後の冷凍食品需要変化？（補助的位置付けからの脱却？）

取組み事例報告②： 地域食品輸出プロジェクトチーム(LEP)

- 少量多品種の生産体制・ロットの制約：そもそもの原点、物流を巡り、①と同じ問題に直面
 - 鮮度の価値vs.物流コストなら加工度を上げて鮮度の比重を下げる？
(例：加工野菜その他？)
 - 顧客の絞り込み（Only oneのマーケティング→ECサイトの改善に高い優先順位？
 - 現地生産者との協力でパイを広げる？
- 環境原理主義の強い欧州市場：環境価値が商品の価値を決める？
 - 包括的な環境貢献のアピールが必要？（包装材のプラスチック使用制限など） → 知の集積プロジェクトなどとの協業？（温度ロガー、ブロックチェーン技術による廃棄ロス軽減をアピール

取組み事例報告③：

日本酒及び冷蔵・冷凍食品のGVFC再構築（ゲートウェイ）

- 日本酒単独より日本酒 + 日本食の相乗効果を狙うべき？：
 - 鮨・刺身以外でコールドチェーンを拡充（冷たいもの、甘いものへの抵抗感文化）？
 - 日本酒の合うB級日本食事グルメの視点が欠けていないか？
（時代は「共同富裕」、富裕層から中間層の求める生活の質を視野に）
- 温度ロガーの実験場・中国の機会とリスク：
 - SNSとE-commerceでの最先端、温度ロガーの追跡機能で物流と消費の情報一元化が可能になればさらに洗練へ
 - だが情報のファイアウォールはどこにあるべきか？流通業者規制をどう捉えて推進してゆくのか？

パートナー事業紹介①： ブロックチェーンを活用した輸出実証試験（三菱ケミカル）

- 潜在価値の大きなスマート・フード・システム：環境＋品質管理
 - 廃棄ロス削減でVC全体を効率化（小ロット問題への対処）
 - 追跡機能で消費者の安心・安全価値の引き出しへ
- 安心と安全は同じではない？
 - 文化の差（国産＝安心とは言えない外国）
 - 外国の消費者にとって重要なのは安全（誰がどこで作ったか）
より安心かもしれない（重要な心理的なマーケティング併用？）
 - ブロックチェーン技術の安定性を消費者の安心につなげられるか？
（重要な情報は何か？生産地？添加物？倉庫環境？）

パートナー事業紹介②：

「未来茶業」研究開発プラットフォーム（農研機構果樹茶業研究部門）

- 良いものを作れば売れる型製造業没落の教訓：消費者の望む物を作る
 - 何故、抹茶なのか、何故、日本茶には限界があるのか？
 - お茶ではなく、お茶文化を売れないか？（韓流のイメージが支援する韓国食品：茶道、茶器、アロマ、健康、カフェイン....）→ ファッションやフードプロデューサーの取り込みは？
- 国際競争上の価値：良質さ、経済性、安全性のバランス
 - 産地のイメージ（中国産とどこが違うのか）
 - 生産原価を落として価格競争力を上げるvs. 物流コストを下げて品質競争力を上げる？
 - 重要な標準でのリーダーシップ（抹茶）

本日の結論

- 重要なシナジー効果最大化（マッチングが付加価値を生む時代）
- 重要な事例情報の共有、成功・失敗分析
- 重要なVC全体像の把握と変化への対応
- 重要な付加価値分析
- そして一番、**重要な「スピード」と突破力！**