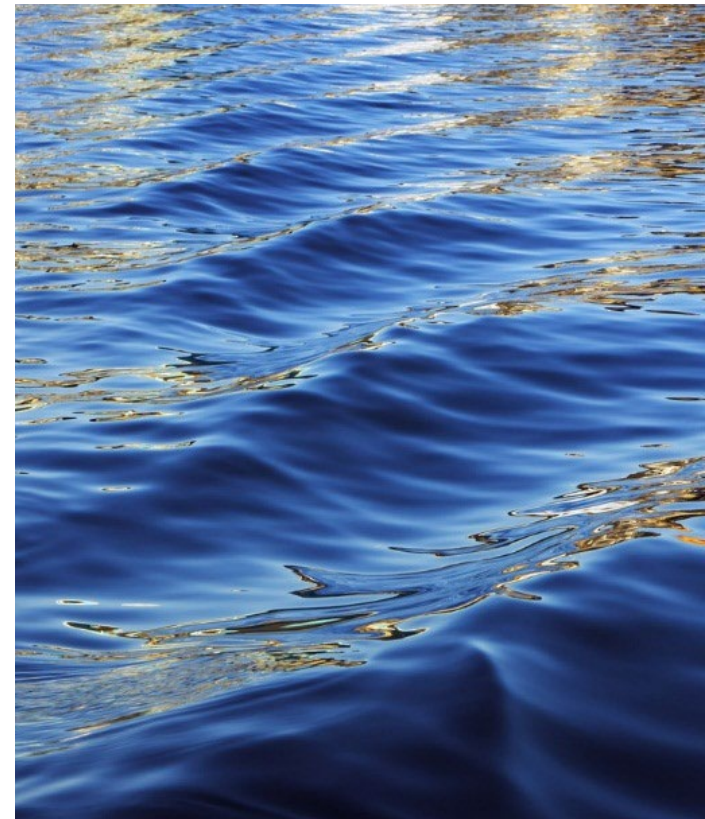


# 農林水産省GFVC 第4回全体会合 (現地トレンドセミ ナー) コメント

GFVC代表 深川由起子（早稲田大学）



# 全体潮流：5兆円輸出時代に向けて

- 空前の追い風期：円安、コロナ緩和、アジアの所得上昇
- プラットフォームの在り方
  - (1)情報共有の体系化：官民の双方向情報共有  
(データベースの整備（法制度）、Q&Aシステム、事例検索、  
現地情報プラットフォーム)
  - (2)官民マーケティングの洗練：文化戦略による複合イメージ戦略、  
Influencerなどネットマーケティング研究
  - (3)問題解決の迅速化：食品輸出の優先順位（官側）、All  
Japan間の処理システム
- 地域×優先課題アプローチ：金城湯池市場、限界高付加価値市場、開拓市場
- 台湾の教訓：双方向の必然性（物流、企業ネットワークの厚み）

# 台湾：日本型FVCの適応ショウケース

- 急激な食品EC市場拡大：大手モール、小売りからデリバリーまで、コールドチェーンの整備
- 特徴あるECの利用：コンビニ（ex. 冷凍品受け取り, ブランディング）
- 小売りの再編：フィットした大手販売網による規模追求、ターゲット顧客の獲得、異業種提携への適
- 整備されたコールドチェーン：生鮮品拡大の契機に（多様化、量的拡大）
- 日本料理店の洗練：Beyond Washoku（≠欧米）
  - 日本に近いFVC形成からの知見をアジア全体に（中国都市部？）
  - 伝統日本食を超えた領域の獲得
  - 双方向性からの進化：定着した台湾カステラ、タピオカ

# 中国：速度と柔軟性が勝負の巨大市場

- 進む分業化：EC店舗運営代行（TP）による分業でコストとリスクを軽減（大手外資）
- 世界の実験市場：外食産業のデジタル化、ビッグデータ分析、SNSマケ、省時間、顧客の体験向上
- 簡便さの追求：レトルト、冷凍、料理の素
  - 商流機能の代替は脅威か、機会か？
  - シンプルさ、リスク軽減、速度をどう実現しているのか？（中国市場での実験、日本への応用）
  - 「最後のひと匙」をどう守るか？（情報のブラックボックス化は可能か）

# タイ：全土展開は可能か？

- バンコク一極集中経済からの脱却：ただし、所得格差が縮小したわけではない？
- 韓流との競争：文化/メディア複合型の戦略成功
- オンラインプラットフォームの発展
  - 富裕層特化型展開からの脱却をどうするか？：レトルト、簡易食品、ご当地食品の可能性？
  - 香港事例からの点検：インバウンドからの進化？
  - 在留邦人最大拠点：日本的Life styleのタイ拡散（オンラインプラットフォームの応用可能性、ex. 在宅和食、調理の素？）

# シンガポール：東南アジアのGFVC拠点

- Strong Singapore Coreへの転換：従来の柔軟性喪失？（専門職の高賃金＋移民/出稼ぎによる低賃金）、人材の現地化推進、高齢化
- Super business city: キャッシュレス決済のプロバイダー＋マケプラットフォーム
- 拡大するデリバリー産業：自社か、プラットフォーム選択か
- ハラルニーズへの対応
  - 省力化技術の最先端実験（生産・物流から販売プラットフォームまで）
  - プラットフォーム：中国との違いは？
  - 東南アジア富裕層の消費ショーケース、食のトレンド追求、周辺国への拡大（東南アジア華人文化（プラナカンから新しい東南アジアFusionへ）

# ヴェトナム：東南アジア新興市場戦略

- 進むインフラ整備、物流企業集積（貿易の自由化へのコミットメント大）：大きな外資プレゼンス
  - 急激なコールドチェーン発展
  - クリーンフードの課題：食の安全性追求
  - 食の高級化：健康、安全の価値、品質意識、オーガニック、ヴィーガン、代替タンパク
- 規模追求型のマケをどうするか？（≠タイのバンコク中心展開）
- Traceabilityの向上、安全・安心の価値アピール
- 豪州との競争、少量の生鮮か、高付加価値食品か？