

野村総研が考える海外展開時に把握すべき事項の一覧から、各国特徴ある内容について、1か国・地域につき15テーマ。合計75テーマをピックアップ

P: 政治的要因

法規制

- 農産品・加工食品に関する規格化の動向
- 食品輸入規制の厳格化or緩和可能性 ・価格統制品
- 輸入に係るハラール認証等の厳格化or緩和可能性 ・機能性食品表示
- 出資/会社存続に伴う規制（土地所有、資本金）
- 食品小売・外食、中間流通事業に関する外資規制・ガイドライン
- 雇用制度 ・商標、特許、育成者権取得の規制

税制

- Sugar tax等健康志向の流れを受けた税制
- 外資、内資に関する税制優遇等の変化

政策・外交

- TPP発効による税率低減可能性
- 低自給率を背景とした国内産業支援

新規参入の脅威

新たに日本食を取り扱う事業者の登場

- 他食品卸業者の日本食材取り扱い拡充
- 食品以外を専門とする卸売業者の食品分野参入
- 現地外食業者の日本食飲食店展開増加

デジタルを活用した新規参入

- B2Cのプラットフォーム（生鮮EC、フードバンク等）の台頭
- C2Cマーケットの拡大

業界としての垂直統合、流通経路絞り込み動向

- 現在財閥や総合商社による垂直統合
- 大手小売によるPB等を通じた垂直統合
- 大手生産者・メーカーによる直販拡大

E: 経済的要因

景気動向

- 経済成長鈍化リスク（人口構造変化）
- 国内経済成長戦略、関連政策
- 為替リスク、外貨準備高

消費動向

- 所得増、エンゲル係数の変化

賃金・労働者動向

- 人件費の高騰
- 外国人労働者受け入れ動向

生産・物流拠点動向

- 工業団地、流通団地の整備
- 輸送・物流サービス産業の発展
- 物流費（車両・倉庫・燃油等）の高騰

供給者の圧力（メーカー・生産者など）

日本の事業者動向

- 食品輸出・ブランド向上活動拡大（日本政府の後押し含む）
- 担い手不足、災害・異常気象等による生産量減、輸入コスト増
- JA・漁協を通さない独自法人設立による交渉力の向上
- 各地域への飲食店チェーン進出状況

現地の事業者動向

- 現地企業・生産者による日本クオリティー製品の開発
- 日本産以外の高級・高品質食品や安全・健康食品の伸長
- コロナ影響下での外食事業者による新商品、新サービス開発
- 宗教・文化・くらしの変化に伴う安全・健康食品の伸長

その他・共通

- デジタル活用、物流高度化など

業界内の課題・動向

資金調達・管理

- 資金調達
- 資金回収
- 現地専門家の発掘

情報

- 情報取得が困難
- 提携企業の発掘
- 情報管理に関する法規制

物流

- 港湾、空港
- コールドチェーン

技術

- 技術保護手法の整理
 - 商標
 - 特許
 - 育成者権の取得

人事・提携企業

- 人材確保
- 人材管理（人事異動、休暇などの勤務要件等含む）
- 人材育成
- 提携企業の発掘
- 大手企業による経営統合

ユーザーの圧力（小売・外食・ECなど）

小売

- 小売店舗の構造の変化（コンビニの数の増加など）
- 取扱商品の変化

外食

- 日本食レストランの増加・トレンドの変化（総合型から専門型へ）
- 健康意識向上に伴う関連食品の取り扱い増加

EC

- EC市場の伸長
- 食品専門EC市場の伸長

その他・共通

- フードデリバリーサービスの興隆
- ハラールニーズへの対応
- 食品ロス

T: 技術的要因

生産・製造技術進展

- スマートアグリ、スマートファクトリーの進展

流通・販売技術進展

- EDIやPos端末や各種IT機器の導入進展
- 冷凍技術発達による高付加価値製品輸送
- 顧客管理高度化（B2Bキャッシュレス、会員制度など）
- 自動運転の普及

技術起点のビジネスモデル改革

- サプライチェーンの高度化進展
- マッチングプラットフォームの発達（生産者-顧客）

代替品の脅威

商流機能の代替品

- EC店舗運営代行業の拡大
- デジタルを活用した営業ツール（マッチングプラットフォーム）の台頭

金流機能の代替品

- 与信、売掛・買掛、資金回収等代行企業の成長
- マイクロファイナンスの進展

物流機能の代替品

- 3PL、低温物流事業者の進展
- メーカーによる共同輸送の進展

情報流・SCMの代替品

- B2B、B2Cのプラットフォーム（生鮮EC、フードバンク等）の台頭
- C2Cマーケットの拡大

S: 社会的要因

慣習

- 宗教・文化の変化 ・販売チャネルの違い（近代小売りが少ない）
- 特徴的な現地の商習慣

ライフスタイル変化

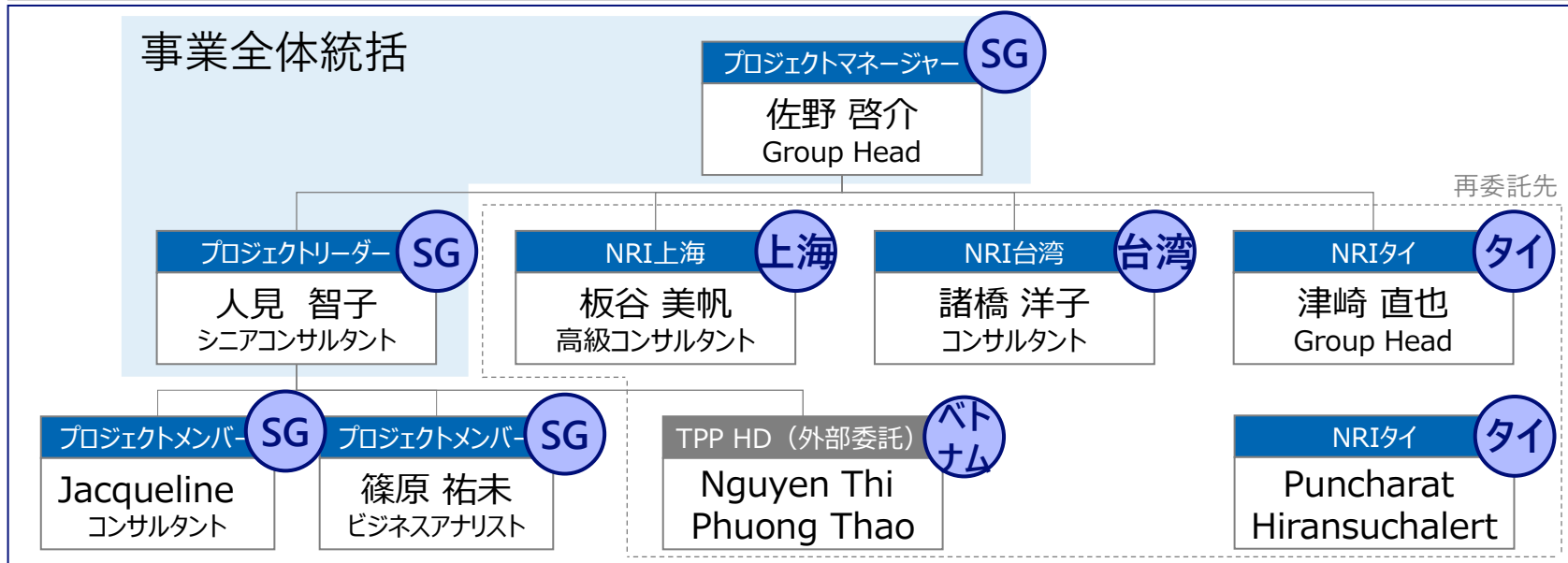
- 所得増等に伴うニーズ多様化・日本食への関心向上
- 健康志向の高まりに伴う日本食への関心向上
- 美容意識などその他要因の高まりに伴う日本食への関心向上
- 内食から外食・中食/food deliveryへのシフト
- メディア影響による食品消費動向変化 ・代替肉の進展

社会課題への対応

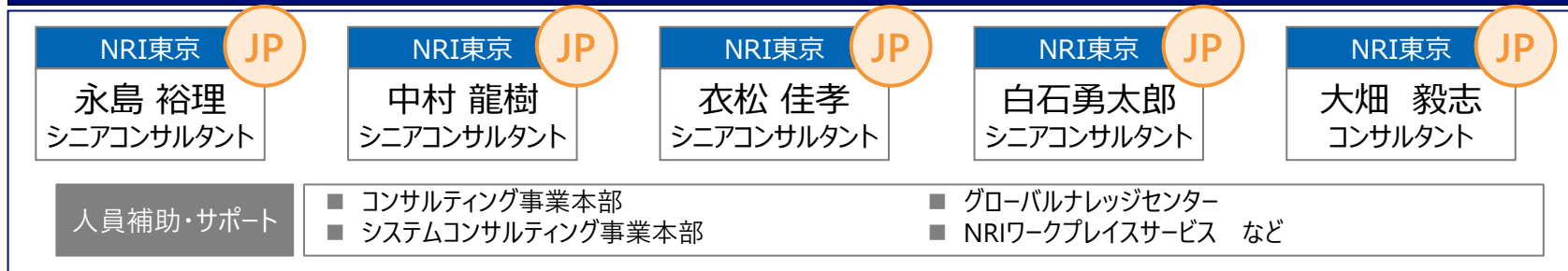
- ESG投資の高まり ・SDGsの高まり
- 労働者不足 ・カーボンニュートラル

野村総研のシンガポール・上海・台湾・タイ・東京の5拠点にて本事業を推進。
ご不明点あれば、お気軽に現地オフィスにお問い合わせください

野村総研プロジェクトチーム



野村総研（東京）バックアップ体制



各拠点テーマレポート
