

農業・食品関連産業の海外展開セミナー（東海）

日時：令和2年1月23日（木）14:30～18:05（受付14:00～）

場所：あいち国際ビジネス支援センター セミナールーム

（名古屋市東区中村4丁目4-38 愛知県産業労働センター（ウイंकあいち）18 階）

議事概要

1. 開会あいさつ（農林水産省 中田大臣官房審議官）

- ・ 人口の減少等により、今後の日本の食市場は横ばい、または縮小の傾向である一方で、世界の食市場は、途上国を中心に人口増加や生活水準の向上により今後も拡大することが見込まれている。
- ・ 日本が行ってきた途上国等に対する経済協力について、これまでは政府間協力を中心として生産などの川上の分野への支援が中心だったが、近年はASEAN等において流通や販売、消費など川下の分野への支援ニーズが多くなってきている。
- ・ これまでの生産に加えて、加工、流通、消費というフードバリューチェーン全体に対して、日本の優れた技術による支援の期待が高まっている。
- ・ 日本の農業・食品産業の安全・安心や高品質の優れた技術を持っているという強みを生かして、途上国において農業生産から加工、流通、消費に至るフードバリューチェーンの構築の支援を行うため、官民が連携して取り組んできたところ。
- ・ 取り組みを通じて、経済協力と民間投資の連携をして、途上国の経済成長の支援を行うとともに日本の農業、食産業の海外展開の後押しを行う。また、現在は日本食の輸出にも取り組んでおり、ハード、ソフトの両面から輸出環境の整備を推進している。
- ・ これらの取り組みを推進するためグローバル・フードバリューチェーン（GFVC）推進官民協議会を設置し、海外における投資ビジネス環境の紹介、海外展開にあたっての各種支援策の紹介、実際に海外進出をされている企業から経験を踏まえたアドバイスを頂き、さまざまな情報交換や意見交換を行ってきた。
- ・ この取り組みは平成26年から始めたが、協議会の活動は今まで東京のみで行ってきた。しかし、各地で優れた技術・ノウハウを持って海外投資に取り組んでいる企業が多くあることから、他の地域でも協議会の取り組みを進めることが重要と考え、今回は愛知県でセミナーを開催することとなった。
- ・ GFVC推進官民協議会は企業の海外展開等を支援するために設置した協議会で、現在全国で450を超える機関、団体企業に会員登録していただいている。登録企業に対し、セミナーへの参加や官民合同ミッションでの海外視察の案内をさせて頂く。登録をされていない企業の皆様には、ぜひ登録を検討していただきたい。

2. グローバル・フードバリューチェーン構築推進プランの説明

(農林水産省 国際部海外投資・協力グループ長 小島参事官)

- ・ GFVC構築に向けた取り組みは、日本国内の食関連の市場が横ばい、縮小していく中で、今後伸びてくる途上国、新興国を中心に海外の市場への展開を、官民で協力して進めていく取り組み。
- ・ 議論する場を設けるため、GFVC官民推進協議会を立ち上げた。参加している企業は食関連の中でも食品加工、外食産業だけではなく農業機械、冷凍冷蔵、種に関する企業など幅広い。また、大学や地方公共団体、ジェトロやJICAなど関係機関も参加している。
- ・ 協議会の方向性や戦略についての計画がGFVC構築推進プランである。2014年にGFVC戦略を策定した後、5年間の活動で得られた知見等に基づき、2019年12月に改訂した。新プランは、協議会の場で意見を出し合って策定したものである。
- ・ 新たなGFVC構築推進プランでは、「1. 各国・地域における取組の重点化」「2. 企業コンソーシアム形成・計画策定支援」「3. 地方企業の進出促進」「4. 輸出と投資の一体的促進」「5. スマート農業技術の海外展開の推進」について取り組んでいく。
 - 「1. 各国・地域における取組の重点化」については、国や地域ごとに戦略や取り組みを分けてプランを策定している。民間企業の進出があまり進んでいないアフリカ、ロシア、インドなどの地域は、複数の企業が連携した事業展開や企業の進出を促進していくことが重要だと考えている。また、企業の進出が進んでいる中南米などでは、円滑な事業のために相手国の規制の緩和やビジネス投資環境の整備が重要であると考えている。
 - 「2. 企業コンソーシアム形成・計画策定支援」「3. 地方企業の進出促進」については、優れた日本の技術やノウハウをパッケージで展開することが重要であると考え。1企業では進出が難しいケースでも、コンソーシアムに参加することで海外展開の機会を設けたいと考えている。地方の企業の方にも関心を持ってもらいたいと思い、本日名古屋でこのようなセミナーを開催したところ。
 - 「4. 輸出と投資の一体的促進」については、単に食品・農産物を輸出するだけではなく、FVC構築を伴う現地生産・加工や、店舗展開等の企業の海外展開と輸出とを一体的に推進することが有効であると考え、取り組みを支援していきたい。
 - 「5. スマート農業技術の海外展開の推進」については、今後は海外での需要が増えてくると考えられる通信インフラ環境や関連法制度などを把握した上で、それぞれの国、地域で、今後求められる技術を見極め、海外展開を推進していきたい。
- ・ GFVC戦略5年間の主な成果の1つとして「二国間プログラム」等がある。日本とベト

ナムの間で中長期ビジョンを策定したり、ミャンマーとの間でGFVC構築のための工程表を策定したりと、政府も交えて取り組みを進めてきた。

- ・ 協議会の活動の一環として、官民でミッションを組んで一緒に海外に展開する活動があり、今は相手国政府も交えて議論をしているところである。
- ・ 民間企業が海外展開をする際に、相手国のルールや規制などが障害になることがあると聞く。政府間での対応が必要なものもあり、協議会として官民で協力して問題解決に取り組みたい。
- ・ GFVC推進官民協議会の取り組みを広く知ってもらい、民間企業が海外展開する際には本協議会を活用してもらいたい。関心のある皆様がメンバーとなることを期待。

3. 海外への進出事例

(1) インド国 UP（ウッタール・プラデーシュ）州における農村開発の実際と弊社の関わり

（ミヤチ株式会社 代表取締役社長 宮地様）

- ・ インドの北部でネパールに接しているウッタール・プラデーシュ（UP）州で活動している。人口が約2億人（インドの人口は約13億人）で、ほとんどが農業従事者だ。インドには日本企業が進出している地域もあるが、UP州は日本企業の進出が少ない地域である。
- ・ インドは連邦制で中央政府と地方政府があり、法規制や税制度などが複雑である。
- ・ 弊社は愛知県の東三河にあり、創業から約60年たっている小さな会社である。
- ・ インドで政府とやりとりをする際に、さまざまな書類を提出した。英訳した登記簿謄本を公証人役場で認証することが求められた。
- ・ 事業の継続実績などが重要視されるようで、もともとインドでの事業展開は他社が行う予定だったが業歴や実績がなかったため、弊社が行うこととなった。
- ・ 弊社は食料や農業に直接関わっているわけではなく、食や農業に役立つ技術やノウハウを提供している。
- ・ インド進出を決定する要因は、現地に詳しい人物との人的つながり、IASという行政職員の存在、誤解もあったが自らが信用できるステップ、現地を視察することで見えた将来予測があったためである。
- ・ 法規制や税制度の違い、現地の人間とのコミュニケーションや習慣や考え方の違い、資金回収の不確実性などのリスクがある。現在のところ、一部の資金は回収できたが、完全に回収できるまでには至っていない。
- ・ 3年間の活動として、まずは農水省の方々などの協力を得て、日本製品や日本企業に興味を持ってもらうよう、さまざまな展示会に参加した。
- ・ UP州政府から受けている仕事が多く、時間や手間が3倍ほどかかる。相手が信用できるか確認が必要だろうが、民間同士の取引であればそこまでではなかったかもし

れない。

- ・ 政府の仕事をするにあたって、すぐに入札に参加できるわけではないので、UP州農業用補助金を利用し、太陽光パネル背負い式の、電動機付きのポンプが内蔵された噴霧器「Solar Power Sprayer」を納品した。UP州の郊外では電力供給が不十分である。電動の噴霧器があっても充電が難しいため、太陽光パネルを利用した。政府と契約後、日本の農協に相当するFPOという農業者団体を通じて販売した。
- ・ インドでの取り組みとして、インド企業から開発資金を調達して開発した「ミルクアナライザー」という製品がある。インドのミルク生産量は高いが、需要に対して供給が追いついておらず、価格も高い状況である。そのため混ぜ物ミルクが横行している。この問題を解決するために、本商品の開発を行った。2年の開発期間を経て、年内に販売予定だ。
- ・ ミルクを冷やす機械として「バルクミルククーラー」があるが、日本の製品について関心があるようだ。また、ミルクの加工についても、日本から進出できる市場があるように思う。
- ・ インドでは東南アジアでよく見掛ける淡水ナマズが食べられている。需要に対して供給が全く足りておらず、コールドチェーンもなく、ぶつ切りで販売している状況だ。「Solar Power Sprayer」での実績が認められ、UP州よりナマズ養殖事業の入札に参加し、落札した。太陽光を利用する予定である。文化や習慣が違うためか、建設工事がなかなか進まない状況だ。
- ・ 地元経済およびインドUP州の経済や雇用を促進し、インドと日本双方に貢献できたらと考えている。
- ・ インドではあらゆるものが足りていない。フードバリューチェーンやコールドチェーンがなく、市場で売れ残った食品は廃棄される。加工や物流について、日本の技術やノウハウが貢献できることはたくさんあると思う。日本がワンチームでインドの大きな市場に取り組むことが必要だと考える。

（２） 愛知県食品企業の海外展開について

（愛知県食品輸出研究会 株式会社秀農業 代表取締役 加藤様）

- ・ 私が理事を務める愛知県食品輸出研究会は、愛知県の食品を取り扱う中小企業37社が連携して、海外進出に取り組んでいる。以前は農水省からの補助金を利用し、特認団体を取って、海外の百貨店で催事を行っていた。現在はネット通販が多くなっているため、海外のシェフを招待してレストラン向けのイベントなどを行っている。
- ・ 弊社は米とイチゴの生産から、世界的にイチゴのコンサルティングを行う会社である。私は13年前にIT業界を辞めて農業を始めた。日本の農地は狭いため、日本で農業をしながら海外にも展開してきた。輸出、提携、出資、進出の4パターンで事業

を進めている。

- 輸出では、10年ほど前に香港総合デパートでイチゴの催事販売をしていた。海外でイチゴをそのまま販売しても売れないので、現地で加工してイチゴ大福を販売していた。
 - 提携では、リンゴジュースメーカーである中国・海昇と連携し、中国の消費者向けのイチゴ生産についてコンサルティングを行った。
 - 出資では、パートナーと連携して、香港でパンやスイーツ店へ出資している。また、イチゴを使ったスイーツの研究をしていた。
 - 進出では、上海市農業科学院でのイチゴ生産、ブルキナファソでイチゴ生産・販売を目指した取り組みを行っている。
- ・ 課題として、輸出については大きな利益につながらないこと、提携についてはコンサルティングを行っても効果が出るのに時間がかかること、出資については出資者間で争いが起こる、進出については日本で農地が借りられない、などがある。
 - ・ 日本の農地は小さい。世界のマーケットに対抗するため、日本でも大規模に農業ができるよう農水省と協力して規制を変えていければ。
 - ・ 新たに開拓する市場として、西アフリカのブルキナファソに注目している。ここでは50年前からイチゴが作られている。政情不安で少し危険な地域であり、弊社でもアジア圏以外での事業は初めてであったため、JICAの支援を受けることにした。また、農林中央金庫から運転資金のサポートをしてもらっている。
 - ・ ブルキナファソではイチゴの産地育成を行っている。現在、生育しているイチゴの品種特性を把握できず、生育肥培管理、病虫害対策もなく、ただ植えてあるだけの状態である。生産性が低く、イチゴを販売する市場もない。弊社では生産性を上げるよう研究を進めているところだ。最終的には機材を持ち込み、収穫したイチゴをピューレ加工してフランスで販売することを考えている。
 - ・ アフリカではイチゴのマーケットがないため、日本の他社と協力して取り組めればと考えている。

(3) モロッコでの製茶協業の取組

(丸善製茶株式会社 代表取締役 古橋克俊様)

- ・ 2018年にモロッコ現地法人を立ち上げ、2019年6月に営業許可が下りた。会社をつくること自体はスムーズで、現地に到着して3日ほどで工場の計画まで決まったほどだ。
- ・ 弊社は農家が作ったお茶を仕入れて、製茶し、販売している。各種包装茶の製造販売、茶専門店への原料の卸と、ティーバッグ加工などを行っている。
- ・ 関係会社のMaruzen Foods (Thailand) では、タイのチェンライで、お茶を作っている。タイのシンハー・ビールを製造しているブンロート・ブリュワリー社とわれ

われで株を持ち合っている。日本の機械を持ち込み、畑を管理して、最終製品まで作って販売している。一部輸出しているが、タイ国内でほぼ消費している。

- ・ モロッコでの事業は、お茶の製造過程における最終工程である茶葉の火入れと選別をして、最終製品にすることだ。お茶の賞味期限は火入れをしてからだといわれており、香や味が決定するので、この工程を消費地の近くで行うという計画だ。
- ・ モロッコでは、現地でティーバッグ加工を行う「SITI」という会社と共に事業を行っている。IMPEPACKでは包装資材を作っている。デジタル印刷機を用いて、アルミの袋や、生分解性資材などを用いたものを作り始めている。impelabでは農薬検査や微生物検査を行っている。BagFilterでは、ティーバッグのタグをフィルターに付ける仕事をしている。フィルターにデザインをする場合は、インペパックに担当してもらい、グループ内で完結できるようにしている。他にも、物流の会社や缶の製造会社などがある。
- ・ 資料には記載がないが、Maruzen Tea Moroccoとフレーバーの会社がある。ティーバッグの加工から資材、フレーバーなど、全てをグループ内で賄うという計画である。
- ・ 缶は後から色を付けることで、小ロットでいろいろなデザインが作れるようになっている。
- ・ モロッコではミントティーが飲まれることが多く、弊社ではミントを作っている。ミントティーは、安い中国茶に大量のミントと砂糖を入れて飲むのが一般的である。
- ・ ティーバッグを製造する機械は全て日本から入れている。日本に対して信頼が高い。ティーバッグについては900人が働く工場が2工場ある。ナイロンのティーバッグだけではなく、布製のものも作っており、高級路線のティーバッグを作っている。
- ・ ヨーロッパから来た顧客に1週間滞在してもらえれば、日本茶の火入れから包装資材、ティーバッグ加工まで、全ての工程ができる体制を整えている。
- ・ 日本の機械をモロッコに持ち込んだが、現地許可に違反している箇所が多くあり、修正と書類の提出、打ち合わせに労力を使った。機械に使われているパーツや、使用する包装資材などの安全衛生証明書の収集などに非常に苦労した。
- ・ 国に資材の登録をしなければならず、お茶に使われるアルミ、紙、プラスチックはそれぞれの安全衛生証明書がなければ輸入許可が下りなかった。
- ・ ヨーロッパにお茶を送る場合、農薬検査は厳しいが書類がなくても通関には通る。しかし、モロッコの場合は、安全衛生証明書がないと通関を通してくれない。
- ・ 機械の輸入については、ねじの部品1つが何でできているか、安全衛生証明書が求められた。日本から機械を送った後に現地にてアルミで囲ったり、お茶の上のベル

トコンベアにオイル受けを作ったりと、営業許可を得るのに半年を費やした。また費用もかかった。

- ・ 現在は営業許可を得られ、世界中からバイヤーが来ている。いろいろなお茶屋に使ってほしいと思い、展示会などに参加している。
- ・ 農産物の輸出をする場合、厳しい農薬検査や言葉の問題もあり挫折するケースが多いようだ。弊社では、自社ブランドのための小ロットにも対応でき、農薬検査を通った茶葉を送っているので農薬の問題もクリアできる。ぜひ弊社を活用してもらいたい。
- ・ アフリカでは中国茶がマーケットを占めており、日本茶で対抗したいと考えていたが、価格で折り合いがつかないため高価格帯を狙って、ヨーロッパや中東も含めて営業をしている。

(4) アフリカにおける豊田通商の取組

(豊田通商株式会社 アフリカ企画部 事業アライアンスグループ グループリーダー 矢藤様)

- ・ 私は豊田通商のアフリカ企画部の事業アライアンスグループに所属して、他の営業本部のアフリカ進出や、日系企業のアフリカ進出を誘致することに携わっている。2015年から2018年にかけてアフリカのザンビアに駐在して、主に農業関連の仕事に関わっていた。
- ・ 豊田通商がアフリカ事業を始めたきっかけは、2001年に英国のロンロー社から自動車の販売事業を買い取り、アフリカで自動車販売を始めたことである。その後、2012年にフランス国最大のアフリカ専門商社CFAOの株式を取得することとなり、アフリカ全域をカバーできる体制が出来上がった。
- ・ 豊田通商の営業本部は商品割であるが、2017年にアフリカでの事業を推進するために、営業本部と同等の位置で地域軸のアフリカ本部を設けることとなった。
- ・ 現在のアフリカ事業は自動車、ヘルスケア、消費財、テクノロジーなどで、各事業にパートナーが付いており、全ての事業はCFAOの下で行っている。
- ・ 自動車以外の事業では日系のパートナーが少なく、共に事業を進める企業があればと思っている。
- ・ 2019年の11月に南アフリカの自動車販売会社を買収し、現在は従業員数が2万1,000人、グループ会社企業数は約200社、売り上げが約8,000億となっている。従業員の数は約3分の1がアフリカ人で、売り上げは15%がアフリカから上がってくる。
- ・ 営業として事業を行う以外にも、CSRの側面から、またアフリカ発展に貢献するために、トヨタケニアアカデミーで人材育成を行っている。2020年2月にはアンゴラにもアカデミー活動を展開する予定である。
- ・ 事業を海外へ展開する際に重要なことは、アフリカのためになるかということと、

事業方針が国の長期的なポリシーに合っているかということだ。ケニアでは、2030年に向けてビッグ・フォーといわれる国の課題があり、食料と栄養に関して確実に自国で賄えるようにしようという目標がある。肥料関係の事業、農業関係の事業は、事業方針と国のポリシーが合致することを確認した上で、案件を進めている。

- ・ 東アフリカの人口は、2020年では4億5,700万人で、2050年には8億9,000万人と倍増するといわれている。アフリカは食料輸入国だが、人口が倍増したことにより食料が不足する状態となる。これを回避するためにも、弊社は何か貢献できないかと考えている。
- ・ 1960年の農地の面積と単位当たりの収量（イールド）を100としたとき、アフリカでは農地面積は2.4倍に増え、イールドが1.5倍に増えた。一方、東南アジアでは農地面積は20%増え、イールドは2.6倍に増えた。土地、流通、発展の速度など状況は異なるが、アフリカの農業を効率化することでまだ収量を伸ばせるのではないかと、弊社の力が発揮できるのではないかと考えている。
- ・ 農業の機械化については、機械があればよいというわけではなく、機械を使う人、機械を直す人、機械を入れるタイミングを判断できる人、農業に関する知識も必要になってくる。機械と人の両方を育てていく必要がある。
- ・ 肥料についても、適切に取り扱うことが必要だ。農業生産者に適正な肥料を理解してもらうよう、取り組みを進めている。
- ・ トラクターや肥料については、既に取り組みを始めている。今後はフードロスの問題や、貯蔵、流通、食品加工の分野に取り組むことを考えている。
- ・ ケニアでの肥料の事業について紹介する。
 - 肥料は作物によって必要な栄養素が異なるが、ケニアでは全ての作物にメイズ用の肥料が使われている状況だった。そしてこのことが土地の酸化を進め、土地が痩せてしまっていた。
 - メイズはケニアでは主食として食べられているが、フライドポテトやパスタ、肉など食の洋食化・多様化に対応していくため、ケニア政府の理解を得て、弊社の配合肥料の会社に取り組みを始めた。
 - 2016年に、ケニアの一大穀倉地帯であるエルドレットに工場を造り、配合肥料の生産を開始した。
 - 生産量は、2017年が5,000トン、2018年が2万トン、2019年度が約4万トン弱の予定だ。第1段階の目標として、10万トンの生産を目指している。
 - 現在のケニアの肥料は約65万トンの市場があり、大手として競争できるようになりたい。
 - 今はエルドレットの工場で加工販売をしているが、今後はナイロビ近郊や、輸出入品が入ってくるモンバサ港、ウガンダやタンザニアの市場にも展開していきたい。

- 肥料についての取り組みは、ケニアの土地の研究から始めた。土地の特性を踏まえ、各食物に必要な栄養成分のバランスやコーディングなどを調整して、商品が出来上がった。
- 農業生産者に肥料を理解してもらうための活動には力を入れた。政府やNGOの農業指導をされている方などから後押しをしてもらった。
- 失敗を恐れている農業生産者に対して、どうやったら肥料を使ってもらえるようになるかということが大きな課題だった。
- 2018年に農水省から支援を頂き、農業生産者向けのフィールドデイを行った。肥料の説明をして、サンプルをたくさん配り、実物を見てもらう。収穫のタイミングで再度フィールドデイを行い、サンプル肥料を使った人からのコメントをもらった。信頼できる身近な農業生産者からの「使って良かった」という声を広げて、消費を広げていこうと考えている。
- ケニアの米の産地であるムエアでは、JICAと共に取り組んだプログラムがある。もともと1種類の肥料しか使っていなかったところを、ケニアの米の生産に合わせて、植え付けのときに使う肥料と追肥で入れる肥料と、1つの畑で何度も肥料をまく習慣をつけるようにした。その結果、弊社はケニアで、米の肥料のナンバーワンサプライヤーとなっている。
- 農水省やJICAに支援してもらいながら、事業を進めてきた。日本の信頼の下で活動することによって、弊社に対する信頼、商品に対する信頼を獲得してきた。
- お米について、弊社の肥料を使うことで収量が12%増えた。ヘクタール当たりでは、ケニア・シリングが1円として、2万8,000円の所得増につながった。もともとヘクタール当たり250キロ肥料を入れていたが、弊社の配合肥料では175キロとなった。また、肥料の価格も他と比べて安いため、収量の増加とコストダウンが図れ、メリットを感じてもらえている。
- ジャガイモについては、弊社の肥料は、もともと使っていたものと量は変わらないが、生産量が倍増する。農業生産者に広がってきており、生産量、販売量の倍増につながっている。
- 肥料だけではなく、土地の状態を知るためのpHチェッカーメーカーや、酸化が進んだ土地を中和させるための石灰を販売するなど、肥料を有効に活用するためハンドブックを提供している。
- 農業をさらに効率化していくために、肥料事業とトラクター事業を同じグループで行うことで相乗効果が生まれている。
- 生産量を増やすためには、肥料だけではなく農業生産者の教育も大切だ。肥料だけで20~30%増え、教育を含めた取り組みを行うことで50~60%の生産量増加となる。

- JICAのプログラムでダム建設が進んでおり、これによりさらに生産量が増えるようになる。ケニアにおける米やイモの生産について、日本のさまざまな取り組みをベースに、弊社の取り組みを推進することで、ケニアの農業生産者に大きく貢献できていると思う。
- ・ 新しい試みとして、電力事業を始めた。
 - ケニアの無電化地帯に電気を供給することを始めた。電力を供給するだけでなく、ここで産業を興し、そのことによって電力の消費を高める取り組みを行っている。
 - 現状は17サイトでオペレーションしているが、今年中に70サイトまで増やし、電気にアクセスできる人間を2万人まで増やすことを目標としている。
 - 産業としては養鶏を考えている。ひよこ、餌、ワクチン等の準備は弊社で行い、生産者には小屋を用意してもらう。1ロット当たり1,500匹ぐらいの鶏を育ててもらい、パワーハイブという弊社の電力会社が鶏を買い取り、市場に流通させる。
 - 農業では、弊社で農地をドリップ・イリゲーション状態にして、農地をまとめて2ヘクタールの規模でイリゲーション農業を行う。収穫したトマトをEVカーに載せて、市場で販売している。
 - 商社として、市場に頼らず直接ユーザーにつながる販売の仕組みも、一緒に考えて、取り組んでいる。
 - アフリカの田舎の農地で、EV化を進める、太陽光エネルギーを使った新しい試みをする。新しいテクノロジーを入れることで、村自体が豊かになるという試みを行っている。
- ・ 弊社は、「withアフリカ、forアフリカ」、アフリカの人たちと一緒に、アフリカのためになることをやろうという気持ちで事業に取り組んでいる。

<質疑応答>

質問（農林水産省 国際部海外投資・協力グループ 川上課長補佐）：皆さんの事業は現地でどのように受け止められているのか。例えば、豊田通商の肥料の事業は、ケニア政府はどのように受け止めているか。丸善製茶の日本茶は、モロッコのターゲット層はどのように捉えているのか、単なる日本茶としか捉えてないのか宇治茶のように細かなバリエーションで分析されているのか。イチゴに関して、こういったところにビジネスチャンスがあるのか。一言ずつ頂きたい。

回答（豊田通商株式会社 アフリカ企画部 事業アライアンスグループ グループリーダー 矢藤様）：農業生産者には喜んでもらっている。ケニアの政府からは、配合肥料にも補助金を出し、効果が上がっているブランドを2〜3つ特定して入札対象にす

るなど、実績を評価していただいている。他の州政府からも声が掛かり、販売が展開している。今はいい循環に入っているように思う。

回答（丸善製茶株式会社 代表取締役 古橋様）：モロッコは昔からお茶の集積地であり、アフリカの国王が外遊するとき他の国からお茶を買うことの意志を示している。弊社の事業は、お茶の中心地になりたいという国の方針と合っているのではと思う。宇治茶といったブランド茶のニーズはあり、事業を立ち上げたばかりだ。まずは農薬基準をクリアするところに重点を置いている。一般的な一番茶、二番茶、番茶、その浅蒸し、深蒸し等を用意している。宇治茶が欲しいとか、鹿児島のお茶が欲しいというような問い合わせも来ている。全て品目を取り扱うことは難しいので、他のお茶屋と一緒に取り組めればと考えている。

回答（愛知県食品輸出研究会 株式会社秀農業 代表取締役 加藤様）：ブルキナファソでイチゴをどう捉えているかについて、3つの視点から回答する。1つ目は、王族の視点。王族の方は非常に興味があって、自分でイチゴ農場を造ったほどだ。今後も弊社とプライベートセクターとのやりとりは続けていこうと考えている。2つ目は、現地の農業省の視点。日本の生産局に相当する部署はあまり興味を示すことはないが、食料産業局に相当する部署は加工について一生懸命やりたいということでアプローチを受けている。加工場、加工工場、設備への補助、食品加工企業とのマッチング等々も進められているところである。3つ目は、農業生産者の視点。もともとイチゴ生産に関しては40年の実績があり、生産に対して非常に自信がある。農業生産者はプライドが高いので、商品化技術、パッキングの勉強をしてもらってもいいかなと考えている。

質問（矢崎総業 地域密着事業部 部長 尾林様）：加藤様にお尋ねしたい。弊社は自動車部品メーカーでワイヤーハーネスを作っている会社だ。部品は世界中で展開しているが、農業という大きな市場まで届いていない。国内の新規事業ということでトマトやベビーリーフなどを作っているが、部品メーカーがやっているためなかなかうまくいかない。海外に事業を展開する中で、加藤様の肌感覚として、どういう事業が一番うまくいくのか教えてほしい。現地での製造なのか、コンサルティング事業なのか、それとも現地の企業と提携することなのか。話せる範囲でよいのでお聞きしたい。

回答（愛知県食品輸出研究会 株式会社秀農業 代表取締役 加藤様）：上海で、御社の現地法人の立ち上げをされていた方がおられて、お世話になった。大変精力的に現地を開拓されるいい会社だなと思っていた。海外展開がうまくいくポイントとして

は、やはりパートナーを大切にすることである。いい人と出会えば事業は展開すると思っている。企業ではなくて人だと思っている。その人が、現地生産で日本産の8掛けぐらいの値段で、現地価格の1.7倍ぐらいで売れると、一番うまくいくのかなと思う。自動車の事業展開と同じようなパターンだ。イチゴも、現地生産で日本産よりちょっと安いけれど、現地よりずっと高い価格で売るといのがよいかと思っている。国によって資本政策は異なるので、悩むところだ。

4. 民間企業の海外展開に係る各種支援策の紹介

(1) 新輸出大国コンソーシアムとジェトロ専門家による海外展開支援サービスのご案内

(ジェトロ名古屋貿易情報センター 田中様)

- ・ 今年度の新輸出大国コンソーシアムの枠組みと、ジェトロの専門家による海外展開支援サービスについて紹介する。
- ・ 新輸出大国コンソーシアムは、ジェトロで継続している事業で、今年で4年目となる。コンソーシアムは共同体という意味で、政府機関やジェトロ、自治体などが共同体となって企業の海外展開を支援する取り組みである。
- ・ 企業を支援するコンソーシアムには、自治体の他にも、金融機関や中小機構、商工会、人材関係のAOTS、知財関係のINPIT、また貿易保険のNEXIなど、多数の機関に参画していただいている。
- ・ 企業の貿易や海外進出の情報・問題について、自治体が聞き取り、ジェトロを紹介する。紹介を受けたジェトロでは、企業の海外展開の現状をあらためて聞き、状況に応じてジェトロのサービスや、適切だと思われるコンソーシアム参加企業、参加支援機関のサービスをご紹介しますという流れだ。
- ・ 支援機関のサービスの中でも、支援の期間が決まっているものを利用した企業が、継続したり、別の機関の支援サービスを利用したりする場合もある。
- ・ 企業が海外展開を始めようとする際、もしくは始めた際に、いろいろな疑問や相談が発生し、時にはトラブルなどが起こることもある。段階や課題に応じて支援は変わってくるので、ぜひジェトロを活用してもらいたい。
- ・ ジェトロとJICAの違いについて。JICAの正式名称は国際協力機構で、日本の政府開発援助を一元的に行う実施機関として、開発途上国への国際協力を行っている。その一環として、企業の途上国への展開を支援するサービスを持っている。一方、ジェトロの正式名称は日本貿易振興機構で、海外ビジネスの情報提供や、中堅・中小企業の海外展開支援、対日投資の促進などに取り組んでいる。
- ・ 新輸出大国コンソーシアムは、海外ビジネスについてどこに相談したらいいかわからないという声を受けてできた。窓口であるジェトロに連絡してもらえれば、参画機関全体のサービスの中で最適と思われるサービスを案内することができる。

- ・ 今年度のジェトロの専門家には、新輸出大国コンシェルジュ、新輸出大国パートナー、新輸出大国エキスパート、貿易投資アドバイザー、プラットフォームコーディネーター、輸出プロモーターがいる。進出する国は決めていて、輸出等の取り組みを始めたところだが、ノウハウもなく苦戦している、アドバイスが欲しいという企業には、新輸出大国コンソーシアムのパートナーによるハンズオン支援を勧めたい。
- ・ 新輸出大国パートナーによるハンズオン支援は、パートナーと呼ばれる専門家を1企業に対して1人選び、寄り添いながら海外展開を手伝うサービスだ。今年度分は募集を終了したが、来年度もほぼ同じ内容で提供予定である。審査があるが、採択されると、月に1度パートナーとコンシェルジュが企業を訪問し、チームをつくって海外展開を一緒に進めていく。国内外での商談同席も、企業の希望に合わせて支援する。企業、支援機関、パートナー、コンシェルジュが1つのチームとなり、海外展開の成功を目指していくのがハンズオン支援である。
- ・ コンソーシアムにはエキスパートと呼ばれる専門家がおり、ソート分析を通した海外戦略の策定や、貿易実務、商談支援、基準、認証、法務、税務に関してのアドバイスを行う。海外の方と商談するにはそれなりの基礎知識を持って商談をしていく必要がある。貿易実務や相談支援のエキスパートとの面談により、1回2時間程度の説明を受けることも可能である。コンソーシアムの専門家であるパートナーやエキスパートは、共に費用は無料となっており、企業の負担はない。
- ・ 今年度から、高度外国人材の活用にも力を入れている。高度外国人材に知見のある専門家が、外国人材の採用手続きや、在留資格所得に関する支援を行っている。
- ・ 高度外国人材とは、技能実習生とは違い、専門的技術分野に相当する業務を行う外国人材のことである。中でも技術、人文知識、国際業務を担う場合が多く、日本に中長期間滞在するに当たって、入管法の定めに基づき在留資格を取得することが必要となる。人材の採用活動から定着までをサポートする取り組みもあるので、申し込みがあればジェトロの高度外国人材のコーディネーターが中心となり支援する。本年度の募集は終了しているが、興味があればメルマガで案内するので、ぜひ登録してほしい。
- ・ コンソーシアム事業の専門家であるパートナー、エキスパートに支援を受ける場合、審査や日程の調整があり、面談設定までに時間がかかる場合がある。ビジネスの状況によってはなるべく早めに相談したい、回答が欲しいという場合に活用してもらいたいのが、ジェトロ各事務所に配置されている貿易投資アドバイザーである。
- ・ 貿易投資アドバイザーは、輸出入の手続きや契約方法について知りたい、クレーム、契約解消など、トラブル対処法を知りたい、そういう悩みのある企業からの相談を受けている。
- ・ ジェトロの各事務所では貿易投資アドバイザーを常駐させている。貿易投資アドバイザーへの相談は、ジェトロホームページより申し込み可。3営業日以内に返事する

ようにしている。希望があれば 30 分から 1 時間程度の面談で回答することも可能だ。「ジェトロ名古屋貿易相談」でインターネット検索してほしい。

- ・ 海外のジェトロ事務所にも専門家がおり、現地での知見やネットワークを生かしてサポートしている。興味があれば、最寄りのジェトロまで問い合わせしてほしい。
- ・ 農林水産・食品分野の専門家による支援について、伴走型支援を希望の場合は、農林水産・食品分野の輸出業務について知識、経験を持つ専門家による支援がある。企業と相談の上で、最適な専門家を決める。
- ・ その他のジェトロのサービスとして、常時ホームページにて国情報を提供している。その国の輸出入、進出に関する基本的な制度や規制、セミナーや展示会、進出に関するさまざまな情報を掲載している。視察のため海外に行かれる場合は、ジェトロの海外事務所で最大 1 時間にわたり、一般情勢や商習慣のブリーフィングを受けることもできる。ジェトロのホームページに案内が掲載されているので、ぜひジェトロホームページを活用してほしい。
- ・ コンソーシアム事業のうちパートナーによるハンズオン支援については、今年度の募集は終了しているが、来年度も継続する予定である。募集開始となったら、ジェトロのホームページやメールマガジンで案内する。
- ・ 海外展開を考える企業が、コンソーシアム事業やジェトロや参画機関のサービスを活用することで、海外の輸出、進出がよりスムーズに進めることができればうれしく思う。
- ・ ジェトロでは 2 月 4 日火曜日に、食品輸出商談セミナーを開催する。輸出商談会においては、事前に自社の商品が相手国に輸出可能かどうか調査し、商談に臨むことが重要だ。また、EC の台頭に伴い、新たな販売戦略の策定も重要だ。今回のセミナーでは、食品輸出に係る制度、検疫、規制等を説明するとともに、umamil 株式会社 COO の松原様を招いて、EC ビジネスについて説明してもらう。初めて食品輸出に取り組む事業者のみならず、新たに食品輸出の計画をする人、EC ビジネスに関心がある人にも参考となる内容だ。受講料は無料、先着 20 名となっているので、興味があれば早めに申し込みしてほしい。

(2) 海外展開のための JICA 事業の支援内容

(JICA 中部センター 連携推進課 課長補佐 青木様)

- ・ JICA の拠点は北海道から沖縄まで 15 カ所あり、国際協力機構中部センターは愛知と岐阜、三重、静岡の 4 県を所管している。連携推進課は企業をはじめ、NGO や大学、自治体、青年海外協力隊に関する業務を担当して、国内のリソースと途上国をつなげる窓口を務めている。
- ・ JICA は ODA の実施機関として、途上国で大規模なインフラの開発をしたり、空港を造ったり、鉄道を通したり、発電所を造ったりというようなものから、草の根レベ

ルの青年海外協力隊まで幅広い事業を実施している。

- ・ 長年の国際協力の事業を通じて、拠点は途上国を中心に海外に約 100 カ所ある。専門家、海外協力隊、日本国内においてさまざまな協力を頂いている人とのネットワークもあり、情報も集まる。これが JICA の強みの一つだと思っている。
- ・ 今、JICA では、大きなインフラの開発や新聞で話題になるような事業に加えて、課題解決型のビジネスを支援して途上国の開発を進めていくというアプローチに、非常に力を入れている。
- ・ ODA が増えない一方で、個人送金を含め途上国に流入する資金が圧倒的に増えている中で、JICA だけで途上国の開発に取り組むよりも、民間企業をはじめとする様々な組織・団体と連携していくことが非常に重要だと考えている。
- ・ JICA の強みである拠点やネットワークと、日本企業が持っている技術やアイデア、資金をうまく組み合わせて活用していくことで、途上国の発展に貢献していくことに力を入れている。
- ・ フードバリューチェーンの開発支援事業について、これまでの **Product Out** から、市場が求めるものを生産して、付加価値を高めて流通させていく **Market in** アプローチに転換して、市場志向型の農業を実現すべく、支援を進めている。
- ・ 農業投入材、生産、加工、流通、消費、マーケティングを結ぶフードバリューチェーンの構築を支援する事業を進めており、東南アジアだけでも 40 件以上、全体で 50 件以上実施した。
- ・ 安心安全な農作物、AI や ICT の新しい技術を使ったスマートフードチェーンの構築に向けた支援なども進めている。
- ・ 東南アジアにおいては、ミャンマーやタイ、カンボジア、インドネシア、ラオスでフードバリューチェーンの案件がある。残留農薬の分析から、コーヒーやイチゴ、稲作の生産性向上及びマーケティング強化まで、幅広い分野で協力している。
- ・ 途上国の関係者を日本に招へいして、数週間から長い場合は数か月かけて該当するセクターの座学やさまざまな現場を視察し、アクションプランを作成する研修事業を実施している。
- ・ 日本国内において既に商品化、流通しているビールの製造から出る副産物を活用した農業資材の途上国での導入をするための実証試験に協力すべく、去年はアサヒグループホールディングスと連携協定を結んだ。このような環境に優しいイノベーションな民間技術を技術協力の中で導入する取り組みを開始している。
- ・ JICA だけでは途上国の開発を十分に進められない中で、企業と連携して取り組みを進めていくため、途上国の問題解決ニーズと、日本企業の海外展開ニーズのマッチングを支援している。
- ・ JICA は、ビジネスの海外進出に至る一連の流れの中で、現地調査の段階を支援する制度を運用している。

- ・ 中小企業・SDGs ビジネス支援事業は、現地の状況を調査する「基礎調査」、相手国政府への打ち込みやビジネスモデルの素案を策定する「案件化調査」、機材の実証やビジネスモデルの検証を行う「普及・実証・ビジネス化事業」の 3 つに分かれる。
- ・ 「中小企業支援型」は中小企業に使っていただくスキームで、大企業向けの「SDGs ビジネス型」支援とは予算が異なるが、趣旨としては同じものである。
- ・ 支援事業は委託事業で、半年に 1 度ぐらい募集をしている。直近では 10 月に公示をした。例年次は 4 月頃に公示している。企業から企画書を提案してもらい、審査をして採択をする。採択後に、JICA の調査として業務委託して実施してもらう。ミヤチ株式会社や秀農業に利用してもらっている制度だ。
- ・ 企業独自の展開では相手側政府との交渉などでビジネスがうまく進まないケースでも、JICA の事業ということでビジネスがスムーズに進むこともあるようだ。
- ・ 基礎調査は、現地の状況を調査するもので、上限が 850 万円である。負担経費は、外部人材の活用費、現地に行くための旅費、現地の通訳や移動などの活動費が含まれている。外部人材の活用費とは、先ほどの秀農業の事例で、NRI の人や農業の専門家を外部から招いたという発言があったが、自社だけで十分に人を賄えない、または専門的な知見が足りないということがあある場合、外部人材に入ってもらった場合に活用できる人件費である。
- ・ 基礎調査の事例として、三重県の宏輝システムズがタジキスタンで実施した調査を紹介する。
 - 宏輝システムズは薬品の原料製造や販売をしている企業だ。
 - 甘草という漢方は中央アジアやロシアで多く製造されており、タジキスタンのマーケットや農家などの現地の状況を調査するに当たって、この制度を利用して、その後の事業につなげていただいた。
 - 東南アジアはインターネットでもある程度情報が得られるが、中央アジアやアフリカ、中南米、南アジアなど、なかなか情報が得にくい国では、基礎調査を活用してもらえと思う。
- ・ 案件化調査は、ビジネスモデルを精緻化する、相手国の政府と関係をつくる、本邦研修などの目的で使える制度だ。外部人材の費用や旅費、本邦受け入れ活動の費用を支援する
- ・ 先ほど秀農業のブルキナファソでの事業は JICA の案件化調査である。
- ・ 普及・実証・ビジネス化事業は、機材を現地に持ち込んで、ビジネスモデルの検証を調査する場合に利用できる制度で、基礎調査・案件化調査の経費項目に加え、機材を購入するための費用も支援する。
- ・ 静岡県の落合刃物と寺田製作所、静岡機械製作所の提案で、ケニアで実施した普及・実証・ビジネス化事業の事例や、トヨタ自動車と楽天がルワンダでドローンを使った高付加価値農作物輸出に取り組む事例などがある。農業生産性だけに限らず、フード

バリューチェーンに関わる幅広い事業の案件を採択している。

- ・ 倍率は公示のタイミングにもよるが 3 倍から 5 倍程度だ。申請すれば採択されるわけではないが、中部センターの民間連携班からアドバイスすることもできるので、関心があれば気軽に JICA に問い合わせしてほしい。
- ・ その他の支援メニューを紹介する。
 - 自治体や大学と連携して現地で人材育成をする、ビジネスより現地の開発に近い場合には、「草の根技術協力事業」という制度がある。
 - 青年海外協力隊を雇用することもできるし、人材育成の観点で自社の社員に青年海外協力隊で活動してもらうという、企業にカスタマイズしたスキームもある。
 - 世界で活躍できる人材を探す際に、JICA が運用している「PARTNER」という求人サイトの利用も検討してほしい。国際協力に関心のある人たちが登録している無料の求人サイトである。
- ・ その他にも JICA のウェブサイトでは詳細について記載があるので、ぜひ活用してほしい。

(3) 中小機構の海外展開支援

(中小機構 中部本部支援推進課課長代理 山崎様)

- ・ 独立行政法人中小企業基盤整備機構は、略称を中小機構と言い、日本の中小企業政策を実施する機関である。
- ・ 本部、地域本部、事務所が全国に 11 カ所あり、研修を行う中小企業大学校が全国に 9 カ所ある。中部地区には、名古屋に中部本部、瀬戸市に中小企業大学校瀬戸校がある。
- ・ 職員は 800 名。中小企業診断士、弁護士、公認会計士、税理士など、さまざまな資格や経験のある専門家 3,200 名に登録していただき、協力して中小企業の支援をしていることが大きな特徴である。
- ・ 起業・創業期、成長期、成熟期と、各ステージに応じた支援メニューがある。またステージ共通として、経営相談、専門家派遣、人材育成、情報提供、資金提供といったメニューの他、どのような段階でも利用できる共済制度、震災の際には震災復興支援も行っている。
- ・ 海外展開支援メニューはさまざまあるが、一貫して利用できる「国際化支援アドバイス」がある。その他に、ウェブサイトを通じた情報の提供や海外展開セミナーの開催、大学校での人材育成や研修を行っている。
- ・ 海外展開推進の段階になると、伴走型の国際化支援アドバイスや、海外から企業経営

者を招聘して商談会を行う海外 CEO 商談会、無料のビジネスマッチングサイトである「J-GoodTech」、国内で開催される展示会への出展支援を行う展示会出展サポートなどがある。

- ・ 伴走型の国際化支援アドバイスは、専門家が企業と協力して数か月にわたる支援計画を策定し、計画に沿った支援を行う。専門家が訪問してアドバイスをし、必要な場合は海外の現地調査に同行してアドバイスすることも可能である（専門家の謝金の一部を負担する必要あり）。
- ・ 中部本部では国際化支援アドバイザーを 4 名配置している。4 名に知見がない国や分野の場合は、海外在住 160 名を含む 400 名の専門家を活用して、最適な支援を提供する。
- ・ 「海外ビジネスナビ」では、海外ビジネスに関する実務情報や成功事例を紹介している。
- ・ 地域の中小企業の支援機関や金融機関、業界団体と共催で海外展開セミナーを開催している。
- ・ 「ebiz」という e コマースを活用する人向けのポータルサイトで、海外 EC についての情報を提供している。
- ・ 食品は対象になっていないが、海外から企業経営者を招聘して、日本で商談会を行っていただくという「海外 CEO 商談会」を開催している。
- ・ 食品の取り扱いがないが「J-GoodTech」という、日本の中小企業と国内の大手、あるいは海外の企業をつなぐビジネスマッチングサイトを運営している。
- ・ 海外展開支援の一貫として、日本国内で行われる展示会の中で、海外バイヤーが多く訪れる展示会について出展を支援している。展示会は東京国際ナショナルギフト・ショーと、幕張で行われる FOODEX だ。出展準備はもちろん、商談のための資料の翻訳、出展時の通訳、商談の際の専門家によるアドバイス、などの支援などを行っている。
- ・ 「新価値創造 NAVI」は、ビジネスマッチングを行うウェブ展示会である。
- ・ 国の政策に基づいた支援をしているため、国の政策により支援メニューや内容も変わる。最新の情報はウェブサイトで案内しているので、ぜひ見てほしい。

<質疑応答>

質問（農林水産省 中田大臣官房審議官）：中小機構の山崎様に伺いたい。紹介のあったメニューの中で、食品が対象になっていないものもあった。「新価値創造 NAVI」などは食品関係でもニーズがあるように思うが、なぜ取り扱いがないのか。

回答（中小機構 中部本部支援推進課課長代理 山崎様）：「新価値創造 NAVI」は、中小機構が主催している展示会「新価値創造展」の出展企業の情報を常時ウェブ上で見

られるようにするために作ったものだ。新価値創造展では「産業・技術、健康・福祉、環境・社会」というテーマを設けており、食品が対象になっていない。（テーマに合致する、防災用に特化した食品等は出展・掲載実績あり。）中小機構が主催する展示会是新価値創造展の他に「中小企業総合展 in Gift Show」、「中小企業総合展 in FOODEX」があり、食品は「中小企業総合展 in FOODEX」への出展をご案内している。

質問（矢崎総業 地域密着事業部 部長 尾林様）：ジェトロの方に質問したい。通常、海外展開を考える際は、国内の売上げを固めて、売上げを伸ばすために海外へという流れだろうが、弊社の場合は国内で売れないものを海外に持っていこうという考えで海外進出をした。相談をしたいが、具体的にどうしたらよいのか。

回答（ジェトロ名古屋貿易情報センター 田中様）：名古屋の事務所にも貿易投資アドバイザーが3名在籍しており、初歩的な質問も含めて多くの質問を受けている。気軽に相談してほしい。進出する国や取り扱っている製品が決まっていると、より具体的な回答ができると思う。「ジェトロ名古屋」で検索すると「貿易投資相談」があるので、そちらを利用して相談頂きたい。

質問（矢崎総業 地域密着事業部 部長 尾林様）：中小機構に伺いたい。起業したい人からの相談や、海外展開についての相談を受けているのか。農業の担い手がいけないという問題がある中で、われわれのような企業が間に入る場合でも、相談は受けてもらえるのか。

回答（中小機構 中部本部支援推進課課長代理 山崎様）：起業の相談、海外展開の相談はもちろん受けている。1度の相談で全てを解決できない場合は、何度でも無料で相談することができる。また、起業される人と企業の人と一緒に相談に来るケースもあるので、対応可能だ。

5. アフリカにおけるコンソーシアム形成による日本企業進出の動き

（農林水産省 国際部海外投資・協力グループ 川上課長補佐）

- ・ 2019年8月にアフリカ開発会議、TICAD7が横浜で開催された。TICADは3年に1度開催されており、アフリカの開発をテーマとする国際会議で、昨年が7回目の開催である。
- ・ TICAD7において、日本の農業分野におけるアフリカへのアプローチについてまとめたものを紹介する。
- ・ TICAD7ではビジネスを前面に出す方針が決まり、2019年6月にアフリカビジネス協議会が発足した。協議会では農業、ヘルスケア、インフラ、スタートアップのワーキ

ンググループ（WG）があり、農林水産省は農業WGの事務局を担当している。

- ・ アフリカ農業イノベーション・プラットフォーム構想（AIPA）では、小規模農業従事者への支援を理念としており、取り組みの全体像としては、生産性向上、農民のエンパワーメント、高付加価値化を3本柱としている。
- ・ 生産性向上や高付加価値化については、JICAでも市場志向型の農業を進めるため人材育成の観点から取り組まれている。農民のエンパワーメントは、今まであまり取り組みがなかった人材育成も含めた提案となっている。
- ・ 優先アクションとして、①アフリカ農業デジタル化基盤構築と②先進農業技術の導入促進を挙げている。
- ・ アフリカ農業デジタル化基盤構築では、デジタルを使って小規模農家を共同組織化することによって交渉力強化につなげる。また、バリューチェーン工程における金融や農業機械レンタルなどを日本企業が担当し、プラットフォームが形成できればと考えている。
- ・ 先進農業技術の導入促進について、アフリカの農業で大きな農業機械を使っているケースは25%ほどで、機械使用率を上げるために、段階的に取り組みを進めていくことを検討している。
- ・ 2019年のTICAD7から2028年のTICAD10のロードマップについて、アフリカビジネス協議会の農業WGでは、＝農業のデジタル化、機械化、金融＝について取り組んでいく。
- ・ 取り組みを進めることで、住民票等のIDのプラットフォームを作ること、教育との連携、食品を流通させることで健康面での取り組みも進むのではないかと考えている。まだ具体的なプレイヤーが決まっている訳ではないので、誰がどこを担当するのかは未定の状態である。

6. 閉会

（ジェトロ名古屋貿易情報センター 所長 梶田様）

- ・ 本セミナーで紹介していただいた事例は、理念があるなど非常に感銘を受けた。利益を伸ばすために海外に活路を見いだして海外進出をすることが基本だが、海外でのビジネスはリスクもありチャレンジングな事業であるため、もうけを越えた理念がないと続かないと思う。
- ・ 日本から近い東南アジアや中国ではなく、インドやアフリカに進出されるということは、非常に強い理念を持っているのだと思う。しかし、理念だけでも継続しないので、もうけと理念の両輪で事業を進めていращやるのだと感じた。
- ・ 支援機関であるジェトロも理念がある。戦後、貿易投資の促進を通じて、日本の復興

を図ってきた。今も貿易と投資を通じて日本経済の活性化を図っている。

- ・ 今海外展開支援関連機関ブームで、支援が多くなっている中、税金の無駄遣いではと指摘もあるが、理念を持って海外展開を進めていращやるので、ぜひさまざまな支援を活用してもらいたい。

(GFVC推進官民協議会（前川総合研究所） 副代表 篠崎様）

- ・ 本セミナーに出席した民間企業には、さまざまなメリットを提供していきたいので、ぜひ協議会へ参画してもらいたい。
- ・ 海外輸出あるいは海外展開をしたいという話があれば、行政機関からこの協議会を紹介してもらい、連携していきたい。また、情報提供の場として活用してほしい。
- ・ 私は、最初の戦略策定のときから関わっており、新プランの策定にも参画した。プランを作った後、実行していくべきであるし、実行した上で企業の売り上げに貢献する内容にしていくのが一番だと思っている。
- ・ 私どもの関連企業も海外約40カ国に80拠点ほどあるが、GFVCの戦略の中でかなりの拠点数を増やしてきた。プラスになることもあると思うので、ぜひ協議会への参画を検討していただきたい。

以上