

令和2年度農業・食品関連産業の海外展開セミナー（北海道）
(ライブ配信)

日時：令和2年12月2日(水) 13:30～16:30

配信方法：Zoom（チャット欄にて視聴者の質疑を隨時受け付け）

議事概要

（農林水産省 大臣官房国際部 國際地域課 新藤国際交渉官）

今回は、新型コロナウイルス感染症（以下「コロナ」という。）の感染拡大防止策としてオンラインのライブ配信で開催する。

1. 開会あいさつ（農林水産省 大澤農林水産審議官）※東京から参加
 - ・ 海外展開は農林水産業の将来を握る非常に重要な鍵である。
 - ・ 2050年には国内人口が20%減少するとの予測は、かなり確度が高く、日本の国内食料市場の縮小は否めない事実である。
 - ・ 一方世界人口は、2050年には現在の76億人から98億人、30%増と予想され、人口増加と並行してアジア地域を中心とした経済発展が起こる。
 - ・ 世界の食料市場は中国が動かしている。中国の経済成長に伴い牛肉・豚肉・鶏肉の消費が増え、貿易は中国を中心に動くようになる。大豆等、食肉用家畜の餌となる穀物の需給構造も劇的に変化する。将来の食料事情を勘案すると、海外への展開の仕方は農林水産業にとって大きな課題である。
 - ・ 11月30日に行われた輸出拡大のための関係閣僚会議では、農林水産物の輸出額を現在の9,000億円から2030年には5兆円にすべく、日本の強みを最大限に生かすために、米・牛肉等27の輸出重点品目について品目ごとに具体的な目標を設定すること、マーケットインの発想で輸出にチャレンジする関係事業者を後押しすること、省庁の垣根を超え、政府と一体となって輸出の障害を除くこと等が取りまとめられた。
 - ・ 規制緩和、物流体制の整備、知的財産の流出防止対策等は、関係省庁と進めていく必要がある。
 - ・ 世界を市場として食料産業を考えた場合、海外展開のポイントは、農林水産物を輸出するための国内産地育成体制の整備、海外で商売するための支援策や障害発生時の相談窓口の体制整備、農林水産物の輸出と食の物流・小売・サービス等関連産業の進出との相乗効果による現地への浸透等である。
 - ・ われわれは、関係企業の海外に進出を支援するために、グローバル・フードバリューチェーンをつなごうというスローガンの下、輸出と十分リンクさせた海外進出の実施という戦略で、5年前から活動している。

- ・ 地方の中小企業は食品産業の基盤であるが、単独で海外進出するにはノウハウ不足が否めず、コンソーシアムを組む等、企業同士が協力して、外国の一筋縄ではいかない規制に対処する必要がある。
- ・ 地方で連携の動きを広めるため、昨年からは、中小企業の拠点の地方でもセミナーを開いている。
- ・ 常夏の国の雪への憧れを生かした動き等にも、北海道の商機があると思う。
- ・ 北海道とロシアの極東地域の生産条件の類似性から商機と捉える方、社会の仕組みの違い等から商談の仕方で迷う方、いろいろあると思うが、本日は、北海道の特性に根差した展開を期待するとともに、日本の食産業の将来に想いを馳せ、今から対策を講じようとする企業が増えることを期待している。

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 大臣官房国際部 国際地域課 新藤国際交渉官)

- ・ 2014年に策定した「グローバル・フードバリューチェーン戦略」は、単なるモノの輸出にとどまらず、生産・加工・流通・消費というバリューチェーン全体を通じて日本企業が付加価値を獲得し、GNPだけでなく国民所得の増大を図っていくという戦略であり、これを昨年改良したのが「グローバル・フードバリューチェーン構築推進プラン」である。
- ・ グローバル・フードバリューチェーン推進官民協議会（以下「協議会」という。）では、二国間プログラムの策定、相手国政府や企業との関係構築支援、相手国の規制緩和や投資の改善、農産物食品に係る日本型制度の普及等に取り組んできた。
- ・ 食関連産業の海外売上高は2017年度に5.9兆円となり、2020年度5兆円という目標が前倒しで達成され、より高みを目指して頑張っていく状況にある。
- ・ 途上国・新興国で増加する中間層・富裕層を中心に、安全・安心など高付加価値な食品への需要が拡大し、日本の強みである食関連の技術やノウハウを活かして市場を獲得するビジネスチャンスが増大している。プランでは、次の 5 点に取り組むことが示されている。
- ・ 1 番目は企業の進出段階とフードバリューチェーンの発展段階を基準に国ごとの状況を分析した結果に基づく取組の重点化である。
- ・ 2 番目は、中小企業が連携してフードバリューチェーンの複数パートにまたがる技術をパッケージで展開できるための企業コンソーシアムの形成・支援による付加価値形成である。
- ・ 3 番目は、海外で求められる優れた技術を有する地方の生産者や企業の海外展開の促進。
- ・ 4 番目は、小売・外食等の店舗展開やフードバリューチェーンの構築を伴う現地生産・加工、日本産農林水産物・食品等の輸出と、投資の一体的促進である。
- ・ 5 番目は、相手国政府と連携し、衛星、ドローン、デジタル等技術を使ったスマート農

業、データ連携による精密農業の海外への展開の推進である。

- ・ ロシアを例に地域別の戦略を説明すると、極東地域は主に生産基地として捉えた取組、モスクワ等ヨーロッパ・ロシア（以下「欧露」という。）は主に消費の場として捉えた取組である。
- ・ 極東では、日本と同等スペックの穀物の現地生産や水産物の現地加工・流通により付加価値の増大を図るため、鮮度保持他の技術を伝える支援を行っており、冬場に作付け困難な野菜の栽培支援等にも協力している。
- ・ 欧露では小売や外食等の日系の企業の進出を支援している。
- ・ 農林水産省では協議会メンバーに、セミナーや会議を通じた情報提供、支援メニューの紹介、応談、相手国政府との対話、ビジネスマッチング等の支援を行っているが、協議会メンバーに義務はなく、具体的な活動に任意で参加する場合のコストのみの負担で登録料・年会費等は不要である。
- ・ 「グローバル・フードバリューチェーン」、「GFVC」で検索すればすぐ登録フォームにたどり着くので、ぜひ登録をご検討いただきたい。

3. 北海道の取組及びロシアへの進出事例の紹介

（1）北海道とロシアとの地域間交流

（北海道総合政策部 国際局 国際課 佐藤ロシア担当課長）

- ・ 本日の話はロシアと北海道の交流の歴史、道のロシア交流方針、2020年度の道の取組、ロシア交流に係る推進体制の4項目である。
- ・ 1項目のロシアと北海道の交流については、1990年、北海道・ソビエト連邦間でパートナーシップに合意して交流を開始、以降、極東の沿海地方他3地域との経済協力発展プログラム締結、種々の協議の場である常設合同委員会の設置、サハリン州との友好・経済協力に関する提携の締結、北海道の出先機関、北海道サハリン事務所の開設、欧露部との交流開始を経て、本年6月、北海道・ロシア地域間交流推進方針を策定、現在も交流を進めている。
- ・ 2項目の交流推進方針は、約30年にわたる極東地域との交流の蓄積や、ロシア側の政府・政財界の本道への関心の高まり、日露地域・姉妹都市交流年を契機とするロシア・日本の地域間交流の活発化を背景に、ロシアとの交流を戦略的に推進するための包括的な基本方針として策定した。主な意義・目的は、隣接する地域の平和と安定に寄与するための人的交流と人材育成の推進、ロシアの経済を本道の活性化に取り込むための、地域特性を踏まえた経済交流の推進である。
- ・ 交流を進めるに当たっては、重点分野と重点地域を設定。重点分野は、観光、文化・芸術・スポーツ、先端テクノロジー、食、健康・医療、寒冷地技術、環境・エネルギーの7つで、これらを進めるための基盤として人的交流・人材育成、交通・物流の2つを設定している。

- ・ 重点分野の展開は全ロシア一律に進めるのではなく、エリアの特性に応じて取り組む。
- ・ 重点地域は、次の4つに区分けしている。
- ・ 1つ目は戦略地域。相当な効果が期待できるため道が最も力を入れて交流を進める地域で、極東ではサハリン州と沿海地方、欧露部ではモスクワ市とモスクワ州、サンクトペテルブルク市とレニングラード州を設定している。
- ・ 2つ目は推進地域。地域間交流の提携を基盤にさらなる交流を進めていく地域で、極東のハバロフスク地方とサハ共和国を設定している。
- ・ 3つ目は開発地域。道内姉妹都市と提携した取組等を進めていく地域で、極東のカムチャツカ地方、シベリアのノヴォシビルスク州を設定している。
- ・ 4つ目の検討地域では、個別に交流を検討していく。
- ・ 本年度はコロナの影響により、当初の予定どおり事業を進めるのは難しいが、可能な交流については進めている。
- ・ 欧露部では、道産品の知名度を上げるため、北海道総合商事の協力を仰いでロシア北西部最大の食品展示会のペテルフードに出展。今月からは、道産品の継続的な輸出に向けて、現地小売店・飲食店を中心にヒアリング調査や web による業種別の会合などを予定している。
- ・ 欧露部の特徴は市場機会で、1つ目は、政治・経済・文化の中心地であること。欧露部で取り組んだ成果がロシア全体に波及していくことが期待される。
- ・ 2つ目が屈指の人口と消費。モスクワの人口は、欧州で1位、サンクトペテルブルクは同3位。欧露部はヨーロッパ全体でも大規模な人口と消費の地であり、大きなニーズとビジネスチャンスが存在する地域と言える。
- ・ 3つ目が富裕層の存在。日本食材はどうしても高価格帯となってしまうが、欧露部はロシアトップクラスの所得レベルを誇り、それに応じた高級志向があるため、ビジネスチャンスがあると考えられる。
- ・ 4つ目は健康・食意識の高まりによる安全・安心な食品へのニーズ。5つ目は日本食ブームによる日本食レストランの浸透。
- ・ しかし、北海道の知名度は欧露部ではまだ低く、北海道ブランドで勝負できる状態には達していない。まず北海道の知名度の向上と、継続的な取引に向けての足がかりの構築が必要である。
- ・ 極東地域では、健康をテーマとした北海道フェアをサハリンや沿海地方で間もなく開催。また、EC販売や商談、「美人ランチ」という、女性を対象に美容・健康に良い食材を試食して SNS で発信してもらう取組等を進めている。
- ・ 極東地域の市場機会の特徴の1つ目は、経済活動の活発化で、人口は約800万人と欧露部に比べ多くはないが、ロシア政府の極東振興策により経済が活発化している。
- ・ 2つ目は良好な対日意識と北海道ブランドの浸透。サハリンをはじめ、長年の交流によって親日的な意識が醸成され、北海道ブランドが浸透、道産品に対して高い信頼を得

ている。

- ・ 3つ目は、健康・食意識の高まり。4つ目は北海道と類似する気候で、寒冷地の特色を生かした技術や商品サービス等の需要が期待できる。
 - ・ 5つ目は、地理的近接性で、極東地域の最大の特徴である。北海道とサハリンの距離は、最も近いところで約40km。現在はコロナで休止しているが、空路ではサハリンとの間に週5便、ウラジオストクとの間に週2便の直行便が飛んでおり、航路では、小樽—ウラジオストク、小樽—稚内—コルサコフの他、稚内からコルサコフへ年数回、チャーターボーイの貨物船が運行されている。時差も、欧露部のモスクワと北海道の6時間に対し、極東地域は1~2時間で、非常にコミュニケーションが取りやすい地域だと言える。
- ・ ただ、韓国産や日本国内の他地域産との競争が厳しい地域でもあるため、これまでの取組をベースに、北海道ブランドを生かした新たなジャンルの商品の定番化や商流・物流の強化が必要となっている。
- ・ 時節柄実際の往来が難しいため、北海道では、経済交流以外に主にオンラインを活用した情報発信等も強化している。
- ・ 北海道の役割は、ロシアとの地域間交流の推進やネットワークの構築である。道内の推進組織は、北海道・ロシア地域間交流推進会議と北海道・ロシア協力プラットフォーム（以下「プラットフォーム」という。）で、それぞれ、交流の方向性の検討とロシア側との協議、協議会で協議した交流案件の具体化を実施している。
- ・ 北海道・ロシア地域間交流推進会議には、ロシアに姉妹都市を有する市町村や経済・友好・学術団体等が参加している。
- ・ プラットフォームの役割は3つで、1つ目は情報の共有・発信である。北海道フェア等の事業の他、各構成団体からの提案やロシアの地方政府や企業からの事業提案等を、メールマガジンで配信している。
- ・ 2つ目は新規事業の提案である。ロシア側との会議に当たり共同事業やロシア訪問ミッション団の派遣等について提案を受け付けている。
- ・ 3つ目は業種別会合である。この会合は、実際の商談の前段階としてロシア側と特定の業種間でプレゼンや意見交換を行う場である。先日は極東地域で「観光」と「IT」というテーマでweb開催したが、メンバー企業からは、会合のテーマの提案等も受けた。
- ・ プラットフォームも参加無料なので「北海道・ロシア交流係」で検索の上、ぜひ申し込んでいただきたい。
- ・ 道の北海道サハリン事務所はサハリン州ユジノサハリンスク市の中心部に位置し、情報収集発信の他、極東に対する経済・友好交流の北海道の窓口として活動している。コロナで日本人職員は一時的に引き上げていたが、今週月曜日に再び所長が赴任した。サハリン訪問の際はもちろん、サポートが必要な場合はいつでもご連絡いただきたい。

（2）地域商社の挑戦

(北海道総合商事株式会社 正司代表取締役)

- ・ 北海道総合商事（以下「総合商事」という。）は、地方創生の機運の高まりに呼応した地域密着商社として2015年12月、資本金300万円で札幌市に設立、同年12月、北海道銀行を中心とする道内企業の出資により1億円まで増資、2016年1月、ロシアでの事業展開の強化に向けウラジオストク市に現地法人ペガスHCを設立、現在、総合商事の札幌本社と東京営業部、ペガスHCのウラジオストク本社とモスクワ支社、グループ計4拠点で事業を展開している。
- ・ 気候風土が似通っているロシア、北海道ブランドが浸透している中国・ASEAN地域では、北海道のビジネスチャンスは大きいと感じるものの、道内企業が単独で海外に進出し、成功を収めるには、代金回収リスク、資金力不足、現地情報不足、コミュニケーション力不足、取引規模不足等、課題が多い。課題を克服するため、弊社では小回りの利くきめ細やかなワンストップサービスを提供している。
- ・ 具体的には、商取引・決済機能として地域商社がそれぞれの商流に入ることにより、代金回収リスクの低減と決済条件変更による立替与信を提供する、市場調査の仲介等、現地法人を活用して市場開拓と海外事業展開をトータルでサポートする、小ロット貨物を大量に集めることにより小口貨物混載輸送を実現し、小口各社の物流コストを抑える等のサービスである。
- ・ 設立以来弊社は、海外進出を通じた道内企業の国際化・道内経済の活性化・地方創生への貢献を念頭に、地域密着商社として事業を進めてきた。
- ・ 以下、株式会社伸和ホールディングスを例に、海外店の進出支援について説明する。
- ・ 株式会社伸和ホールディングスは、外食店舗47店、持ち帰り店舗54店を展開する道内の大型企業である。2016年、同社からロシア進出に関する相談を受け、弊社では、会社設立から物件選び、店舗工事、食材輸入、人材採用、オペレーションまで一貫してサポートした。
- ・ 日本での経験を基にした効率の良い店舗設計や運用オペレーションを希望していた同社には、ロシアならではのルールに従って事業展開すること自体が大きな挑戦であり、弊社も、可能な限り日本の運営方式を取り入れられる環境整備に奔走した。
- ・ 会社の登記は、簡易課税制度が適用される形で行った。ロシアでの会社登記には、税制面で普通課税と簡易課税の2通りあるが、普通課税制度では、日本の消費税に当たる付加価値税を一律20%収めるため、税金がそのまま価格に転嫁され、ロシアの外食企業の9割以上を占める簡易課税制度の企業に比べ割高感が生じるからである。
- ・ ロシアに進出する日本企業が簡易課税制度の適用を受けるには、出資割合を日本側24%以下、ロシア側76%以上とする必要があるため、まず、ロシアで信頼の置けるパートナー探しから着手した。
- ・ 第1号店はウラジオストク市での開店と決まっていたが、そもそもウラジオストク市内にはレストランができる物件が少ない、ロシアのレストランの建築ルールは非常に煩

雑等、物件選びや店舗工事でも苦労した。

- ・ ロシアの建築ルールを厳格に守るのは実務上非常に困難なため、日本にはない厳格ルールに対しては、客観的判断と合理的解釈で説明できるように工夫して店舗を造った。ロシアに関して弊社は、このあたりのさじ加減が非常にうまいと自負している。
- ・ 人材確保でも苦労した。ロシアでは、調理、配膳、片付けや掃除等、完全分業制で、1人当たりの給料は安いが、合計の人工費が非常に高くなる。ロシア人スタッフに複合的に仕事をしてもらうための給料面のモチベーションとして、少人数ならチップの分け前が多くなると言うと、非常に理解してもらえたのが印象的だった。
- ・ きめ細やかなサービスも、ロシアでは一般的ではなかったので、何度も垂範して慣れてもらった。ここでもサービスが良くなればチップも増えると言うと、皆素直に聞いてくれたように感じている。
- ・ 米等、一部の食材は日本から輸入したが、看板商品の生つくねは、原材料等全て現地で調達して生産した。
- ・ 家庭需要を取り込むべく、2020年には現地小売店への冷凍食品販売事業も展開、今後は、ロシア2号店出店の可能性を探りつつ、冷凍食品事業の欧露への営業展開も仕掛けしていく予定だ。今年度、弊社が取り組んでいる日系アミューズメント施設のモスクワ店開業に当たり、フードメニューの1つとして同社の生つくねを販売して、モスクワ出店の足がかりにしたいと考えている。
- ・ 以下は、ヤクーツク温室プロジェクトを例に、農業技術の進出支援について説明する。
- ・ サハ共和国の政府系金融機関のアルマーズエルギエンバンクから、北海道銀行のウラジオストク事務所に温室建設に関する相談があった。ヤクーツク市は、冬の平均気温はマイナス40度、平均300から400mに及ぶ永久凍土の層の上にある都市で、温室を建設するには多くの問題があり、北海道の技術に期待しての相談だった。
- ・ 夏場はプラス40度近くまで気温が上昇、永久凍土が1m以上溶けることがあるため、土地の上に直接建物を建てるときゆがみが生じてしまう。一般住宅は、永久凍土に鉄筋コンクリートのくいを打ち込み、くいの上に基礎を造って建物を建設されているが、それでもゆがみを完全に防ぐことはできない。
- ・ 壁面が全てガラス張りの温室がゆがめばガラスが割れてしまうため、割れることのない農業用フッ素フィルムを使用。屋根の部分に3枚、壁の部分に2枚のフッ素フィルムを張り、フィルムとフィルムの間に空気を通して断熱効果を向上させ、省エネ効果も高めた。
- ・ まず、1,000m²のテスト温室を建設することとし、2016年7月1日に造成工事を開始した。日本から輸出した資材は、約3,000kmをトラックで運ばれたが、道路状況が悪かったにもかかわらず、7月9日にはほぼ完璧な状態で現地に到着した。これは、日本での入念なチェックと積み込みの成果だと思う。
- ・ 日本の建設チームには永久凍土での建築の知識はないので、その部分はロシア側に任

せ、温室施工技術はロシア側にはないので、現場監督を含む温室施工チームを日本から送り込んだ。

- 栽培のオペレーションについては、現地スタッフを日本に招いてトマト栽培の研修を行う一方、専門部門の監督を日本から派遣し、約5か月現地に駐在して栽培・管理を指導した。
- 完成した温室施設ではロックウール培地を利用した養液でヨーロッパ品種のトマト約1,440株を栽培、12月下旬から始まった収穫では約2万4,000個、2.9トンを収穫、ヤクーツク市内のスーパーマーケット2店舗で販売した。
- 中国から輸入したトマトと比べ割高感は否めなかったが、販売前からメディアに取り上げられたり、輸入トマトより新鮮だという評判が立ったりして、売れ行きは非常に順調だった。
- テスト温室の成功を受けて本工事をスタート、2018年、1haの第二期工事が完了、本年は、2haの第三期工事の前半0.8haが既に完成している。残りの1.2haについては、既に農業資材輸出が行われ、2021年3月をめどに第三期工事が終了し、全てのプロジェクトが完結する予定である。

(3) サハリン州における玉ねぎ栽培技術指導の取り組み

(新篠津つちから農場株式会社 廣船取締役)

- エネルギー資源が豊富で国力があり、他の企業があまり進出していなかったロシアに着目し、2015年に自費でウラジオストク方面の視察を行った際、北海道銀行のウラジオストク駐在員にアテンドしてもらった。
- 安倍前首相がプーチン大統領との会談で経済協力を約束した折、視察が縁で北海道銀行から農業分野における協力依頼があった。
- 弊社が指導することになったチプリチニー社はロシアの国営企業で、ロシア人約50名、労働者約200名、農地面積はガラス温室で約10ha、露地栽培で200haの大企業だった。
- 玉ねぎはジャガイモより反収が高いため10年ほど前から試験的に栽培され始めたが、主な栽培品目はジャガイモだった。
- チプリチニー社の玉ねぎの栽培方法は3つあり、そのうち移植栽培が北海道の栽培方式に近かったが、キャベツの移植機で24cm間隔に玉ねぎの苗を植え、その中間に人力で苗を植えて株間を12cmにするという方式で、北海道の全て機械植えで株間隔11cmとは異なっていた。
- チプリチニー方式と北海道方式を比較すると、作業能率では、チプリチニー方式が1ha当たり12時間に対して北海道方式は5~6時間。作業人数も、14人と3人。畝間が60cmと30cmなので、1ha当たり株数も収量も、北海道が約2倍という計算になる。
- 2016年、チプリチニー社とサハリン州政府を訪問し指導を約束、12月、スケジュールや指導内容を協議、2017年、現地を訪問し現状を確認、2018年から指導となった。

- ・ 2018年3月の後半から約10日間は、初めての作業なので私が手取り足取り指導して帰国したが、約1か月半後に苗の様子を見に行くと、黄色くなっている部分が目立つ悲惨な状態になっており、種の発芽率の向上や育苗期間中の管理に関する指導不足を痛感した。
- ・ 結果としては、45トンの収量が確保できた品種と収量が少ない品種があった。
- ・ 2019年は、従業員に経験を積み重ねてしっかりと覚えてもらうことを一番意識したが、ロシア側の反対を押して2018年にシルバーという資材を導入したこと、苗が黄色くなった原因等を考察、農場長と綿密に打ち合わせて入念に指導を行ったことなどが功を奏し、45トンだった平均収量を50トンまで引き上げることができた品種もあり、種の発芽率も、85～95%を達成した。
- ・ サハリンでは玉ねぎをコンテナに入れて貯蔵せず納屋の中に野積みの状態で保存するため、貯蔵段階で品質が悪くなってしまう。今後の展開として、収穫や貯蔵部門での北海道の方式の導入を提案する。
- ・ 北海道では自分の経験や感覚を生かしながら育苗するが、ロシアではそれが通用しないため、温度等、状況に応じた管理方法を可視化した、自分なりの栽培マニュアルを策定する予定である。
- ・ チプリチニー社での経験を生かして極東地域でも玉ねぎ栽培を展開しようと思い、2019年にウラジオストクの畑を視察したところ、どこからどこまでが1枚の畑か分からぬほど広かった。日本式の50馬力程度のトラクターでの耕作は非現実的なので、現在保留中である。チプリチニー社では、作業機の消耗部品の交換に係る技術者派遣という課題もある。
- ・ われわれのような小さな企業がサハリン州における玉ねぎ栽培の技術指導プロジェクトを成し遂げられたのは、現地では北海道銀行、アドバイザリー契約などでは総合商事、補助金関係では道銀総合研究所など、多方面からのご協力のおかげだと思うが、別の見方をすれば、小さい企業でも、周りの協力があれば大きなプロジェクトを成し遂げられるということだと思う。

北海道庁の取組及びロシアへの進出事例の紹介について 意見交換（パネルディスカッション）

質問（農林水産省 大臣官房国際部 国際地域課 新藤国際交渉官）

- ・ 海外に進出する際、独資か合弁か、ライセンスかフランチャイズかなど、現地につくる会社の形態によってメリットとデメリットがある。
- ・ ロシアの場合、独資では税制上損なので、特に税制の観点から合弁やフランチャイズの話が出るようだが、日本方式を貫く上で、独資で進出しなくても支障はないのか。あるいは、そこをどうやって乗り越えているのか。

回答（北海道総合商事株式会社 正司代表取締役）

- ・ 中国などと同様、国家的背景もあり、現地パートナーがないと、事業は成り立たないと思う。だから、独資での進出には相当な自信と覚悟が必要であり、大手は別として、ロシアに飲食店が独資で進出するのは、困難を極めるのではないか。
- ・ 私たちには独資という選択肢はなく、現地パートナーを見つけることを手始めとした。
- ・ 牛丼屋も進出したが、独資ではなかった。おいしくても、環境が整わないと客はなかなか来ない。

質問（農林水産省 大臣官房国際部 国際地域課 新藤国際交渉官）

- ・ 特に外食などは、1店舗出した後に多店舗展開をしてスケールメリットを追求するケースが多いと思うが、人材育成、店長の配置や現場の従業員のモチベーションの維持など、大変だと思う。その辺りはどんな状況か。

回答（北海道総合商事株式会社 正司代表取締役）

- ・ 従業員教育が一番難しかった理由は、国民性の違いである。社会主义国ということもありサービスの概念が薄いため、指導してもなかなか覚えず、忘れる。
- ・ 私がお薦めするのは、少なくとも1名は日本人を残し、現地任せにしないこと。
- ・ 根気よく繰り返し指導し、それを続けることが一番大事だと思う。

質問（農林水産省 大臣官房国際部 国際地域課 新藤国際交渉官）

- ・ つちから農場がプロジェクトを始めた経緯として、かなり政策的な経済協力の側面が強いと思う。投資した資金や労力の回収はできているか。

回答（新篠津つちから農場株式会社 廣船取締役）

- ・ アドバイザリー契約は微々たる額で、十分な利益が出てるとは言い難いが、ロシアでの指導を経験し、私が一番成長させてもらった。その経験を業務の改善に生かすことができ、間接的にかなりいい結果が出ていると思う。

質問（農林水産省 大臣官房国際部 国際地域課 新藤国際交渉官）

- ・ 他のケースにも関係するので伺いたい。現地で提供した技術やノウハウを守れるよう、ライセンス契約等何か対策を講じているのか。それとも、容易に模倣されるような技術ではないということか。

回答（新篠津つちから農場株式会社 廣船取締役）

- ・ 技術は現地に浸透していくことを望んでる。われわれのような小さな企業が実際に行って指導するには限界があるので、しっかり指導して、現地スタッフに覚えてほしいと思う。

北海道庁の取組及びロシアへの進出事例について 質疑応答

質問（農林水産省 大臣官房国際部 国際地域課 新藤国際交渉官 代読）

- ・ 視聴者から、ロシア側のパートナーは、ロシアの助成金のようなものを使いながらプロジェクトを進めているのか、という趣旨の質問が届いている。

回答（北海道総合商事株式会社 正司代表取締役）

- ・ 必要があれば調べておく。

回答（新篠津つちから農場株式会社 廣船取締役）

- ・ 相手側は国営企業なので、可能性として考えられるが、定かではない。

質問（農林水産省 大臣官房国際部 國際地域課 新藤国際交渉官 代読）

- ・ ロシアでの玉ねぎ事業では、何年以内に日本国内と同程度の収益を確保する等の事業計画を立てているか、との質問が届いている。

回答（新篠津つちから農場株式会社 廣船取締役）

- ・ サハリンでは、40haで玉ねぎを生産できれば自給率100%になると言われていて、まず栽培面積を40haまで広げるのが今の目標である。

質問（農林水産省 大臣官房国際部 國際地域課 新藤国際交渉官 代読）

- ・ 私もロシアの大豆プロジェクトに従事しており、国営農場や集団農場のフィールドマネジャーの不足が栽培管理や品質管理に影響していると感じる。協力した技術が根づくためには極東国立農業大学や国立沿海地方農業アカデミーとの協力が重要だと感じた、とのご意見が届いた。

コメント（新篠津つちから農場株式会社 廣船取締役）

- ・ 第1農場長も第2農場長も、1~2か月休みがないなど、現地の農場長はとても大変そうだった。確かに人材不足を感じる。

・

質問（農林水産省 大臣官房国際部 國際地域課 新藤国際交渉官 代読）

- ・ トマトと玉ねぎは、日本の品種か。もし日本の品種であればロシアで登録が必要かと思うが、困難な点等はあったか、との質問が届いている。

回答（新篠津つちから農場株式会社 廣船取締役）

- ・ 玉ねぎの種子は現地で調達してもらっている。種子をコーティングしないといけないなど難しいところがあるが、現地でうまくコーティングしてくれて、基本的には播種に問題がない形になった。
- ・ 玉ねぎの種子も日本から輸出しようと思ったが、やはり検疫の問題があった。日本の品種で栽培できれば最高だが、今後の課題である。

質問（農林水産省 大臣官房国際部 國際地域課 新藤国際交渉官）

- ・ コロナ禍で、やりたいことができない状況が今春から続いている。現在行っている緊

急避難的な対応や、今後変更する事柄、継続する事柄の見通し等について、それの方から伺いたい。

回答（北海道総合政策部 国際局 国際課 佐藤ロシア担当課長）

- ・ これまで互いに行き来する形で交流していたが、コロナ禍でそれがほぼ不可能になっている。交流を絶やさぬよう、会議の他、スポーツや文化面でも、Zoomなどを使ってwebの活用を進めている。
- ・ コロナ禍前と同様とはいえないものの、物流はまだ動いているので、以前は現地に出掛けている物産展や展示会も、現地パートナーと連携して出展、PRや販売を行っている。先月のサンクトペテルブルクでの食品展示会も、総合商事の現地法人に現地のバイヤーや飲食店関係者と商談してもらって、今後の北海道の食品の輸出につなげる取組を進めているところだ。

回答（北海道総合商事株式会社 正司代表取締役）

- ・ 物資自体は流れているので、そこにはあまり問題を感じていない。
- ・ 私は、人の往来ができなくなってしまったリモートの便利さを実感した。これまで行き来していたことがリモートワークになって、非常にコストが下がった。この点は大きな改革だと思う。今までどれだけお金をかけて出張していたのかというのが、正直な実感だ。
- ・ 北海道は特にインバウンドが壊滅的な状況で、まさに海外販路を開拓するべき時期だ。海外も、多分日本のもの、北海道のものを欲しがっている。ここに地域商社の活躍の場があるという、ピンチをチャンスに変える発想で、道内の経済復興に貢献したいと考えている。

回答（新篠津つちから農場株式会社 廣船取締役）

- ・ コロナ禍でも季節は移ろうので、農業はやるべきことはやらなければならない。3月20日頃に予定していた渡航はかなわず、コミュニケーションを取りながら、ほぼ現地に任せて作業を進めてもらった。2020年の収量が反当たり40トンだったと報告を受けたので、ひとまず安心している。

質問（農林水産省 大臣官房国際部 国際地域課 新藤国際交渉官）

- ・ ロシアを含め、海外でのビジネスにはパートナー選びが非常に大事だと思うが、パートナーの探し方、信頼できるか否かの見極め方など、シェアできる話をお願いしたい。

回答（北海道総合商事株式会社 正司代表取締役）

- ・ まず、現地に拠点があることが大切である。ペガスHCには社長・副社長、モスクワにも2名ぐらい日本人がいる。ロシア人スタッフも優秀だ。現地に人がいて、実際に見ていないと、パートナーはなかなか見つけられない。リモートでは分からない世界であり、まず現地の拠点を頼って、確実にパートナーを見つける方法がいいと思う。
- ・ どういうパートナーがいいかは千差万別だが、まずリモートでいろいろな人と面談して人肌感を見極め、候補を絞り込んだ上で実際に会うなど、今はリモートを利用した

方法がいいと思う。

質問（農林水産省 大臣官房国際部 国際地域課 新藤国際交渉官）

- ・ 北海道で行っているマッチングの成果や、気付いた点をシェアしていただきたい。

回答（北海道総合政策部 国際局 国際課 佐藤ロシア担当課長）

- ・ 例えば1回会って商談しても、実際は、「見積もりを送ってくれ」などで終わってしまうことが、かなり多いと思う。
- ・ 現地に拠点があるのは理想的だが、そうではない企業が取引を継続させるには、信頼の置けるロシア側のパートナー探しと、間に立って商売を継続的に結びつけてくれる日本側のパートナー探しの両面が重要だと考える。
- ・ 信頼の置ける現地パートナーを見つけるために、道としても現地の地方政府などと連携してマッチング等を行っているが、海外に拠点のある総合商事やジェトロなどでは情報をかなり把握しているし、ロシア側の四大経済団体がそれぞれ構築した企業情報のデータベースもあるので、それらも確かめていただきたい。

質問（農林水産省 大臣官房国際部 国際地域課 新藤国際交渉官）

- ・ 質疑応答の最後に一言ずつお願いしたい。

回答（北海道総合商事株式会社 正司代表取締役）

- ・ ロシアは難しい国だが、非常に可能性を秘めている。コロナ禍を乗り越えるためにも、積極的な海外販路の拡大や海外進出は、中小企業を中心に必要不可欠だと思うので、政府、経済団体、支援機関、商社、銀行等も十分に活用して、オール北海道、オールジャパンで、ロシアへの進出に取り組むことが重要だと思う。

回答（新篠津つちから農場株式会社 廣船取締役）

- ・ 周りのサポートがあれば、弊社でも実際にこのようなプロジェクトを遂行できたという実績もあるので、いろいろと協力を募っていけば、何とかなる。

回答（北海道総合政策部 国際局 国際課 佐藤ロシア担当課長）

- ・ 中にはロシアに対して心理的抵抗感を持っている企業もあるが、この4月までサハリンで勤務してみて、かなりビジネス環境が整って、ボトルネックはあるものの、ロシアでもASEAN地域等と同じように商売ができると感じた。
- ・ 海外進出を検討する際は、ロシアも候補に加えていただきたい。

4. 民間企業の海外展開に係る各種支援策等の紹介

（農林水産省 大臣官房国際部 国際地域課 新藤国際交渉官）

以下、ロシア以外の地域を含め、幅広く使えるメニューをご紹介いただく。農水省もグローバル・フードバリューチェーンの対象地域として東南アジア、アフリカ、中南米なども重要だと位置づけているので、ぜひご活用いただきたい。

(1) ジェトロの海外展開支援について～コロナ禍でもデジタルで海外ビジネスを支援～
(独立行政法人日本貿易振興機構（ジェトロ）北海道貿易情報センター 大久保所長)

- ・ 結論から言うと、ジェトロでは、ネットを制することが道内企業のビジネス成功の鍵だと考え、デジタルで北海道の企業を支援している。
- ・ 現在、コロナで人の移動に制限が生じ、海外とのビジネスに支障が出ている。北海道では、インバウンドビジネスが非常に打撃を受け、輸出に活路を見いだそうとするニーズが高まっている。
- ・ 一方、海外に目を向けると、コロナ禍がどんなに厳しくても生きていかねばならず、食品の販売は必需産業で活動制限がなく、ニーズがコンスタントにある。このギャップを埋めるために国際サプライチェーンを強化しなければならない。
- ・ 対策の鍵はデジタル化だ。
- ・ オンラインによって時間や距離の障害がなくなることは大きなビジネスチャンスだが、現在、デジタルが活用できる企業とできない企業との間に大きな開きがある。
- ・ デジタルは生産性を高める便利なツールであるため、デジタル化はトレンドとして潜在していたと言える。もう引き返すことはできない。
- ・ 新型コロナウイルス感染症の今後の見通しが立たない中でのリスク管理の点でも、リアルのビジネス回復後のデジタルサービスによる補完の点でも、デジタルに対応しておくことは重要である。
- ・ 高級感やブランドイメージの醸成、信頼関係の構築など、デジタルでは対応しづらい課題もあるが、ある程度技術で解決できる部分もあるし、ゆくゆくリアルと併用していくためにも、デジタル化に取り組んで損はないと思う。
- ・ まずはジェトロのサービス自体をデジタル化し、道内企業がデジタルに対応できるようにサポートしていくことがジェトロのミッションだと考え、現在、デジタルで情報提供やコンサルティング、マッチング等を行っている。
- ・ オンラインビジネスマッチングでは、常設ECサイトをジェトロが自ら開設し、24時間365日海外のバイヤーとのマッチングが可能になる仕組みをつくり、来年早々発表できる予定なので、ご期待いただきたい。
- ・ 既に動いている事業では、JAPAN MALL事業がある。これはBtoCで、日本の生産者、輸出業者の参加を支援するため、海外の消費者向けの販売サイトと提携して、買取前提、日本語で商談可能など、ハードルを下げる取組を行っている。
- ・ 日本からの定期便を持っている輸入業者もあるので、物流面でもハードルを下げて北海道の企業がしっかりと取引できるようにサポートをし、さらに拡大していきたいと考えている。
- ・ バーチャル展示会への出展はビジネスバイヤーとのBtoB取引で、海外のECサイトにジェトロが参画して、その中に日本企業の出展を募ってサポートしていくプラットフォ

ームである。Alibaba.comを中心に、各国の優良なサイトと提携して支援を始めている。

- ・ 海外に拠点があるという強みを生かし、オンラインでダイレクトに現地駐在員について面談や相談ができる体制を構築するとともに、日頃の貿易相談、海外ブリーフィングもオンライン化を進めている。
- ・ セミナーも、オンラインで対応できるようにして場所による制約をなくす。
- ・ 各取組で可能な限りオンラインを使って、海外展開のステップに応じたサポートをしていきたい。
- ・ 例えば、新輸出大国コンソーシアムの専門家支援プログラムでは日本国内にいる専門家による個別のサポート、海外現地展開支援プラットフォーム事業では、法務・労務の分野で海外展開に強い現地在住の専門家のコンサルティング等にオンラインで対応できるようにしており、農林水産・食品分野の海外コーディネーターへの相談も、オンラインでも対応していく形で取り組みつつある。
- ・ ジェトロ北海道では、道の支援を受けて道産食品輸出塾にも取り組んでおり、輸出や海外展開を担当する人材育成を主眼に、能力の構築・向上を支援していくだけではなく、国内商談会、現地視察、現地商談会も実施している。ここでもデジタル化が今後の鍵になるので、よく検討し、オンラインツールをしっかりと活用できるメニューを組んでいきたい。
- ・ ネットでの登場を増やすにはYouTubeへのアップロードの拡大が必要かもしれない。
- ・ その他、支援に資する優秀な人材の呼び込みにも取り組んでいる。
- ・ 札幌のジェトロ北海道貿易情報センター、旭川と函館と帯広にあるサテライトオフィスに相談窓口を設けているが、テレビ会議にも対応しているので、ぜひジェトロのデジタル化に対応したサービスをご活用いただきたい。
- ・ 北海道の企業の、デジタル化時代に対応した海外展開の早期実現を願っている。

(2) 民間企業の海外展開のためのJICA事業

(独立行政法人国際協力機構（JICA）北海道（帯広） 高野道東業務課長) ※帯広から参加

- ・ JICAはさまざまな開発途上国で開発援助を行っているので、ロシア以外の地域にも関心を持っていただければ幸いだ。
- ・ JICAは、政府開発援助いわゆるODAの実施機関で、技術協力、円借款、無償資金協力の業務や、海外協力隊の派遣などを日々の業務としている。
- ・ 帯広の事業の多くは技術協力に類する部分で、海外から日本に研修に来る方々の受け入れは、帯広のセンターの主要業務の一つである。
- ・ 研修員として年間約300から400名が帯広に訪れるが、およそ半数が農業分野の研修の受講者なので、今回プレゼンテーションの機会をいただけたと理解している。
- ・ 帯広・十勝地域、道東地域の主要産業は農業をはじめとする1次産業で、研修事業から

派生して、民間連携事業でも農業分野との連携が広がってきてていると感じている。

- ・ JICAの強みの1つ目は、拠点で、途上国を中心とした海外に約100の事務所、国内に15の拠点を構えている。道内の拠点は、札幌と帯広である。
- ・ 2つ目の強みは人で、研修事業等を通じて生まれる途上国関係者との太いパイプである。
- ・ 行政官、企業経営者等、多様な方々が研修員として、年間約1万5,000人来日する。1～2か月、留学の場合には1～2年の滞在中に彼らが深めた日本への理解や知見が、帰国後の日本人との強くて太いパイプにつながっていると思う。
- ・ 現在は来日できない状況なので、オンラインで各国をつないで研修を行っている。
- ・ われわれが目指す開発途上国の開発を達成するには、ODAだけでは足りないというのが、ここ十数年の趨勢で、実は、ODAよりもはるかに大きな資金が民間から流れてしまい、JICAが民間連携事業に取り組む背景の一つになっている。
- ・ 新興国・途上国経済の市場拡大も背景の一つで、途上国の人団の増大に伴う経済規模の著しい拡大は、大変魅力的だと言える。
- ・ JICAで取り組むべきは途上国の開発、課題解決であることに搖るぎはないが、昨今、ビジネスを通じた課題解決も重要となっている。日本の企業には技術、アイデア、ノウハウ、資金等の強みがあり、JICAには、公的機関とのつながり、途上国に関する情報やネットワークがある。ぜひ両者を連携させたいと考えている。
- ・ フードバリューチェーンに関するJICAの事業と企業の海外展開には接点がある。
- ・ 1つは、Product OutからMarket inへの転換である。これまで、われわれの開発事業は、増産により収益を向上させるアプローチが多かったが、昨今は、市場のニーズに着目して生産、流通させる市場志向型農業の実現への取り組みを広げている。
- ・ 取り組みの中には、いわゆる技術協力という形でバリューチェーンの上流から下流までを現地で包括的に強化するアプローチもあれば、いろいろなバリューチェーンのモデルを日本での研修で学んでもらうというアプローチもある。
- ・ 帯広でも、十勝地域の大規模農業の中南米地域への応用など、スマートフードチェーンに関する研修の立案を行っており、われわれからの方通行ではなく、先駆的なものがあれば、われわれも中南米地域から学ぶという、双方向の学びをコンセプトにしている。
- ・ フードバリューチェーンに関する研修は日本の各地で行われているが、帯広では、寒冷地の農業やアグリビジネス等を強みとして、CIS諸国、モンゴルをはじめとする各国を対象に研修を行っている。
- ・ 研修参加者は、基本的に帯広もしくは帯広近郊に1～2か月滞在することになるので、滞在期間中に帯広センターに来ていただきて、企業の皆さまと対面でビジネスの可能性について議論してもらうこともできる。研修を研修にとどめず、企業との接点を広げていけるよう、われわれが仕掛けているところである。
- ・ 現在は来日できない状況なので、環境が整えば、研修参加者と企業をオンラインでつ

ないでいく可能性は十分ある。

- ・ 中小企業・SDGsビジネス支援事業として、JICAは、途上国の開発上の課題の解決に向けたWIN-WINの事業の展開を支援する。
- ・ 支援に当たって途上国の課題解決への意志に対応することがわれわれの使命であり、海外展開したい企業の技術や商品と、途上国の開発課題とをマッチングし、解決策と一緒に相談するのがJICAの立ち位置と考えていただきたい。
- ・ 海外展開することにより地域の企業が拡大すれば、地域経済への貢献にもなる。昨今の日本経済の状況を勘案すると、ODAを通じて日本の地域経済を活性化させることも重要だと考えている。
- ・ 持続可能な開発目標SDGsは、最近、テレビ番組やCMなどでも取り上げられてトレンドの一つとも言えるが、SDGsを目指す取り組みが投資収益につながるなど、企業にメリットをもたらすメカニズムが、日本や国際社会で徐々につくられつつあり、JICAでは、中小企業・SDGsビジネス支援事業も行っている。
- ・ 現地で基礎的な情報を収集したい場合等、海外展開の対象国や内容、戦略の具体性によって3つに場合分けをし、場合に応じたメニューを、中小企業向けに3つ、主に大企業向けに2つ用意、年2回、公示という形で募集している。今年度の第二回は、今のこところ12月10日に募集をかける予定なので、関心のある企業は、ぜひJICAのホームページで各国の課題等のポイントを確認していただきたい。
- ・ 昨今のコロナ禍の状況を踏まえ、第二回では、オンラインでの調査も枠組みに加えている。実際、どこまでオンラインでできるかは、特に途上国では手探りの部分があるが、ぜひ応募をご検討いただきたい。
- ・ 日本企業の砂ろ過装置等と、上下水道設備の整備という開発課題がマッチングした例もある。率直に言えば、民間企業からの製品や技術に関する提案を期待している。
- ・ われわれは、補助金や助成金ではなく、委託事業という形で中小企業・SDGs ビジネス支援事業を実施しており、基本的には、企画の提案を受けてそれを採択、企業とJICAが契約して業務を委託、企業からの成果物の提出で事業が完了という流れである。
- ・ 支援事業のメニューのうち基礎調査は、まさに基礎的な情報収集の支援で、途上国でのビジネスを希望するが商材等、具体的なところまで詰め切れておらず、マーケティングをしたいといった段階の企業が対象である。
- ・ 案件化調査は、対象国に応じて商材の仕様をどう変更するか等、ビジネスモデルの策定を支援するメニューである。
- ・ 普及・実証・ビジネス化事業は、企業が考案したモデルをビジネスにつくり上げていく支援を行う事業とお考えいただきたい。
- ・ 帯広でも、道東のさまざまな企業の基礎調査や実証を支援している。
- ・ 民間連携事業ではないが、草の根技術強力という事業も行っており、帯広の商工会議所がパートナーとなって民間企業がマレーシアやタイに事業展開し、複数の企業が受

賞した例もある。

(3) 中小機構の海外展開支援

(独立行政法人中小企業基盤整備機構 北海道本部 秋永氏)

- ・ 中小機構の正式名称は独立行政法人中小企業基盤整備機構で、経済産業省の所管の中小企業政策全般の実施機関である。中小企業の経営を総合的に支援する観点から、事業の創出、発展、継続など、フェーズに合わせて多くの支援メニューを持っており、東京の本部を含め、北海道から沖縄まで全国 11 か所に事務所を構えて全国的に広く支援を行っている。
- ・ 企業からのさまざまな相談に対応できるよう、外部専門家を約 3,200 名活用。うち海外に強い専門家である国際化支援アドバイザーは約 400 名、そのうち約 150 名が海外在住である。
- ・ 人材育成も重要で、中小機構が運営する研修施設の中小企業大学校は、北海道に旭川校がある。
- ・ 事業の発展の中の海外展開支援について、約 4 分の動画をご覧いただきたい。

海外展開支援について 動画

(ナレーション)

- ・ 2030 年には 85 億人になるとされる世界の人口。生産年齢人口の増加により高まる市場としての魅力。各地で起こるものづくりやサービスのイノベーション。経営を行う上で世界の動向に日々目を向けることは不可欠となっている。
- ・ 一方で、関心があっても国内事業で手いっぱい、人材も情報も不足等の理由で、なかなか海外にまで手を延ばせない方もある。
- ・ どうする、海外。
- ・ 中小機構は、海外展開でお困りの皆さまをサポートしている。特長は 3 つ。ちょっとしたお悩みから、本格的なご相談まで、皆さまの状況に応じて支援する。
- ・ 全国 10 か所にある中小機構のオフィスではもちろん、自社にいながらにしてオンラインでご相談いただくことも可能。
- ・ 国内外の海外ビジネスの専門家が、経営状況に即した海外展開を一社一社ナビゲート。
- ・ 年間 2,000 社を超える中小企業の皆さまからの、約 5,000 件ものご相談を受け、満足度 99% という評価を頂いている。
- ・ 相談は何度でも無料。中小企業であれば、業種や対象国に関わらずご相談可能。
- ・ 国内外の豊富なネットワークを活用して、海外展開セミナーも開催。セミナーでは最新の情報提供やその活用方法を紹介している。
- ・ 中小機構は、海外展開プロジェクトの計画づくりから支援。ご自身では気付かない強みや障壁、課題解決に向けた取り組みを共に考える。

- ・ 海外企業との商談に向けたアポイントメント取得や、事前に準備すべき商談資料の作成なども支援する。
- ・ 海外での商談や調査が初めてでも大丈夫。海外現地に中小機構の専門家が同行して渡航中のサポートや調査後のフォローなどを行う。それにより、現地での限られた時間をより有効に使うことができ、多くの気付きと成果を得ることができる。
- ・ 経営の視点と広い視野でのアドバイスが中小機構の強みである。支援を受けた多くの企業が海外展開を次のステップへと自ら進めている。

(株式会社協同代表取締役社長 西川氏)

- ・ 先入観があったが、こういうやり方でもビジネスは成り立つのだと気付かされた。
- ・ 個人では難しいが、中小機構のおかげでミャンマー大使館に行って現地の政策等次の展開につながる貴重な情報を得ることができたのは、今回の大きな成果だ。

(ナレーション)

- ・ 日本の中小企業の発展を支えることが中小機構の使命である。
- ・ 海外でのリスクや不安を最小限に、成果と気付きを最大限に。果敢にチャレンジする中小企業の皆さんを中小機構は全力でサポートする。

(中小機構国際化支援アドバイザー 株式会社メディエーターCEO ガンタトーン・ワンナワス氏)

- ・ どんどんギブして、トライして、失敗してもいいよという志で、私たちが憧れを抱いている日本にぜひまた輝いてほしいと思っている。

(太平潤販株式会社代表取締役 中島氏)

- ・ 私は、今回、勇気を持って一歩踏み出すことが海外展開の第一歩だと感じた。

(ナレーション)

- ・ 待ってろ、海外。（動画終了）

(独立行政法人中小企業基盤整備機構 北海道本部 秋永氏)

- ・ 動画で、中小機構は感謝されることを行っていると、何となく伝わったのではないか。
- ・ 動画は9割方、海外展開ハンズオン支援の説明だったので、以下、海外展開支援の一般的なステップと、各ステップで使える支援メニューについて紹介する。
- ・ 中小機構では、海外展開ハンズオン支援として、海外展開に関する企業からの相談に、海外ビジネスの専門家が対面や電話、メール、オンラインでアドバイスを行っている。
- ・ 他機関の支援との違いは、中小機構の支援の真の目的はあくまで企業の経営の強化で、

中小企業の海外展開の支援そのものが目的ではないという点だ。

- ・ 相談をもらった企業には、現在の経営の状況、海外展開の課題、全社的な将来展望など、いろいろヒアリングを行った上で、できるだけリスクマネジメントに重きを置いて、海外展開計画やビジネスモデル等についてアドバイスしている。
- ・ 寄せられる相談は、海外展開をゼロからスタートさせたいというものから、海外に現地法人を設立しているが、子会社の経営がうまくいかないので縮小・撤退したいといったものまで多岐にわたる。
- ・ 前述の一問一答スタイルのアドバイスに加えて、所定の審査はあるものの、課題に応じて半年から 1 年を目安に長期的に支援する海外展開ハンズオン支援（長期支援）も行っている。
- ・ 今はコロナでできないが、海外展開ハンズオン支援（長期支援）では、必要に応じて海外現地調査を一緒に実施し、現地調査の際の通訳や車両の手配を機構で負担するなどの支援も用意している。
- ・ 中小機構北海道本部では 2 名の専門家が海外展開に関する相談に対応しているが、必要に応じて、海外在住の専門家も活用しながらアドバイスする体制を取っている。
- ・ 直接的なアドバイス以外に、海外に関する情報提供も日々行っている。
- ・ 現地のマーケット情報や既に進出している企業の取組事例などを掲載する海外ビジネスナビというサイトの運営、不定期ながら、地域の支援機関や金融機関と連携して地域の企業のニーズに合ったテーマで開催する海外展開セミナー、国内や越境 EC に特化した情報発信のサイト e-biz などである。
- ・ 海外 CEO 商談会は、海外企業の経営者など決定権者を日本に招聘して実際に商談できる商談会で、非常にビジネスにつながりやすい。
- ・ 通訳も中小機構で配置、外国語ができなくても安心して商談できる場で、昨年度まではリアルで実施していたが、今年度の開催予定の 2 つを、リアルで実施するかオンラインにするかは、今のところ未定である。
- ・ J-GoodTech（ジェグテック）は、国内の中小企業と国内外の企業等をつなぐビジネスマッチングのサイトで、登録企業が自社のニーズやシーズの情報を発信し、Web でビジネスパートナーを探すことができる。
- ・ 現在、国内の中小企業は約 1 万 9,000 社、海外企業は約 7,500 社の登録がある。
- ・ サイトの特長は、相談内容に応じてアドバイザーがアドバイスを行い、より確度の高いマッチングを実現できる点で、このサービスも、登録の中小企業・大手企業・海外企業は、全て無料で利用できる。
- ・ 中小機構も海外支援をやっているから、何かあつたら相談してみようと思ってもらえるとうれしい。

民間企業の海外展開に係る各種支援策等の紹介について 補足

(独立行政法人日本貿易振興機構（ジェトロ）北海道貿易情報センター 大久保所長)

- ・ ジェトロでは、今回、コロナ禍にあってもデジタルを活用して海外ビジネスを支援することを主眼に支援メニューを説明した。
- ・ 具体的な事例として、中国EC最大手アリババ傘下の食品スーパー「盒馬生鮮（Hema Fresh）」の北海道フェア等に関する取り組みを紹介したい。
- ・ 盒馬生鮮は、リアルの店舗とeコマースの両方での対応を志向しており、ジェトロでは、北海道フェアへの出展、eコマースのサイトへの登録等で北海道の企業の食品を募集し始めたところだ。この取り組みは北海道限定で行っているので、ぜひ登録の上、ジェトロのオンライン商談の支援サービスを試していただきたい。電子登録の旨案内済みだが、未着であれば送るので、ご一報ください。

補足（独立行政法人中小企業基盤整備機構 北海道本部 秋永氏）

- ・ 中小機構は、企業経営の先を見据え、1つのオプションとして海外展開があるという視点で支援を行っている。
- ・ ゼロから海外展開をしたい企業も、ぜひわれわれにご相談いただきたい。

補足（独立行政法人国際協力機構（JICA）北海道（帯広） 高野道東業務課長）

- ・ JICAは本業がODAということもあり、専門性等ではジェトロや中小機構の皆さんに及ばない部分もあるが、100か所近い海外拠点、各行政機関とのネットワークなどの強みがあると思っている。
- ・ 現地での認知度の高さも利点で、JICAを通すことで海外企業からの信用度も高くなると思うので、ぜひJICAにも気軽に相談を寄せていただきたい。

5. 閉会（講評）

(独立行政法人日本貿易振興機構（ジェトロ）北海道貿易情報センター 大久保所長)

- ・ 農水産品、農業技術、農業機械含め、農業を軸にした海外展開は、既にアジア、ロシア等で実績が上がっているが、それ以外の地域でも北海道の企業の展開事例がある。
- ・ トラクターを真っすぐ走らせるソフトウェアをつくったところ、世界中でダウンロードされ、一番多かったのがブラジルだったので、その企業は現在、ブラジルで海外展開をしている。ジェトロも若干お手伝いしている。
- ・ 近隣諸国を含め、どこの国であっても、北海道は農業分野における競争力は決して低くないし、まだまだ潜在能力もあると思う。
- ・ ジェトロでも、現在デジタルを活用して支援しているが、農水省をはじめ関係機関と一致団結してグローバルサプライチェーンの強化に向けて実績を挙げるよう努力していく。

(GFVC推進官民協議会 篠崎副代表)

- ・ 北海道は農林水産物の最大の供給基地で、政策上もビジネス上も重要な地域である。
- ・ 農林水産物の国内消費や農林水産物そのものの輸出もさることながら、加工して、付加価値を高めた食品として出すことが非常に重要であり、そのためにも中小企業を含めた食品産業の参画、協力が必要だと思う。
- ・ 本日前半のロシアに関する情報では、現場の生の声に触れることができた。
- ・ 私ども株式会社前川総合研究所も、1970年代から50年にわたりソ連、ロシアと通してビジネス展開をしており、いろいろな局面で両国政府間の信頼関係やビジネスパートナーとの信頼関係の重要性を感じた。
- ・ ロシアへの展開を希望する企業は、情報交流の場として、本セミナーをぜひご活用いただきたい。
- ・ 後半の海外進出に関する支援施策の紹介も、非常によい話がたくさんだったので、ぜひご活用いただきたい。
- ・ 本日は、主に輸出等を含めた農林水産物の展開の話だったが、スマート農業等、日本の農業関連技術を海外展開していく枠組みも非常に重要だと思う。産官学で研究開発に関する情報も含めて検討して、セミナーをいろいろな分野の方が集まれるプラットフォームにできれば良いと思う。
- ・ 今回のセミナーが皆さまの海外展開のきっかけになれば幸いである。

(農林水産省 大臣官房国際部 国際地域課 新藤国際交渉官)

- ・ Zoomを退出するとアンケートの画面が現れるので、回答をお願いしたい。
- ・ 昨日送ったZoomのURLの通知メールにもアンケートへのリンクが貼ってあるので、そちらからでも回答可能である。
- ・ 協議会では新メンバーを随時募集しており、「GFVC」で検索すればすぐに登録フォームが出てくるので、ぜひ加入をご検討いただきたい。
- ・ 本日は、協議会以外にもいろいろなプラットフォームの紹介があった。そちらもぜひご活用いただきたい。

以上