



江口 慎一（えぐち けんいち）さん
JETRO 農林水産・食品部 主幹
「農林水産物・食品輸出促進本部」事務局長

ジェトロ (日本貿易振興機構)に聞く



独立行政法人日本貿易振興機構

(JETRO:ジェトロ)

お問合せ／農林水産物・食品輸出相談窓口

TEL:03-3582-5646

http://www.jetro.go.jp/services/advice/agri_foods/

ジェトロHP http://www.jetro.go.jp/industry/foods/

本腰を入れて大きく動く 農林水産物・食品輸出

「農林水産物・食品は内需依存型で、地産地消や大消費地向けが基本でしたが、少子高齢化や食品単価の下落トレンドにより将来的にはマーケットの縮小が見込まれます。そこで2012年1月から『農林水産物・食品輸出促進本部』を立ち上げました。関係官庁や業界団体等と連携し組織的に態勢も大幅に拡充して輸出に取り組んでいます。」そう語るのはジェトロ（日本貿易振興機構）の江口慎一さん。それを具現化するための新たなプロジェクトも動き出しているという。

「各地の有望な事業者のみならず自治体等とジェトロでコラボを組み、物流、食品商社等関係業界にも協力いただいて3年目標で輸出を軌道に乗せようというものです。現地での売り込みや、その商品の付加価値・使われ方のフィードバックなど、様々なメニューを駆使し支援します。各都道府県1件、北海道のみ4件で計50件のプロジェクトを目指します。」

キーワードは「ネットワーク」 ジェトロを使い倒す

「二次産品の輸出の成功例を見ると、いろんな分野の方々とのネットワークがキーワードと感じます。生産者がいて、貿易商社だけでなく、チームに物流会社も入れ、商流と物流をそれぞれのプロフェッショナルに任せながら相乗効果を生む。そんなスタンスが望ましいでしょうね。」

ジェトロには事業者のレベルに応じた様々なプログラムがある。初心者向けの輸出入入門セミナーから商談のスキルアップを図る講座、具体的な輸出相談にも乗ってくれる。また、年間40回以上、170人の海外バイヤーを招いた商談会も主催。

「ひとまずそこに参加いただければ、ご自身の生産物が海外の有力なバイヤーにどう見られているのかもわかります。その感覚は意外と重要です。座学からいきなり本番というのは、やはりハードルが高いですから。」何のための輸出かをまずはきちんと考えてみましょうと江口さん。

「輸出は白紙に自分で試しながら絵を描ける点が魅力的だと思います。ただ、ビジネスですからリスクも伴います。やり方次第では効果も出れば一度、しっかり考えていただければと思います。」

クール・ジャパンファンドと農林漁業成長産業化ファンド（A-FIVE）を活用した海外展開

クール・ジャパンファンドを活用

◆クール・ジャパンファンドを活用して、食を核としたジャパンモールをインドネシアに展開

—インドネシア国内—

日本のMade BY 企業



◇食品製造業◇ 食品供給

現地企業（提携、合併等）

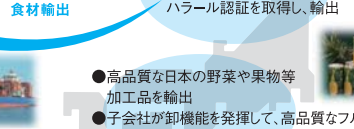
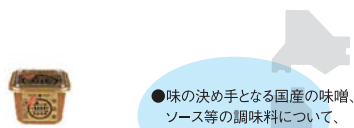
安くかつ品質の高い

肉類、野菜等を原材料供給



A-FIVEを活用

◆農業法人と地方食品企業の合併事業体がA-FIVEを活用し、ハラル認証食品を開発・輸出



◆農協がA-FIVE（輸出テーマファンド）を活用して、輸出販売子会社を設立

政府は、伝統文化など日本の豊かな文化を背景としたコンテンツや、日本食などの「日本の魅力」を効果的に発信し、産業育成や海外需要を取り込むため、クール・ジャパンを国家戦略として推進しています。この促進に向けて、2013年11月には事業を支援する(株)海外需要開拓支援機構(クールジャパン機構)が設立されました。今後、特に「食」の分野では、(株)農林漁業成長産業化支援機構(A-FIVE)とともに、日本の食品等の海外展開が支援されます。

※この図はクール・ジャパンファンドとA-FIVEを活用して海外展開に取り組むモデルイメージの一つであり、実際の各ファンドによる支援には様々なケースが想定されますので、各ファンドにご相談ください。

物流から、一步踏み出した提案を 変貌するロジスティクスの役割

政府が農林水産物・食品の輸出を推進するなか、
ロジスティクスを担う企業の役割は、さらに重要になってくる。
日本通運に、昨今の農林水産物・食品の輸出事情と、
それに対する自社の取り組みについて聞いた。

物流のスペシャリストとして 輸出の一翼を担う

「昨今、全国で輸出に関して、多くの取組が行われています。実際に生産者・自治体の方などから輸出に関する多くの引き合いをいただいています。水産物や地域の名産品の輸出に関するお話が多いです。」と東京航空支店生鮮プロジェクトチーム・杉山友輝さんは話す。

「日本の国土は南北に約3千キロに渡ります。それぞれの地域に特色があり、多彩な農林水産物を活かした6次産業化の商品が多数あります。伸びしろという点では、非常に期待できる商材のひとつです。私たちは、その魅力をそのままに海外に届けられるような仕組み作り、今チームをあげて全力で取り組んでいるところと、と杉山さん。

海運事業部の関谷倫紀さんによると、日本通運では、1件あたりの規模が小さな農林水産物・食品の輸出を視野に入れた様々な新サービスの開発に着手しているという。

「まずは物流会社としてやれることを追求していきたいと思っています。」と関谷さんは語る。

その上で、生産者からの要求が高まっている、生産物の運搬だけでなく

「輸出」という事業全体に関わる役割に対して、提案できる仕組みを検討しているという。

「販路拡大のために独自に海外に目を向け始め、自ら輸出に取り組みもうとしている生産者の方が増えてきていると感じています。そこで生じる多くの悩みに対して、私たちが解決策を提供できるのであれば、きっと面白いことができると思います。」と杉山さん。

生産物を熟知したスタッフ配置、 低温での混載輸送など展開

輸送手段以外にも様々な提案ができること、杉山さんは話す。

「たとえば世界各国にある食品に関する輸入規制。日本通運には世界各国に拠点がありますので、輸出品に対する各国の様々な規制の詳細を調べて伝えることが可能です。生産者の方が一人で輸出を行うことが難しくても、様々な2次・3次産業の方々と連携して、大きな矢になって取り組めば、輸出をよりスムーズに行うことが出来ると考えています。」

日本通運は、航空輸送分野で2013年7月『全国生鮮プロジェクトチーム』を発足。全国の各航空支店に、地域ごとの生産物の特色を熟知

したスタッフを配置し、輸出に関する問い合わせに対応できるようにシステムを作り上げた。また、海運事業部で提供している低温での混載輸送サービスにも多くの引き合いが来ているという。

「それぞれが連携すると、例えば海外の需要に詳しい、海外バイヤーの方を紹介できるなど、様々なスペシャリストがいるはずなんです。私たちは物流のスペシャリスト。大きな矢の中でそれぞれの専門性を活かすことが輸出に関して重要ではないでしょうか。」と杉山さん。

物流業者としての役割を果たしつつも、徐々にロジスティクスの担当する範囲は広がりを見せている。最後に、グローバルロジスティクスソリューション部の竹内秀夫さんが締めくくった。

「先日、ロサンゼルスでの食品イベントに行きました。現地では豆腐を広めた方やワサビを広めた方にお会いし話を伺うと、20〜30年もアメリカで生活しながらひとり戦ってきたそうです。今、私たちはチームを組めます。かつて20年、30年かかったものを、連携することによってもっと短い期間で成果を出すことができるかもしれない。私たち日本通運はチームの一員として輸出のお手伝いをしていきたいと考えています。」



グローバルロジスティクス
ソリューション部 課長
竹内秀夫 (たけうち ひでお) さん



東京航空支店
生鮮プロジェクトチーム 係長
杉山友輝 (すぎやま ゆうき) さん



海運事業部 係長
関谷倫紀 (せきや とものり) さん

日本通運株式会社

お問合せ/
日本通運(株)東京航空支店 国際貨物部
グローバルマーケティングセンター
生鮮プロジェクトチーム
TEL: 03-5442-5227