

第1回では、部会の目的共有、概況・課題紹介、課題・ニーズ抽出のディスカッションを想定。第2回では、課題解決の方向性案や事業者からの事例紹介を実施し、第3回では官民の役割について検討する

新事業創出部会 全3回の想定アジェンダ

	第1回 (7月24日 (金))	第2回 (10月)	第3回 (1月)
目的	<ul style="list-style-type: none"> 概況・課題の共有 事業者の課題・ニーズの把握 	<ul style="list-style-type: none"> 課題解決の方向性検討 事業者間の連携促進 	<ul style="list-style-type: none"> 官民の役割 事業者間の連携促進 アクションプランの検討
アジェンダ	<ol style="list-style-type: none"> 部会の目的・進め方の共有 インプットセッション (コールドチェーン概況・課題の共有、国の支援施策や事例の共有) ディスカッションセッション (コールドチェーンの課題・ニーズの抽出に資するテーマ) 	<ol style="list-style-type: none"> 課題解決の方向性案の共有 事業者からの事例・ソリューション紹介 ディスカッションセッション (課題解決の方向性案の導出に資するテーマを設定) 	<ol style="list-style-type: none"> 官民の役割案の共有 ディスカッションセッション (官民の役割の検討や、事業者のネットワーキング構築に資するテーマを設定) 今後の課題解決の方向性、アクションプラン
調査・検討事項	<p>テーマ概況・トレンド把握</p> <ul style="list-style-type: none"> 公開情報調査をベースとして、各テーマの主要トレンドを調査 海外調査の実施 (ミッション派遣等との連携を想定) 事業者ヒアリング (1-2件) 	<p>個別テーマの深堀①</p> <ul style="list-style-type: none"> 海外調査 (インドネシア・ベトナム等を想定) の実施 公開情報調査 事業者ヒアリング (1-2件) 	<p>個別テーマの深堀②</p> <ul style="list-style-type: none"> 公開情報調査 事業者へのヒアリング(1-2件) 第1,2回を通した示唆導出

部会でのディスカッションや事後アンケートにてニーズを把握

部会でのディスカッションや事後アンケートにてニーズを把握

第1回では、事務局からのインプットと参加者同士のディスカッションをメインに実施する

プログラム（進行内容）	時間
<p>1. 開会・部会の目的共有</p> <ul style="list-style-type: none"> ・GFVC概要および本部会の位置づけ（農林水産省） ・部会のゴール、本日の位置づけ （野村総合研究所アーバンイノベーションコンサルティング部プリンシパル 永島裕理） 	10分
<p>2. インプットセッション（事務局からの情報提供）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・コールドチェーンの概況・課題の共有 （野村総合研究所アーバンイノベーションコンサルティング部コンサルタント 金藤圭汰） ・海外のコールドチェーン構築に資する支援策（農林水産省輸出・国際局国際情報分析官 大川幸樹） ・フードテックをめぐる状況（農林水産省大臣官房新事業・食品産業部新事業・国際グループ 古庄宏忠） ・インドのコールドチェーンに関する概況と取組（EIJ株式会社代表取締役社長 柴田洋佐） 	40分
<p>3. ディスカッション</p> <p>【テーマ①】自社の現在地と、直面している問題は何か</p> <ul style="list-style-type: none"> ・現在どの国で、どのような事業フェーズにあるか（自己紹介） ・コールドチェーンの構築・活用において、ヒト・モノ・カネの観点でどのような課題があるか <p>【テーマ②】課題をどう解決しようとしているか／何が足りないか</p> <ul style="list-style-type: none"> ・現在自社で試している解決策、および自社だけでは解決が難しいこと。 ・第2回に向けて「他社（先進企業）のどんな事例やノウハウを知りたいか」 	50分
<p>4. ラップアップと次回予告</p> <ul style="list-style-type: none"> ・講評（グローバル・フードバリューチェーン推進官民協議会副代表 篠崎聡） ・第2回に向けてのご案内 	5分

海外の食品流通の内、本部会では特に「①国内向け市場流通」、「②国内向け市場外流通（直販）」、「③国内向け輸入」の3ルートを中心に検討を行う

食品流通の4ルート（ASEANにおける例）

1 国内向け市場流通

【パートナーイメージ】

- a. 集荷業者・仲買人
- b. 市場・港運営事業者
- c. 卸売業者

2 国内向け市場外流通（直販）

【パートナーイメージ】

- a. 農家
- b. 食品メーカー
- c. ディストリビューター
- d. 小売・外食

3 国内向け輸入

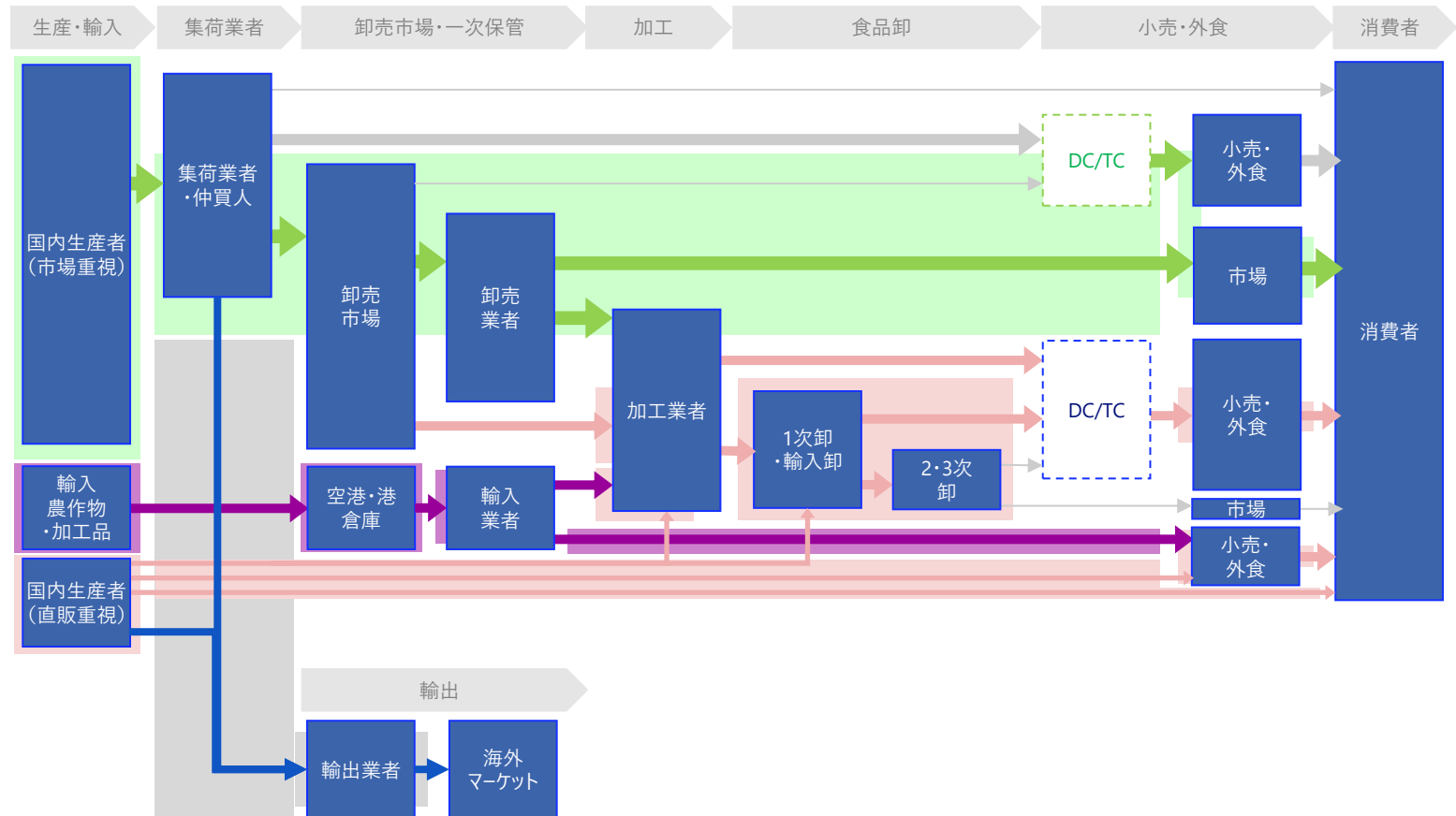
【パートナーイメージ】

- a. 海外食品メーカー
- b. インポーター
- c. 小売・外食

4 国外向け輸出

【パートナーイメージ】

- a. 農家
- b. 食品メーカー
- c. エクスポーター

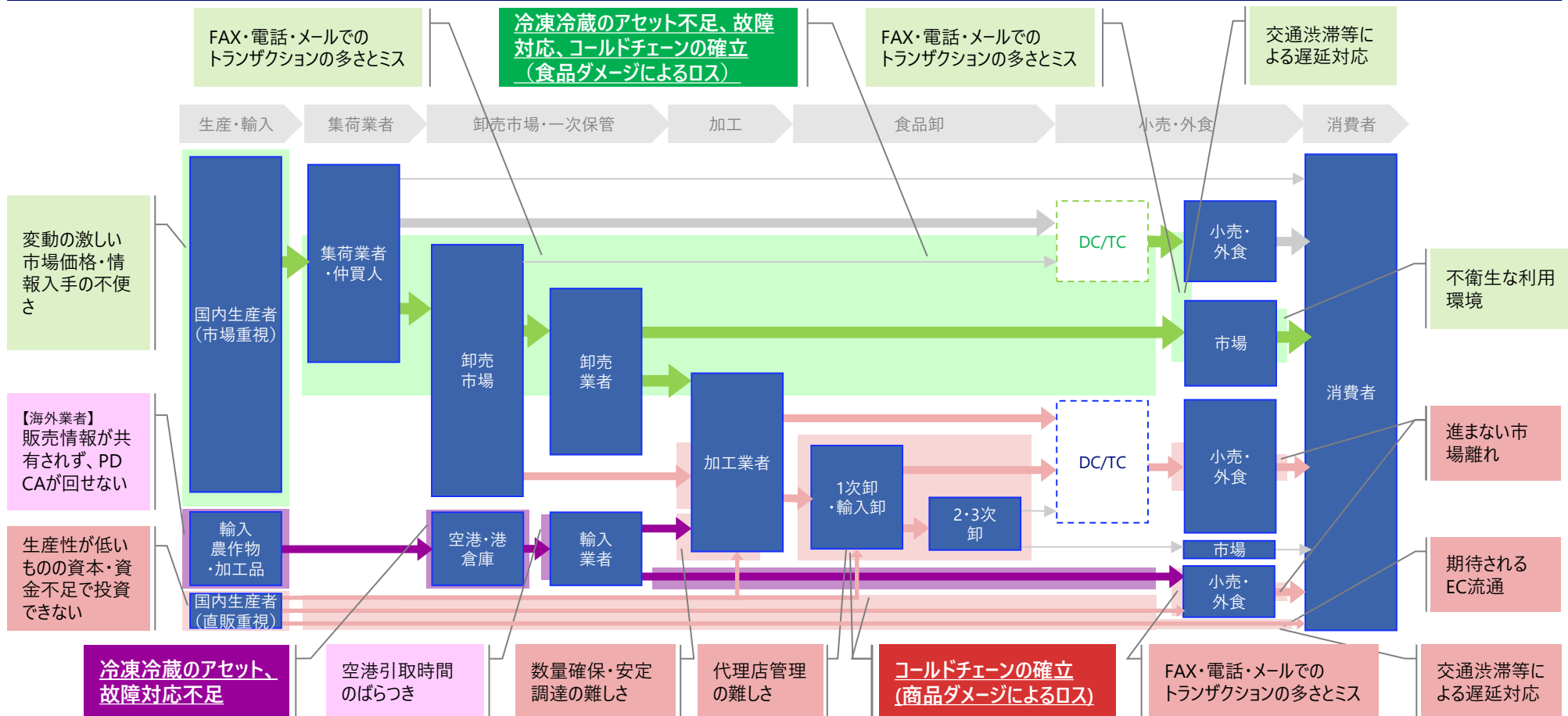


*DC：ディストリビューションセンター TC：トランスファーセンター

例えば、ASEANにおける食品流通では、冷凍冷蔵のアセット不足等、各所に課題が存在。
 コールドチェーンの確立が、日本産食品の強み（鮮度・品質等）を活かす鍵となると考えられる

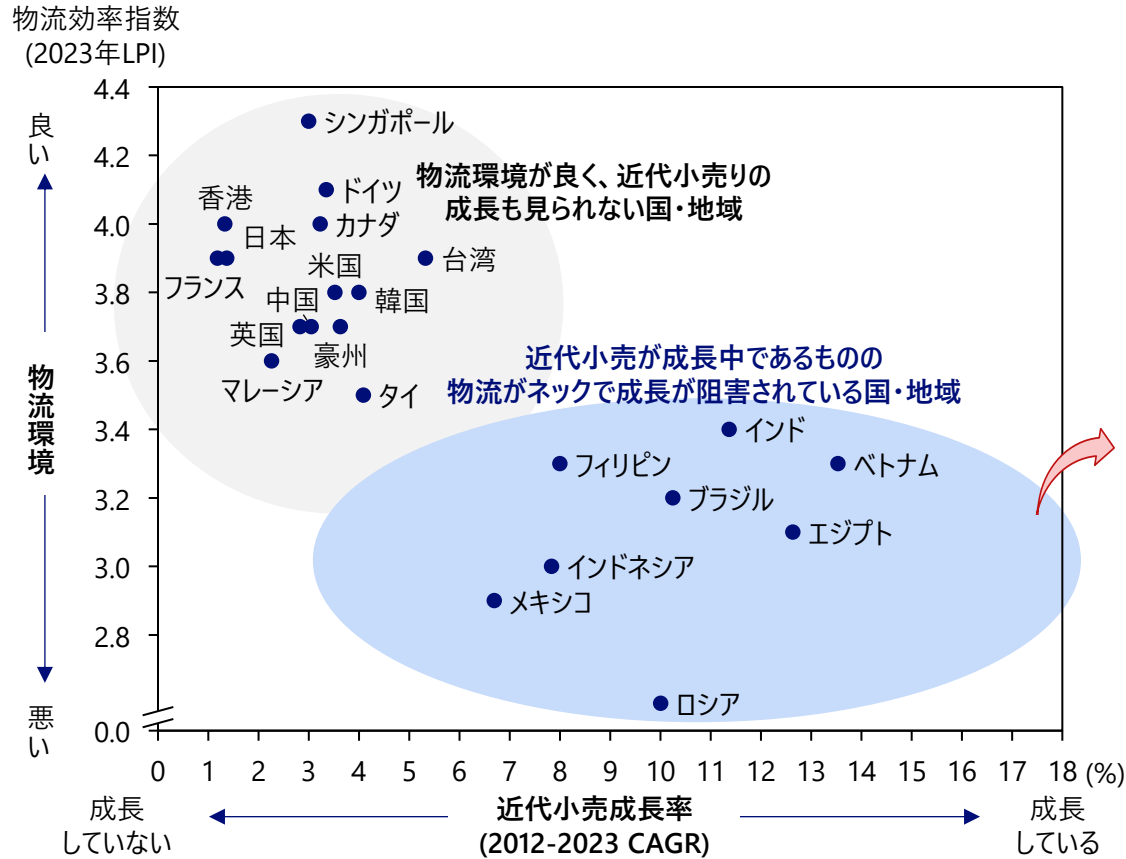
- 例えば、ベトナムの食品流通は、市場を経由した多段階及び複数のチャンネルに別れているため、非常に複雑化している。その中で食品ロスも多く、生産物の20～25%は廃棄されているとされている。

食品流通構造と抱えている課題（ASEANにおける例）



国内流通向けについて、コールドチェーンが近代小売の成長のボトルネックになっている可能性がある。
 リテールビジネスとのセットでの事業展開がコールドチェーンビジネスの一つの戦略となり得る

国・地域毎の物流効率指数、近代小売成長率



輸出事業者からみた現地物流の問題点 (n=197)

	物流ルートが整っていない	コールドチェーンが整っていない	時間がかかる	物流コストが高い
ベトナム	24	34	15	20
インド	9	10	9	7
インドネシア	15	17	15	12
フィリピン	12	11	6	7
ロシア	6	4	8	11
エジプト	4	5	4	3
ブラジル	4	1	10	6
メキシコ	5	2	7	4

*数字は各課題について該当した事業者数、ハッチ部分は回答が最多の課題を示す。

出所) JETRO「農林水産物・食品関連企業への輸出に関するアンケート調査」