

農林水産省大臣官房新事業・食品産業部
新事業・食品政策課 新事業・国際グループ

令和5年度フードテックを活用した 事業化・海外展開支援委託事業 事業報告書

2025年3月14日(金)

株式会社NTTデータ経営研究所

目次

1. 事業概要	P3
（1）事業目的	P3
（2）事業の背景と社会的意義	P6
（3）実施項目	P10
2. 事業内容と実施結果	P12
（1）フードテックを活用するスタートアップ等への伴走支援手法の検証	P12
①事業化・海外展開に関する研修会等の開催	
② 相談内容に応じた専門家からの助言の提供（メンタリング）	
（2）海外展示会等への出展等における成果・課題の整理・分析	P38
（3）課題や成果のとりまとめ	P46

01

事業概要

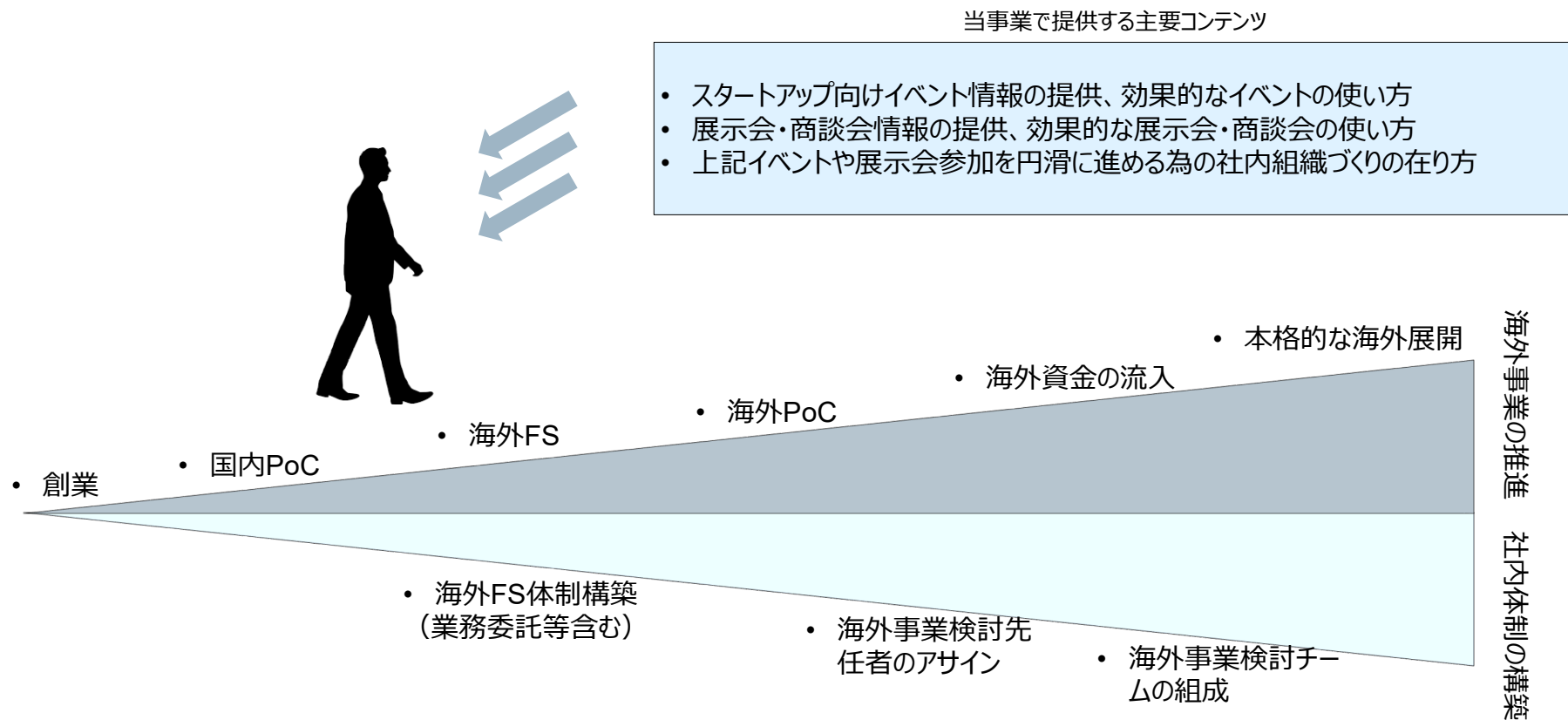
(1) 事業目的



1. 事業概要

(1) 目的

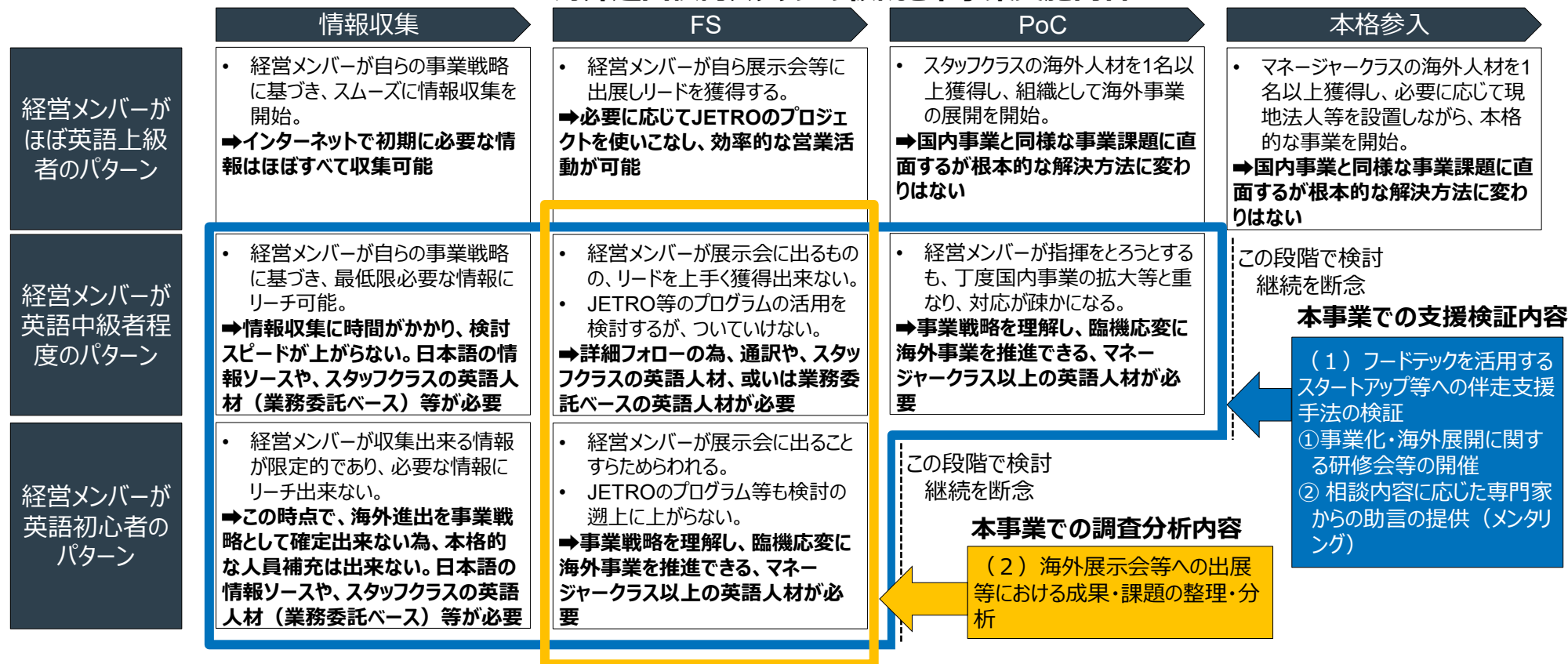
フードテックは、食料供給の拡大や環境保護、健康やアレルギー対応といった課題解決に貢献する新たな産業として注目されている。しかし、日本では投資の不足やスタートアップと企業の連携不足がビジネス化の障害となっている。また、スタートアップは海外市場に必要な知識やネットワークを欠いている。このため、本事業は、スタートアップが海外市場に進出できるよう支援し、必要な知識を提供することで、事業化と海外展開の加速を図ることを目的とした。



1. 事業概要 (1) 目的

当初の仮説では、英語ネイティブの経営者がいない多くの企業では、言語力がスタートアップのスピード感で事業検討の障壁になっていると想定。本事業では、仮説のうち特にフィジビリティスタディ（FS）で対象としている海外展示会について成果や課題を調査・分析を行う。また、経営メンバーの英語力が中～初級者のパターンを主な対象として、研修会やメンタリングを実施し、伴走手法を検証する。

海外進出検討ステップの仮説と本事業実施内容



01

事業概要

(2) 事業の背景と 社会的意義



1. 事業概要

(2) 背景

人口増加に伴う食料需要に対応する量的・質的ニーズへの対応が急務である。

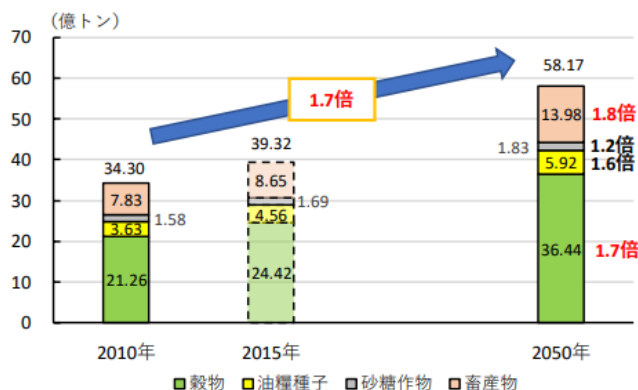
人口増加見込みと食料需要

世界人口の増加に伴い、食料需要の増加が深刻化している。2050年には2015年比1.7倍の食料が必要と言われている

世界人口の推移



食料需要の推移

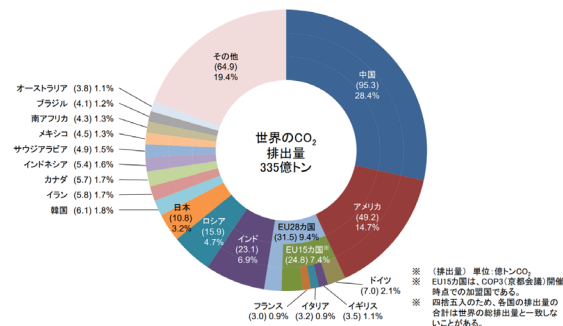


量への対応

質への対応

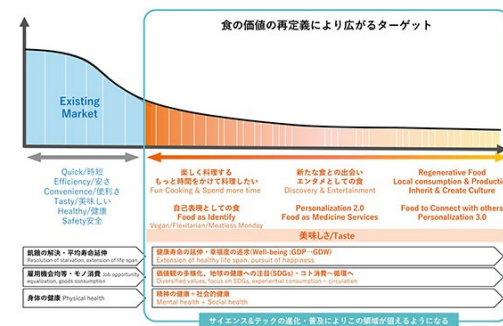
食料増産に伴う社会的課題

食料増産により多量な温室効果ガスの排出など環境汚染が問題になっている



人々が食に求める多様なニーズ

人口増加に対して、様々な嗜好が発生



従来トレードオフになっていた食料増産と環境負荷低減を両立する新しい技術開発が必要

出典)

国連人口基金HP <https://tokyo.unfpa.org/ja/publications/>

2050年における世界の食料需給見通し(農林水産省) https://www.maff.go.jp/j/zyukyu/jki/j_zyukyu_mitosi/attach/pdf/index-12.pdf

世界のエネルギー起源CO2量(環境省) https://www.env.go.jp/earth/201222_co2_emission_2018.pdf

食品ITフェア2023 オンライン(内田洋行HP) <https://www.uchida.co.jp/system/report/20230015.html>

© 2025 NTT DATA INSTITUTE OF MANAGEMENT CONSULTING, Inc.

1. 事業概要 (2) 背景

農林水産省ではフードテック官民協議会を立ち上げ、各種施策により、食品産業における新技術の普及を後押ししている。

フードテック推進ビジョン・ロードマップの作成

フードテック推進ビジョン及びロードマップを令和5年2月に策定し、令和6年度は改定作業を行っている

総会や各種イベントの実施

会員のマッチングの機会の創出、スタートアップエコシステムの強化などに注力し、フードテック関連企業の事業を促進している

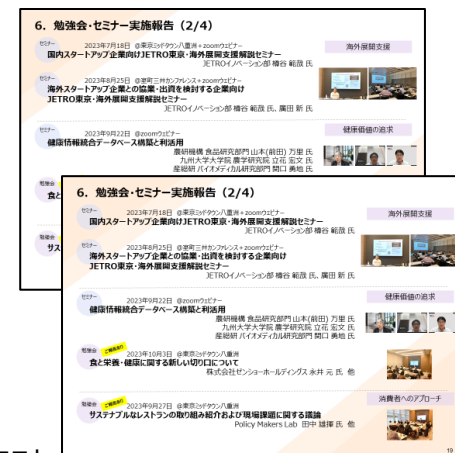
フードテック推進ビジョンの概要	
令和5年2月21日 フードテック官民協議会において策定	
目指す姿	課題と必要な取組
日本発のフードテックビジネスを育成することで、日本と世界の食料・環境問題の解決に貢献するとともに、日本を活性化させる新しい産業を創出し、日本経済の発展に貢献する。	(1) プレーヤーの育成（フードテック企業を生み出すための環境整備）
(1) 世界の食料需要の増大に対応した持続可能な食料供給を実現する	① オープンイノベーションの促進
【現状】	・ スタートアップと大企業、大学等の研究者と企業、農林水産・食品分野と異分野の連携等のオープンイノベーションを実現することで、新たな技術の創出を促進する。
・ 増大する食料需要や地球環境への負荷、生産資材の価格高騰等のリスクに直面している中、持続可能な食料供給を実現する必要がある。	・ テマごとのコミュニティを形成し、連携先のマッチング、協調領域の課題解決、設備・販売網・知見の共有等を促進する。
・ プラントベースドフード、ゲノム編集育種、昆虫や微生物の活用、細胞性食品、AI等を活用したフードロスの削減などの研究開発が進展している。	② スタートアップの育成
【将来】	・ ルール整備と消費者理解の確立等に時間を要する新技術を導入するフードテックの事業化の課題を解消するため、構想から事業化まで適切な資金供給を行う。
・ 気候変動への対応や生物多様性保全など地球環境への負荷低減と、タンパク質源等の食料供給の増大を両立する。	・ フードテック分野に関心を持つ機関投資家への情報開示の在り方を検討する等、民間投資を活性化するための環境を整備する。
・ 食肉・食用水産物と細胞性食品は、今後も増加する食料需要を共に担うものであることを踏まえ、既存の産業との両立を図る。	(2) マーケットの創出（新たな市場を作り出すための環境整備）
(2) 食品産業の生産性の向上を実現する	① 戦略的なルール作り
【現状】	・ 新たな技術を事業化するために必要となるルール整備について、国や民間による対応方針を決定する。
・ 人口減少・高齢化や原材料価格高騰等により、食品産業が厳しい状況下にあるため、スマート化により生産性向上を図る必要がある。	・ 海外市場へ進出するコスト増大を防ぐため、国際整合性を踏まえたルールを整備する。
・ AI・ロボットについて現場環境に応じたカスタマイズや対応範囲の拡大が進められている。	②
【将来】	・
・ サプライチェーンにおける過重な労働負担・人手不足を解消し、食料の持続可能な供給を実現する。	・
(3) 個人の多様なニーズを満たす豊かで健康な食生活を実現する	・
【現状】	・
・ 健康やアレルギー対応等、様々なニーズに最適化した食品やサービス等の開発が必要である。	・
・ 機能性成分含有量の多い作物、完全栄養食、各個人に最適な食事の提案を行うアプリ、食に制限のある者に対する製品等の開発が進展している。	・
【将来】	・
・ 個人の嗜好、信条、ライフスタイル、健康状態等を踏まえて個別最適化した食体験を提供することで、心身の健康を実現する。	・

改定

令和6年度に行われた総会の様子



令和6年度に実施された
マッチングイベント



令和5年度から続くビジネスコンテスト



出典)農林水産省WEBサイト フードテック推進ビジョン
<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/sosyutu/attach/pdf/index-8.pdf>

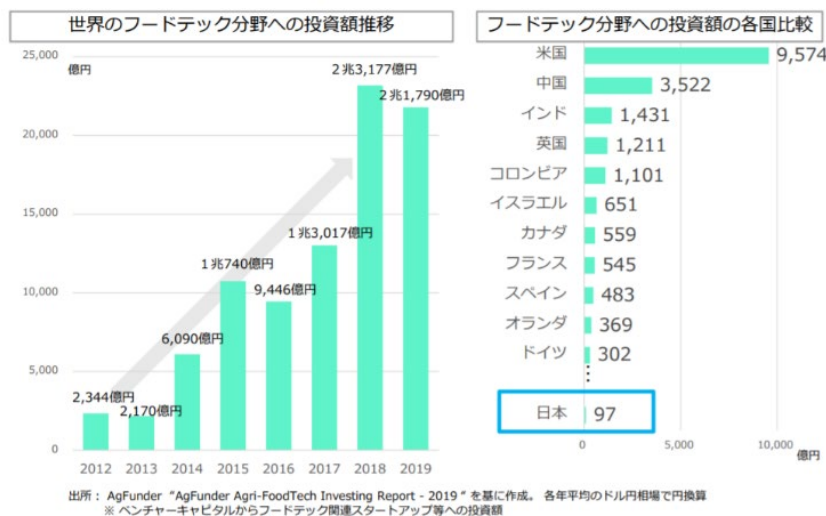
1. 事業概要

(2) 背景

世界に比べれば、未だフードテック産業に対する支援は十分とは言えない。その原因の1つとして海外マーケットとの乖離が挙げられている。

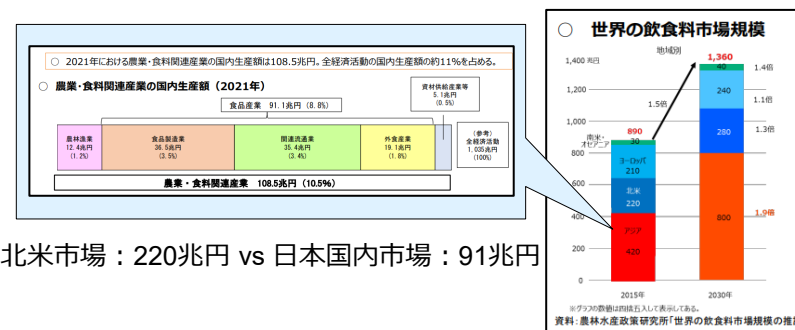
世界のフードテックへの投資状況

世界ではフードテックに関連する投資が増加しているが、日本の投資は遅れている



日本の投資が遅れている原因

日本の食品産業の市場規模は米国の1/2程度と考えられることもスタートアップのバリュエーションが上がり切れない理由の1つ



北米市場：220兆円 vs 日本国内市場：91兆円



海外展開を検討したいスタートアップ経営者

国内フードテック企業に海外マーケットを意識させることで、企業価値向上につなげられる可能性がある

出典)

農林水産省WEBサイト「農林水産省フードテック研究会 中間とりまとめ https://www.maff.go.jp/j/kanbo/foodtech/foodtech_kenkyukai_torimatome.pdf

食品産業をめぐる情勢(農林水産省) <https://www.maff.go.jp/j/shokusan/kikaku/jizoku/attach/pdf/index-13.pdf>

01

事業概要 (3) 実施項目



1. 事業概要

(3) 実施項目

本事業では、スペインで開催されたFood4Futureを事例に、日本のスタートアップが海外展示会への出展等を行う場合の成果や課題等について、整理・分析を行った。また事業者の全6回の勉強会と、当該勉強会に対応したメンタリング支援を実施することで、勉強会の効果を最大限引き出しながら、次年度以降、スタートアップが効率的に海外進出出来る体制構築を実施した。

(1) フードテックを活用するスタートアップ等への伴走支援手法の検証

① 事業化・海外展開に関する研修会等の開催

公募

勉強会プログラムに参加を希望するフードテックスタートアップ企業を広く募集。貴省、事務局との協議により採択事業者を決定した。

(1) フードテックを活用するスタートアップ等への伴走支援手法の検証

勉強会① 10月24日	海外戦略の描き方（展開戦略の立て方）
勉強会② 10月24日	海外戦略の描き方（人材・チームビルディング・組織づくり）：プロフェッショナルスタジオ
勉強会③ 11月14日	EUのSUEcosystem紹介とその特性
勉強会③ 11月6日	北米のSUEcosystem紹介とその特性
勉強会③ 11月6日	アジアのSUEcosystem紹介とその特性
勉強会④ 12月20日	現地でのネットワーク構築のポイント解説：現地での効果的なネットワーク構築に向けた対応方針＋海外展開済みスタートアップ企業によるレクチャー
勉強会⑤ 12月26日	イベント出展の効果的な活用方法：現地イベント参加での確実な成果獲得のための準備物紹介＋海外展開済みスタートアップ企業によるレクチャー
勉強会⑥ 1月21日	勉強会振り返り、ガイドライン「農林水産物・食品の輸出拡大を後押しする食産業の海外展開ガイドライン」紹介・解説

② 相談内容に応じた専門家からの助言の提供

強化枠[※] 2社に対し、それぞれ助言を受けられるメンタリングの機会を提供した。

主なメンタリングの内容例

- 内部調整のコツ
- 海外展開戦略の描き方
- 現地情報の共有
- 現地ネットワークの紹介
- フランスでのネットワーク紹介
- 展示会出展のコツ

※強化枠・聴講枠については「2. 事業内容と実施結果（1）フードテックを活用するスタートアップ等への伴走支援手法の検証」に詳細記載

(2) 海外展示会等への出展等における成果・課題の整理・分析

スペインで開催されるF4F出展事業者の成果・課題の調査

事前調査

F4Fに日本から出展する事業者に対し、準備状況や目標を調査

現地調査

現地にて、引き合いの様子やブースの出展状況等を調査

事後調査

会期終了直後、出展実績や目標に対する成果等を調査
また開催半年後の時点で、中長期的な成果の状況を調査

成果と課題の整理・分析

調査結果を踏まえ、課題の整理分析を実施した。

02

事業内容と実施結果

(1)フードテックを活用するスタートアップ等への伴走支援手法の検証

①事業化・海外展開に関する研修会等の開催

- ・概要（実施全体像、方針、スケジュール）
- ・公募～採択（F4Fを踏まえた対象事業者の検討、募集、採択結果）
- ・勉強会内容（講師、各勉強会の様子と資料や概要）
- ・アンケート

② 相談内容に応じた専門家からの助言の提供（メンタリング）



2.事業内容と実施結果

(1) フードテックを活用するスタートアップ等への伴走支援手法の検証

①事業化・海外展開に関する研修会等の開催 <概要：実施全体像>

	大テーマ	小テーマ	補足	対応課題
勉強会① 10月24日 10:00～ 12:00	海外展開 戦略入門	海外戦略の描き方（展開戦略の立て方）	マーケティング課題（顧客に対する 価値表示が不得意であること）を踏 まえ、価値創出のマインドセットを織 り込んだ内容	販路開拓・海外市 場を想定した製造、 ビスや商品の検討を 含めた戦略構築 規制対応 資金
勉強会② 10月24日 14:00～ 16:00	海外展開 戦略入門	海外戦略の描き方（人材・チームビルディング・組 織づくり）		展開体制 人材不足
勉強会③ 11月14日 18:30～19:15	展開エリア の選定	EUのSUエコシステム紹介とその特性		ネットワーク構築 情報収集 資金
勉強会③ 11月6日 10:00～10:45		北米のSUエコシステム紹介とその特性		
勉強会③ 11月6日 9:00～9:45		アジアのSUエコシステム紹介とその特性		
勉強会④ 12月20日 8:00～10:00	現地訪問 準備	現地でのネットワーク構築のポイント解説：現地での 効果的なネットワーク構築に向けた対応方針＋ 海外展開済みスタートアップ企業によるレクチャー	上級SUは参加2社と類似点のある SUを選定	ネットワーク構築
勉強会⑤ 12月26日 9:00～11:00	現地訪問 準備	イベント出展の効果的な活用方法：現地イベント 参加での確実な成果獲得のための準備物紹介＋ 海外展開済みスタートアップ企業によるレクチャー		ネットワーク構築
勉強会⑥ 1月21日 16:30～18:30	総まとめ	勉強会振り返り（事務局）、ガイドライン「農林 水産物・食品の輸出拡大を後押しする食産業の 海外展開ガイドライン」紹介・解説（農水省）	現地開催	－

2.事業内容と実施結果

(1) フードテックを活用するスタートアップ等への伴走支援手法の検証

①事業化・海外展開に関する研修会等の開催 <概要：方針>

- 海外展示会のスクリーニング、展示会に向けた準備、事前ネットワーキング等を想定した勉強会やメンタリングを行う。参加特典は、イベント出展に必要な費用の一部補助とした。

イベント出展に必要な費用の一部を支給

	8~9月：海外展開戦略入門	9~10月：海外展示会の選定	11月：海外展示会の準備	12月以降：展示会出展
勉強会テーマ	海外展開戦略の描き方について	各国の展示会の紹介と、特性について	- 現地訪問・展示会を含む現地イベントにおける適切な動き方 - 展示会に必要な準備物	-
目指す姿	- 自社のサービス特性を確実に認識し、具体的な目的・マーケティング戦略を検討・把握している - 海外展開に向けた組織体制を検討・構築している	ネットワークすべき展開国、対象を明確に定めている	ネットワークすべき展開国、対象に対する的確な準備ができている	展開国、対象に対してアプローチし、具体的な進展がある
講師	大庭崇史氏（プロフェッショナルスタジオ）	- 松崎真理氏（Queue） - 海野慧氏（Sustainable Food Asia） - 海野慧氏（Sustainable Food Asia）	- 塩田靖浩氏（JETROアドバイザー） - 加藤尚樹氏（Plug and Play Japan） - UMAMI UNITED（海外展開上級SU） - バイオフィリア（海外展開上級SU）	-

- 勉強会講師陣による個別メンタリングを実施
- 選定企業への伴走体制を強化しつつ、最終的な補助を行うことも踏まえ、選定企業は2社

2.事業内容と実施結果

(1) フードテックを活用するスタートアップ等への伴走支援手法の検証

①事業化・海外展開に関する研修会等の開催 <概要：スケジュール>

- 登壇者募集は官民協議会メルマガ・個別呼びかけにて実施。勉強会は参加企業内での活用を想定し、すべての回でアーカイブ動画・投影資料共有を行った。

参加SU募集	8月1日～8月30日	オンラインフォームにて受付
参加SU選定	9月2日～9月12日	事務局内協議を実施
参加SU発表	9月13日	オンライン公表・応募者への直接連絡
勉強会①	10月24日10:00～12:00	現地・オンライン開催
勉強会②	10月24日14:00～16:00	現地・オンライン開催
勉強会③-1	11月14日18:30～19:15	オンライン開催
勉強会③-2	11月6日10:00～10:45	オンライン開催
勉強会③-3	11月6日9:00～9:45	オンライン開催
勉強会④	12月20日8:00～10:00	オンライン開催
勉強会⑤	12月26日9:00～11:00	オンライン開催
勉強会⑥	1月21日16:30～18:30	現地・オンライン開催

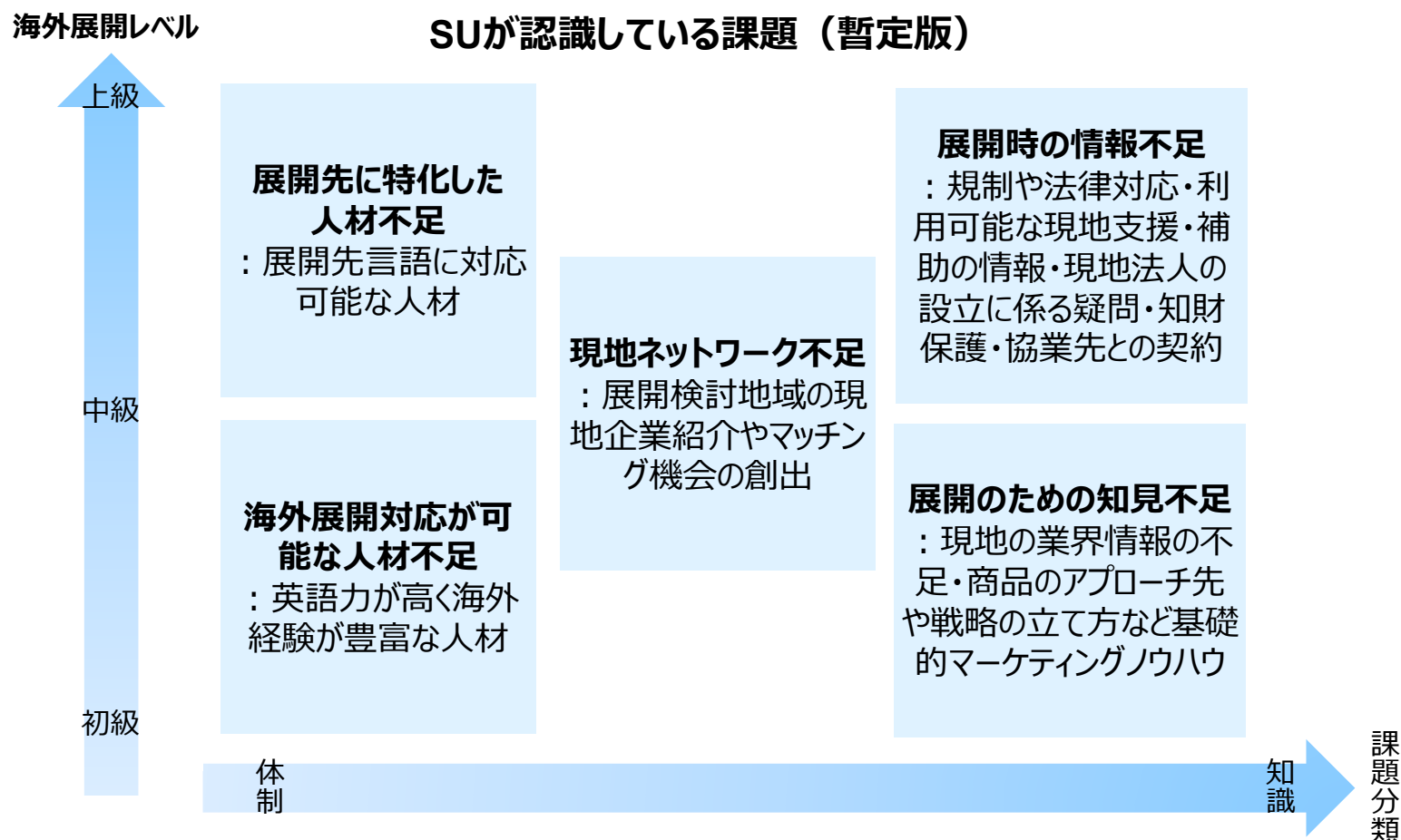
強化枠のみ各社最大8回の個別メンタリング実施

2.事業内容と実施結果

(1) フードテックを活用するスタートアップ等への伴走支援手法の検証

①事業化・海外展開に関する研修会等の開催 <公募～採択：F4Fを踏まえた対象事業者の検討>

- F4F現地でのヒアリングの結果、展開レベルに応じた課題認識があることを確認。
- 海外展開に向けて具体的な進展・より詳細な課題があるSUを海外展開レベル上級とし、体制づくりやその海外展開のノウハウが不足しているSUを海外展開レベル初～中級とした。



2.事業内容と実施結果

(1) フードテックを活用するスタートアップ等への伴走支援手法の検証

①事業化・海外展開に関する研修会等の開催 <公募～採択：F4Fを踏まえた対象事業者の検討>

- 海外展開レベル中級・初級者を上級に少しでも引き上げ、海外展示会等での獲得成果を最大化したい。本勉強会の対象は初～中級・主にBtoB（素材や技術）のSUに対して実施した。

	展開戦略の立案状況	F4Fでの様子
上級 支援の必要性：低	展開エリア等が具体的に決まっており、社内体制も整備され、マイルストーンが明確	戦略に基づいた顧客に対して、適切なコミュニケーションを行うことで海外展開を着実に進めており、海外ネットワークの構築ができている
中級 支援の必要性：低	展開エリア等の絞りこみが行われつつあるが、まだ、社内体制が整備されておらず、計画の具体性に欠ける	大まかな戦略に沿って進めているが、細部まで検討しきれていないため顧客やエリアごとのコミュニケーションがとれず、海外ネットワークの構築に時間がかかる
初級 支援の必要性：中	展開エリア等の絞りこみが行われておらず、計画が全く立てられていない	具体的な顧客イメージもなく（どんな顧客がくるかもイメージがなく）、語学能力も不十分な為に、第三者的には海外ネットワークを構築出来るとは言えない

【F4Fの示唆】

海外展開上級と整理される企業の具体的な特徴は以下の通り

- 自社のサービス特性を確実に認識し、具体的な展開国、マーケティング戦略を持っている。
- 上記戦略に合わせて、ネットワークすべき対象が明確であり、展示会前に交渉準備ができている。
- 上記ネットワークすべき対象と十分に交渉できる語学、ビジネス能力のある人材を社内に内包している。

2.事業内容と実施結果

（１）フードテックを活用するスタートアップ等への伴走支援手法の検証

①事業化・海外展開に関する研修会等の開催 ＜公募～採択：募集要項＞

- 本勉強会は申込にオンラインでのフォームを活用し、募集要項に沿って公募した。

募集要項記載内容

実施目的	基本となる戦略構築から展開エリアの選定、イベントの出展に至るまで、一連の流れを通して海外展開における基礎ノウハウの習得できる伴走型支援プログラムを行い、国内フードテック産業の海外展開に向けた動きを加速化させることを目指す
募集対象	強化枠： - 経営メンバーもしくは海外事業対応者が概ね英語中級者（TOEIC600点～、日常会話レベル）以上に該当 - 海外展開に向けて当面の予算を確保している、もしくは予算を確保できる - 海外展開に向けて対応可能な人材等の社内体制が整っている、もしくは整えることができる - 現地での事業ネットワークの構築を求めている、もしくは現地でのネットワーク構築を検討している※海外に拠点を構える、事業展開に向けて複数の現地企業と連携が必要等 聴講枠： - 強化枠応募要件に一部該当しないが、事業の海外展開に向けて検討を始めているもしくは検討する可能性があるスタートアップ企業
募集枠	強化枠：2社（勉強会＋個別面談＋イベント出展に必要な費用の一部を支援） 聴講枠：最大10社（勉強会のみ）
実施内容	開催時期・勉強会テーマ・勉強会内容詳細を記載
応募方法	エントリーフォームURL
選定基準	- 適合性（本プログラムの企画趣旨に合致するか） - 実現可能性（本プログラムを通して海外へ実際に展開可能か）※強化枠のみ

応募フォーム入力内容

基本情報	- 社名 - 担当者名 - メールアドレス - 従業員規模 - 事業内容 - 参加希望枠
海外展開に向けた基本情報	- 海外展開の対象となる事業内容 - 海外展開予算及び社内体制 - 資金調達状況 - 経営層の言語力
現在の海外展開に向けた対応状況と課題感	400字以内
参加意気込み	400字以内

2.事業内容と実施結果

(1) フードテックを活用するスタートアップ等への伴走支援手法の検証

①事業化・海外展開に関する研修会等の開催 <公募～採択：採択企業>

- 募集の結果、強化枠2社、聴講枠11社、計13社を採択した。

強化枠

SU	主な事業内容
株式会社Kinish	- コメを用いた植物性食品の開発・販売 - 本物の牛乳たんぱく質(カゼイン)を含有するコメの研究開発と、開発品を用いた植物性食品の開発・販売
合同会社シーベジタブル	- 海藻陸上栽培と海面栽培の研究および栽培 - 海藻食品の開発・販売

聴講枠

SU	主な事業内容
株式会社ストラウト	陸上海水養殖事業
AGRIST株式会社	農業ロボット等の開発・販売
株式会社WAKU	高機能有機肥料・バイオスティミラント資材の開発・販売
株式会社エヌ・ディ・シー	大豆ミートや大豆スナックなど、新しい大豆加工食品の開発と製造
ハッコウホールディングス株式会社	植物性食品の製造
クオックropp株式会社	食と農分野を中心に商品単位で効率的な環境価値の計測を行うプラットフォームの提供
株式会社東旗	食品製造・小売
株式会社セツロテック	- ゲノム編集技術を活用した、製薬会社などの創業研究支援事業 - 農業畜産分野を対象とした、新たな新品種の開発
地域活性化企業組合	輸出用のための食品衛生品質管理指導及び 指導先の商品の輸出版売 支援（コンサルティング）
株式会社楽々	脱炭素循環型（オール電化・IOT化）の茸菌床製造装置の開発と販売
ASTRA FOOD PLAN株式会社	過熱蒸煎機による未利用食品資源の乾燥及び殺菌、アップサイクル事業
ソニーグループ株式会社	調理の伝送が可能となる調理データ化技術各種事業

※主な事業内容は申込内容をもとに作成。

2.事業内容と実施結果

(1) フードテックを活用するスタートアップ等への伴走支援手法の検証

①事業化・海外展開に関する研修会等の開催 <勉強会内容：各回講師>

- 各回の勉強会テーマ・目指す姿に対する的確な情報を提供する講師陣を選定した。

海外展開戦略入門



優秀人材が、学びながら成長産業/地方セクターに循環し、活躍し続ける人材エコシステムの核となることを目指し、**成長産業・地方セクターの人材エコシステムのエンジン**として、ベンチャー/地方中小企業に対して、**人的資本を有効活用していくための組織開発ソリューションを提供**し、3年で累計4000名のキャリア支援、650社以上の採用支援を実施。特に経営幹部候補人材と有望スタートアップのマッチングに対しては、スタートアップスタジオ・VCを展開するXTechグループの独自ネットワークを活用しながら、**業界の最新情報の提供、キャリアコーチ、求人紹介、入社後の活躍支援までトータルで支援**。講師の大庭氏は開発組織の構築、事業開発、製品開発などの支援に従事。

Professional Studio株式会
社

海外展示会の選定・準備



松崎真理氏
(BelongTo / Queue)

スタートアップカンファレンス「Slush Tokyo」で広報統括を担当。その後、新規事業のリソース探索、スタートアップソーシング、オープンイノベーション支援に従事。**独自の取材とグローバルネットワークを活かし、日本語情報が不足する海外スタートアップの動向をリサーチし、スタートアップ支援業務を推進。**



海野慧氏
(SustainableFoodAsia)

株式会社じげんにて事業開発に創業期から従事。IPO後はM & AやPMI、海外子会社のマネジメントなどを行う。2020年にソーシャルインパクトを生み出す仕組みづくりのためにCarpeDiem株式会社を創業。2022年には日本と東南アジアを中心に持続可能な**食産業創造を目指しフード/アグリスタートアップの事業開発、アライアンス支援などエコシステム構築を行うSustainable Food Asiaを設立、代表取締役役に就任。**



熊谷伸栄氏
(Wildcard Incubator)

代表マネージングパートナー。**シリコンバレーと東京を軸に大手企業と欧米スタートアップとの事業共創フェーズから戦略的提携までの一貫した『マッチング後』の業務プロセスを、日米のプロフェッショナルメンバーで手掛ける。**アジア大手アクセラBrinc(本社)のClimate Tech ProgramのGlobal Mentor。NewsPicksコラムニスト。

2.事業内容と実施結果

（１）フードテックを活用するスタートアップ等への伴走支援手法の検証

①事業化・海外展開に関する研修会等の開催 ＜勉強会内容：各回講師＞

現地訪問準備



加藤尚樹氏
(Plug and Play Japan)

ニューヨーク州立大学からオランダのラドバウド大学に編入し、同大学にて国際経済学士号取得。卒業後、日本IBMのビジネスコンサルタントとして、グローバルDX戦略立案及びシステム開発に従事。同社のアクセラレータープログラムにて、国内スタートアップの営業活動支援を実施。2022年にPlug and Playの投資部門に参画。日本でのスタートアップ投資活動を行いながら、食品飲料大手企業に対して、オープンイノベーション支援のコンサルティング業務にも従事。



塩田靖浩氏
(JETRO輸出プロモーター事業専門家
農林水産・食品分野)

大手物流会社等を経て、2007年に貿易コンサルタントとして独立。食品の輸出商談を目的としてアジア・中東・オセアニア・欧州・北米・南米の29カ国・地域に渡航し、食品輸出の豊富な支援実績を有する。

通関士試験・JETRO認定貿易アドバイザー試験合格者。食品の海外販路開拓、海外展示会出展、海外の輸入規制、貿易実務全般のアドバイスが可能。

2.事業内容と実施結果

(1) フードテックを活用するスタートアップ等への伴走支援手法の検証

①事業化・海外展開に関する研修会等の開催 <勉強会内容：勉強会①>

小目的	内容	登壇者
開催概要説明（0分）	全6回の勉強会の全体像を示し、実施回のゴールを説明	事務局
海外展開の描き方（120分）	海外戦略の描き方（展開戦略の立て方） 事業展開の事例紹介 海外進出の失敗原因と回避策 ✓ 海外展開ならではの要素・注意 海外進出の失敗原因と回避策 ✓ 成功例／失敗例 失敗事例：よくある事例・注意点 事業展開手法 ✓ リサーチ方法・コネクションの活用 ✓ 展示会の活用 個別最適手法について ✓ ここまでを踏まえた自社状況のメタ認知 ✓ 個社ごとの事情や状況に応じたアプローチの議論 質疑応答・フリーディスカッション	Professional Studio 大庭様

勉強会の様子

- 失敗例・成功例の各事例を具体的なエピソード含め解説した。これを受け、参加者は自社の状況や環境と比べながら受講する様子が見られた。
- 各社の状況に応じて質疑応答がされ、成功する海外展開戦略について、各社が振り返る機会となっていた。

分析

- これから海外展開を始めるSUにとって、基本的な戦略策定はリソース不足等から対応ができていない基礎項目であったため、有益であった。一方、すでに一定程度海外展開を進めているSUにとっては既知の内容も多い。

2.事業内容と実施結果

(1) フードテックを活用するスタートアップ等への伴走支援手法の検証

①事業化・海外展開に関する研修会等の開催 <勉強会内容：勉強会②>

小目的	内容	登壇者
海外展開のための人材確保・組織づくり（120分）	海外展開に必要な人材像 ✓ 必要な能力、スキルとペルソナ ✓ ステージ毎の必要人材の違いについて 人材確保の考え方 ✓ 必要人材の採用戦略と手法 ✓ 雇用形態の考え方 体制構築の考え方 ✓ 海外進出のための体制構築の考え方と手法 ✓ 成功例／失敗例 フェーズ毎の幹部採用事例 ✓ 現在の自社体制→目指す体制図の作成※自社体制図検討ワーク 現在の組織図 1～3年後の思い描く組織図 現状の足りないポジションの優先順位 ポジションの必要性の検討と体制構築イメージの調整 質疑応答・フリーディスカッション	Professional Studio 大庭様

勉強会の様子

- ・ 自社分析ワークの記入後、各社の事情に応じた人材戦略等について質疑応答が多く寄せられた。

分析

- ・ 勉強会①と同様に、講師からの情報提供はこれから海外展開を始めるSUにとって有益性が高い情報となったが、すでに海外展開を進めているSUにとっては既知の内容も多い。
- ・ 自社分析が可能なワークの実施を中心に据えた内容であったため、まだ実際に戦略を検討・実施していない段階のSUにとって実践的で理解しやすく、学びを深めるのに適していた。

2.事業内容と実施結果

(1) フードテックを活用するスタートアップ等への伴走支援手法の検証

①事業化・海外展開に関する研修会等の開催 <勉強会内容：勉強会③アジアエリア>

小目的	内容	登壇者
開催概要説明（0分）	全6回の勉強会の全体像を示し、実施回のゴールを説明	事務局
アジアエリアのスタートアップエコシステム紹介とその特性（45分）	東南アジアのフードエコシステムの紹介 ✓ 東南アジアのマーケット概況 人口動態及びGDP 食品市場規模及びその推移 一次産業市場規模及びその推移 食料自給率 ✓ シンガポールでの取り組み事例 東南アジアの機会と実態 ✓ 東南アジアにおける格差 ✓ 食の高付加価値化・エンタメ化 ✓ 制約条件 ✓ 食料安全保障、国としての基幹産業 参考事例紹介（ネットワーク紹介） ✓ エコシステムビルダーネットワーク ✓ Innobate360 ✓ マレーシア大手企業ハラル戦略	SustainableFoodAsia 海野氏

勉強会の様子

- アジアをメイン展開エリアとしていないSUが多く、質疑応答では「アジア圏でのフードロス問題の規模感や課題認識度の状況はどうか」等、各社事業に関連する現地状況や、消費のトレンド等を問う質問が多く見られた。

分析

- メイン展開エリアではない地域の情報（特にフードテックに関する現地情報・消費トレンド）は、今後の展開含め検討材料としてニーズがある。

2.事業内容と実施結果

（１）フードテックを活用するスタートアップ等への伴走支援手法の検証

①事業化・海外展開に関する研修会等の開催 ＜勉強会内容：勉強会③北米＞

小目的	内容	登壇者
開催概要説明（0分）	全6回の勉強会の全体像を示し、実施回のゴールを説明	事務局
北米エリアのスタートアップエコシステム紹介とその特性（45分）	北米市場を見据えた食品事業でつまづくパターンの紹介 食米市場進出・展開を見据えた場合の食品事情の検討項目 ✓ 「何」を売れるか？ ✓ 市場エリアの選択・市場セグメントの選択 ✓ リテラー・ディストリビューター・バイヤー － 季節性の周期を理解 ✓ 北米イベント関係の出店戦略は綿密に ✓ 製造委託先VS.自社製造海外市場での必須要件 海外市場での必須要件 参考事例紹介 【北米事業化の手段】Wildcard Incubator × Union Kitchenの北米事業支援プログラム ✓ 概要 ✓ 事例紹介	Wildcard Incubator 熊谷 氏

勉強会の様子

- 強化枠協業者（現地卸・流通・小売り企業）の選定のコツやネットワーキング可能な具体的なイベント情報等、具体的なエコシステムについての質問があり、関心の高さがうかがわれた。

分析

- 現地ネットワーク・コネクションの構築及びそのポイントは特に海外展開を開始した段階のSUが必要としている情報である。

2.事業内容と実施結果

(1) フードテックを活用するスタートアップ等への伴走支援手法の検証

①事業化・海外展開に関する研修会等の開催 <勉強会内容：勉強会③欧州>

小目的	内容	登壇者
開催概要説明（0分）	全6回の勉強会の全体像を示し、実施回のゴールを説明	事務局
北米エリアのスタートアップエコシステム紹介とその特性（45分）	欧州のフードテック市場・トレンド ✓ 欧州のフードテック投資市場の状況 ✓ 欧州で伸びている分野（B2B） ✓ フードテックにおける重要キーワード 「Planetary」 「Human health」 ヨーロッパ展開における準備 ✓ 国ごとに異なる消費者の嗜好や規制 ✓ ローカル需要に合わせた商品開発 アプローチと検証（リレーなアプローチ） ✓ 展開をサポートするキーパーソン※具体的なコンタクト先 インキュベーション・アクセラレーター VC 大学機関・研究機関 …等	Queue 松崎氏

勉強会の様子

- 各国や分野ごとのアクセラレータープログラムやピッチイベント等の支援プログラム紹介に対して、参加した複数の企業から具体情報について問い合わせがあった。
- 勉強会では欧州全体について網羅的に解説があり、質疑応答で各社検討している具体エリアの詳細状況や、自社にフィットするエリアについての質問が見られ、関心の高さがうかがわれた。

分析

- 海外展開に向けた特にエリアの概要紹介だけでなく具体的なネットワーク構築に向けた現地情報のニーズは高い。

2.事業内容と実施結果

(1) フードテックを活用するスタートアップ等への伴走支援手法の検証

①事業化・海外展開に関する研修会等の開催 <勉強会内容：勉強会④>

小目的	内容	登壇者
開催概要説明（0分）	全6回の勉強会の全体像を示し、実施回のゴールを説明	事務局
現地でのネットワーク構築のポイント解説：現地での効果的なネットワーク構築に向けた対応方針（60分）	海外ネットワーク構築の重要性 ネットワーク構築に向けた渡航前準備 事前のアプローチ戦略・アプローチ手法 現地での実践的アプローチ 質疑応答	Plug and Play 加藤氏
海外展開済みSU企業によるレクチャー（60分）	海外展開の現状 海外展開に至った経緯 海外戦略の描き方 ✓ 海外展開エリアの選定方法 ✓ 海外アクセラプログラムの選定・応募のコツ ✓ 海外アクセラプログラムの感想・活用のコツ 海外展開に必須な人材像・チーム体制 ✓ 立ち上げから現在に至るまでの体制 ✓ 海外展開人材の確保方法 ✓ 現地人材・協力者獲得のコツ 展開エリアに対しての印象・進出のコツ 質疑応答	海外展開済み SU

勉強会の様子

- ・ LinkedInの効果的な使用方法や、プログラム参加における重視ポイントについての質問があった。
- ・ 海外展開済みSU企業によるレクチャーでは、実際に展開して感じている課題や、日本との消費者の差、海外における消費者への啓蒙等、参加SU各社が自社の状況と比較し、想定される場面に応じた経験詳細を問う質問があり、関心の高さがうかがわれた。

分析

- ・ 現地での振る舞い方などは我流のSUが多く、海外展開のためのコミュニケーションツールや実際のやり取りのポイント等、現地の正しい行動指針・ふるまいノウハウについては海外展開レベルを問わずニーズは高い。
- ・ 他社レクチャーは自社の状況と照らし合わせながら、展開を先読み・逆算し、戦略を考えるきっかけとなりえる。

2.事業内容と実施結果

（１）フードテックを活用するスタートアップ等への伴走支援手法の検証

①事業化・海外展開に関する研修会等の開催 ＜勉強会内容：勉強会⑤＞

小目的	内容	登壇者
開催概要説明（0分）	全6回の勉強会の全体像を示し、実施回のゴールを説明	事務局
イベント出展の効果的な活用方法：現地イベント参加での確実な成果獲得のための準備物紹介（60分）	海外の展示会・商談会の紹介 食品輸出の商流 海外販路開拓の手法 海外展示会・商談会の事前準備、商談資料の一例 制約獲得に向けて重視すべきこと 海外展示会活用成功事例 質疑応答	シオタトレーディング 塩田氏
海外展開済みSU企業によるレクチャー（60分）	海外展開の現状 海外展開に至った経緯 海外戦略の描き方 ✓ 海外展開エリアの選定方法 ✓ 海外展開を行うにあたっての準備 海外展開に必須な人材像・チーム体制 ✓ 立ち上げから現在に至るまでの体制 ✓ 海外展開人材の確保方法 ✓ 現地人材・協力者・知見獲得のコツ 展開エリアに対しての印象・進出のコツ 質疑応答	海外展開済みSU

勉強会の様子

- ・ 展示会出展に向けた現地パートナー選定のコツ等、実際に現地で展示会・イベント参加するにあたって考えられる具体的な事例に対しての質問があった。
- ・ 海外展開済みSUによるレクチャーでは、EC運営にあたっての価格決定やPR方法、予算について具体的なノウハウについての質問、現地事務所を構える意味等、参加SU各社が自社の状況と比較し、想定される場面に応じた経験詳細を問う質問があった。

分析

- ・ 展示会出展でも現地企業（協業パートナー・人材）の確保が課題となっている。
- ・ 他社レクチャーは自社の状況と照らし合わせながら、展開を先読み・逆算し、戦略を考えるきっかけとなりえる。

2.事業内容と実施結果

(1) フードテックを活用するスタートアップ等への伴走支援手法の検証

①事業化・海外展開に関する研修会等の開催 <勉強会内容：勉強会⑥>

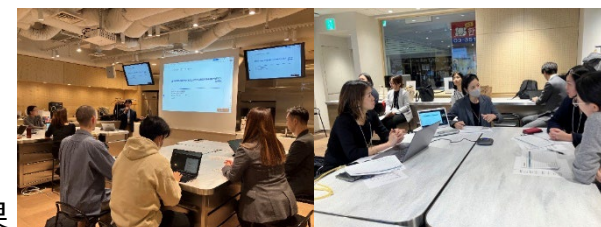
小目的	内容	登壇者
勉強会振り返り（45分）	全6回の勉強会の最終回 ✓ 勉強会の趣旨と各回について簡単にご説明 ✓ 過去の資料を参考にしながら、記入内容をふまえ、全体の振り返りとして本プログラムを通した学び・気づきを発表し、振り返り＝グループ内での発表 ✓ 各島ごとの内容をまとめて全体に共有	事務局
政府等の情報提供（30分）	✓ 農水省を含む政府の文脈を理解できる情報や支援策の紹介 ・「農林水産物・食品の輸出拡大を後押しする食産業の海外展開ガイドライン」紹介・解説 ✓ 質疑応答	野村総研 大畑氏
ネットワーキング（45分） ①参加者：参加者同士の交流 ②貴省・事務局：今後の支援ニーズ把握	対面でのコミュニケーションの創出 ✓ 東京建物からの情報案内 ・東京建物が所属する国際イニシアチブGOe – Gastronomy Open Ecosystemの紹介 ・バスクやイタリア等、関連する海外フードインキュベーションの取組の紹介 ✓ ネットワーキング	東京建物 沢田氏

勉強会の様子

- ・ 勉強会振り返りでは互いの学びを共有することで新たな発見や気づきが生まれていた。
- ・ 各社の状況と課題を共有し、他社から具体的な助言を得られている場面が見られた。
- ・ 会場がイノベーション施設である特性から、現地会場をPRの場として活用し、展開に向けた連携の相談ができていた事例もあった。

分析

- ・ 海外展開を目指すSUにとって共通の課題を持つSUとの交流は知見の共有という面で効果的である。



2.事業内容と実施結果

(1) フードテックを活用するスタートアップ等への伴走支援手法の検証

①事業化・海外展開に関する研修会等の開催 <勉強会内容：参加者アンケート>

- 有識者による基礎ノウハウのインプットを主内容においた①～③、現地出展に向けた具体ノウハウのインプットを主内容においた④～⑥、メンタリング（強化枠のみ）に対して全3回アンケートを実施した。

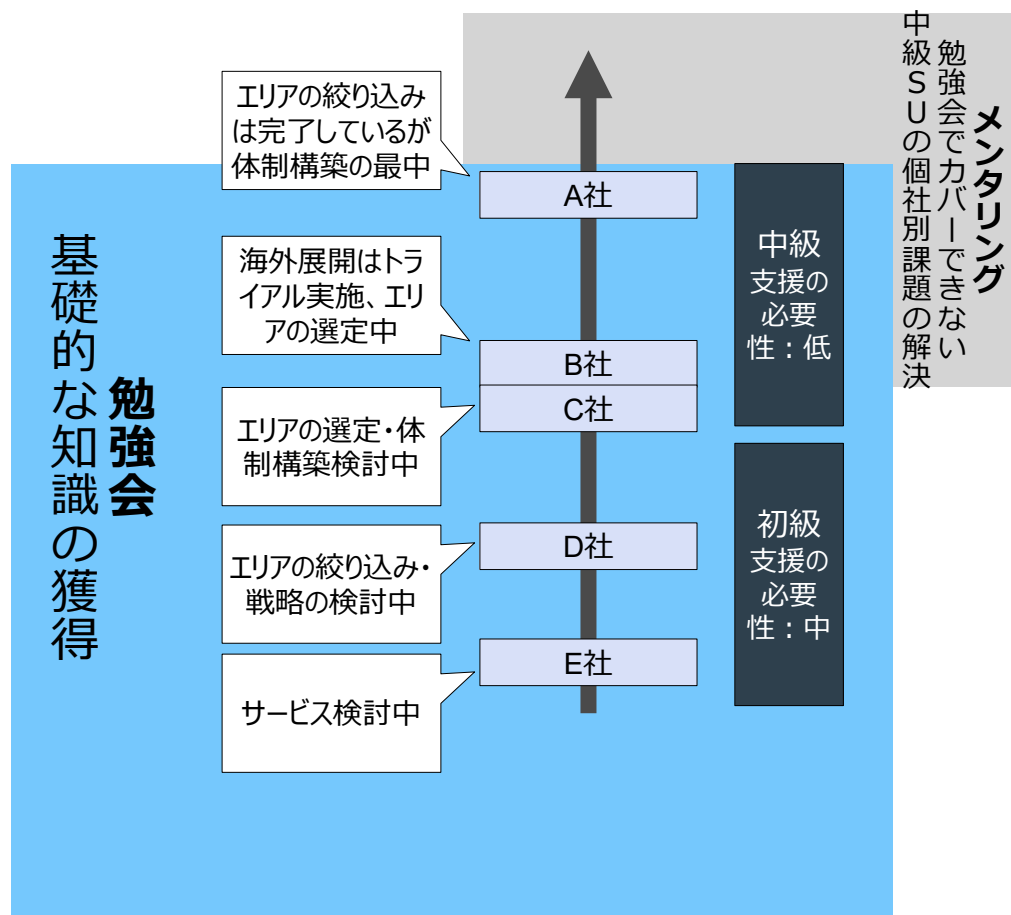
	大テーマ	小テーマ	アンケート内容
勉強会①	海外展開戦略入門	海外戦略の描き方（展開戦略の立て方）：プロフェッショナルスタジオ	【アンケート：基礎ノウハウ】回答締め切り11月29日 ・各勉強会の満足度（とても満足・満足・ふつう・不満）、その理由 ・各勉強会ごとの活用可能性（自由記述） ・特に役立った部分（自由記述） ・講師への追加質問（自由記述） ・その他ご意見（自由記述）
勉強会②	海外展開戦略入門	海外戦略の描き方（人材・チームビルディング・組織づくり）：プロフェッショナルスタジオ	
勉強会③	展開エリアの選定	EUのSUIエコシステム紹介とその特性：松崎氏	
勉強会③		北米のSUIエコシステム紹介とその特性：熊谷氏	
勉強会③		アジアのSUIエコシステム紹介とその特性：海野氏	
勉強会④	現地訪問準備	現地でのネットワーク構築のポイント解説：現地での効果的なネットワーク構築に向けた対応方針＋海外展開済みスタートアップ企業によるレクチャー	【アンケート：基礎ノウハウ】 ・各勉強会の満足度（とても満足・満足・ふつう・不満）、その理由 ・各勉強会ごとの活用可能性（自由記述） ・特に役立った部分（自由記述） ・講師への追加質問（自由記述） ・その他ご意見（自由記述）
勉強会⑤	現地訪問準備	イベント出展の効果的な活用方法：現地イベント参加での確実な成果獲得のための準備物紹介＋海外展開済みスタートアップ企業によるレクチャー	
勉強会⑥	総まとめ	勉強会振り返り（事務局）、ガイドライン「農林水産物・食品の輸出拡大を後押しする食産業の海外展開ガイドライン」紹介・解説（農水省）	
個別面談	－	プロフェッショナルスタジオ：2回 エリアメンター等：6回	【アンケート：メンタリング】 ・メンタリング全体の満足度（とても満足・満足・ふつう・不満）、その理由 ・メンタリング実施へのご意見 ・その他ご意見

2.事業内容と実施結果

(1) フードテックを活用するスタートアップ等への伴走支援手法の検証

①事業化・海外展開に関する研修会等の開催 <勉強会内容：分析>

- 勉強会内容は基礎的な内容が多く、特に初級SUの課題感に応える内容であったものの、現地ネットワークの構築に向けて必要な具体的な事例や、他社事例については中級SUからもニーズが伺えた。



成果 (Results)

- LinkedInの活用
- 勉強会内容の共有を目的とした社内勉強会の実施
- 所有する現地ネットワークの洗い出し＋現地コーディネーターを活用したPR実施
- 現地訪問に向けた事前準備のスケジュール検討
- 具体的なアクションプランの作成
- マーケティング戦略の構築

1. 事業概要

(1) フードテックを活用するスタートアップ等への伴走支援手法の検証

② 相談内容に応じた専門家からの助言の提供＜メンタリング・費用補助概要＞

- 強化枠2社には、希望する講師陣等による個別メンタリング30分～1時間と、イベント出展に必要な費用の一部を15万円を上限に補助を行った。

メンタリング

各社ごとに状況や課題感が異なるため、専門的な知見を有する勉強会登壇講師を中心とした有識者によるメンタリング（面談）の場を以下の条件で設定

- ・ 1回のメンタリングは30分～1時間とする
- ・ メンタリングは個社ごとに実施し、最大8回まで可能
- ・ 勉強会登壇講師以外の有識者への打診も可能

費用補助

各社ごとに柔軟な施策が必要となることから以下の目的に合致する支出に対しての費用を補助

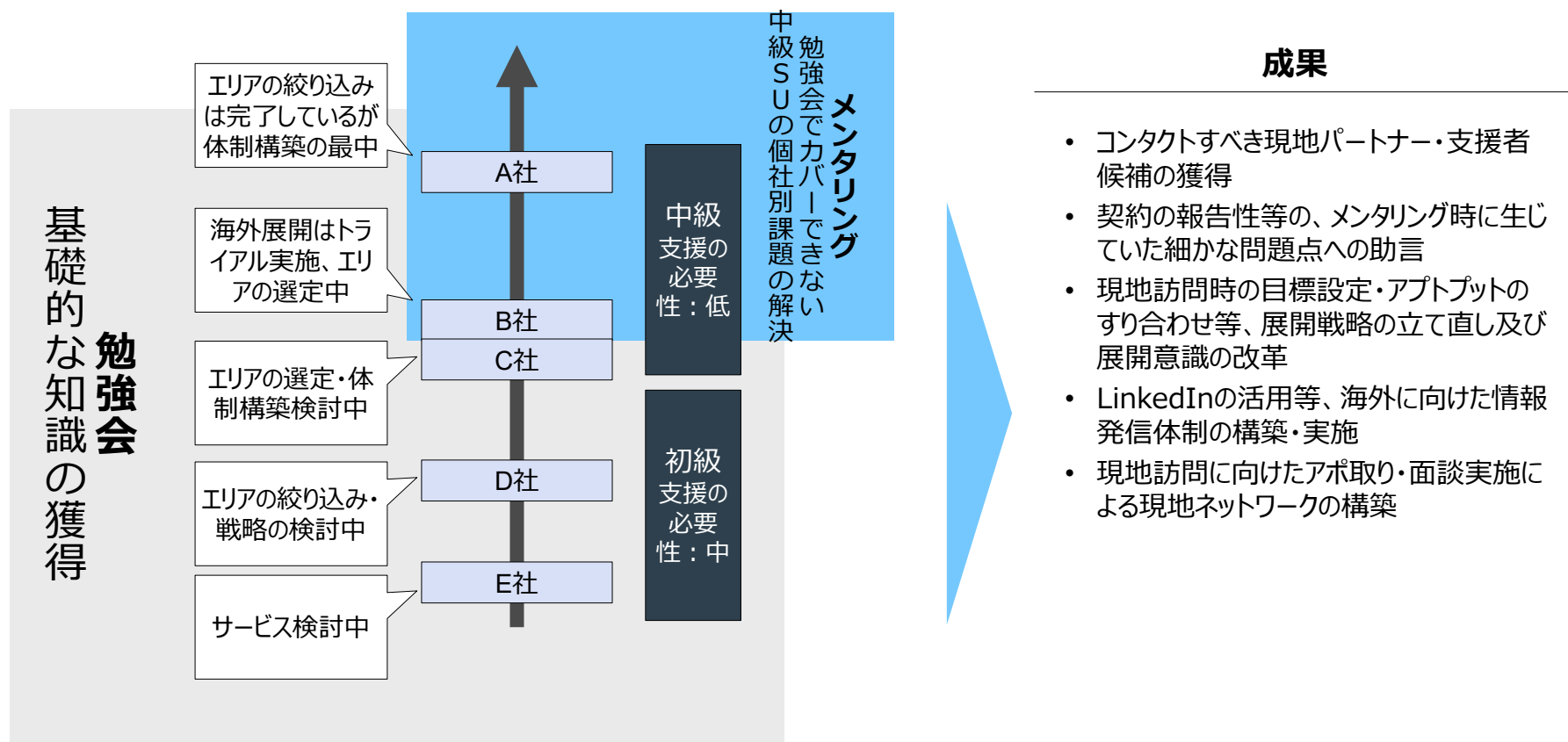
- ・ 勉強会を通じて作成した戦略を基に、イベントや展示会出展等の具体的なネクストアクションに必要と判断した対応事項に必要な諸経費（想定する具体例としては、年度内（25年3月末日まで）に開催予定のイベント出展に必要な参加費、パンフレットやポスター・広報動画の作成費等）

2.事業内容と実施結果

(1) フードテックを活用するスタートアップ等への伴走支援手法の検証

② 相談内容に応じた専門家からの助言の提供<メンタリング：分析>

- 基礎的内容が基盤となる勉強会は中級SUにとって既知の内容も含まれていたが、メンタリング・費用補助を実施することで中級SUの課題解決に向けたサポートを実施できた。



1. 事業概要

(1) フードテックを活用するスタートアップ等への伴走支援手法の検証

総論

- 勉強会・メンタリング実施中の調査、アンケートより、各展開レベルに応じて求められる知見が異なるが、一部情報は全ての段階のSUからニーズがあることが明らかになった。

	状況	求めている知見
中級	海外展開エリアが定まり、エリア別戦略を構築済み	海外訪問時の必要知見 ✓ 展開 支援 ネットワーク（アクセラプログラム・VC・投資家）の紹介
	海外展開エリアが定まり始めており、エリア別戦略の構築を始めている	展開候補エリアの詳細知見 ✓ 展開 検討 ネットワーク（アクセラプログラム・現地コーディネーター）の紹介
初級	展開可能な事業が確定し、海外展開エリアの選定に向けて動き出している	海外展開戦略構築のための知見 ✓ 社内体制の立て方 ✓ 自社サービスに合った展開エリアの分析、検討
	海外展開可能な事業を検討している	海外展開に向けた初期段階の情報追記

メンタリング

メンタリング
・勉強会

勉強会

1. 事業概要

(1) フードテックを活用するスタートアップ等への伴走支援手法の検証 総論

■ 展開が進展するにつれて、課題や対応策の汎用性が低くなり個社ごとの支援が求められる

- **海外展開初級レベルに対しては共通した課題も多いため勉強会形式の支援が適している：**
海外展開初級レベルは、展開に向けた基礎知識（戦略構築のステップ・想定される社内体制の検討等）から不足しており、各社共通の課題となるため、勉強会形式でのインプットが向いている。
- **海外展開中級レベルに対してはメンタリング等の個社支援が適している：**
海外展開中級レベルは、すでに希望エリアの展開に向けて動き出しており、事業者ごとに課題が異なり汎用性が低くなるため、メンタリング等の個社ごとのインプットが向いている。

1. 事業概要

(1) フードテックを活用するスタートアップ等への伴走支援手法の検証 総論

- 現地情報は海外展開レベルを問わず求められているが、情報の粒度感に応じてインプット方法を使い分けると良い
- **現地のトレンド：現地のトレンドについては広く需要があるため、勉強会等の複数社向けのインプットに適している**
情報提供を受け、海外展開エリアが定まっている事業者からは該当エリアのネットワーク構築に活用し、現地訪問に向けてアポイント取りを実施したといった声が多数上がっていた。海外展開エリアが定まっていない事業者からはトレンドを踏まえた自社展開可能性を検討するなど、現地情報を踏まえ展開に向けてより具体的な検討が行われていた。
※展開の段階を問わず、すべての段階のSUにとってより具体的な展開戦略構築につながっていた
- **具体的なネットワーク紹介：現地訪問時に特に求められており、個別のインプットを提供するメンタリングに適している**
現地訪問を予定・確定している事業者は、訪問に向けて事前の現地ネットワークへの接触を求めている。

02

事業内容と実施結果

(2) 海外展示会等への出展等における成果・課題の整理・分析



2.事業内容と実施結果

(2) 海外展示会等への出展等における成果・課題の整理・分析

① FOOD 4 FUTURE概要

- FOOD 4 FUTURE（以下、F4F）は、スペインのバスク地方（ビルバオ市）で開催されるフードテックに特化した展示会であり、2024年は4月16日～18日を会期に開催。欧州を中心に世界各国から9,037名（前年比+665）が来場。出展企業数287社（前年比±0）であった。
- ジャパンブースには、日本のスタートアップ等の11社が出展し、参加者の注目を集めた。

F4F出展事業者分野

- 会場には、食品関連のスタートアップ企業や大手企業のブースに加え、昨年度まで別会場で開催されており今年度から合同開催になった「PICK & PACK」という梱包や物流等に特化した展示会に関連したブースも多く出展。
- 個別企業ブース以外に、アクセラレーターや国・自治体機関等による大型ブースの中にSUごとの小ブースがあるクラスター型の出展が約半数を占めていた。



出展：F4F2024 公式サイト

開催セミナー

- 協賛団体ごとに設けられた7つのステージで、関連する様々なセミナーが開催された。セミナー登壇者数は482名（前年比+69名）。
- 「Advancing Healthy Aging: Tailored Nutritional Insights and Strategies for Action（健康的な老化の促進：栄養面及び行動変容から見る考察）」は関連するイニシアチブが結成された背景から満席となるなど、セミナーごとに関心の高さを伺うことができた

セミナー例

Carbon Circular Economies in the Food Industry

Unlocking growth for startups in corporate ecosystems

Japan x Foodtech 6.0 – Co-Creating Future Food EcoSystem Beyond Borders

Advancing Healthy Aging: Tailored Nutritional Insights and Strategies for Action

2.事業内容と実施結果

(2) 海外展示会等への出展等における成果・課題の整理・分析

① FOOD 4 FUTURE <フードテックのトレンド>

- FOOD 4 FUTUREに出展しているEUのスタートアップ企業の傾向として、サーキュラーやセキュリティなどEU規制を前提とした事業に取り組んでいる点があげられる。大企業等とのオープンイノベーションを前提に、規制に対応できる製品やサービスが多く展示された。

1 廃棄物のサーキュラー化やフードセキュリティ強化など、EUの規制により事業ニーズが生じているテーマの解決策となるソリューションを持ったスタートアップ等が多く出展

関連セミナー例

Carbon Circular Economies in the Food Industry

Innovation trends in future food and circular economy

サーキュラーをテーマとしたF4F出展者の例

社名	概要	国
BioProcesia	代替たんぱく飼料製造のスタートアップ。農業で排出された廃棄物を用い、発酵技術で飼料にする。	スペイン
Innomy	マイコプロテイン（菌類）による代替食品製造スタートアップ。モルトの廃棄物を排出するビールメーカーなど様々な食品業界と連携し、廃棄物を原材料として活用。	スペイン
Nauterra	魚の缶詰製品のスペイン大手企業。廃棄物マネジメント企業との提携により、生産過程で生じる廃棄物をアップサイクル製品として製造・販売。	スペイン
クレサヴァ株式会社	衣料廃棄物から発酵技術等を活用し、農業用肥料を製造・販売。	日本



BioProcesiaのセミナー発表



クレサヴァのブース



2.事業内容と実施結果

(2) 海外展示会等への出展等における成果・課題の整理・分析

① FOOD 4 FUTURE <フードテックのトレンド>

- 代替たんぱく製品や、アルコール代替飲料等、様々なフードテックのテーマで、完全栄養など健康価値の高い製品・サービスが数多く展開され、ブースや関連セミナーにおいても高い関心が寄せられた。
- 健康を訴求する製品においても、環境配慮の取組は前提として実施され、副次的価値としてPRされているケースが多い。

2

環境に加え健康など付加価値のある製品・サービス に来場者の関心が集まる

関連セミナー例

Advancing Healthy Aging: Tailored Nutritional Insights and Strategies for Action

Contribution of dairy products to a health and safe diet

関連ブース例

社名	概要	国
ISAUKI	藻類ベースの代替魚介食品製造・販売スタートアップ。オメガ3やビタミンB12等を添加した高栄養食品として訴求。	スペイン
MIWI REAL DRINKS	欧州を中心に流行の発酵飲料「コンブチャ」製造・販売スタートアップ。砂糖を加えず、おいしさを担保する工夫を施している。	スペイン
mmmico eats	発酵技術を用い、天然の香料、着色料を開発したスタートアップ。一般的な添加物と比較しβカロテンの含有量を増加させるといった付加価値も訴求。	スペイン
株式会社 Sydecas	こんにゃく由来で、食品形成等に活用できる素材の製造、販売。小麦粉や卵などの代わりにつなぎとして使用することで、低糖質、低カロリーな商品製造に活用可能。	日本



ISAUKIの代替魚介食品

出典： <https://www.isauki.com/>



Sydecasのブース



2.事業内容と実施結果

(2) 海外展示会等への出展等における成果・課題の整理・分析

①日本からの出展事業者の成果 <出展事業者及び調査概要>

- 海外進出の足掛かりとして展示会出展を効果的に実施する上でのポイント等を調査するため、F4F会期前・会期後にオンラインでアンケートを実施した。
- 会期中は、実際にF4F会場においてブースの状況等について調査を行った。

アンケート概要

目的

日本のフードテック産業活性化に向け、海外市場進出を目指すスタートアップ企業支援を推進するため、**世界市場における日本の強みを把握**すると同時に、**スタートアップ企業が海外展示会等へ出展する際の成功要因等**を明らかにする。

方法

オンラインアンケート

対象

F4F（2024年度）に日本から出展した事業者11社

実施時期

F4F会期前および会期後（直後および半年後）

※一部事業者は会期後に会期前アンケートもまとめて回答。



2.事業内容と実施結果

(2) 海外展示会等への出展等における成果・課題の整理・分析

①日本からの出展事業者の成果 <出展事業者及び調査概要>

事業者名	出展した主なサービス・製品	所在地	HP	F4F出展回数
株式会社F-EAT	3Dフードプリンターを活用した食品のレシピ開発や効果的な提供方法等に関するアドバイザー	東京都	https://f-eat.inc/	1 回目
OISSY株式会社	味覚センサーを用いた味覚分析、コンサルティングサービス	東京都	https://oissy.jp/	—
輝翠TECH株式会社	農業用の運搬・自律走行型ロボットの開発、販売	宮城県	https://kisuitech.com/	1 回目
クオンクロップ株式会社	脱炭素、生物多様性、水資源利用など多角的に商品の現状を計測、可視化するサービス	東京都	https://cuoncrop.com/	1 回目
クレサヴァ株式会社	衣料廃棄物から発酵技術等を活用した、農業用肥料の製造・販売	東京都	https://www.cresava.com/	1 回目
Sustainable Food Asia株式会社	東南アジアのフードテック企業への投資や事業開発	東京都	https://sustainablefoodasia.com/	2 回目
合同会社シーベジタブル	陸上栽培と海面栽培による海藻製品の生産、販売	高知県	https://seaveges.com/	—
株式会社Sydecas	こんにゃく由来で、食品形成等に活用できる素材の製造、販売	兵庫県	https://ninjafoods.jp/pages/aboutus	2 回目
早川みそしょうゆ株式会社	パウダー状の味噌「umami・so」の製造、販売	宮城県	https://hayakawa-sm.com/	2 回目
マルコメ株式会社	発酵技術を用いた大豆素材の代替たんぱく製品の製造・販売	東京都	https://www.marukome.co.jp/	—
山形大学	粉末状にした食材を原料にした自由度の高い3Dフードプリンティング技術	山形県	https://mech.yz.yamagata-u.ac.jp/lab/zairyo/furukawa_lab.html	1 回目

2.事業内容と実施結果

(2) 海外展示会等への出展等における成果・課題の整理・分析

③分析

- ・ アンケート、会期中の調査より、事業内容にあった展示会の選定や、事前の検討・準備の重要性が明らかになった。

■事前準備は成果獲得に必須

- ・ **現地に行く前の面談等の仕込みにより確実な成果が見込める：**
十分な成果が得られなかった事業者からは、「想定していたターゲットがF4Fに来なかった」といった声が多数上がっていた。
一方、現地に行く前に、現地のVCや事業関係者等にSNSやメールを通じて面談のアポを取り、F4Fの会期中に対面で打合せを実施したことで、確実な成果につなげたケースもあった。
- ・ **ブースを充実させることで訪問者数増加・有益なつながり構築につながる：**
ブースに、実際の商品や、機器を持ち込むことで、来場者の足を止め商談につなげやすくなる。また、出展者の対応人数が1人程度と限定される場合は、事業説明動画等を流すタブレットやモニターを設置することで、不在の際の機会損失を減少させられる。
- ・ **開催国・展示会とテーマがマッチする事業者は、現地でもブース来場者がおおくなる傾向：**
出展前に、自社事業と開催国（地域）の社会経済文化的背景が合うか、また展示会自体のターゲットと合うかを調査し、合うという仮説を持った事業者は、実際に現地でのブースでも来場者の関心を得て多くのブース来場者を獲得していた。

2.事業内容と実施結果

(2) 海外展示会等への出展等における成果・課題の整理・分析

③分析

- アンケート、会期中の調査より、事業内容にあった展示会の選定や、事前の検討・準備の重要性が明らかになった。

■出展体制（語学力、検討段階）が整った状態での出展で、成果を得やすくなる

- 英語・現地の言語が上級レベルであることは必須条件：

上級レベル（TOEIC 800点以上）の企業もあれば、日常会話レベルの事業者もあった。その中で、成果を得られたと考えられる事業者は、必ず上級英語話者や加えてスペイン語も話せる通訳等をブースに設置していた。言語レベルが高くても必ずしも成果が得られるわけではないが、成果を得るための必須条件と考えられる。

- 海外事業の検討段階が進展している事業者の方が、「良い失敗」を含む成果を得られる：

市場調査等を中心的な目的とした事業者よりも、実際の販売パートナー探し等を目指す企業の方が、終了後の目的達成に関する自己評価は低い傾向にあるが、今後の事業進展につながる成果を得てると考えられる。

- LinkedInを活用した事業者は数十件程度のつながりを獲得：

名刺交換だけでなく、LinkedInやfacebookのビジネスアカウントで来場者とのつながりを得た出展者も多かった。継続的に事業の動向をフィードにアップすることで、現地で得た数十件のつながりに対して、継続的に情報提供が可能となり、今後の事業機会につながる可能性が見込まれる。

02

事業内容と実施結果

(3) 課題や成果のとりまとめ



2. 事業内容と実施結果

(3) 課題や成果のとりまとめ

(1) フードテックを活用するスタートアップ等への伴走支援手法の検証

- 海外展開**初級レベルのS U**は展開に向けた基礎知識（戦略構築のステップ・想定される社内体制の検討等）から不足しているケースが多く、多くのS U **共通した課題も多い**ため**勉強会形式の支援が適している**。
- 海外展開**中級レベル**に対しては、**事業者ごとに課題が異なり汎用性が低くなるため、メンタリング等の個社支援が適している**。現地訪問を予定・確定している事業者は、**訪問に向けて事前の現地ネットワークへの接触を求めている**。個社ごとに適切なアプローチ先は異なるため個社支援が適している。
- 現地のトレンドについては広く需要があり、展開の段階を問わず、すべての段階のSUにとってより具体的な展開戦略構築につながる。

(2) 海外展示会等への出展等における成果・課題の整理・分析

- 海外展示会出展にあたっては、**面談アポとりやブース・体制構築**などの事前準備により、成果獲得の可能性を大いに高めることができる。
- 参加する展示会や、開催国・地域の社会経済文化的背景を踏まえ、**自社製品の適応可能性の仮説を持つ**ことで、出展を通じた学びを得る可能性が高まる。
- 現地で得たつながりは、その場限りにならないよう**SNSでのつながりに落とし込む**ことで、事後も継続的な事業機会獲得の可能性がある。

NTT DATA

株式会社NTTデータ経営研究所