

## グローバル・フードバリューチェーン戦略 地域別検討会の検討結果

## 目次

1. 本事業の概要
2. 各地域別検討会で検討された具体的なFVC構想
3. FVC構築のイメージ図
4. FVC構築のため官が担うべき役割（地域別検討会における委員の意見まとめ）

# 1. 本事業の概要

## 事業の目的

- グローバル・フードバリューチェーン（GFVC）戦略に基づくこれまでの取組を踏まえ、それぞれの国・地域において、我が国食産業の事業展開、FVC構築を更に推進していくに当たり、構築の可能性のあるFVC等を検討・整理する。

## 地域別検討会の実施

- 調査のとりまとめに向け、GFVC戦略において地域別戦略が記載されている7国・地域及び豪州について、進出企業及び有識者をメンバーとした地域別検討会を開催し、議論を実施した。

### 地域別検討会の対象国・地域

1. ASEAN
2. 東アジア（特に中国）
3. インド
4. 中東
5. アフリカ
6. 中南米
7. ロシア・中央アジア
8. 豪州

### 実施スケジュール

|                  |           |
|------------------|-----------|
| 2018年11月中旬～12月中旬 | 第1回地域別検討会 |
| 12月20日           | 第1回全体会合   |
| 2019年 1月中旬～2月上旬  | 第2回地域別検討会 |
| 2月22日            | 第2回全体会合開催 |

## 2. 各地域別検討会で検討された具体的なFVC構想

| 1. ASEAN |  | ターゲット市場             |
|----------|--|---------------------|
| ①        | <u>経済回廊（東西・南北・南部）の「食の物流ネットワーク」としての活用</u> | 日本<br>中国<br>ASEAN域内 |
| ②        | <u>ベトナムにおける加工食品のVC構築</u>                 |                     |

| 2. 東アジア（特に中国） |                                  | ターゲット市場 |
|---------------|----------------------------------|---------|
| ①             | <u>中国国内市場向け販売戦略の推進</u>           | 中国域内    |
| ②             | <u>外食・中食市場の拡大を踏まえた戦略的アプローチ</u>   |         |
| ③             | <u>高齢化対応市場等への展開</u>              |         |
| ④             | <u>内陸部等市場の開拓</u>                 |         |
| ⑤             | <u>EC市場等新たな販売チャネルへの積極的なアプローチ</u> |         |

## 2. 各地域別検討会で検討された具体的なFVC構想（続）

| 3. インド |                            |   | ターゲット市場      |
|--------|----------------------------|---|--------------|
| ①      | <b>加工食品の生産・輸出増</b>         | 食品加工に適した日本の優良品種や加工技術の導入などにより、低成本で現地生産した農産品を加工して、欧州、中東、東アフリカ等、第三国への輸出を行う。      | 欧州、中東、東アフリカ等 |
| ②      | <b>フードロスの削減</b>            | 中食や外食の増加などライフスタイルの変化等により、必要性が高まるコールドチェーン技術等、日本の技術・ノウハウを導入しフードロスの削減や有効利用に貢献する。 | インド国内        |
| ③      | <b>農業及び食品加工の生産性向上と人材育成</b> | 生産性向上に資する日系企業の農業・食品加工技術の普及を図るとともに、日印において、日印ビジネスの橋渡しとなるインド人の人材育成を推進する。         |              |
| ④      | <b>日本の外食産業等の事業展開（※）</b>    | 都市部の富裕層を中心とした健康に対する意識の高まりも踏まえ、「ヘルシーさ」にも重点を置いた日本食普及イベント等を実施し、「日本食」の認知度向上を図る。   |              |

| 4. 中東 |  |  | ターゲット市場         |
|-------|--|--|-----------------|
| ①     | <b>我が国の技術を活かした生鮮野菜の供給</b>                  | 地場パートナー企業と組んだ植物工場や施設園芸による野菜生産と販売を促進する。   | 中東域内・第3国（アフリカ等） |
| ②     | <b>現地のニーズをとらえた食産業企業の進出（※）</b>              | SNS等を活用して日本食の認知度を高めるとともに、潜在的なニーズの掘り起こしも行い、現地ニーズ・嗜好に合った日本食、日本産品の提供を目指す。                             |                 |
| ③     | <b>食品の輸出入規制対応における企業の負担軽減を通じた海外進出の促進（※）</b> | 相手国の食品の輸出入規制・規格（ハラールを含む）及び企業の中東進出の経験に関する情報提供・共有を充実させるとともに、政府間協議において規制の透明化等を要請することで、ビジネス環境の改善に取り組む。 |                 |

| 5. アフリカ |  |  | ターゲット市場    |
|---------|--|--|------------|
| ①       | <b>経済協力を戦略的に活用した、生産性向上</b>                 | 農林水産物の増産に取り組んでいる国々を中心として、TICADによる経済協力や民間投資と連携しながら、農業の生産性向上に向けた取組を進める。          | アフリカ域内     |
| ②       | <b>主要品目の加工度向上による国内供給及び第三国輸出</b>            | 収穫後に現地で加工度を高めて高付加価値化した上で国内消費（地産地消）や第三国輸出ができるよう、経済協力（TICAD）などを通じて人材育成や産業育成を進める。 | アフリカ域内・第3国 |
| ③       | <b>先行他国系企業とのパートナーシップやオールジャパンの協力体制構築（※）</b> | 必要により先行して基盤を構築しているインド系、レバノン・シリア系財閥等とのパートナーシップ構築等を通じて、現地への円滑な進出や事業展開を推進する。      | アフリカ域内     |

## 2. 各地域別検討会で検討された具体的なFVC構想（続）

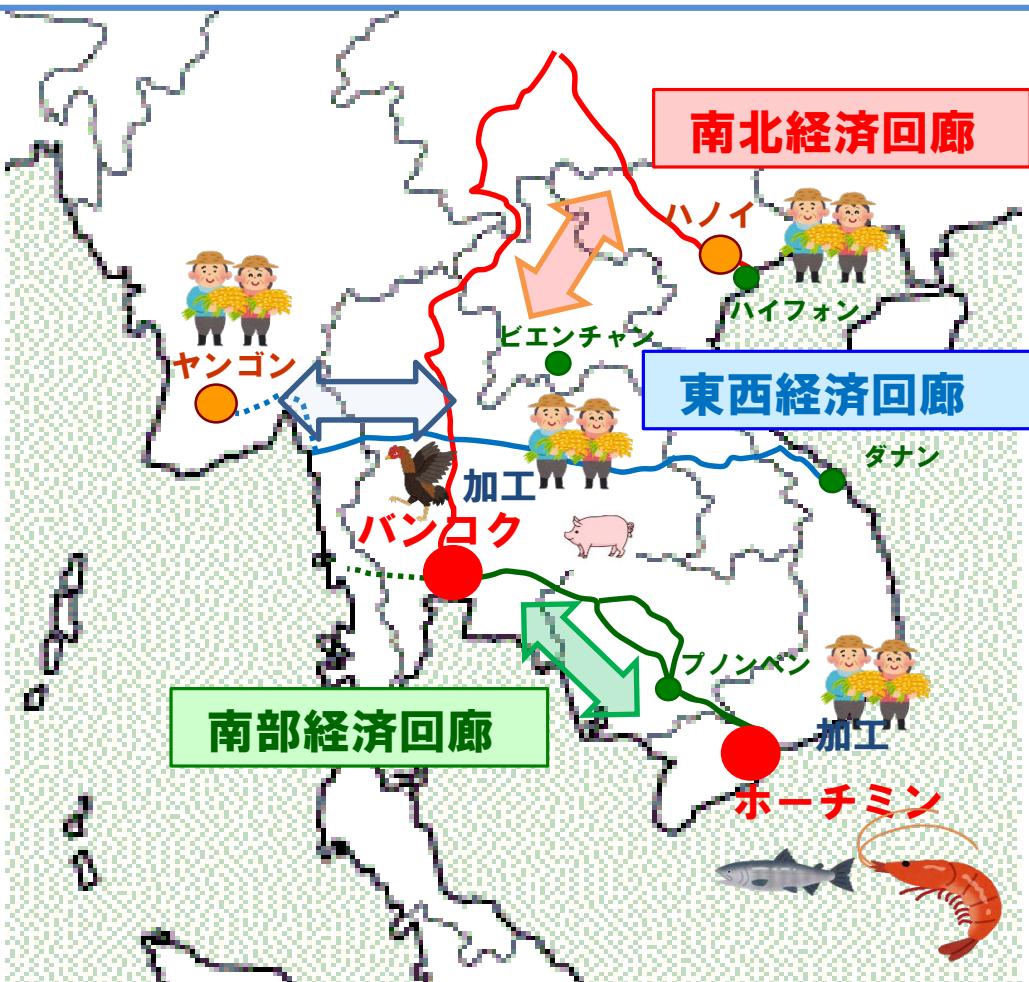
| 6. 中南米                                      |  | ターゲット市場              |
|---|--|----------------------|
| ① 農業・水産業の持続可能な発展と第三国を含めた食料供給力の拡大            | 我が国と中南米の農林水産技術の利活用を促進し、世界的な食料供給の基地として、第三国を含めた食料供給力のさらなる拡大と横展開を図る。                                      | 日本<br>アジア地域<br>米州域内等 |
| ② 現地消費者の動向を適切に捉えた日本食ブームの開拓                  | 中南米の日本食人気を重要なビジネス機会と捉え、現地消費者の動向を適切に把握することで日本食ブームの開拓を図る。  | 中南米域内                |
| ③ 日系＜ニッケイ／NIKKEI＞社会とのネットワークを利活用した人材育成・交流（※） | ①及び②の実現のため、世界最大の日系社会であり、世界でも有数の知日的な地域である強みを活かし、非日系人を含めた日系ネットワークの利活用を通じた人材育成・交流を促進する。                   | —                    |
| 7. ロシア・中央アジア                                |  | ターゲット市場              |
| ① 極東産大豆等の輸出体制の構築                            | 我が国の輸入食料調達の多角化の観点から、ロシア産大豆等の日本への輸入体制を構築する。   | 日本                   |
| ② 水産物のアジア・太平洋地域への輸出体制整備                     | 日本やアジアでの消費者ニーズを踏まえ、極東で漁獲・養殖される水産物の鮮度保持、加工、輸送網を構築し、輸出体制を整備する。   | 中国<br>ASEAN          |
| ③ ロシア極東等における野菜の供給能力拡大                       | 極東地域の野菜供給能力を拡大させるため、野菜温室の建設や露地野菜の生産性向上を進める。  | ロシア域内                |
| ④ 日本産食品および極東の水産物等のヨーロッパ・ロシアへの供給             | モスクワ等大消費地で拡大する日本食レストラン等に高品質な日本産食品や極東産の水産物等を供給するため、シベリア鉄道等を活用した輸送網を構築する。                                |                      |
| 8. 豪州                                       |  | ターゲット市場              |
| ① 我が国からの農水産物の輸出と連携した第三国市場への周年供給体制の構築        | 第三国市場における日本産と同種・同品質の農水産物の市場占有性を拡大するために豪州における供給体制を構築する。   | 中国<br>ASEAN<br>インド   |
| ② 大豆・カカオ等の加工原料の安定調達のための生産体制の整備              | 海外での事業展開等を視野に入れた企業への加工原料等の安定調達に向けた供給体制を構築する。   |                      |
| ③ 農業関係の調査のテストベッドとしての日豪協力（※）                 | アフリカや中東等において検討中のFVC関連の取組に関し、同地域と同様の気候帯や条件を有する豪州の地域における仮想実験や試験的取組を通じ、現地での事業化に向けた課題の一部を明かにし、現地取組の加速化を追求。 | -                    |

### 3. FVC構築のイメージ図

- (1) ASEAN
- (2) 東アジア（特に中国）
- (3) インド
- (4) 中東
- (5) アフリカ
- (6) 中南米
- (7) ロシア・中央アジア
- (8) 豪州

# (1) ASEAN①: 東西・南北・南部経済回廊を利用した域内流通と輸出促進

- 東西、南部、南北の経済回廊を活用し、食品加工企業の多いバンコクやホーチミンで加工
- 労働集約的な食品加工は、ASEAN内の生産コストの低い地域で製造
- 規格/認証制度の導入で、加工食品をAEC内で流通・海外へ輸出
- 現地における雇用機会創出、農業関係者の所得向上等



## 日・ASEAN加盟国双方の官・民により解決が望まれる課題例

- ・ 電力の安定供給や道路網の整備等、インフラ整備の一層の推進や越境通関の迅速化
- ・ 安心・安全な食品の提供に向けた、規格・認証制度の導入・普及の推進
- ・ 食品低温輸送ロジスティクス・センターの整備
- ・ 品質等への消費者理解の促進
- ・ 冷凍・冷蔵食品の展開 等

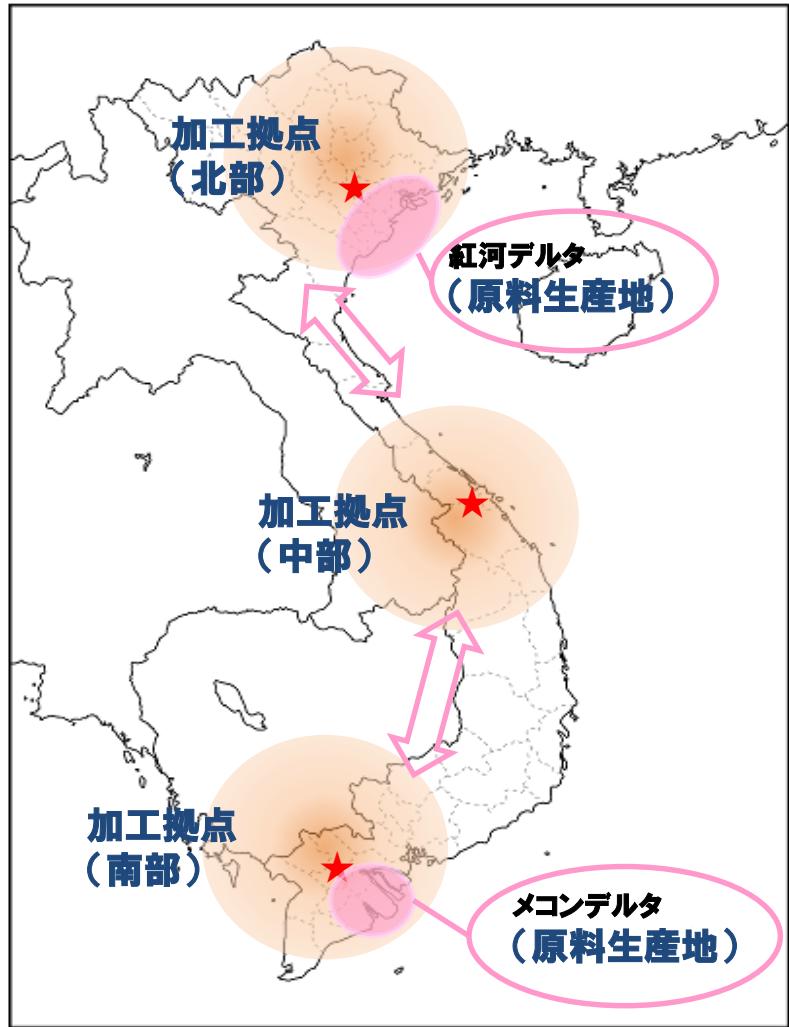
【人口】

● 1,000万超

● 200万超~1,000万以下

# (1) ASEAN②: ベトナムにおける加工食品のFVC構想

- 現地調達した原材料で、現地市場の嗜好に適合する商品を開発。
- 農業団地や食品加工団地、食品定温輸送物流拠点の整備で安全な農産物・食品を生産・供給する。



## 生産<現地調達と品質管理>

- ・ 農業団地を整備し、安全な農産物を生産
- ・ 現地の原材料を用い、現地嗜好に則した商品を開発



## 製造・加工<安心な食品の供給>

- ・ 販売増に応じ、商圈に近い場所での生産を開始
- ・ 产地直結食品加工団地を整備し、安全な食品を供給



## 流通<定温輸送体制の整備>

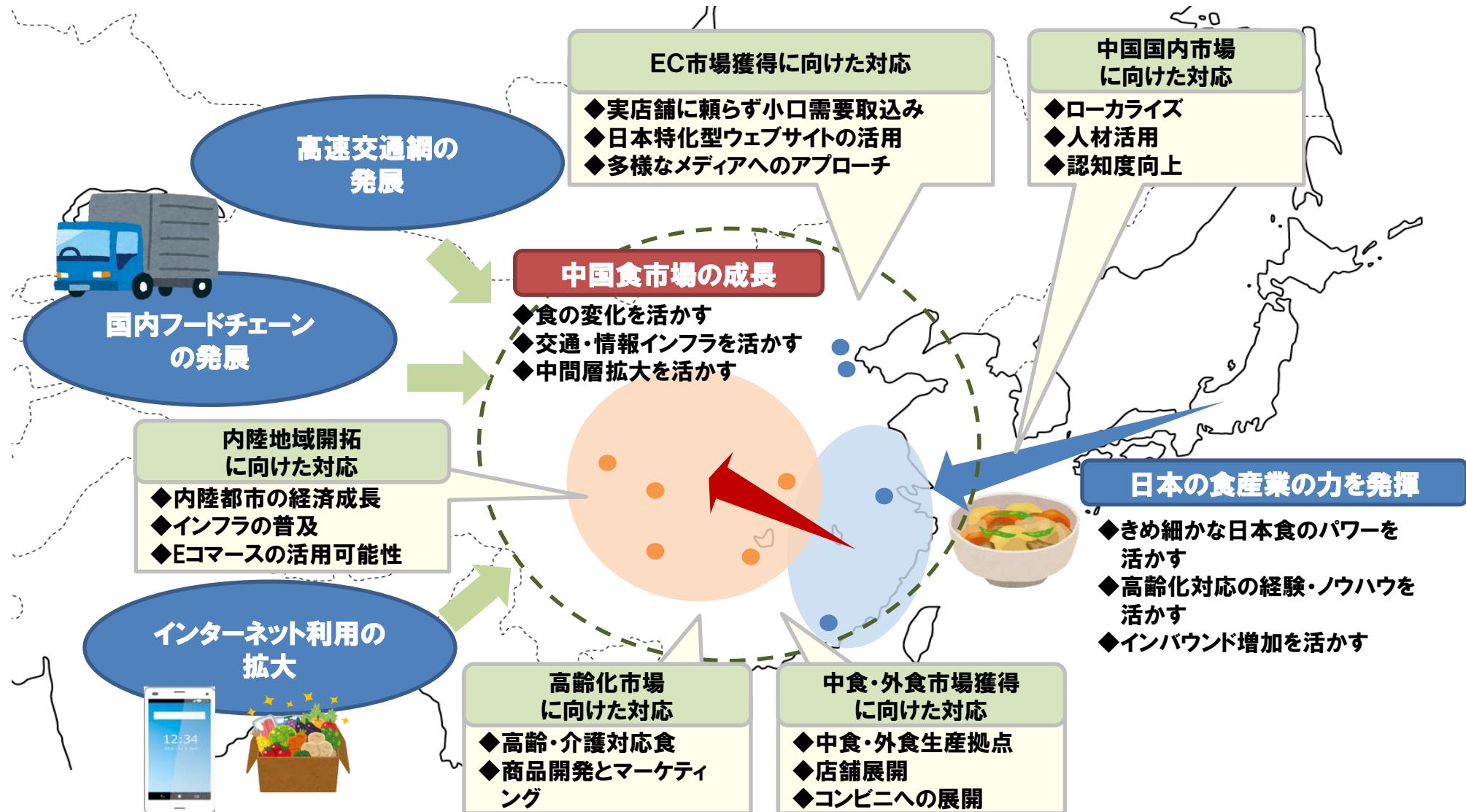
- ・ 食品定温輸送物流拠点を整備
- ・ 製造拠点の分散で、国内販売網を構築



## 輸出<近隣諸国への販売>

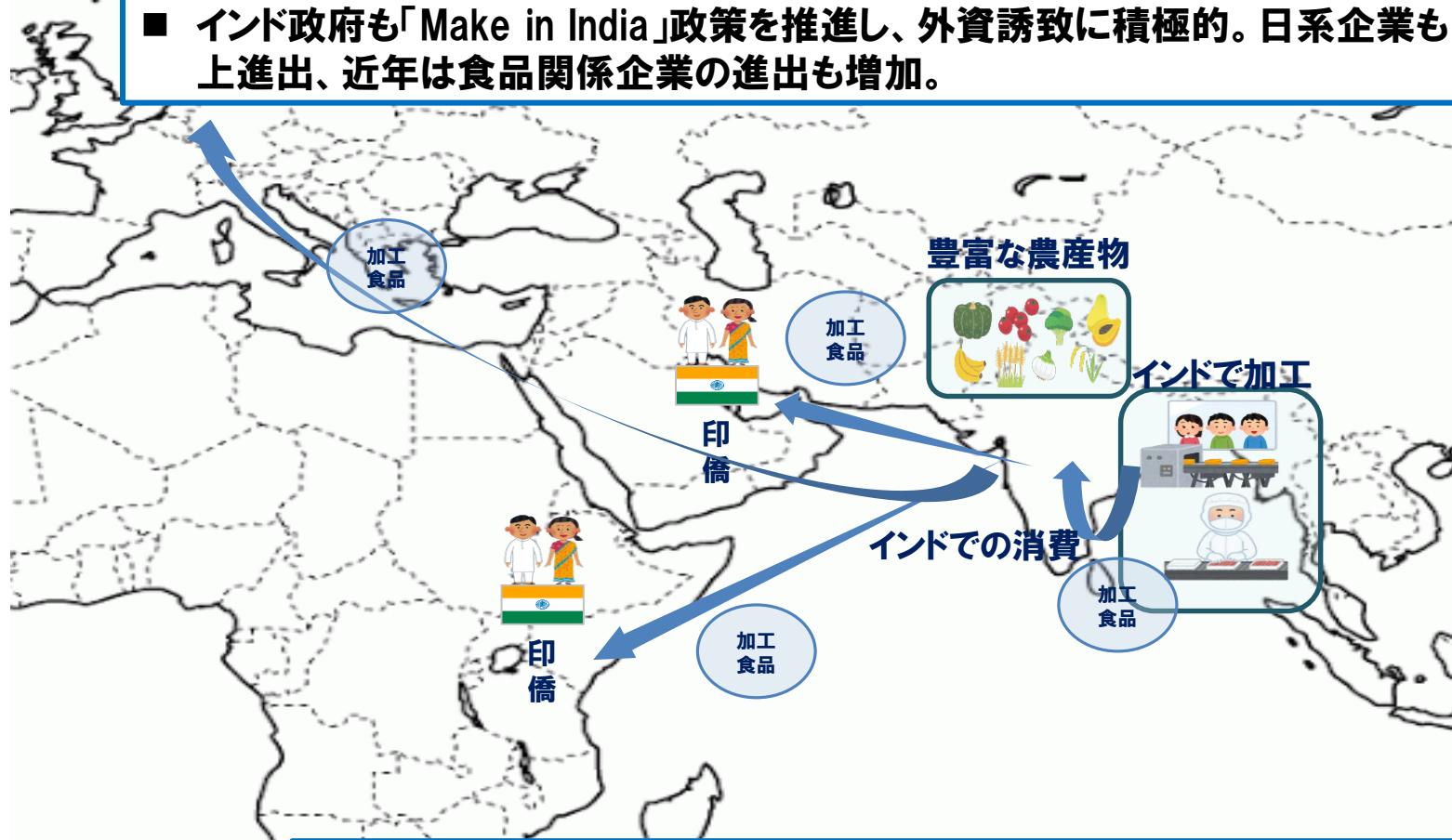
- ・ 規格・認証の取得で海外に販路を拡大

## (2) 東アジア(特に中国):中国食市場の急速な成長の中で日本食産業の力を発揮する多面的アプローチ



### (3) インド①:加工食品の生産・輸出増

- インドは人口13億人を抱え、数年以内に世界一位の人口大国となる。食品加工市場も急速に拡大しており、海外投資が相次いでいる。
- インド政府も「Make in India」政策を推進し、外資誘致に積極的。日系企業も1,400社以上進出、近年は食品関係企業の進出も増加。

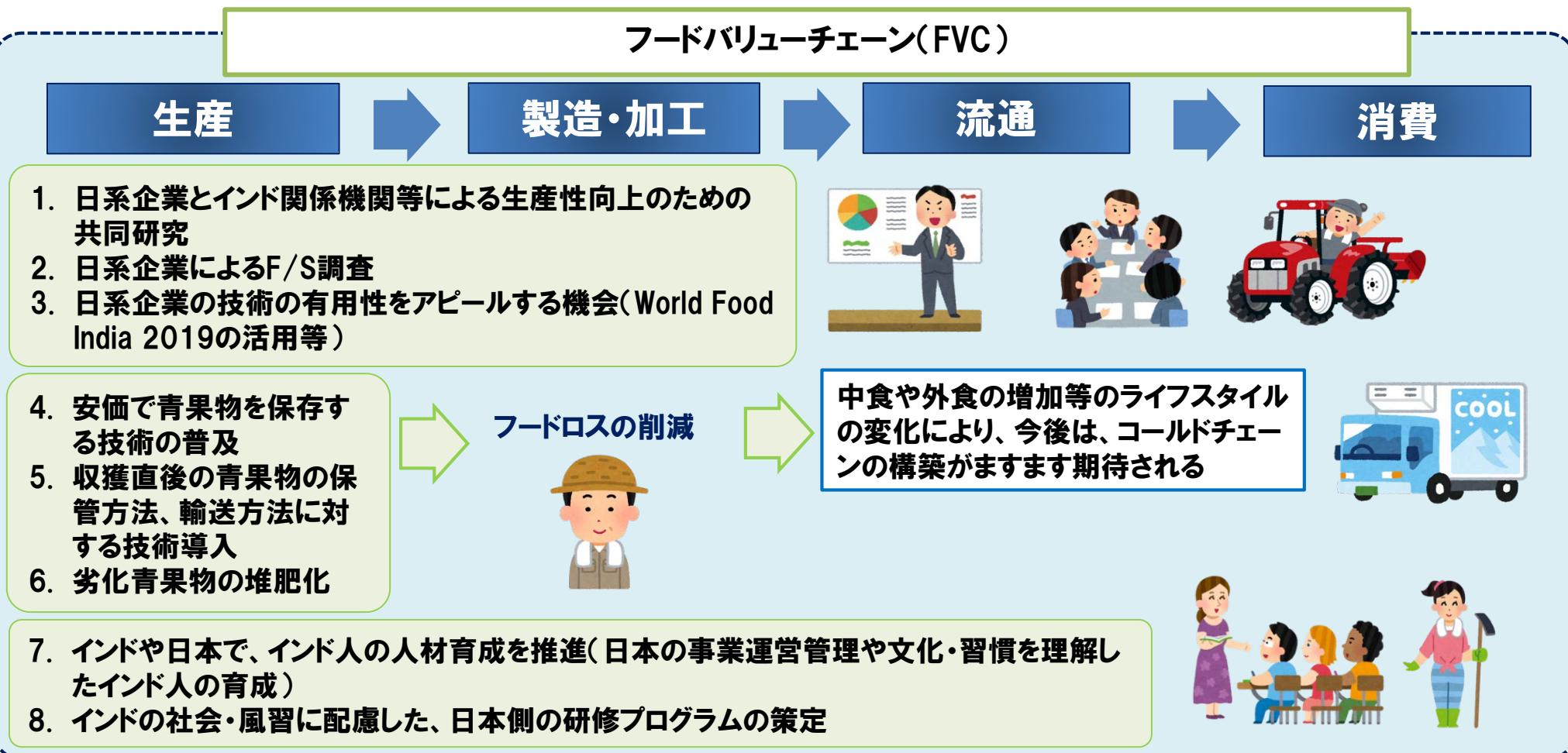


(出所)「白地図専門店」を基に  
大和総研作成

- インドでの**低コスト生産**はアフリカ、中東方面でより強みを発揮しやすい。サブサハラ(特に旧英領)の**印僑流通ネットワーク**が活用しやすい。日印アフリカ等の三力国協力も視野に入れた取組が期待される。将来的には欧州市場も。

### (3) インド②:フードロスの削減と農業、食品加工の生産性向上、人材育成

- 短期的には導入コストが抑えられた技術導入でフードロスを削減・活用する事業機会を想定(インドでは約3割の食品が流通過程で廃棄されているとの試算もある)
- インドで日本企業の技術の有用性をアピールし、共同研究、F/Sを通じ、日本企業がインドの農業・食品加工の生産性向上に貢献することで、同時に事業機会を増やす



### (3) インド③：日本の外食産業等の事業展開

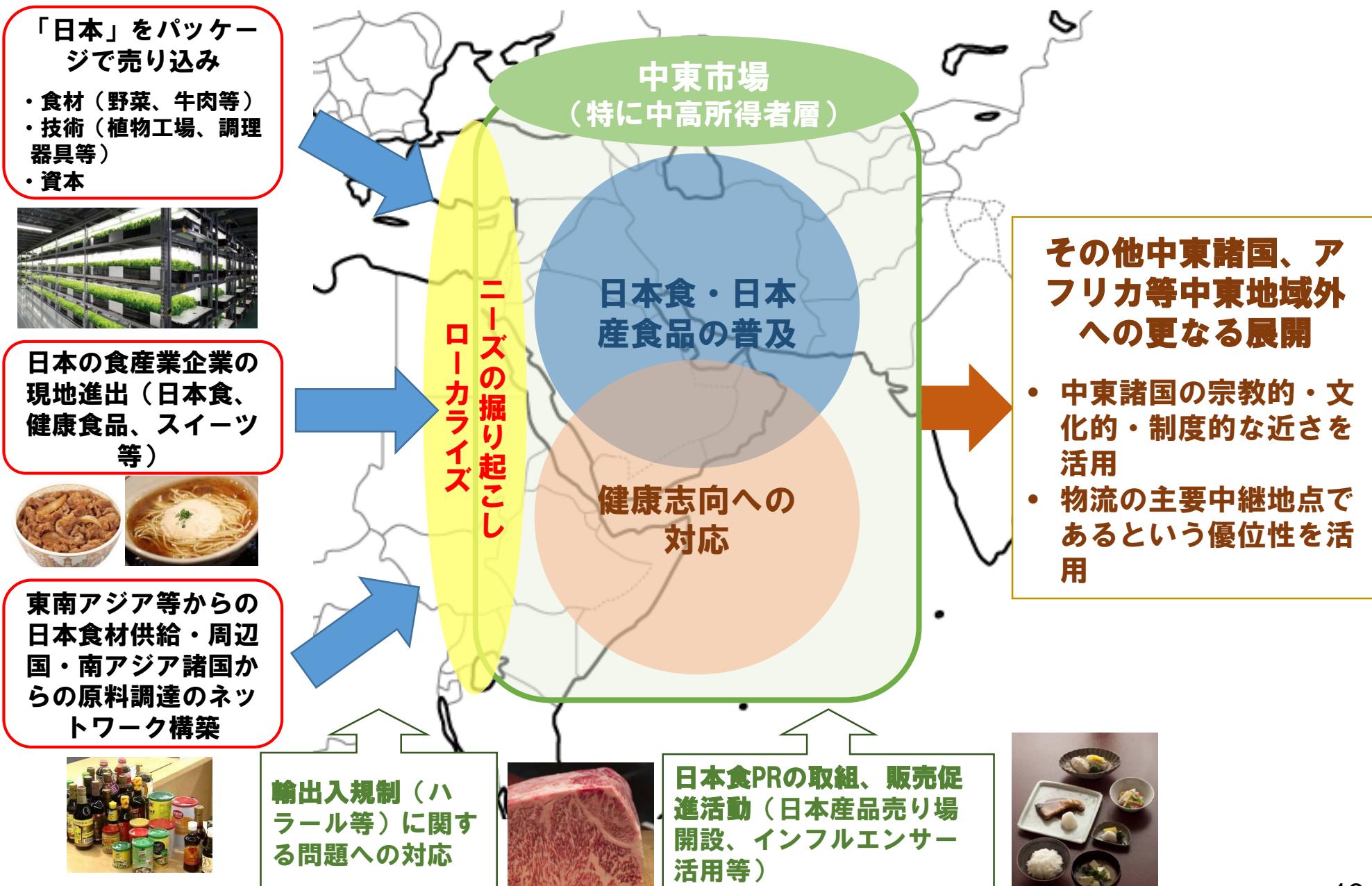
**（出所）「白地図専門店」を基に大和総研作成**

- 日本食を一度も食べたことのないインド人も多い
- しかし、所得上昇に伴い、徐々に富裕層を中心に「健康」に対する意識が高まっており、日本食も徐々に広まっている。
- 大型ショッピングモールの設置も相次いでおり、外資系の外食産業の進出展開も相次いでいる。
- 都市部に数千万人いる富裕層をターゲットにした外食ビジネスに大きなビジネスチャンス。

都市部の富裕層向けに  
日本食を普及する  
イベントを開催

12

#### (4) 中東:日本の食産業企業の中東市場への進出と他地域への展開



- 収穫後に現地で加工度を高めて高付加価値化した上で国内消費もしくは第三国に輸出できるよう、経済協力(TICAD)などを通じて人材育成や産業育成を進める。
- 現地への進出や事業展開においては、関係省庁・機関との連携を強化するなどオールジャパンの協力体制で進める。
- 日本単独で強みを発揮できない状況下では、先行して基盤を構築しているインド系企業等とのパートナーシップ構築も重要。

### フードバリューチェーン（FVC）

#### 生産

経済協力を戦略的に活用した生産性向上

- 農業技術等の支援
- CARDによるコメ増産
- SHEPによる市場志向型農業への転換
- 肥料の供給支援による生産性向上

#### 製造・加工

主要輸出品目の加工度の向上

- 収穫後に高付加価値化
- 現地の加工技術の確立
- 日本に留学生を呼び、人材育成を図る
- 民間企業の公開講座  
現地で農機等の研修

#### 流通

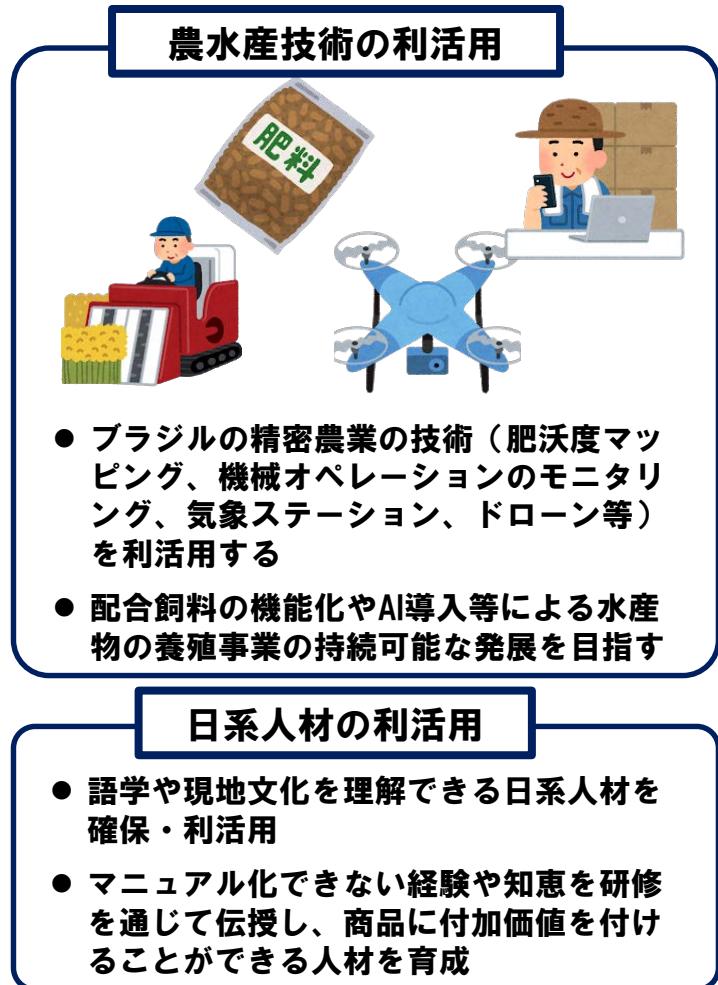
- (必要に応じ、)流通ネットワークを保有している企業との連携

#### 消費

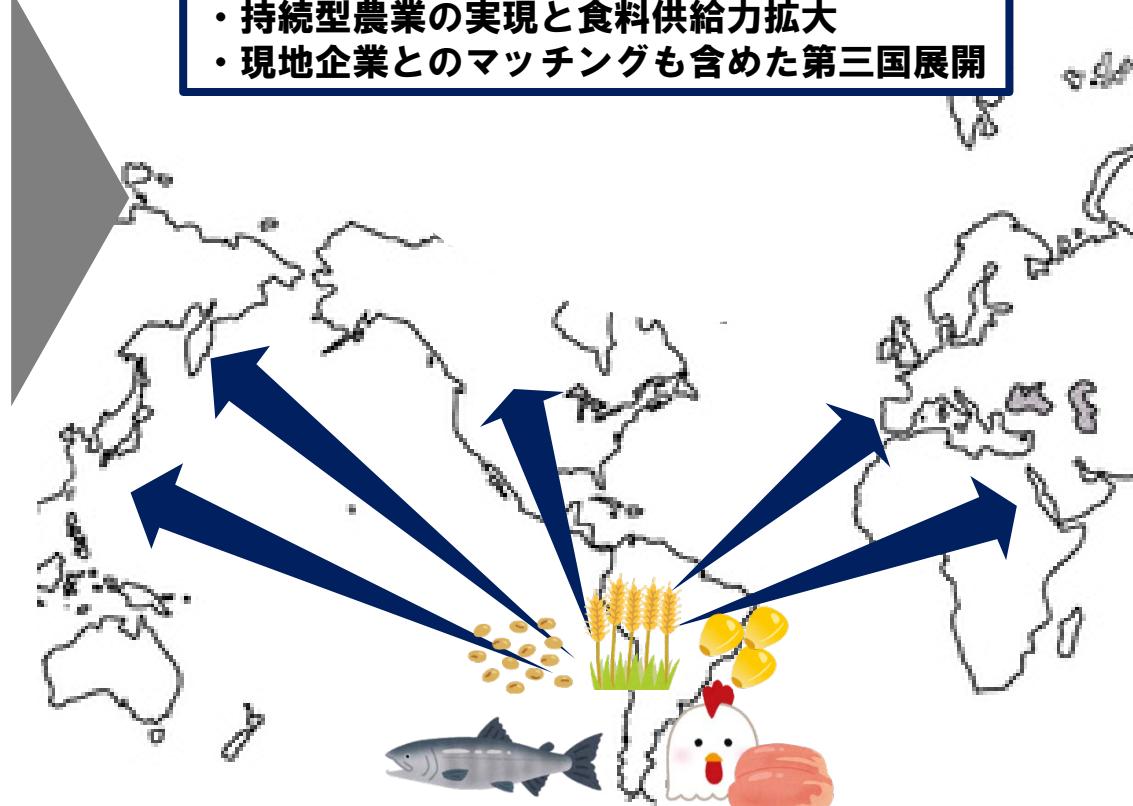
- 国内消費
- 第三国への輸出

## (6) 中南米①：農林水産業の持続可能な利用を通じた第三国を含めた食料供給力の拡大

### ■ 我が国と中南米の農林水産技術の利活用を促進し、食料供給力のさらなる拡大と横展開を図る



- 持続型農業の実現と食料供給力拡大
- 現地企業とのマッチングも含めた第三国展開



## (6) 中南米②: 現地消費者の動向を適切に捉えた食品産業の現地展開や外食産業の進出

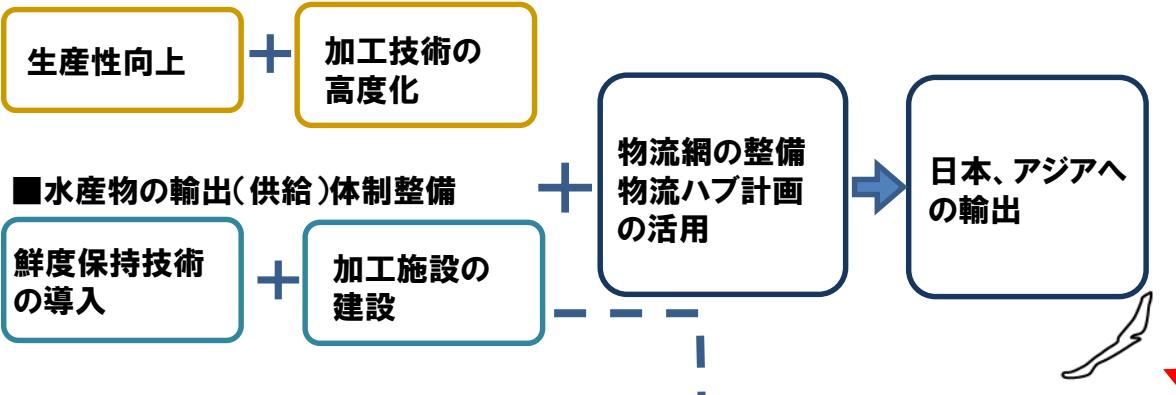
- 中南米の日本食人気を重要なビジネス機会と捉え、現地消費者の動向を適切に把握することで日本食ブームの開拓を図る



## (7) ロシア・中央アジア：「物流ハブ計画」を活用した輸出体制の構築

- 大豆等の農産物や水産物は、生産、加工技術の高度化により品質の高度化を目指す。物流網の整備により、日本、アジア太平洋地域へ輸出する。
- 日本産食材やロシア極東の水産物をシベリア鉄道等を利用して、大消費地であるモスクワやヨーロッパへ供給する。
- 温室栽培により、きゅうり、トマト、イチゴなどの野菜を栽培し、輸入野菜との代替を図る。

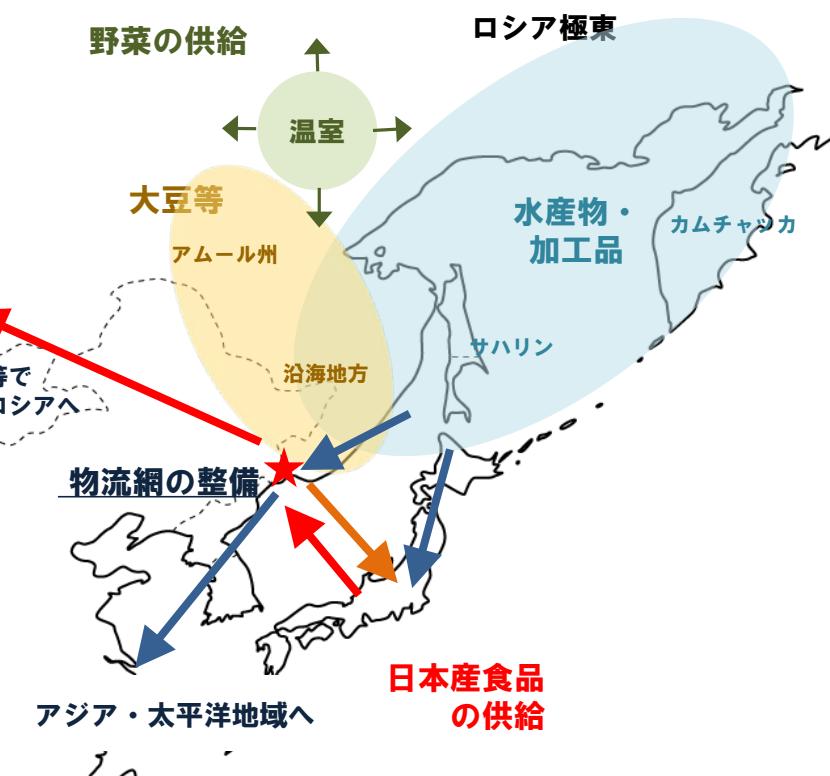
### ■ 極東産大豆等の輸出体制構築



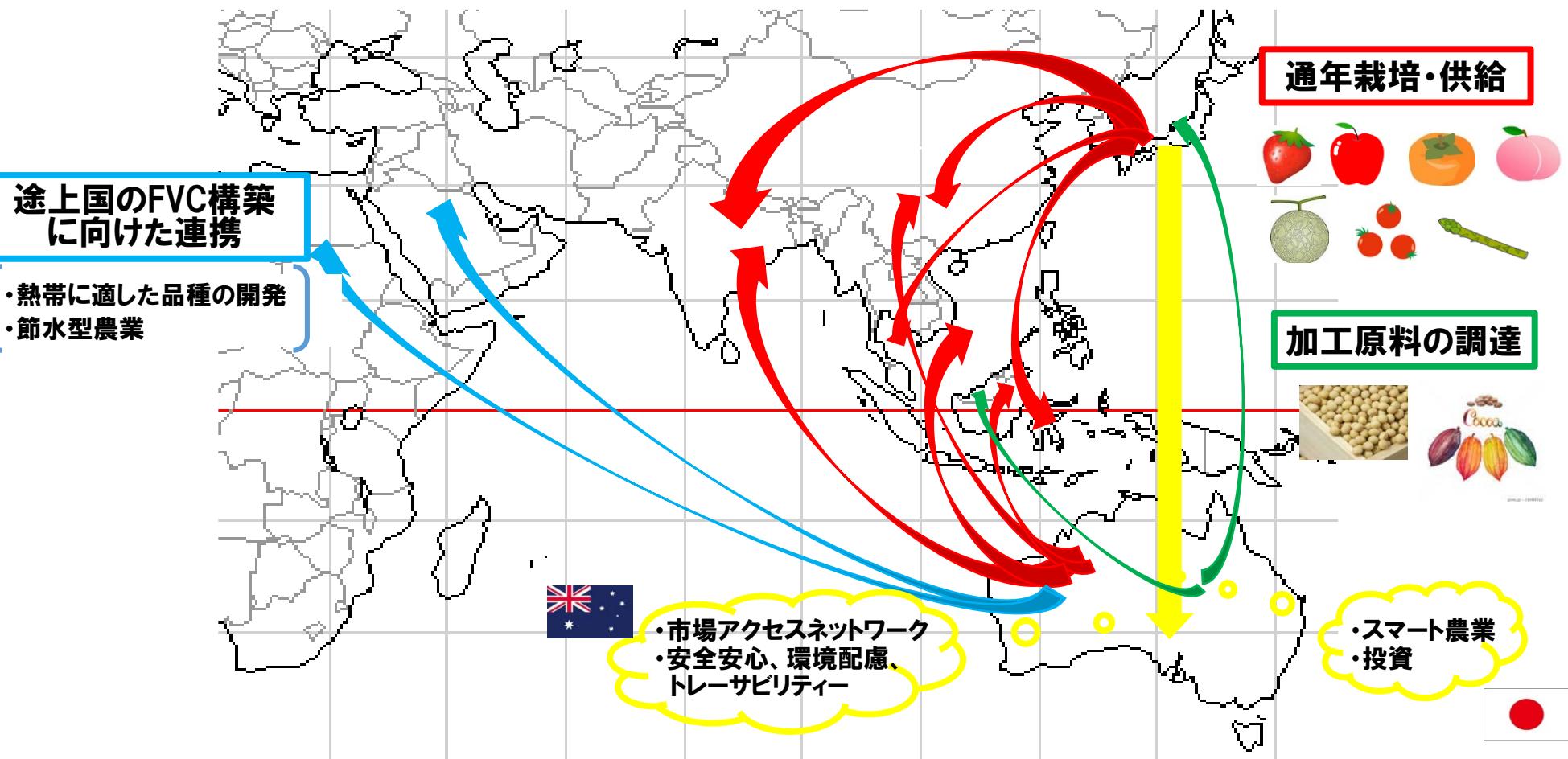
### ■ 日本産食品をヨーロッパ・ロシアへ供給



### ■ 野菜の供給能力の拡大



## (8) 豪州:季節の逆転を利用した豪州とのFVCの展開



## 4. FVC構築のため官が担うべき役割（地域別検討会における委員の意見まとめ）

|   | 項目   | 概要  |
|---|--|---|
| 1 | <u>我が国民間企業への情報提供、具体的なFVC構築の検討をより積極的に行う</u> | 各国のビジネス・投資環境、規制・規格等に関連する情報をより積極的に収集・整理し、GFVC推進官民協議会を通じて民間企業に提供する。またあわせて、民間企業の関心も踏まえ、企業、政府関係機関、有識者等とともに、具体的なFVC構想について検討を実施する。            |
| 2 | <u>相手国のビジネス・投資環境の改善に取り組む</u>               | 相手国の中中央・地方政府との対話・協議等を通じて、<br>①日本企業の事業展開促進に繋がる二国間プログラムの策定を行う。<br>②相手国に対し規制の緩和・撤廃等や法制度の整備を要請する。<br>③日本の強みが活かせる安全・安心に係る基準、規格、認証制度等の普及に努める。 |
| 3 | <u>民間企業と相手国政府との信頼関係の構築を支援する</u>            | 民間企業と相手国政府の間の覚書締結、民間企業の相手国政府への要望の際の同席等を通じ、民間企業と相手国間の信頼関係の構築を支援する。   |
| 4 | <u>日本食、日本食品及び関連技術普及のため、積極的な情報発信を支援する</u>   | 日本食（日本文化）PRイベント開催、展示会出展等を通じた、日本食、日本食品及び関連技術のPRを積極的に支援し、訴求効果を高める。  |
| 5 | <u>FVC構築に必要な人材育成を支援する</u>                  | 招へいや研修制度等を通じて、FVC構築に必要となる知識・技術を有する相手国の人材（政府関係者、民間企業、研究者）の育成を推進する。特に、日本に留学経験のある人材等、日本と相手国間のビジネスの橋渡しになる人材の活用を促進する。                        |
| 6 | <u>研究分野における产学研官の連携を促進する</u>                | 产学研官プラットフォームの活用などを通じて、FVC構築に必要となる研究技術分野での協力を推進する。   |
| 7 | <u>民間企業の事業検討・立ち上げに対し財政的な支援を行う</u>          | 各政府関係機関のスキーム等を活用し、民間企業の事業検討・立ち上げの際に必要な財政支援を行う。  |