

【3】総括

本年度事業全体の成果と課題・方向性を以下の通り整理する。

- 日本と日系農業者等との連携強化・交流に資する取組
- 日系農業者等の相互の連携強化に資する取組

【成果】対面式でのネットワーク強化 土壌という共通課題への継続的アプローチ

- ◆ 令和2年度、3年度事業では新型コロナウイルス感染症の影響により海外渡航が困難であり、会議・セミナー等をオンライン方式で実施したが、令和4年度では3年振りに対面式での会議・研修を実施した。中南米から日本に招へいする訪日研修、日本から中南米に派遣する専門家研修や現地ビジネスマッチング、サンパウロに中南米各国から集結する連携強化会議も再開し、オンラインで交流していた繋がりを対面式で行うことによって、繋がりをさらに強化することができた。
- ◆ 日系農業者等連携強化会議には、第1回（オンライン方式）：合計116名（日系農業者75名、関係機関41名）、第2回（ハイブリッド方式）：日系農業者108名、関係機関36名が参加した。日系農業者等連携強化会議にはコロンビア、メキシコから初めて対面式での参加があり、中南米における日系農業関係者のネットワークをより一層拡大できた。対面式での交流はオンラインとは比較にならないほど深い交流ができたと実感する声が多く上がり、対面式で実施した価値は非常に大きかったと見受けられた。
- ◆ 若手日系農業者等を対象とした交流会議では、土壌の疲弊という課題に対する解決策として中南米の日系農業者から高い関心が集まっているヤマカワプログラムを取り上げ、現場視察を組み合わせた交流会議を開催した。実りのある情報交換ができた、ぜひ実践してみたいという声が多く上がり、有意義な情報交換の機会を提供できた。第1回と第2回ともに土壌（ヤマカワプログラム）をテーマにし、専門家派遣研修も土壌（ヤマカワプログラム）というテーマにフォーカスしたことで、単年度事業の中で複数回連続した取組を行い、より強いインパクトを残すことができた。
- ◆ 過年度事業の訪日研修生を中心にしたグループであるJ-AGROはWhatsAppグループ内で自発的な情報交換を進めており、若手農業者等の育成研修に参加した20名が新たに加わり、100名を超えるグループとなった。その他に、女性部同士のNambei no Hanaでの交流、土壌改良をテーマにしたYamakawa Programでの交流が自主的に行われている。

【課題】参加国バランス・後継者育成

- ◆ コロンビア・メキシコからが新たに訪日研修やブラジルでの連携強化会議に参加した一方で、パラグアイからの訪日研修参加がなかったため、今年度は事業期間が例年より短かったことで、研修の準備や周知の時間が十分に取れなかったことも要因に挙げられる。今後は国別参加者のバランスが取れるような取組も求められる。
- ◆ 事業の取組は日本企業とのビジネス、日本への輸出など、中南米と日本との関係性にフォーカスされている一方で、後継者育成といった中南米内の共通課題について、中南米同士で意見交換を行って解決策を模索するような取組が求められた。

【方向性】成果を見据えた事業運営と継続性

- ◆ 訪日研修や日系農業者等連携強化会議への参加国数が増えたことによって国別の参加人数バランスに配慮する必要があると共に、国の人数枠を埋めるためだけに業務経験・目的意識が不足する応募者であっても参加させることとするかどうか、ケースバイケースで検討する必要がある。何ををもって成果とするか、より事業の目的に沿う成果を見据えた上での取組が求められる。
- ◆ 第2回日系農業者等連携強化会議でも提起された後継者育成のテーマは、一度だけの会議で扱うのではなく、今年度、土壌をテーマに複数回の会合を行ったように、後継者育成についても、オンライン形式で複数回扱うことも有効な実施方法となるのではないかと考えられる。

■ 農業・食産業分野での日系農業者等を対象とした研修、セミナー等の実施、関係情報の発信

**【成果】 ビジネスマッチングと連動した研修
微生物を活用した土壌改良のイノベーション**

- ◆ 訪日研修として若手農業者等の育成研修、日系農業者団体女性部の女性活躍推進研修を実施し、中南米6か国から合計28名が参加した。前年度までは対面式を求める声が上がっていたため、対面式の研修の再開によって、より鮮明で活きた経験を提供することができた。研修期間中は、感染症対策に留意し、研修参加者に感染者を出すことなく、無事に帰国させることができた。第2回日系農業者等連携強化会議に研修参加者の大半が参加して研修報告を行うことで、本研修の内容・成果を研修参加者だけではなく中南米各国の日系農業者に共有することができた。
- ◆ 若手農業者等の育成研修では、アグリビジネス研修「生産性」、アグリビジネス研修「土壌」の2つのコースを実施し、農業Weekやアグロ・イノベーションといった展示会を訪問し、農業分野の最新技術に触れると共に、日本企業とのビジネスマッチングを図った。さらに農業分野の企業訪問によって、スマート農業や環境配慮型農業など、先進的な取組事例も視察することができた。特に土壌コースの参加者では、ヤマカワプログラムを実践していこうという積極的な姿勢が見られ、帰国後の情報交換が活発化した。さらに専門家派遣研修での指導を上乗せしたことによって、過年度事業にはない規模で日系農業者にヤマカワプログラムによる土壌改良の大きなムーブメントを発生している。
- ◆ 日系農業者団体女性部の女性活躍推進研修では、特産品作りに繋げる契機とするために、九州アグロ・イノベーション・西日本食品産業創造展、食品加工に取り組む事例や、加工品を販売する道の駅の視察を行った。農業女子プロジェクト（農林水産省）の女性農業者や、加工品製造に取り組む女性グループの活動を視察し、関係者との交流を深め、女性部活動の重要性を改めて認識できた。研修で学んだ加工技術を実践して、各国・各地域で紹介する動きが早いのも女性活躍推進研修の特徴で、中南米における日本食のプロモーションに繋がっている。
- ◆ 日系農業者等ウェビナーでは農産物の高付加価値化、土壌管理、女性部活動（特産品）、養鶏という4つのテーマで実施し、中南米側からもオンラインで149名が参加した。うち3つのウェビナーは訪日研修実施中に行うことで、限られた人数しか参加できない訪日研修のプログラムをオンライン形式で中南米から参加できるという利点があった。参加者からは、新たな活動に活かしたいという声が多く上がり、いずれも関心の高いテーマであったことを確認できた。養鶏について、事業開始当初は、農業・食産業分野に係る専門家派遣による研修を行う計画であったが、鳥インフルエンザの発生により専門家派遣が困難となったため、養鶏生産地での実地研修は見送りにし、オンライン形式での交流の機会を提供した。
- ◆ 農業・食産業分野に係る専門家派遣による研修には、中南米日系農業者から高い関心が集まっている土壌環境の改善をテーマとして、ヤマカワプログラムを実践する農業者である高林専門家を派遣し、ブラジル国内の4つの生産地にて、合計106名に対して指導を行った。土壌は農業における不変のテーマであり、環境への配慮が農業分野にも高まっている現在、非常に多くの関心が向けられ、土壌分野のテーマを継続的に扱うことを求める声が多く上がった。

【課題】 研修成果の発信・共有

- ◆ 訪日研修の最後に事務局事務所で行っていた研修報告会をオンライン形式で実施したものの、その報告会への参加者は限定的であった。研修成果の共有・発信は、現在のSNSツールをさらに活用した報告形式とすることで、より多くの人に研修で学んだの内容を周知することが可能と考えられる。
- ◆ 訪日研修中のウェビナーをライブ配信で実施することは、中南米との時差の関係で時間帯が限られると共に、訪問先での通信環境や会議設定（音声・同時通訳など）が安定していないこともあり、前年度のオンラインセミナーほど十分な運営とはならなかった。さらにオンラインでの参加者は限定的であり、どうしても日本にいる訪日研修の参加者が主体となってしまう、ライブ配信のメリットが十分に発揮できなかった。

【方向性】 成果に対するフォロー

- ◆ 訪日研修をビジネス創出に繋げる観点から、帰国後のビジネスを念頭に置いた研修プログラムとすると共に、研修生を選ぶ時点でより明確なビジョンを持っている研修候補者を選考する必要がある。
- ◆ 研修生には帰国後の報告を推奨しているが、事業推進委員からもコメントがあったように、具体的な実施日程を訪日中に決める、アクションプランをフォローする、など、帰国後の取組まで包括していく必要がある。
- ◆ 研修参加者の報告もプレゼン形式として、発表内容を録画してSNSツールで発信するなど、発信を前提においた報告としていくことが求められる。

■ 日本企業と日系農業者等とのビジネス創出や交流促進に資する取組

【成果】 中南米への展開を目指す日本企業の発掘 個別のマッチングによるビジネスへの仕掛け

- ◆ 中南米日系農業者とのビジネスマッチングに関心を有する企業を8～9月に募集し、日本企業12社が応募をした。その中から訪日研修参加者と交流する機会である中南米アグリビジネス商談会に参加する企業4社を選考し、うち2社が訪日研修の企業訪問・実用現場視察を受け入れた。農業展示会では最新の農業分野の技術を有する企業ブースを訪問し、研修中でも企業訪問をして、多くの日本企業と交流した。さらに実用現場の視察として、中部エコテック株式会社の有機性廃棄物の発酵処理機COMPOを活用している農場訪問、EM研究機構のEM菌を活用している農場を訪問し、稼働の様子や利用者との意見交換を行った。
- ◆ ビジネスの事例としては、メキシコの研修参加者が帰国後に農業機械企業と個別のオンライン会議を行い、ビジネスの可能性を模索した。土壌測定機器企業では土壌水分の吸引力を測定するpFメーターを研修参加者2名が購入した。農業資材を扱うブラジルの研修参加者は帰国後にGPSトラクターアプリを扱う企業のパートナー企業との商談を行った。EM菌については帰国後に2名が現地販売企業を訪問して商談中、2名が購入して活用しているという事例が出ている。
- ◆ さらに特定の要望がある研修参加者に対しては個別マッチングとして、グループとは別行動で企業訪問を組む対応を行った。ペルーの研修参加者はペルーの冷凍フルーツを輸入している食品輸入企業と個別で商談し、帰国後にもペルーで商談を継続している。ブラジルの研修参加者は日本マテ茶協会を個別訪問し、生産するマテ茶について継続した情報交換を行っている。その他に、訪日研修以外でも個別マッチングを実施した。
- ◆ 中南米アグリビジネス商談会は10月25日に農林水産省で開催し、訪日研修で来日した日系農業者20名と、選考で選ばれた日本企業4社で商談会を行った。中でも鮮度保持フィルムには高い関心が集まり、サンプルを試してみたいという声が上がった。
- ◆ 現地でのビジネスマッチングに参加する企業2社として、青果物鮮度保持フィルムを扱う日産スチール工業株式会社、有機性廃棄物の発酵処理機を扱う中部エコテック株式会社が選定された。この2社は、1月下旬から中南米現地視察に参加した。視察プログラムは前半にJETROや商工会議所といったブラジルビジネスに関する共通の情報収集をできる機関を訪問し、後半ではそれぞれの企業に合わせた個別の訪問先を組むことで、マッチングの精度を高めるように心掛けた。さらにサンパウロでの第2回日系農業者等連携強化会議の同日に、農業ビジネスセミナーを実施し、日産スチール工業と中部エコテックがプレゼンを行い、中南米日系農業者との商談会を行った。
- ◆ 日産スチール工業は引き合いのあった2社を訪問して製品輸出にあたる見積りや代理店契約の交渉等、具体的な商談を進めることとなった。中部エコテックは訪問した国々での肥料価格高騰や鶏糞処理の必要性を確認し、ブラジル・パラグアイ・ボリビアの養鶏生産地で製品設置に適した環境と現地側ニーズがあることを把握でき、今後も導入に向けて実用現場視察や情報交換を継続する。
- ◆ 今年度のビジネスマッチングに応募した企業のうち、事業ウェブサイト内の中南米ビジネス創出プラットフォームに新規で5社が追加された。登録数：日本企業25社、日系農業者団体34団体。

【課題】 マッチングの精度

- ◆ 事業開始から訪日研修実施までの時間が十分に取れず、中南米とのビジネスマッチング希望企業の募集は1か月強と限られた期間での実施となった。そのため、周知活動や募集を現在より長く設定することで、中南米に関心を有する企業の発掘をすることがマッチングの精度を高めることに繋がると考えられる。
- ◆ 中南米アグリビジネス商談会に参加した4社は、12社の中からより日系農業者とマッチングできると想定して選考したが、結果として3社が紹介した事業・商材は立ち上げ段階（構想段階含む）であった。中南米という企業にとって新たな市場に対して、新規の事業・商材で応募をしてくるケースも多いが、マッチングの精度を高めるためには、すでに国内で十分に実績のあるもの、できれば中南米以外に輸出の実績があるようなもの（あるいはすでに中南米に実績があっても日系社会に紹介して展開の拡大が期待できるもの）を選ぶことが望ましい。またそのためには、より多くの応募企業からマッチングできる企業を選考できるように、企業募集により注力する必要がある。

【方向性】 連携体制とマッチング精度の向上

- ◆ 事業推進委員からの意見にもあったように、海外展開支援を実施している機関（JETRO、JICA、商工会議所等）や省庁（外務省、経産省）等との協力関係の強化も、さらなる事業周知と企業発掘にとって重要なファクターであり、取り組む必要がある。
- ◆ 令和2年度、3年度のオンラインセミナーの参加実績から、中南米日系農業者とのマッチングの可能性が高いと思われていた企業（日産スチール工業、中部エコテック、農業情報設計社など）が、今年度対面でのマッチングによって、さらなる商談のステップに進んだ。よりオンラインでのマッチングを事前に行うことで、ふるいにかけるようなステップを踏むことができれば、よりマッチングの精度を向上させることができる可能性がある。

- 中南米におけるフードバリューチェーン（FVC）構築に資する観点から、農業や食産業分野での日本の企業の進出を支援する取組
- 日本の農林水産物・食品の輸出促進に資する調査、セミナー、情報発信等の取組

【成果】 中南米地域の情報を整備し提供 事業の取組のメディア掲載

- ◆ 「中南米への食産業展開・輸出促進セミナー」に相当する会議として、令和5年3月17日に93名の参加を得て「中南米への食産業展開・輸出促進報告会」を開催し、農林水産省の中南米地域における取組を紹介し、ブラジルでの食産業展開・輸出促進支援や農業関連動向の情報提供を行った。
- ◆ 日本の農林水産物・食品の輸出促進を図るため、①「日系農業者・団体等に関するデータベース」、②「スマート農業（農業ICT）整備状況調査」、③「ブラジルを中心とした日本食・日本食材の流通実態調査」の3件の調査を行った。
- ◆ 事業ウェブサイトで事業に関する情報を掲載し、訪日研修に関する記事が、日本では、日本農業新聞、ブラジル日報（Yahooニュース含む）、愛媛新聞、JAにしろわ広報誌などで掲載され、ブラジルではブラジル・パラナ州の現地紙「Folha de Londrina」に掲載された。さらに第2回日系農業者等連携強化会議にTV Utináの取材を受け、同会議の様子が放送された。

【課題】 より多くの情報を求める声

- ◆ 中南米への食産業展開・輸出促進報告会では、ブラジルに関する有益な情報提供であったという声もある一方で、報告会の開催時間を長くし、もっと詳しく聞きたい、複数回に分けて行ってほしいといった声もあがった。

【方向性】 GFVC展開の検討

- ◆ 中南米におけるGFVC展開の進め方を検討し、民間企業や中南米関連機関が求める情報を提供していく必要がある。