

九州の「食」の輸出戦略報告書 (概要版)

2020年3月
九州経済産業局

目次

1. 報告書のポイント・・・・・・・・・・・・・・・・P 3
2. 研究会の概要・・・・・・・・・・・・・・・・P 4
3. 食品製造業の現状と課題・・・・・・・・P 5
4. 食の輸出の現状・・・・・・・・・・・・P 9
5. 仮説・・・・・・・・・・・・・・・・P11
6. 仮説の検証・・・・・・・・・・・・P16
7. 提言・・・・・・・・・・・・・・・・P20

1. 九州の「食」の輸出戦略 報告書のポイント

- 九州の食品製造業は、4千超の事業所数・15万人の雇用・約4兆円の出荷額の規模を有する基幹産業。一方で、1人当たり付加価値額・労働生産性の低さが課題。また、国内市場の縮小など取り巻く経営環境も厳しい。
- 食品製造業が付加価値を高めて競争力強化を図るためには、新市場を獲得する出口戦略が重要。本戦略は、海外市場の獲得を目指す輸出取組の加速化方策について検討し、出口戦略として策定。
- 輸出課題の解決には「連携」が重要と位置づけ、連携を促進するための2つの取組を提言。

- 課題**
- 食品製造業者** ・海外ニーズ、パートナー確保、価格交渉、輸出手続き、物流コスト等、中小企業単独での輸出は解決が困難。
・輸出先の規制、手続き情報、商談戦略などを商社に期待。
 - 地域商社** ・海外の取引先が求める商品の量と種類の確保が困難。
・海外取引・輸出スキルをもつ食品製造業者とのマッチングが困難。
 - 支援機関** ・環境整備、専門家指導、商談・展示会の場の提供等支援メニューは豊富なものの、支援機関間の繋がりが不十分。
・個社単位、県単位の支援が中心。広域連携を行う事業者の支援や事業者をつなぐ仕組みが不十分。

出口（輸出）の課題解決により、食品製造業の競争力強化と持続的な成長産業化を目指す

2つの取組の提言

◎「九州の食の輸出推進チーム」の結成

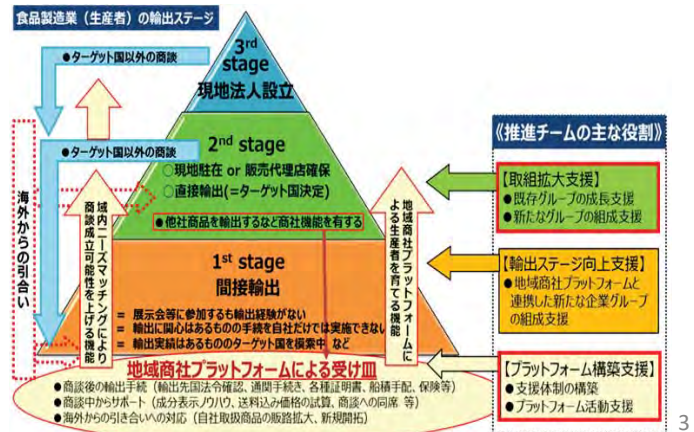
- 農研機構、農林中金、九商連（福岡）、中小機構、JETRO、九経連、九州経産局により構成。
- 食品製造事業者等の連携体（企業グループ）の組成・成長支援、地域商社プラットフォームへの生産者の情報提供、商談等の場の提供。

⇒ 食品製造事業者の連携による輸出取組を面的に支援

◎「九州の食輸出協議会」の設立

- 九州の地域商社等により構成。事務局は九経連。
- 食品製造事業者等の海外販路拡大、情報共有プラットフォーム整備、輸出相談窓口、生産者と地域商社のマッチング、連携による商品開発・輸送・販売等の共同事業の実施。

⇒ 食品製造事業者と地域商社との共同輸出、地域商社間による輸出取組のプラットフォーム



2. 九州の「食」の輸出戦略策定研究会（概要）

- 事業者による輸出の加速化に必要な仕組みや仕掛けについて検討する研究会を設置。
- 事業者の輸出取組の課題の洗い出し、九州が進むべき方向性と新たな取組を検討。

研究会委員（順不同、敬称略）

一般社団法人九州経済連合会	専務理事	長尾 成美 (座長)
国立研究開発法人農業・食品産業技術総合研究機構本部	企画戦略本部研究推進部 研究推進総括課セグメント 第3チーム長	岡留 博司
農林中央金庫	食農法人営業本部福岡支店 九州営業第一部長	神奴 隆之
九州商工会議所連合会 福岡商工会議所	産業振興部 産業振興グループ 長（国際担当課長）	田中 大輔
独立行政法人中小企業基盤整備機構	九州本部 企業支援部 審議役	谷川 重美
独立行政法人中小企業基盤整備機構	九州本部 企業支援部 国際化支援アドバイザー	福田 俊英
一般財団法人九州地域産業活性化センター	プロジェクト推進部長	花田 義信
独立行政法人日本貿易振興機構	地域統括センター長（九州・沖縄） 福岡貿易情報センター所長	山岡 寛和

（事務局）

- 一般社団法人 九州経済連合会 農林水産部
- 九州経済産業局
産業部 農林水産業成長産業化支援室
国際部 国際課
- 公益財団法人 九州経済調査協会
(調査事業受託事業者)



研究会の議題

第1回（2019年9月18日）

- 事務局説明
 - ・趣旨説明
 - ・仮説の提示
- 先進事例紹介
 - ・「大阪・関西発の食輸出の取組について」
株式会社ITADAKIMASU FINE FOOD
取締役社長 高橋 啓輔 氏
- 各機関の取組紹介
- 意見交換

第2回（2019年12月13日）

- 事務局説明
 - ・仮説検証と推進チームの方針案
 - ・アンケート結果とヒアリング結果について
 - ・地域商社プラットフォームについて
 - ・推進チームの方針（案）
- 有望事例紹介
 - ・事業者によるプレゼンテーション
株式会社九州テーブル 代表取締役社長 内村 健久 氏
- 意見交換

第3回（2020年2月6日）

- 事務局説明
 - ・九州の食の推進チームの方針（最終案）について
 - ・地域商社プラットフォームについて
 - ・九州の食の輸出戦略骨子（案）について
- 今後の取組について
 - ・委員各機関の取組、事例紹介
- 意見交換

3. 食品製造業の現状と課題①

● 食品製造業は、九州の基幹産業。

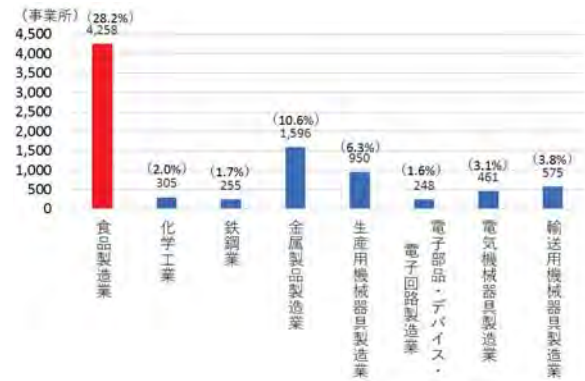
○ 基幹産業としての食品製造業

事業所数、従業者数、出荷額、付加価値額、工場立地件数などの基本指標を見ると、九州では製造業全体の中でも食品製造業のウエイトがとくに高く、九州経済を牽引している重要な産業であることがわかる。

○ 景気に左右されにくい食品製造業

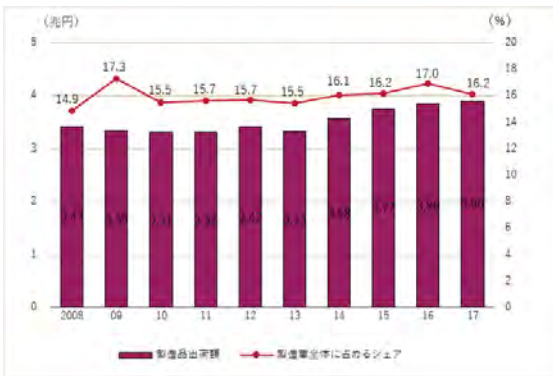
食品製造業は安定した需要を獲得し、雇用を生み出す産業である。他産業と比べて景気変動による振れ幅が小さく、出荷額、従業員数も安定している。

九州における食品製造業の事業所数（2017年）



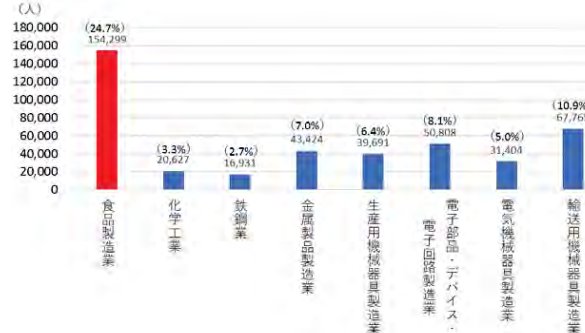
資料) 経済産業省「平成30(2018)年工業統計表 地域別統計表」を基に九経調作成

九州における食品製造業の製造品出荷額の推移



資料) 経済産業省「平成30(2018)年工業統計表 地域別統計表」を基に九経調作成

九州における食品製造業の従業員数（2017年）



資料) 経済産業省「平成30(2018)年工業統計表 地域別統計表」を基に九経調作成

3. 食品製造業の現状と課題②

- 食品製造業は、農林水産業（一次産業）を支えている。
- 「農林水産業・食品分野」は「九州・沖縄地方成長産業戦略」(Earth戦略)の重点分野であり、SDGsとの親和性も高い。

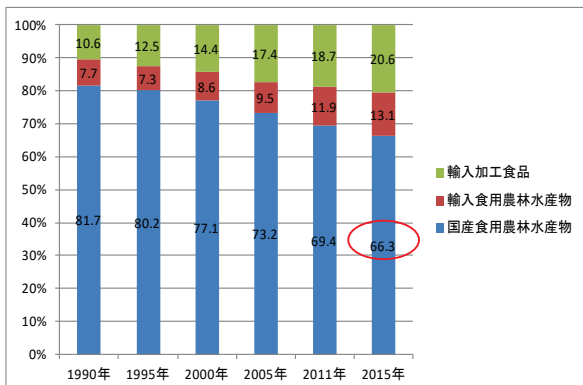
○ 農林水産業を支える食品製造業

九州の農業・漁業の産出額は全国の2割を超え、日本の食料供給を支えている。また、食品製造業は原料の約7割を国内の農林水産物から調達しており、農林水産業（一次産業）の安定した需要を支えている。

○ 食品製造業への成長の期待

農林水産業・食品分野はEarth戦略の重点分野であり、九州の農林水産業を支える基幹産業としての食品製造業の成長に期待。またSDGsとの親和性も高く、SDGsを意識した食品製造事業者の取組が促進されれば、GLOBAL G.A.P認証の取得等が進み、グローバルな市場の要請に対応し世界基準で活躍できる事業者の拡大につながる。

食品製造業に投入される食材の金額の推移



資料) 農林水産省「平成27年(2015年)農林漁業及び関連産業を中心とした産業連関表(飲食費のフローを含む。)」より九経調作成

Earth戦略とSDGsの関係性(マッピング)



資料) 九州経済産業局「2020年以降における九州の持続可能な成長に向けた調査～SDGs経営の推進～」

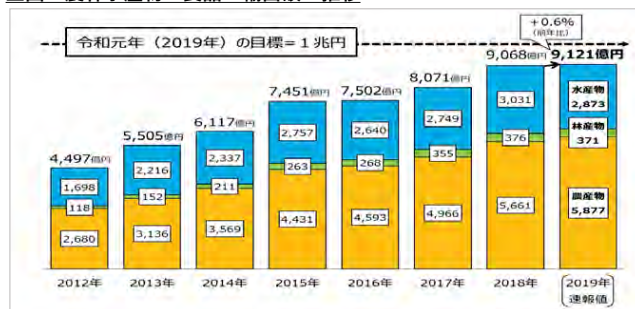
4. 食の輸出の現状①（背景）

- 政府は2020年以降のポスト1兆円目標に向け、さらなる輸出拡大を目指している。
- TPP協定や日EU/EPAの発効による後押しもあり、全国的に農林水産物・食品の輸出額は着実に増加している。特に、加工食品の輸出の伸びが顕著である。

農林水産物・食品の輸出拡大に向けた政府の動き

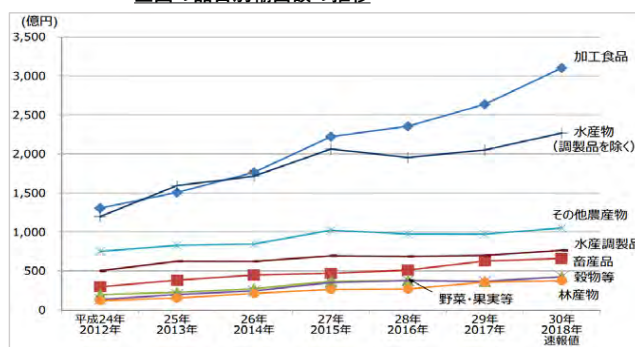
年月	政府の主な動き
2013年6月	「日本再興戦略」において、2020年に農林水産物・食品の輸出額1兆円とする目標を設定
「12月	「農林水産業・地域の活力創造本部」において、「農林水産業・地域の活力創造プラン」を策定
2014年6月	関係省庁や事業者団体で構成される「輸出戦略実行委員会」を設置 「グローバル・フードバリューチェーン戦略(GFVC)」を策定（農林水産省）
2016年2月	「農林水産業の輸出力強化ワーキンググループ」を設置
「5月	政府が取組むべき対策の工程表「農林水産業の輸出力強化戦略」を取りまとめ
「11月	「農業競争力強化プログラム」を策定 「農林水産物輸出インフラ整備プログラム」を策定
2018年7月	農林水産省と経済産業省の連携強化を図るべく「農林水産物・食品輸出促進合同チーム」を創設
2019年4月	「農林水産物・食品の輸出拡大のための輸入国規制への対応等に関する関係閣僚会議」を設置
「6月	輸出国の規制に対応する品目別の対応方針とスケジュールを盛り込んだ工程表を取りまとめ
「7月	輸出拡大の司令塔組織「輸出対策強化特別チーム」を農林水産省に創設 →食品衛生管理の審査業務を一元化 (2020年4月に厚労省所管のHACCP審査を移行)
「11月	輸出先国との協議等について、政府一体となって取り組むための体制整備等を内容とする「農林水産物及び食品の輸出の促進に関する法律」が成立 (施行：2020年4月1日)

全国の農林水産物・食品の輸出額の推移



資料) 農林水産省「農林水産物・食品輸出額の推移」

全国の品目別輸出額の推移



資料) 農林水産省「2018年の農林水産物・食品輸出額(速報値)品目別」

4. 食の輸出の現状②（輸出額・品目・国/地域別）

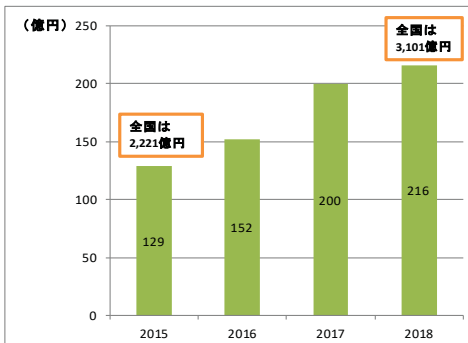
- 九州においても、農林水産物・食品の輸出は着実に増加している。
- とくに加工食品の輸出の伸びが顕著であり、品目別では緑茶やビール、日本酒の伸びが著しい。
- 地理的接近性から、輸出額の約8割はアジア向け。韓国向けは、ビールのウエイトが高い。

九州の農林水産物・食品の輸出額の推移

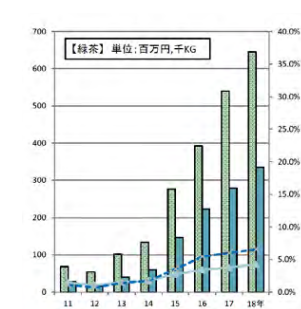


資料) 九州農政局「見たい! 知りたい! 九州農業2019」

九州の加工食品輸出額の推移



九州の加工食品輸出額の推移

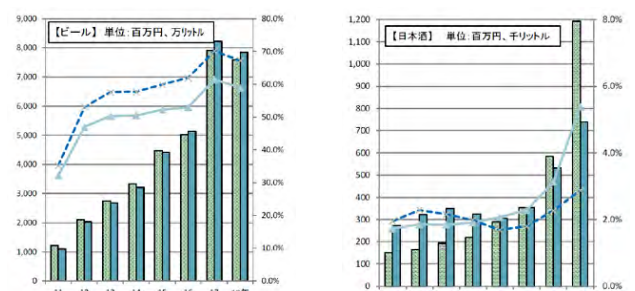


九州の国・地域別加工食品輸出額の推移

国・地域	平成29年(2017)	平成30年(2018)	増減率	国・地域	平成29年(2017)	平成30年(2018)	増減率
世界	859	987	11.5%	北米	162	166	2.8%
アジア	648	734	13.3%	①米国(ぶり牛乳等)	153	157	2.1%
①中国(丸太・木等)	196	199	27.1%	②カナダ(ぶり牛乳等)	8	9	6.8%
②韓国(ビール・ホチキス等)	161	159	▲0.9%	欧州	24	28	14.0%
③香港(牛肉など)(調製)等)	88	113	15.3%	EU	23	28	13.5%
④台湾(牛肉丸太等)	77	87	13.1%	⑤オランダ(調製食品等)	8	10	15.0%
⑤マカオ(牛肉湯等)	3	5	83.7%	⑥英国(牛肉・ぶり等)	5	7	28.4%
アセアン	182	189	11.1%	⑦ドイツ(牛肉・ぶり等)	4	3	▲2.8%
⑧ベトナム(くらげ(丸太以外)・豚肉等)	88	80	▲11.4%	大津州	22	16	▲28.2%
⑨タイ(豚の煮込み等)	44	52	16.2%	⑩オーストラリア(清涼飲料水等)	21	15	▲28.8%
⑩フィリピン(さば製材加工等)	11	16	54.3%	アフリカ	1	13	847.0%
⑪シンガポール(牛肉調製食品等)	19	14	10.6%	①ナイジェリア(さば)	0	4	182.0%
⑫カンボジア(牛肉調製等)	9	12	32.7%	②エジプト(さば種用肉)	0	4	3100.0%
⑬マレーシア(牛肉調製等)	5	11	105.1%	南米	1	1	▲22.7%
⑭インドネシア(さば牛肉等)	2	4	82.8%				

資料) 九州農政局「見たい! 知りたい! 九州農業2019」

九州の加工食品輸出額の推移



資料) 九州経済産業局「九州経済国際化データ2019(貿易編)」

5. 輸出の加速化のための3つの仮説（サマリー）

- 輸出は伸びているが、事業者は、一層の海外市場の開拓を目指している。
- しかし、取組を加速化するにあたっての課題が存在し、個社の取組での解決は困難。
- 取組の加速化には、事業者が連携して輸出に取り組むことが重要。

食品製造業の輸出拡大に向けた課題 ～九経連、九州経産局による事業者ヒアリングから～

課題① 限られたリソース

- ◆ 信頼できるパートナーが確保できない
- ◆ 商談や手続きを行う人材が不足
- ◆ バイヤーニーズへの対応が厳しく、価格競争も激しい

課題② スケールメリットの弱さ

- ◆ 認知度が低い、競争に勝てない
- ◆ 商品が集まらない
- ◆ 物流コストが高い

課題③ 食品製造業と地域商社との連携が不足

- ◆ 食品製造事業者
⇒ 安定した商流の確保が難しい
- ◆ 地域商社
⇒ 商品と生産者の確保が不十分

【仮説の設定】

- ① 企業グループ[※]による海外バイヤー等の**情報や輸出手続きの共有化**を推進する
- ② 企業グループによる**商品群を形成したうえでの展開とそのブランディング**を推進する
- ③ **食料品製造業者と商社とをつなぐネットワーク**を構築する

※企業グループとは：多様な事業者間の連携体（食品製造事業者と商流を有する食品製造事業者、地域商社等）

仮説をもとにヒアリング・アンケート・文献調査で検証し、戦略を策定

11

5. 仮説①

- 企業グループによる海外バイヤー等の情報や煩雑な輸出手続きの共有化を推進。

企業が抱える課題

- ◆ 信頼できるパートナーが確保できない
「情報が少ない」、「バイヤーに会う機会が少ない」など適切なパートナーの選択に苦慮。中には、「企業グループ間でバイヤーの情報交換が有効」や「取引がある他社からの紹介が安心」との声もある。
- ◆ 商談や手続きを行う人材が不足
「商品の現地での普及には現地の人の技術指導（育成）が大事」や「社長自らが輸出手続きを実施」など、人材育成・確保に苦慮
- ◆ バイヤーニーズへの対応が厳しく、価格競争も激しい
ロットや賞味期限の長い商品が求められるなど現地ニーズの対応に苦慮。現地の消費性向の分析が困難なことが要因の1つ。

研究会 委員の意見

- 企業グループでの取組を成功に導くことは、事業者の皆さんの輸出に対するハードルを下げるという意味で重要である。企業グループでの取組は有効なツールとしてどんどんやればよいと思うが、難しいのはどのようなグループを組成するかだと思ふ。色々なバリエーションを持ちながらグループを作ってみて、それに対して支援機関は何ができるか考えてみるというのが良いのではないか。
- 福岡フードビジネス協議会等の個別の企業が集まった企業グループは、何をいくらで・最低いくつ・いつから輸出するのか・商流をどうするのかについて、横で緩やかに連携し、ノウハウを共有するなど色々なことをやっている。（企業グループには）輸出経験がある企業もない企業も入ってくるであろうが、意欲はあるが詳細が決まっていない企業を最低限輸出できるところまで上げるという良い取組だと思う。

企業グループによる取組事例（先進事例）

◆ 福岡フードビジネス協議会

福岡・九州の食品メーカー約30社が、バイヤー等海外市場情報や国内外展示会情報などの情報を共有し、海外販路を開拓。

協議会概要

- ① 名称：福岡フードビジネス協議会
- ② 設立：2012年（平成24年）
- ③ 会員：九州7県に所在する食品メーカー、商社等約30社
- ④ 代表者：西福製茶（株） 西 史史 代表取締役社長
- ⑤ 所在地：福岡県福岡市
- ⑥ 事務局：福岡市（国際経済課）
- ⑦ 会員企業の商品群（例示）
・こんにゃく、調味料、鍋スープ、製茶、健康食品、お菓子、めんたい、乳製品、醸造酢、だし、いなりあげ、うなぎ、麦茶、餃子、にんにく加工品、乾燥野菜、漬物類、魚介類加工品、米油等



目標

- ・展示会出展等の共同実施による海外市場情報やノウハウの共有による販路拡大、九州の世界への発信

今後の取組

- ・勉強会等を実施する他、海外展開に伴う課題について共有。
- ・会員企業による個別プロジェクトメイクについて検討。

考えられる支援

- ・新市場開拓のための市場調査、現地でのプロモーション、現地の食事専門家への招聘
- ・新しいプロジェクト創出支援
- （海外バイヤー・招聘、規制等情報提供、専門家の助言）

◆ 関西・食・輸出推進事業協同組合

77社の食品製造業の中小企業で構成。相談会やセミナー、共同でのPRはもとより、輸出手続き関係の書類作成、代金決済、保険加入等の事業を組合で一元化。



資料）関西・食・輸出推進事業協同組合 提供

12

5. 仮説②

・グループによる商品群を形成したうえでの展開とそのブランディングを推進。

企業が抱える課題

- ◆**認知度が低い、競争に勝てない**
「認知度が低い」「価格競争力面で大手企業に勝てない」など、ブランディングが弱い。
- ◆**商品が集まらない**
「継続的に流通させるだけの商品確保が厳しい」など、集荷に苦戦。
- ◆**物流コストが高い**
「国内外の物流コストが高い」と多くの事業者からの声がある。単独での輸出はコストが見合わない場合もある。

研究会 委員の意見

- グループの組成は、どうしても避けて通れない道であるとする。なぜなら中小企業は、ヒト・モノ・カネが足りない。
- そのようななかで、ツールを提供してくれる会社が出てくるのは非常に有効な手段だと考える。

企業グループによる取組事例（先進事例）

（株）一平ホールディングス
共同ブランド「KYUSHU ISLAND®」を構築し、オリジナル商品の開発、九州に関わるこだわりの食料品製造業のアライアンスを設立。

◆**（株）山口油屋福太郎**
ブランディング、コンサル、商社機能を自らが担い、輸出を目指す他の企業の商品をも取りまとめて輸出。

<p>企業概要</p> <p>①企業名：(株)一平ホールディングス (株)九州テール ②事業分類：飲食業、製造販売業 ③所在地：宮崎県宮崎市 ④資本金：1.5千万円 ⑤輸出先：台湾、シンガポール、アメリカ ※台湾に3つ、シンガポールに1つカフェ店舗あり ⑥輸出品：パンケーキ粉</p> <p>現在の取組</p> <p>・九州のアライアンス企業と100%九州産の商品を創る。 ・先日クラウドファンディングで資金を調達し、パンケーキ開発済み。 ・九州のアライアンス企業の九州産食材にこだわった商品を認定し、九州ブランドの認定をとり、KYUSHU ISLAND Familyとして販路拡大を目指しており、現在20事業者から賛同を得ている。</p> <p>目標</p> <p>・KYUSHU ISLANDのオリジナル商品を50アイテム開発 ・KYUSHU ISLAND Familyのアライアンス企業を80社に ・海外パートナー（台湾・香港）と連携した流転コンテナ輸送</p>	<p>今後の取組</p> <p>・KYUSHU ISLANDブランドの商品開発 ・KYUSHU ISLAND Family参加企業での統一展開 ・共同ブースでの展示会出展 ・海外向けコパベンション実施 ・店頭展開 ・台湾、香港、北米でのプロモーション活動 ・海外パートナー（台湾・香港）と連携した流転コンテナ輸送 ・九州産品のECサイトの開設（越境EC含む）</p> <p>考えられる支援策</p> <p>・国内外の展示会出展支援 ・海外バイヤーの招聘 ・ブランディング支援 ・ECサイトシステム開発費補助 ・事業全体にかかる専門知識の助言支援等</p>	<p>企業概要</p> <p>①企業名：(株)山口油屋福太郎 ②事業分類：食料品製造業・業務用食品部・輸出入業・飲食業 ③所在地：福岡市南区 ④資本金：1千万円 ⑤輸出先：EU・米国・ニュージーランド・台湾・中国・香港等 ⑥輸出品：菓子・加工食品、めんべい、レトルトソース、食用油等</p> <p>現在の連携事業の取組</p> <p>・九州内の輸出を目指す事業者、商品を厳選。 ・米国を中心とした輸出取組 ・食材・食品の、個別輸入基準・規格のフィルタリングの徹底 ・DDPでの地域別コスト算出・現地市場価格との比較徹底 ・ニュージーランド進出に向け、現地業者とのパートナー提携</p> <p>目標</p> <p>・新たな輸出可能商品の開拓。その為、企業様との打合せを最優先事項とする ・食品の総合商社機能を持ち、九州各地の九州産の食品を輸出したいと考えている企業をとりまとめて輸出する ・九州の悉からのコンテナ輸出を拡大する</p>	<p>今後の取組</p> <p>・ニュージーランド向けに、2020年輸出開始 ・兼業USAとの事業拡大 ・主要輸出国での、物流システムの構築 ・プラスチックフリーの輸出包装材への転換</p> <p>考えられる支援策</p> <p>・国内外の展示会出展支援 ・海外バイヤーの招聘 ・ブランディング支援 ・事業にかかる専門知識の助言支援等 ・輸出展開を希望する事業者とのマッチング</p>
---	---	---	--

13

5. 仮説③

・食品製造事業者と商社とを繋ぐネットワークの構築。

企業が抱える課題

- ◆**食品製造事業者：安定した商流の確保が難しい**
企業グループの中核を担えるだけの輸出のスキルと実績、商社機能を兼ね備えた中小企業の食品製造事業者は、一部に限られており、個々の事業者は安定した商流の確保が難しい。
- ◆**地域商社：市場ニーズに十分に対応できていない**
小規模の地域商社は、輸出に対応できる商品の確保が困難であったり、顧客（輸出を十分に理解する生産者）が不足しているため、市場ニーズに十分に対応できていない。

研究会 委員の意見

- 商社の課題は、日々海外から引き合いがあるものに対して買い先を探すことが大変なこと。
- 事業者と商社との連携を通じて地域に眠っているメーカーを発掘できそうだという期待感と、商社同士の連携を通じて売り先となる海外の商社とつながりを持ちたいという期待感があると思う。

ネットワークの構築

現状

- 食品製造事業者や地域商社が個別に輸出対応

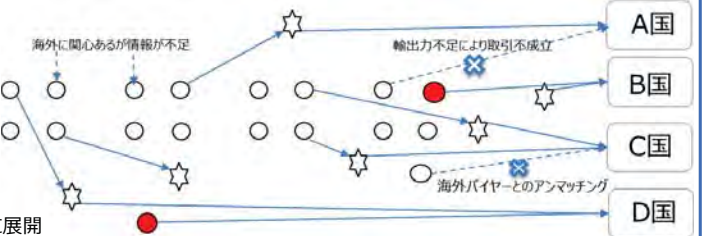
食品製造事業者の課題

- 海外バイヤーとのアンマッチング
- 事業者の営業力不足により取引不成立

地域商社の課題

- サプライヤーとのアンマッチング
- 支援側の持つ情報が伝わっておらず独自に展開

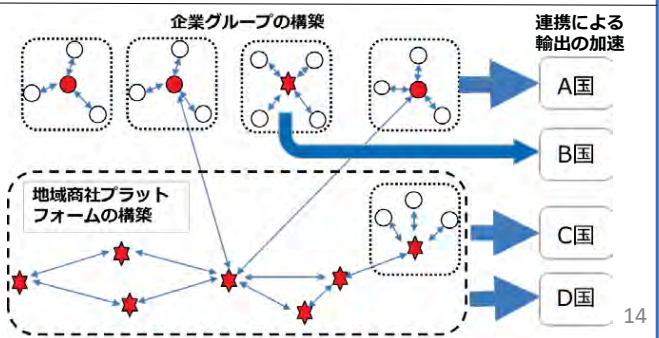
●…食品製造事業者（海外商流あり）
○…食品製造事業者（海外商流なし）
☆…地域商社



ネットワーク構築後

- 食品製造事業者同士の連携を通じて企業グループの構築
→輸出手続に関する情報共有、商品企画からブランディングまでの一貫した海外展開
- 企業グループと地域商社の連携
→商社の持つ輸出ノウハウの共有、海外が求める基準に対応する商品づくり
- 地域商社同士の連携
→共同での展示会出展、食品製造事業者の輸出スキルアップの取組

●…企業グループの中核となる商社機能を持った食品製造事業者
★…地域商社



14

5. 仮説（支援機関の課題）

- 支援機関による輸出促進のための個社支援のメニューは豊富。
- ただし、支援の課題もみられ、より効果的な支援の検証も必要。

◆支援機関の事業者向け海外展開支援策（例）

JETRO	新輸出大国コンソーシアム、展示・商談会支援、バイヤー招聘、JAPAN MALL事業 など
中小機構	国際化支援アドバイス（窓口支援、ハンズオン支援）、海外CEO商談会、新価値創造NAVI、J-GoodTech、ebiz など
九商連 福商	ジェトロ、中小機構等とのワンストップ相談窓口（各国制度や市場等のマーケティング情報提供及び物流構築支援）、フードエキスポ九州や商談会などを通じたマッチング支援 など
農研機構	九州スマートフードチェーンプロジェクトで実施中の研究課題の事業化マッチングなど
農林中金	海外バイヤー紹介および商談会招致、側面サポート、生産者情報の提供 など
活性化センター	農業の生産性向上・輸出促進のための経営者向け講座（人材育成事業）など
九経連	九州農水産物直販（株）の設立、中国等輸出先国との輸出促進のためのMOU締結 など
九経局	JAPANブランド育成支援事業、農商工連携推進、海外ビジネスサポートブックの作成 など

◆支援機関の課題

課題① 支援のつながりが不足

⇒ 個社支援は行ってきたが、（各機関による）支援のつながりが不十分ではないか。

課題② 事業者の輸出スキルへの適応

⇒ 展示商談等に参加する事業者が海外バイヤーとの商談を対等に対応するだけのスキルやノウハウを十分に要しているかの把握が不十分ではないか。

課題③ 事業者が連携した取組への対応

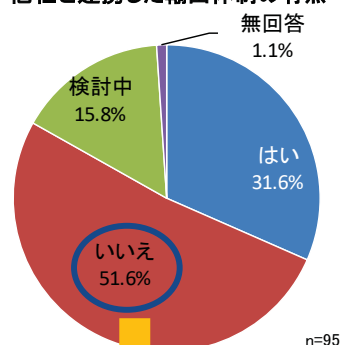
⇒ 県境を越えた広域での事業者連携による輸出取組に対する支援が不十分ではないか。

15

6. 仮説の検証 ①連携について

- アンケート調査では、他社と連携して輸出している事業者は全体の3割弱。
- ただし、現在は連携していない事業者の中には、連携に関心を寄せる者が多い。

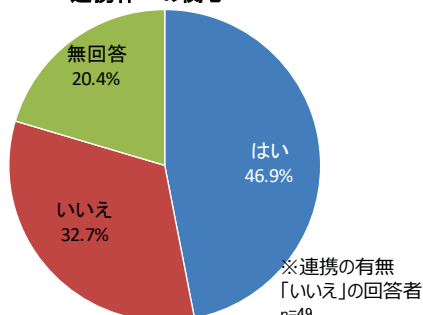
他社と連携した輸出体制の有無



連携した輸出体制に関心のない意見

- 興味はあるがビジネスの進め方がよくわからない
- 商社に任せている
- 酒類販売免許を持つ輸入業者は大手が多く、共同輸出の必要性を感じない
- 自分で実際に現地を訪れなければ生の情報は得られない

連携体への関心



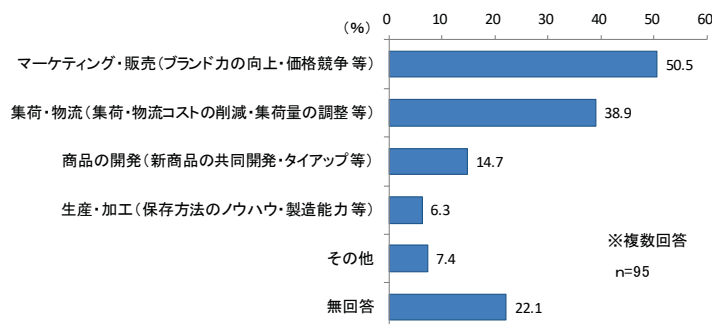
連携した輸出体制に関心のある意見

- 連携してチャンスを増やしたい
- 自社単体では限界がある
- 同じ気持ちを持った同規模の仲間を見つけるのが難しく、メーカー間のマッチングを行政にお願いしたい
- 自社だけではわからない現地情報や課題解決策が吸収できそう

6. 仮説の検証 ②連携のメリット

- 連携のメリットとしてマーケティング・販売、集荷・物流等の課題解決が期待されている。
- 食料品製造事業者が連携先は、食料品製造業者や商社・貿易会社が多い。

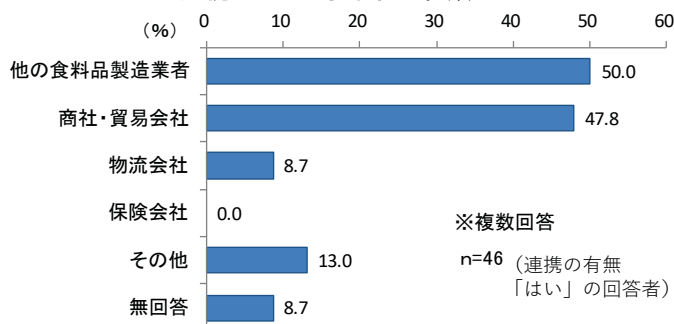
連携により解決したい課題



他の食料品製造事業者との連携について

- 他の製造事業者から、海外での信頼できるディストリビューターや店を紹介してもらった
- 情報共有ができればおもしろい
- 取引先の小売りフェアと一緒に参加した
- 酒類の輸出に際し、調味料メーカーと連携したカクテルレシピの開発や食品事業者と連携したつまみの同時提案はおもしろそう

連携している事業者の種類

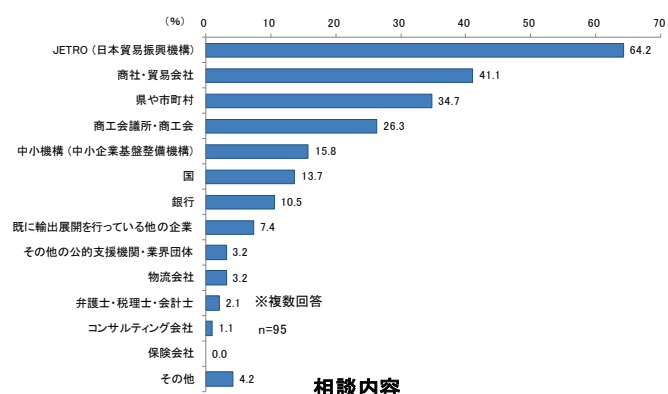


17

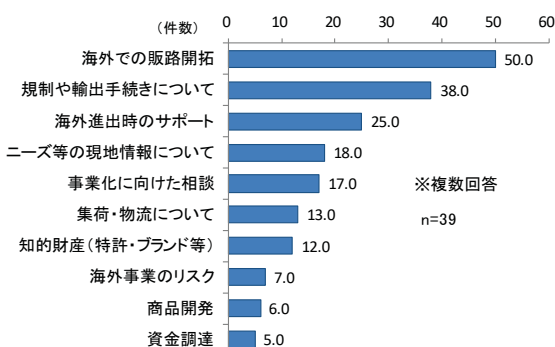
6. 仮説の検証 ③商社との連携について

- 情報の入手・相談先は、JETROの次に商社・貿易会社が多い。
- 商社・貿易会社は重要なパートナーとして考えられている。

輸出を行う際に活用している支援機関



相談内容



商社との連携の必要性について

- 展示会で海外バイヤーに商品を気に入ってもらえても、物流面や商慣習の違い等からうまく取引につながらない
- 行政は商談の場から先のサポートがない。どうやって送るか、どこの商社を使えばいいか教えてほしい。
- 自分たちではノウハウがない。商社にサポートしてもらったほうがコストパフォーマンスもよく、情報も手に入りやすい

商社との連携について

- 販路開拓はすべて商社に任せている (商社から先は把握していない)
- 規制や輸出手続きについては商社から情報を得て対応している
- 現地のニーズについて意見をもらえることがある
- 以前、海外バイヤーと国内商社が連携していて、バイヤーとは数量だけ取引をし、国内の商社に卸価格で渡せばいいだけの商談があつてよかった

18

6. 仮説の検証 ④地域商社からみた連携について

- 地域商社は、食品製造事業者の輸出スキルの向上を求めている。
- 商社間の連携は、一定の条件下であれば混載や情報共有、棚買等の可能性はある。
- しかし、情報の内容や方法、責任、利益配分など考慮すべき課題がある。

○食品製造事業者との連携について

- 輸出したいと考えている食品製造事業者であっても、対象国の絞り込みや規制対応等の準備ができていないことが多い。
- 商談会の前に、各商社が得意分野をリスト化した上で、説明会＋事前マッチングを行えば役立ちそう。
- 商談会等の機会がないと食品製造事業者と話す機会が特段ないので、オーダーがない限り、食品製造事業者に対して輸出に関する情報を渡すことはない。飛び込み営業よりも、行政等に食品製造事業者と話す機会を作ってもらったほうが、信頼関係を作りやすい。

○商社連携の実現に向けた課題

- 他社に取引先（輸出先）の情報は開示できない。
- 同じ商品については、連携が難しい。
- 混載は責任の所在が難しい。
- 連携した場合、利益配分が焦点になる。
- メーリングリストでのマッチングは、小ロットの場合、既に商流があり、かつコンスタントな案件でなければ難しい。

○商社連携について

- 対象国・取扱製品が異なれば、連携の可能性はある。
- 商社同士の連携を通じたコンテナの混載はコスト面からもメリットとなりうる。
- 情報共有（現地の規制情報、商談会情報、マーケティング情報、新規に輸出を検討している事業者情報等）は効果的。
- お互いの強みを活かしやすい、他県の商社との連携については、連携のメリットを生みやすいのではないかと。
- 食品製造事業者から商品の輸出を頼まれたが自社では扱えない場合に、元々つながりがある、各商社の強み（市場・品物）がわかっている商社を紹介することは可能。
- 各商社があまりかぶらない市場で「九州の棚」を買って、その市場に強い商社を窓口として集荷し、それぞれ商材をもちよるようなことができればいい。
- 仕入れ先の情報を共有し、他社が扱う場合、紹介するかわりにマージンを数%とる、という仕組みができないか。
- 海外商社と日本商社等、商社同士の広い交流会が欲しい。
- メーリングリストでのマッチングを行うのはどうか。例えば、今月、輸出したい食料品製造事業者のリストを、品物の写真を添えて商社向けに発信する等。

【ヒアリング調査】①調査期間：2019年4月～11月、②調査対象：九州内の商社19社

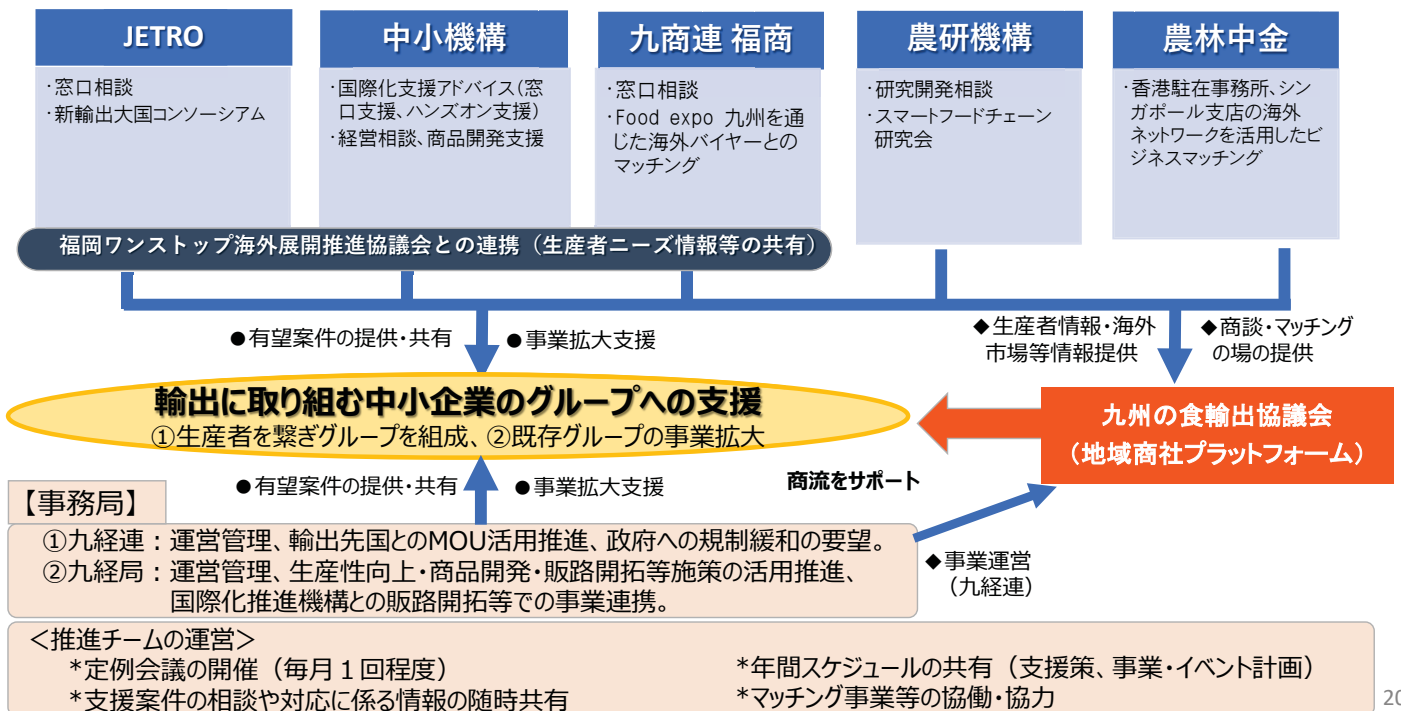
19

7. 提言 ①九州の食の輸出推進チーム

- 支援機関がチームとなり、食品製造事業者等の連携による輸出取組を面的に支援

【取組の概要】

- ①食品製造事業者等の連携による輸出取組を、各機関のリソースを持ち寄って面的支援を行う。
- ②地域商社プラットフォームに対し、商社との連携を希望する食品製造事業者等の情報や生産者と商社とのマッチング機会の提供等の支援を行う。



20

7. 提言 ②地域商社プラットフォーム「九州の食輸出協議会」

- 地域商社が連携し、海外バイヤーと生産者等のニーズマッチングや商談・輸出手続きに関するノウハウを含めた伴走支援を行う。

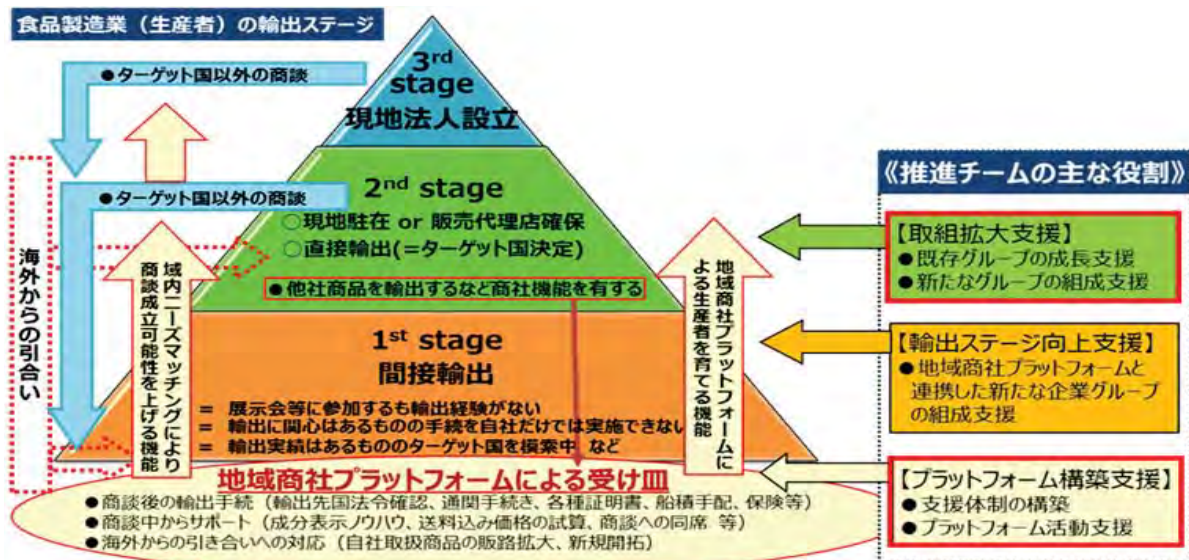
名称	九州の食輸出協議会
設立	2020年1月
目的	農林水産物・食品（以下、「食品等」という。）の盛んな地域であるが、国内需要の減少、担い手の高齢化や後継者不足といった構造的な課題に直面。食品等産業が地域で生き残るためには、海外需要の開拓は不可欠。しかし、九州の食料品製造業は中小規模の生産者（以下、「生産者等」という。）が多く、自ら海外への販路拡大、輸出実務等を行うことが難しく、海外輸出を断念する者が多く存在。九州に拠点を置く地域商社（以下、「地域商社」という）が連携し、上記課題を解決し、生産者等とともに九州の食品等の輸出を推進することを目的として協議会を設置する。
事業	<ul style="list-style-type: none"> ○生産者等と地域商社との情報共有プラットフォーム ○生産者等に対する輸出相談窓口 ○生産者等への地域商社の紹介及び地域商社への生産者等の紹介 ○対象国への輸出拡大を目的とした国内外での展示会への出展 ○会員間や生産者との連携による新商品開発・輸送・販売等の共同事業
会員	九州に拠点を置く中小・中堅の地域商社、または生産者等であって他者の商品を共に輸出する商社機能を有する中小企業
事務局	（一社）九州経済連合会

21

7. 提言 ③まとめ

- 事業者の輸出取組のステージに応じ、推進チームと地域商社プラットフォームが連携し、食品製造事業者による食の輸出取組を効果的に支援する。
- 活動は当面3カ年。成果目標を設定し、輸出の加速化に戦略的に取り組む。

○事業者の輸出ステージと 推進チーム・商社プラットフォームの役割



○成果目標

- 3年後の2022年度末までに、推進チームによる企業グループ「15件」の創出
- 3年後の2022年末までに、支援対象企業グループ1件あたりの輸出額は、支援開始前の「2倍」
- 3年後の2022年末までに、地域商社プラットフォームの事業に参加した事業者の輸出額を支援開始前の2倍

22

令和元年度食料品製造業の競争力強化による輸出戦略策定調査事業

九州の「食」の輸出戦略報告書（概要版）

2020年3月発行

発行：経済産業省 九州経済産業局
産業部 農林水産業成長産業化支援室
〒812-8546 福岡市博多区博多駅東2丁目11番1号
Tel：092-482-5414 Fax：092-482-5947

調査委託先：公益財団法人九州経済調査協会
〒810-0004 福岡市中央区渡辺通2丁目1番82号
Tel：092-721-4900 Fax：092-721-4904