

今、世界から日本の食文化に熱い視線が注がれています。日本の農林水産物・食品は、どのように海外に売り出されているのでしょうか。ジェットロで海外商談会事業を担当する飯塚慧太氏に、その取り組みを紹介していただきます。

## 農林水産物・食品輸出促進への取り組み ～ジェットロの支援～



独立行政法人日本貿易振興機構農林水産・食品部農林水産・食品企画課  
飯塚 慧太

### 1. はじめに

日本貿易振興機構（ジェットロ）は、日本企業の海外への輸出促進と進出支援、海外企業の日本への対日投資支援の双方を支援することで日本経済活性化をサポートする独立行政法人である。輸出促進分野は農林水産物・食品、機械・環境産業、生活文化・サービス産業と多岐にわたる。

ジェットロは国内に本部（東京）、大阪本部、貿易情報センター 40か所、海外に56か国75か所の事務所を有する（2014年12月現在）。国内外のネットワークと情報を持つところが強みで、これらを活用しサービスを提供している。

農林水産物・食品の輸出に関するサービス内容は、主に4つに分類できる。情報提供、相談受付、商談機会の提供、商談スキルの向上である（図表1）。

#### ジェットロのサービス分類

サービス1	情報提供
サービス2	相談受付
サービス3	商談機会の提供
サービス4	商談スキルの向上

図表1 ジェットロのサービス分類

情報提供は、ジェットロHP、J-Fileにて各国の情報、農林水産物・食品に関する制度情報、輸入規制情報等を掲載する。

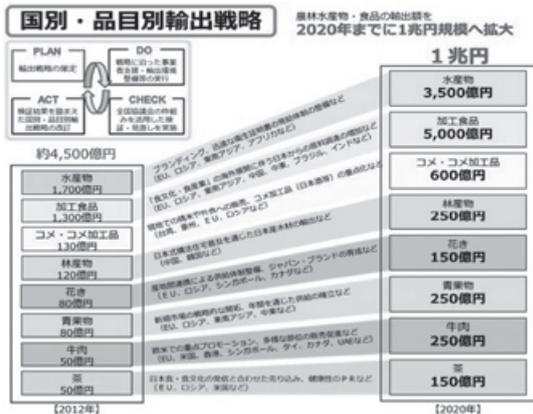
相談は、本部（東京）、大阪本部、貿易情報センターにて受け付ける。2013年の農林水産物・食品輸出相談窓口への相談件数は約7,300件であった。月平均600件程で、その件数は増加している。知識・経験ともに豊富なアドバイザーが主に相談対応を行う。

商談機会の提供は、海外見本市、海外商談会、国内商談会への出展機会を提供する。私が担当する海外商談会については後述するが、海外において、バイヤーとの商談機会を提供するものである。

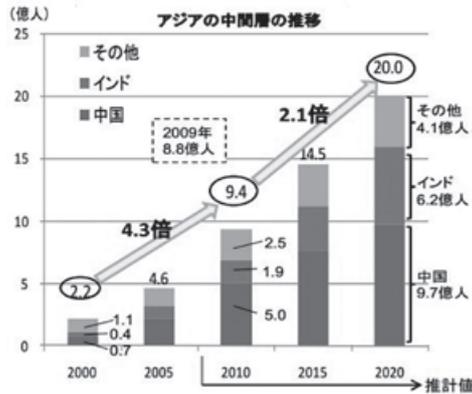
商談スキルの向上は、入門・マーケット・商談スキル等の各種セミナーやマーケティングスクール等の研修を開催するものである。また、これらのサービスは原則無料で利用できる。

2012年政府は総合計画「日本再興戦略」を策定し、2020年までに農林水産物・食品輸出額を1兆円とする目標を打ち出した（図表2）。

このためジェットロは経済政策実施機関として、農林水産物・食品輸出促進本部を設置した。事業者や業界団体、自治体、政府等と連携し、オールジャパンでの輸出促進に取り組むこととなる。2013年の農林水産物・食品輸出額は、過去最高額の5,506億円となった。まだ、道半



図表2 国別・品目別輸出戦略 (出所：農林水産省)



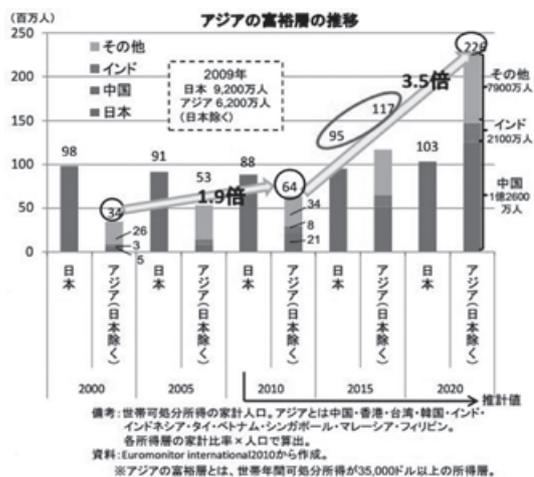
図表4 アジアの中間層の推移 (出所：通商白書)

ばである。毎年過去最高の輸出額を更新していく挑戦が始まった。

## 2. なぜ輸出か

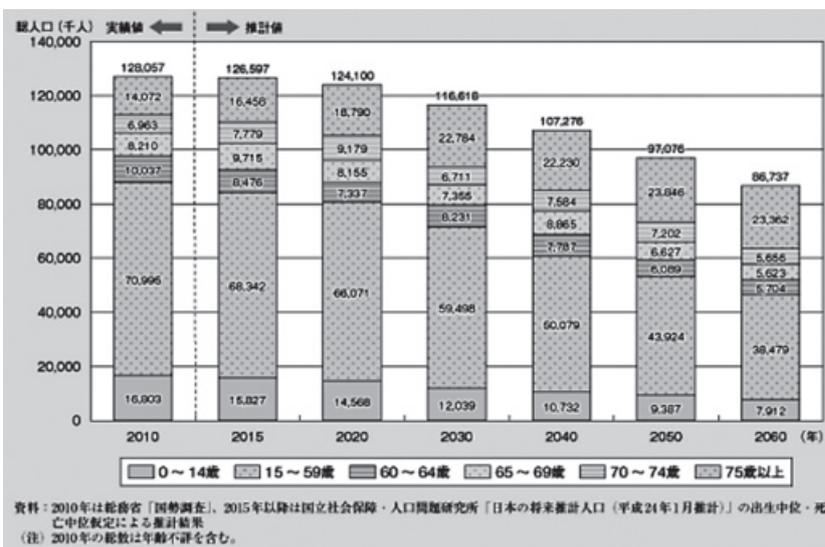
日本の人口は、2010年の1億2,800万人をピークに減少へと転換した。少子高齢化が進み、2050年には人口1億人を切ると予想される(図表3)。

総人口の減少により消費人口が減少、高齢社会により消費量も減少する。需要よりも供給が勝り、価格は下落し、生産者や企業の収益が減少することが懸念される。販路拡大は急務である。このような日本の状況下、アジアは有望な市場である。中間層(世帯年間可



図表5 アジアの富裕層の推移 (出所：通商白書)

処分所得約5,000ドル～35,000ドル)と富裕層(35,000ドル以上)を比較した統計を挙げる。



図表3 年齢区分別将来人口推計 (出所：内閣府平成25年版高齢社会白書)

さらに、高まる日本食の人氣が挙げられる。ジェトロは2012年12月に中国、香港、台湾、韓国、米国、フランス、イタリアの計7か国・地域に居住する20代～50代の消費者計2,800人に対して日本食に関する意識調査を実施した。好きな外国料理を聞いたところ、1位は「日本料理」で、日本料理への高い評価が明らかになった（図表6）。また、2013年12月、「和食」はユネスコの無形文化遺産に登録され、日本食への関心は高まっている。

以上が輸出に取り組む背景である。しかし、輸出の効果はそれだけではない。輸出の効果として以下の4点が考えられる。①物差しの違う市場でのビジネスチャンスがある。国内では低評価の商品が海外で高評価を得て、新しい商品市場を創出する可能性がある。②一次産業にとって不可避の豊凶変動に対応できる。海外販路を持つことで、国内市場の需給を安定させ、国内販売価格安定に役立つことが期待される。③海外進出をきっかけに知名度、商品力が向上する。海外での販売実績をPRすることで、国内市場でのブランド力強化が期待できる。日本とは異なる海外の視点で商品を見直し、改良に結びつけることができる。④輸出により信用力、生産現場の意欲アップを図ることができる。輸出実績をPRし、地

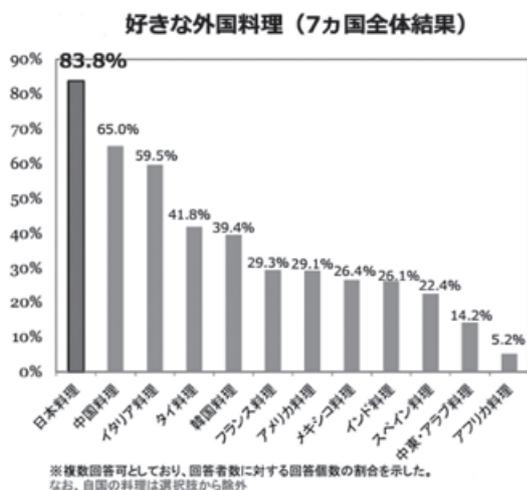
域や生産者のイメージ、信用力の向上を図ることが可能となる。輸出という先進的な取り組みにチャレンジすることで生産現場の意欲向上に結びつく。海外バイヤー等を相手に商談の経験を重ねることで、販売力の向上が期待できる。このように、輸出の効果は様々な面から期待される。

### 3. 海外商談会事業

これまでジェトロはどのような支援を行う組織なのか、そして輸出に取り組む理由について述べてきた。ここでは私が取り組む海外商談会事業について、その内容を説明する。

海外商談会事業は、日本の農水産物・食品を海外に輸出するため、売込先国において、参加事業者にバイヤーとの商談機会を提供する事業である。商談会参加者はジェトロHPで公募する。参加企業決定後、商品情報をもとにジェトロが選定したバイヤーに声掛けし、提示した商品に関心のあるバイヤーに来場を促す。来場者はジェトロが声掛けしたバイヤーのみであり、この点が海外見本市との違いである。

農林水産省策定の国別・品目別輸出戦略<sup>\*1</sup>に基づき、開催地・対象品目を決める。概ね2日間の日程で開催し、1日目に商談会の説明、現地市場の説明（参加必須）並びにバイヤー訪問（希望制）を実施する形式をとることが多い。参加経費は無料である。現地集合・現地解散型としているため、渡航費用や滞在費用、商品サンプル、輸送費等は参加者の負担となる。参加者募集はジェトロHPイベント情報<sup>\*2</sup>への掲載、ジェトロメールマガジン（農林水産・食品 Newsletter、登録無料）を中心に行っている。これから輸出に取り組むことを考えている事業者には、商談スキルセミナー等を受講の上、本事業や海外見本市、国内商談会を活用していただければと思う。



図表6 外国料理消費者アンケート

次に、出展のステップ（図表7）と商談会に参加し成果を上げる事業者の傾向を記す。

①ステップ1 出展目的を明確にする。輸出拡大に向けた目標と戦略、年間の売上高に占める輸出割合等の目標値や品目の輸出額（量）の目標、その達成に向けた戦略・方策を計画する。また、出展する商談会や見本市での、商談成約額等の具体的目標値を決めるとその後の準備が明確になる。例えば、「代理店を2社発掘する」や「最低1件のオーダーを獲得する」などである。

②ステップ2 海外商談会参加の準備をする。輸出目的に沿って、海外商談会や見本市を選定する。企業情報や商品情報、取引条件等の資料を英語や現地語で準備する。JETROの海外商談会事業参加者に対しては、現在、企業情報並びに商品情報（3商品まで）を英語や現地語に翻訳する支援を無料で提供している。

③ステップ3 海外商談会等で顧客開拓する。ポジティブに対応し、自社商品の良い部分を強くアピールすることを心がけたい。

④ステップ4 フォローアップする。商談後間をおかず、メールによるフォローアップを行えると良い。商談への感謝や商談内容の確認、サンプル送付等今後の対応を伝える。

継続して成果を上げる事業者は上記4つの

ステップを着実に実施している傾向にある。これから輸出に取り組む事業者や既に取り組んでいるが、思うように成果が上がらない事業者は今一度、これらのステップを見直して欲しい。

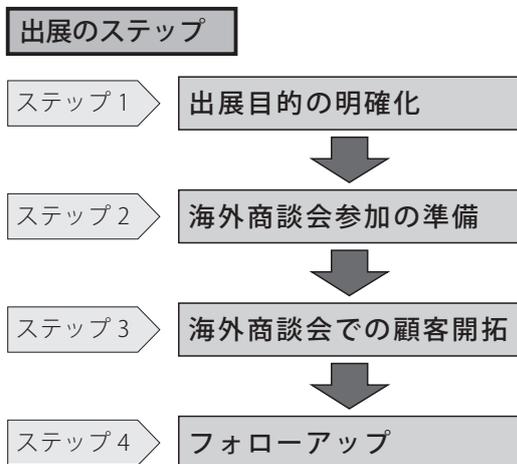
#### 4. おわりに

私は群馬県庁に採用され、最初の所属が農業者団体を所管する部署であった。そこで農業青年の考えや悩みを聞くことがあったが、思うように収益が上げられず農業を辞めた青年を見たり、販路拡大のため群馬県から全国、海外へと目を向ける青年を見たりしてきた。私が現在の仕事に取り組むベースはこの経験にある。農業者の所得を向上させ、稼げる農業を築きたいというのが私の目標である。群馬県をはじめ日本全国の農業者が生き活きと生活するための土台作りを、これからより一層支援していきたい。

\*1 農林水産省：国別・品目別輸出戦略  
[http://www.maff.go.jp/e/export/kikaku/kunibetsu\\_hinmokubetsu\\_senryaku.html](http://www.maff.go.jp/e/export/kikaku/kunibetsu_hinmokubetsu_senryaku.html)

\*2 JETROHP イベント情報  
<http://www.jetro.go.jp/indexj.html>

※JETRO：初めての海外見本市のために  
～出展のポイント～  
[http://www.jetro.go.jp/j-messe/column/pdf/exhibition\\_point.pdf](http://www.jetro.go.jp/j-messe/column/pdf/exhibition_point.pdf)



図表7 出展のステップ

#### 著者略歴

飯塚 慧太（いづか・けいた）

2005年群馬県立太田高等学校卒業、2009年明治大学農学部卒業後、群馬県庁入庁。入庁後は農政部技術支援課にて農業者の支援に取り組む。2011年健康福祉部東部児童相談所に配属となり、虐待対応や家庭支援業務を通じ、福祉に携わる。2014年4月より日本貿易振興機構に研修生として派遣。農林水産・食品部に所属し、農林水産・食品の輸出促進のための海外商談会を担当。