# ワークショップ実施結果

©Accenture 2019. All Rights Reserved.

| | 輸出に対する課題の洗い出し | GFPを活用した取組案検討 |
|---|---|---|
| 目的 | **日本産品の海外輸出に関して抱えている課題の内、GFPが解決すべき課題を洗い出す** | **洗い出した課題に対して、GFPを活用して自分たちが取り組むべきことを検討する** |

| 実施事項 | 現状把握 | 課題抽出 | 取組案検討 | 取組案具体化 |
|---|---|---|---|---|
| | • 日本産品の海外への輸出を行う、或いは目指す上で、<br>✓良いと感じること<br>✓ﾊｰﾄﾞﾙと感じること<br>を**とにかく大量**に書き出していく | • 書き出した良い点・課題点を**同じような内容同士でグループ分け**をする<br>• 各グループ中で、**特に向き合いたいグループを選び**、新たな課題として設定する | • 新たに設定した課題に対して、GFPが提供する機能から連想させて取組案のアイデアを**とにかく大量**に出す | • 取組案のアイデアを選定し、想定される課題を踏まえながら**より具体的な内容**を検討<br>• 具体化した取組案を**価値/実現難易度の観点**で評価<br>• チームとしての取組案として醸成する |

参加事業者を6チームに分けた上でワークショップを実施し、登壇事業者が代表で発表。

©Accenture 2019. All Rights Reserved.

# チームA：コメ

**コメの生産・流通に関わる事業者を中心に、GFPを通じて取り組んでいくべき内容に関してワークショップで検討しました！**

- (株)Wakka Agri
- (株)西部開発農産
- (株)いいで農産
- (株)大潟村あきたこまち生産者協会
- (株)むらせ
- みらいマルシェ(株)
- (株)萬来トレーディングコンサルタント
- 千田みずほ(株)
- 古川敷玉北部水稲集団栽培組合
- 日工(株)

©Accenture 2019. All Rights Reserved.

# 私たちはどのようにしたら日本産品と現地のニーズの差を埋めることができるか？

## 取組案のタイトル

民間主導のリアルタイム
マッチングシステム構築

## 関係者

- 民間主導の輸出促進協議会
- 生産者(GFPメンバー)
- 卸売業者
- 現地販売担当者
- 現地の実需バイヤー

## 提供価値

- 輸出に際して必要なリアルタイムな現場の生の声を得ることで、適切な商品を販売できる
- 事前にニーズを把握した上で商談会などに臨めるようにすることで、角度の高いマッチングを実施する

## 具体的内容

- **協議会設立**：モデル地域・国を選定して、実際に輸出する事業者・プレーヤーを中心に国と連携しつつ**民間主導で協議会を設立**する
- **ニーズ情報発信**：事前に正確な状況を把握できるように、協議会が主導で**現地のバイヤーや販売担当者**から情報を提供してもらい、共有する
  - 月ごとなどで**テーマを決めて**、関連プレイヤーから**具体的かつ実際のマーケティングに役立つ**情報を収集
  - 頻繁に情報を収集することで**リアルタイム**な情報を提供する
- **ニーズマッチング**：Webサイト上で、マッチングシステムを構築し、具体的なニーズをリアルタイムでマッチングできるようにする
  - 実需者側が具体的なニーズを発信し、個社ごとのマッチングを行えるシステムを構築
- **オフラインマッチング機会**
  - サイトでの**情報発信のテーマに絡めて**具体的なニーズ・テーマに沿って確度の高い商談会をする
  - 実際の商品にふれる機会も確保し、オンラインの情報と連携させることで、より確実なマッチングにする

©Accenture 2019. All Rights Reserved.

# チームB：青果物

## 青果物の生産・流通に関わる事業者を中心に、GFPを通じて取り組んでいくべき内容に関してワークショップで検討しました！

- (株)レッドアップ
- (株)フォレストファーム
- (株)ブレスト
- 国立大学法人弘前大学
- 大吉農園
- (有)村川商店
- (株)農家ソムリエーず
- (株)アグリ・コーポレーション
- (株)アイザック

©Accenture 2019. All Rights Reserved.

## 私たちはどうすれば中間コストを下げず競争力のある商品を作れるか？

### 取組案のタイトル

輸出のためのチーム構築・
輸出拡大のための取組実施

### 関係者

- 生産者
- インポーター
- プランナー
- 商工会

### 提供価値

- 輸出の際のリスク分散
- 情報共有
- 産地間競争をなくす

### 具体的内容

- 輸出を希望する同業者間のチームを作る
  - 複数のインポーターと取引し情報をチーム間で共有していくことで、輸出のための正しい情報を得る
  - チーム間で情報共有をする(展示会への参加)
  - 国産品のクオリティを高めていく
  - チーム間で連携を取り製造コストを下げつつ、競争力のある加工品を作る
  - 商品ブランド力を向上させる
  - 海外セレブ(富裕層)のニーズを探り、それに対応できる商品を作る

©Accenture 2019. All Rights Reserved.

# チームC：茶

## 茶の生産・流通に関わる事業者を中心に、GFPを通じて取り組んでいくべき内容に関してワークショップで検討しました！

- 貫井園
- かわばた園
- (有)碧山園
- (株)マルハン
- (株)南山園
- さくら知覧園
- アリババ(株)
- (株)バラの学校
- dot science(株)
- 鹿児島製茶(株)

©Accenture 2019. All Rights Reserved.

## 私たちはどうすれば有望な新規市場を特定することができるか？

### 取組案のタイトル

GFPメンバーによる
リテーラー・ディストリビューター情報の
共有コミュニティの設立

### 関係者

- GFPメンバー(生産者/国内/海外商社)のうち、情報共有を希望する事業者

### 提供価値

- GFPメンバーの有望な商流構築に繋がる

### 具体的内容

- リテーラー・ディストリビューターの情報を交換するコミュニティをGFPメンバーの中の小コミュニティとして設立する
- 異なる品目同士で、同じ輸出先国・地域をターゲットとしている事業者が連携するのがよい
  - ➢ 競合同士で情報開示が難しいケースもある

©Accenture 2019. All Rights Reserved.

# チームD：飲料 / 酒類

## 飲料/酒類の生産・流通に関わる事業者を中心に、GFPを通じて取り組んでいくべき内容に関してワークショップで検討しました！

- 西堀酒造(株)
- (株)日田天領水
- (株)ドン・キホーテ
- (株)室次
- 百思通商務服務有限公司
- (株)サンクゼール
- カタシモワインフード(株)
- (株)ゴールドボンド
- ジャパン・インターナショナル・トレーディング(株)

©Accenture 2019. All Rights Reserved.

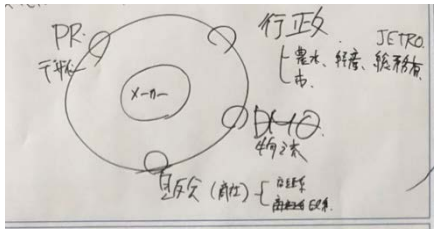
**私たちはどうすれば①規制対応、②産地対応、③物流、④その他手続き(共有・効率化)の手間・コストを抑えられるか？また、日本ブランドのプロモーションをどうやって進めるべきか？**

## 取組案のタイトル

業界団体を中心とした
チーム形成・輸出促進

## 関係者

- 輸出したいメーカーが中心




## 提供価値

- 海外でのプロモーションコストを捻出するために、競合事業者同士が協力
- 資金力があることが、アイデアが生まれる活力になり、実行力が担保できる
- 一緒に取組を進めることで、日本共通のブランドも訴求しやすくなる

## 具体的内容

- 業界団体は直接の費用負担はせず、
  - ➢ まずは日本でイベントを行って、海外でのプロモーション資金を稼ぐ
  - ➢ 補助金も活用した上で、残りは事業者間で費用分担
- 実施内容
  - ➢ 地元イベントで資金を稼ぐ
  - ➢ 海外で展示会等のイベントを開催し、プロモーション
  - ➢ 必要に応じて商社を設立する

©Accenture 2019. All Rights Reserved.

# チームE：品目横断①

**品目横断でのイノベーション創出を目指し、GFPを通じて取り組んでいくべき内容に関してワークショップで検討しました！**

- さいたま榎本農園
- SBイノベンチャー　(株)
- アグリホールディングス(株)
- farm Oka　農事組合法人 旬の里ねぎぼうず
- 坂田貿易支援事務所
- UTI(株)
- (有)播磨海洋牧場
- 海光物産(株)
- (有)成田ヤマニ
- (株)久世

©Accenture 2019. All Rights Reserved.

## 私たちはどうすれば、輸出に係る費用を抑えながら、相手のニーズに沿って商品のストーリーを伝えられるだろうか？

### 取組案のタイトル

味覚VRツールの
クラウドファンディング

### 関係者

- 生産者
- 国内外の出資者
  （商社・消費者等）

### 提供価値

- 生産者の拘り・想いを味覚体験と共に伝える
- 輸出の取組みに必要な資金を集める

### 具体的内容

- クラウドファンディングで出資を募り、出資者に対して、GFPメンバーの農林水産物の味や匂いを疑似的に体験出来るVRキットを提供
- クラウドファンディング自体が輸出に係る資金集めを目的としているため、出資者はバイヤー/消費者に限らず、国内外の人々を想定。海外バイヤーの場合は、日本に来たり、日本からサンプルを輸送しなくても、より容易に体感してもらうことが出来る
- まずは、味覚VRツールというキャッチーなツールを通して、日本産の農林水産物との接点・興味を持ってもらうことがポイント

©Accenture 2019. All Rights Reserved.

# チームF：品目横断②

**品目横断でのイノベーション創出を目指し、GFPを通じて取り組んでいくべき内容に関してワークショップで検討しました！**

- 東亜食品工業(株)
- (有)山武商店
- 高源精麦(株)
- CuRA!
- 北海道グローバル事業推進機構(株)
- (株)フィードイノベーション
- やまあいの地
- ソフトバンク(株)
- 船昌商事(株)
- 日本通運(株)

©Accenture 2019. All Rights Reserved.

## 私たちはどうすれば自身の産品を効果的にプロモーションできるか？

### 取組案のタイトル

有名料理人を巻き込んだ
日本産品PR動画の作成

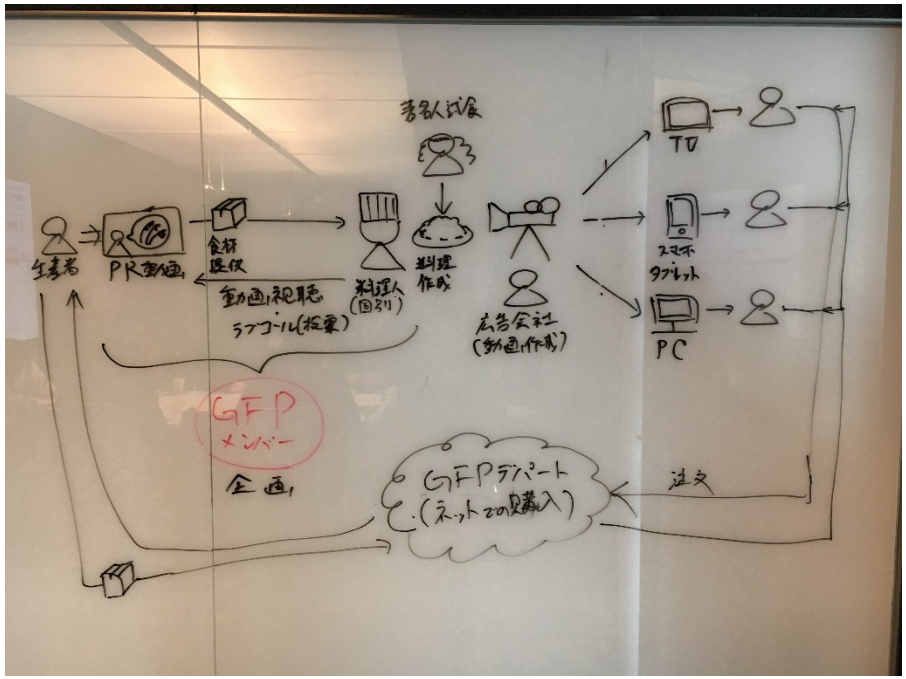
### 関係者

- 生産者、料理人、
- 著名人、広告会社、
- GFPメンバー

### 提供価値

- 多数の日本産品を不特定多数の消費者に紹介
- 料理人による具体的な食材の食べ方提供

### 具体的内容




- 生産者による産品のPR動画を作成し、各国の料理人が投票
- 実際に料理を作成し、著名人が実際に試食。その様子を動画作成・発信

©Accenture 2019. All Rights Reserved.