

A photograph of Osaka Castle, a large white building with multiple tiers and green roofs, set against a clear sky. The castle is surrounded by green trees and a stone wall in the foreground.

# GFP 会議 2019 in Osaka

---

# ワークショップ成果発表

---

# 「GFP超会議」の概要

本イベントの前に一部の事業者様にお集まり頂き、ワークショップを実施。輸出に向けた課題及び今後取り組むべき内容をチームで検討した。

## キックオフワークショップ

## 全体セミナー/ トークセッション

## 交流会



- 課題認識の共有・今後GFPを通じて取り込むべき内容をワークショップ形式で検討
- メインイベントで各チーム毎の検討結果を報告予定

- 輸出事業者による取組・気づきの紹介及びワークショップで検討した取組案の発表
- 輸出事業者と有識者によるトークセッション

- GFP登録者同士の交流・情報交換の場
- 参加者から事前提供された食材をシェフが調理・提供
- 持参頂いた商品の紹介・試食/試飲も実施

# ワークショップ開催の意図

## 我々の願い・意図

- GFPに登録頂いている事業者が、他の事業者とのネットワーキングを通じて輸出拡大に向けたヒントを得て、今後の活動、特に事業者が連携した輸出取組に活かして頂きたい

## ワークショップのコンセプト

- 事業者同士が膝を付け合わせて議論する機会を用意
- 違う業界・職種の事業者と意見交換することで、今までにない新たな気付きを得る
- 良好なネットワークが構築できるように“互いの意見を認める”ことをルールとしたワークショップを実施

## 本日のワークショップの目的

日本産品の輸出を拡大するために、  
GFPを通じて、“私たちは”どのような  
取組を進めていくべきか

# ワークショップ（WS）の全体像

## 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

日本製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

- 日本製品の海外への輸出を行う、或いは目指す上で、
  - ✓良いと感じること
  - ✓ハードルと感じることを**とにかく大量**に書き出していく

#### 課題抽出

- 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
- 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

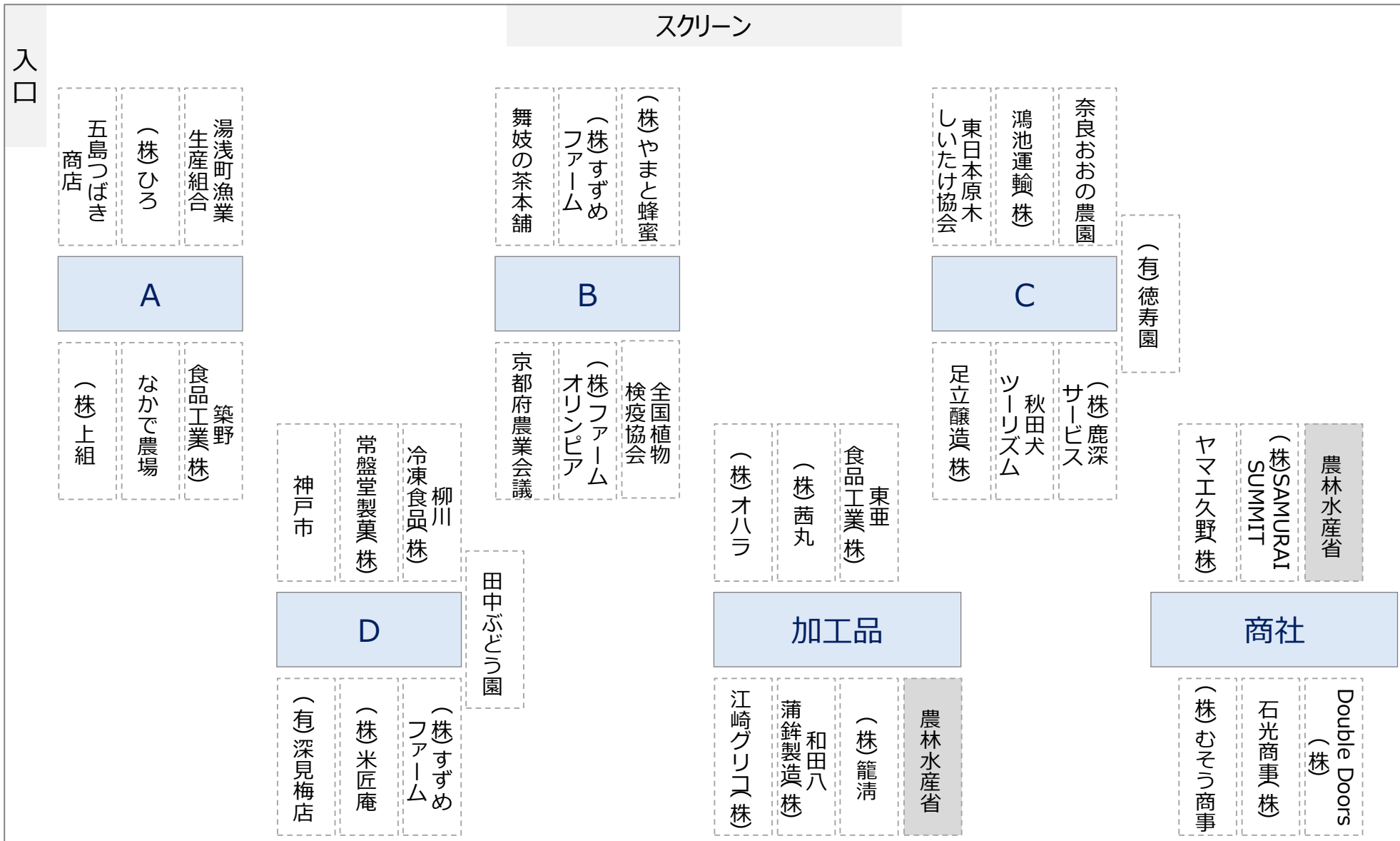
#### 取組案検討

- 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

#### 取組案具体化

- 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**を検討する
- 具体化した取組案を**価値/実現難易度の観点**で評価
- チームとしての取組案として醸成する

## 本日のチーミング



# Aチームの取組案

問い：私たちはどのようにして現地ニーズを的確に把握できるだろうか？

## 取組案のタイトル

留学生との交流を通じた  
商品づくり

## 提供価値

- 留学生及びそのネットワークを活用することで、現地の声を直接集めて、現地目線の商品開発を行える
- 留学生にとっても日本の農業との接点が増え、興味を持ってもらえる

## 関係者

- 生産者(GFPコミュニティー等)
- 大学・語学学校等
- 留学生
- 現地業者

## 懸念事項・ハードル

- 留学生との接点が現状はない
- 大学等との交渉があり、実現に時間はかかる
- コスト・手間は不透明

## 具体的内容

- 大学等の留学生センターを通じて、**留学生と地元産品の生産者の交流機会(交流会・祭り等のイベント)**を設定する
  - GFPコミュニティーの生産者が集まって、留学生が多くいる大学や語学学校等にイベント開催の打診を行う
  - すでにある産学交流による商品開発の取組を活用し、留学生を巻き込んで行うのも一案
    - ✓ 日本の学生と留学生の交流の場としても活用できることは、双方の学生にとって訴求要素になりうる
- 生産者がサンプルを持ち寄り、**試食してもらう**。その上で気に入った生産者との交流する
  - 留学生との**会話の中でリアルなニーズを探り**、現地のニーズに合うように商品改良を行う
  - **商品開発のアクティビティー**を行うことで共同開発する
- 親密な関係が構築できれば、通訳を兼ねて**留学生と現地視察する**などして、実生活の中でのニーズを把握するきっかけとなりうる



# Bチームの取組案

問い：私たちはどうすれば市場を拡大していくことができるだろうか

## 取組案のタイトル

成功例・失敗例紹介サイト

## 提供価値

国別・業種別・品目別に  
輸出の先人たちの成功例・  
失敗例を学ぶことができる

## 関係者

生産者・製造業者・  
販売業者・行政

## 懸念事項・ハードル

企業秘密の共有

## 具体的内容

- 全国の海外販路開拓実績をサイト上で情報を共有し、メリットを提供してAll Japanでサイクルをまわす
- 生産者・製造者・販売者がフォーマットに入力  
<項目例>  
○対象国/開始日/業種/品目/実績(更新有)  
○打ち手/ポイント
- 企業情報を開示することになるため、**対価として  
優良情報提供者にはポイント付与**  
→ポイントが高い企業にはサイト上で上位表示し  
広告効果を与える等メリットを与える
- 現状のGFPサイト上でもコミュニケーションをとれるようにしているが、コミュニケーションのネタを提供する、というメリットにもなる
- 各国の消費者の反応等の情報も合わせて提供したい

# Cチームの取組案

問い：私たちはどのようにしたら日本製品の良さを知ってもらい、購入機会を広げることができるか

## 取組案のタイトル

### 高級食材の販売 プロモーション

## 提供価値

試食会などの販売プロモーションを  
現地で開催  
(高級飲食店、大使館など)  
→本物の味や雰囲気を知ってもらう

## 関係者

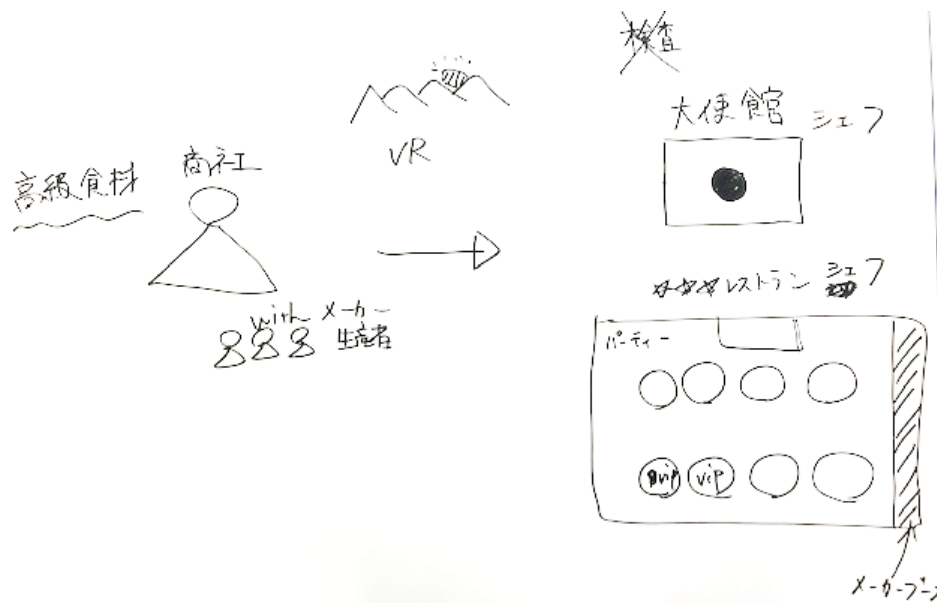
- 生産者(製造者)
- 流通関係者
- 高級飲食店や大使館オーナー、シェフ

## 懸念事項・ハードル

- 文化の違い・コミュニケーション
- 検疫・検査
- 会場の手配
- オーナーやシェフ、流通関係者の集客

## 具体的内容

- 生産者や製造者がターゲット国に行き、販売プロモーションを実施
- 海外の高級レストランのオーナーやシェフ、大使館関係者に参加いただき、商談につなげる
- 試食会、VRで製品のビジュアル化など



# Dチームの取組案

問い：私たちはどのようにして、現地ニーズをおさえながら、販路を拡大できるだろうか？

## 取組案のタイトル

新発見 〇〇  
～目からウロコ～

## 提供価値

- 国民参加型商品開発
- 日本の食文化の世界への普及
- 新しい日本のイベント

## 関係者

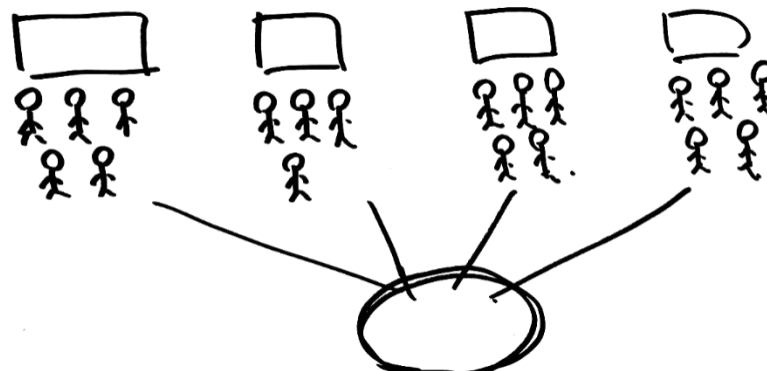
- 一般消費者
- 生産者・メーカー
- 商社
- 行政

## 懸念事項・ハードル

- 手間・コスト
- 目的意識の共有
- 普及促進の方法
- 公平性/ターゲット規模
- 継続性

## 具体的内容

- 生産者・メーカー、商社などに限らず、大きなムーブメントとして日本の新しい商品開発に取り組む
  - ✓ 幼稚園・保育園、小学校、中学校、高校、大学…の授業の一環として
  - ✓ 日常的な座談会などの話題として
  - ✓ 地域の集会などの話題として
  - ✓ 「超会議」のようなイベントとして
- 挙げられたアイデアを実現できる生産者・メーカー、商社とのマッチングから、これまでにない商品の開発を目指す



## 商社部会における議論

### 生産者・ メーカー様 への期待

- **最低1年の賞味期限**を設けた上で、輸出向けパッケージに対応
- 輸出の可能性を広げるためにも、**規制対応に精通している商社・輸出業者に幅広く提案**
- 各国規制に関して、**FSMA対応(US)**、**タイ向け圃場登録を進展**。商社もサポート可
- EU向け包材対応も求められる可能性
- 展示会出展の際には、**事前に商社と連携しながら商流構築を見据えた商談を**

### プロモーション・ ブランディング

- ブームを日本側から意図的に起こすのは難しい
- その中で、**赤ちゃんベビー向け商品やインスタント食品**等は今後の有望性が高い
- 業務用(外食向け)のRTE食品も可能性がある
- ハラル認証に関しては、現地のターゲットを考えた上で取得を検討する必要(業務用の方が有望)

### 添加物 規制

- 紅麹等天然着色料×菓子/ふりかけ
- 赤色100番台×漬物
- ステビア×エビせんべい
- 天然着色料を中心に相手国での理解醸成を期待

# 加工品部会における議論

## 添加物 規制

- 天然着色料(ベニコウジ・クチナシ)等の**規制緩和が必要**
  - 国内需要を考えるとコチニール等での代替は困難
- CODEX(乳化剤(グリセリン脂肪酸エステル)・甘味料(スクラロース)等)
  - 濃度×用途の規制が厳しく、緩和が必要
- 桜の葉が食品として認められていない、ムスリム向けの醤油等が課題

## 賞味期限 延長

- **海外での消費者の手に届く期間までを考慮した期限設定**が必要
  - 商社の意見も加味して、賞味期限を3ヵ月→6ヵ月に
- 賞味期限延長に向けて、**業界横断での取組**が必要(基準設定等)
  - 製造工程を見直し、賞味期限延長を目指す(加熱温度等)
- リーファーコンテナを活用した常温輸送

## プロモーション・ ブランディング

- 商品開発に活用できる**テストマーケティング**が必要
  - 食のプロによる嗜好評価・メニュー・食べ合わせの提案が必要(一般消費者では評価のコメントが曖昧で参考にしづらい)
- 商談会の成約率向上に向けた**成功要因の詳細分析**が必要