

# 令和2年度 海外販路ニーズ調査事業 報告書

2021/3/31



## 目次

<b>I 本件事業の概要</b>		
1.本件事業(3年間)の構造	P3	
2.事業運営基本方針 (本件事業3年度の考え方)	P4	
<b>II 新型コロナウイルス感染症影響による事業運営方針の変更</b>		
1.当初策定した基本方針の変更	P6	
2.令和2年度当初活動方針	P7	
3.令和2年度修正活動方針	P8	
4.実施タスク	P9	
<b>III 令和2年度活動実績</b>		
1.実施内容一覧		
(0)実施内容一覧	P11	
(1)海外販路ニーズ調査	P12	
(2)機能性素材の研究状況	P27	
(3)欧米展開に取り組む企業	P29	
(4)今後の展開検討	P31	
2.現状および課題		
(1)現状分析	P33	
(2)課題整理	P34	
<b>IV 今後の進め方</b>		
1.ウィズコロナ、アフターコロナにおける新たな取組		
(1)欧米展開における新たな取組	P38	
(2)米軍展開における新たな取組	P39	
2.企業支援の実施		
(1)企業支援の在り方	P41	
(2)企業支援スキーム	P42	
(3)コーチング・ティーチング	P43	
(4)米国市場攻略に向けた構造化	P44	
(5)米国市場展開のセオリー	P45	
(6)支援企業に求められる能力・機能	P46	
(7)支援企業選定の前提条件	P47	
(8)海外展開に向けた複層的な取組	P48	
3.展示会等への出展	P49	
4.イベントの実施	P51	
<b>参考情報</b>		
世界各国の輸出入構造	P54	
主要国カテゴリー別総輸入金額と日本からの輸入割合	P56	
米国向け主要品目輸出動向	P64	
沖縄地区税関管内貿易統計／沖縄からの米国向け輸出	P84	
県内企業の状況	P90	
機能性素材研究論文調査	P93	
欧米向け食品輸出手続き	P112	
米国小売業動向	P120	
日本企業の海外事業展開に関するアンケート結果	P124	
個別トピック	P136	

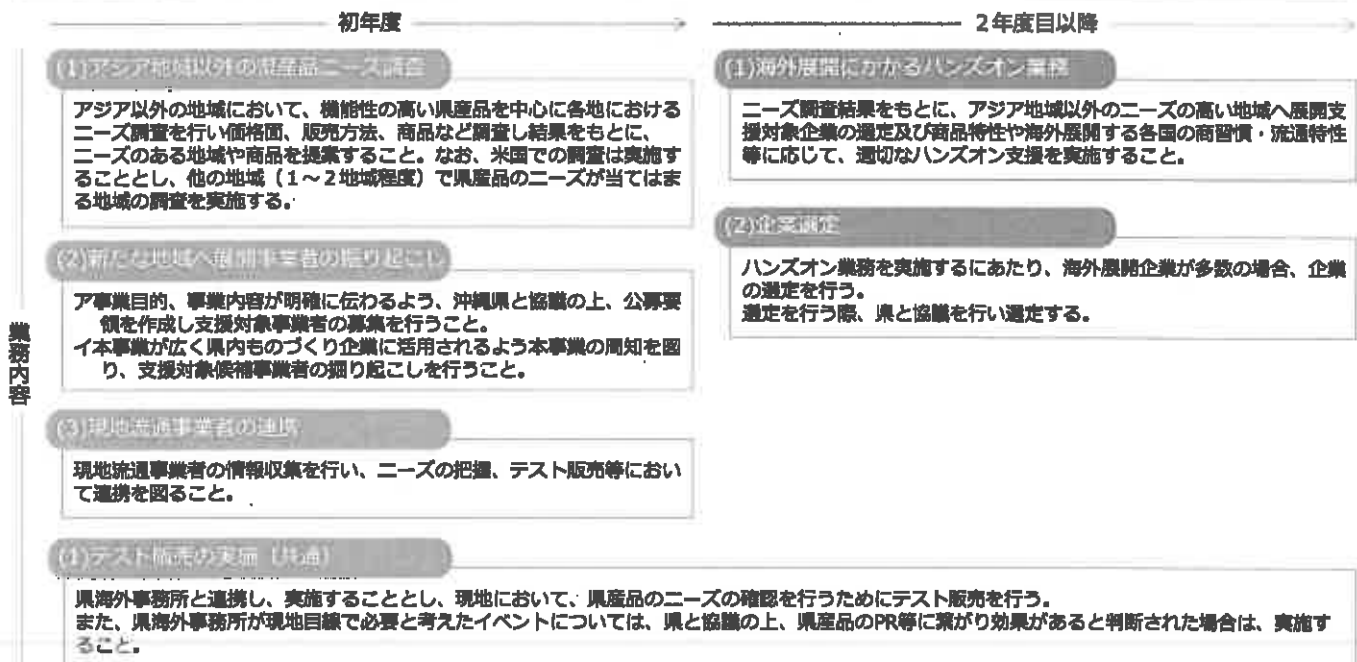
# I 本件事業の概要

## 1. 本件事業(3年間)の構造

✓ 本件事業の目的と内容は、以下の事項である。

### 委託業務の目的

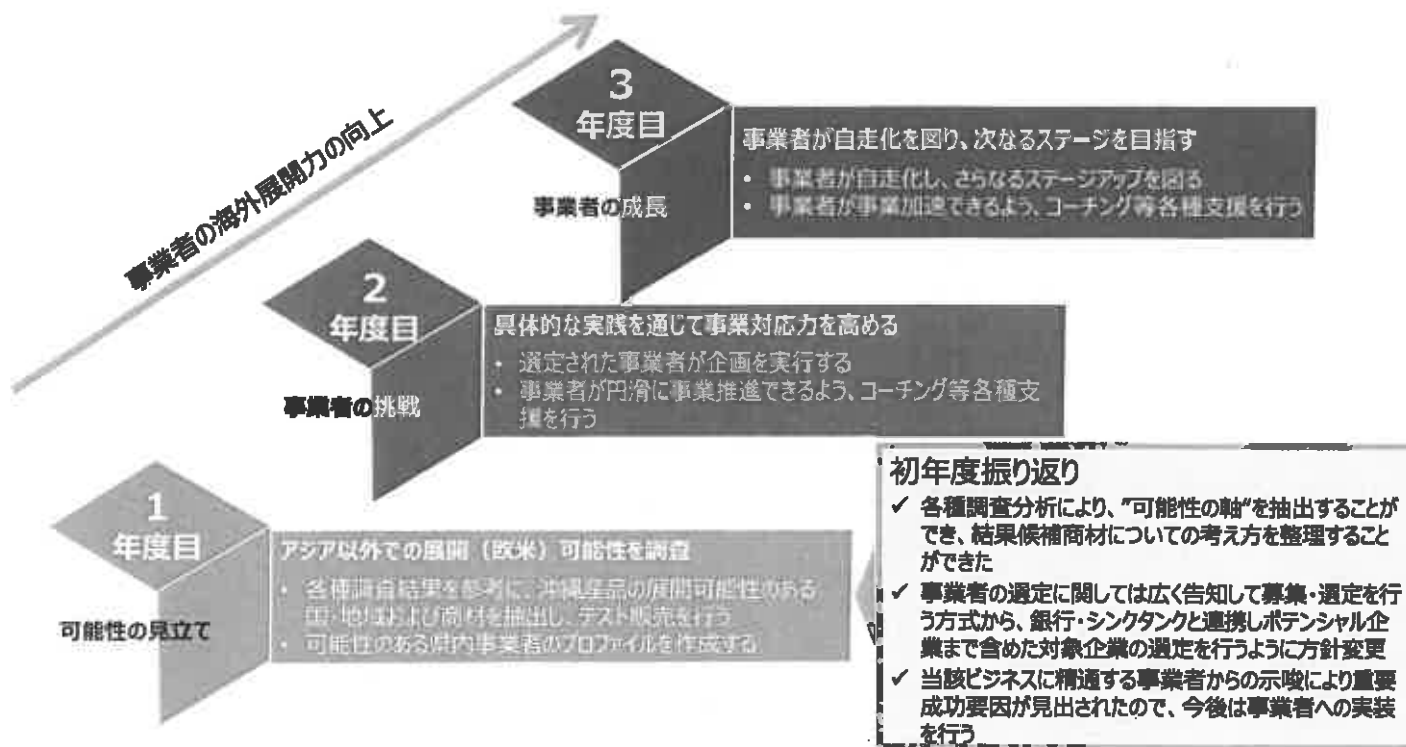
沖縄県経済の活性化を図るためには、県産品の消費拡大等による産業振興が必要であり、県内企業が、県内外市場のみならず海外市場へも販路を拡大していくことが重要である。県内企業の資金力や、海外での商品認知度の低さなどから、県内企業が単独で海外へ進出することが困難となっている。本事業においては、アジア地域以外の地域を中心に、県産品の現地ニーズを把握し、現地の商慣習を調査し、県内企業にあった展開方法で販売促進を図りながら持続的に海外展開を行い、県内事業者の強化と輸出拡大を目的とする。



## 2. 事業運営基本方針（本件事業3年度の考え方）

### 事業者の海外展開力を高める3年間

- ✓ 事業者が思い通りに展開するのではなく、市場性および海外展開力に対して一定程度の見立てを行った上で、具体的な展開を行う事業である。
- ✓ 各社の具体的な展開時においても事業者任せにするのではなく、実行力・対応力を高めるための支援を行い、当該事業者の成長を促進するという方針である。

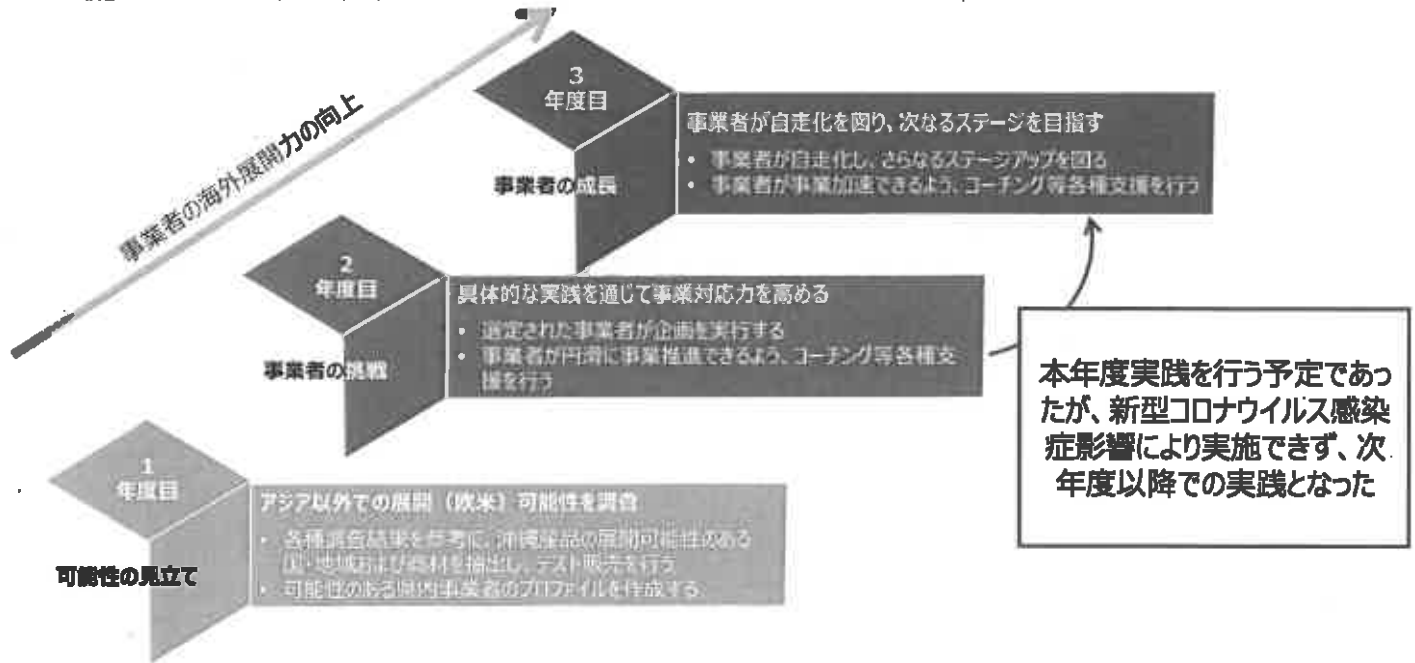


## II 新型コロナウイルス感染症影響による事業運営方針の変更

# 1.当初策定した基本方針の変更

## 新型コロナウイルス感染症影響による基本方針の変更

- ✓ 当初企画では、事業者の海外展開力を高める3年間として「可能性の見立て」「事業者の挑戦」「事業者の成長」と位置づけていたが、新型コロナウイルス感染症の影響により、活動が制限されてしまった。
- ✓ それ故、事業者の挑戦が実際次年度以降に持ち越されることになった。
- ✓ 新型コロナウイルス感染症は未だ終息に至らず、次年度の活動も状況を見ながらの実施となると想定される。



# 2.令和2年度当初活動方針

- ✓ 調査結果に基づく事業者を巻き込んでの実践を行う年度として設定した。

	海外展開に係る支援企業の選定 ～コーチング支援	展示会等への出展	イベントの実施
米国展開	<ul style="list-style-type: none"> <li>海外展開に係る支援企業の選定</li> <li>初年度結果に基づくテーマ選定</li> <li>銀行・シンクタンクへの打診～候補企業抽出</li> <li>銀行・シンクタンクと連携した企業選定</li> <li>コーチング支援</li> <li>企業別アジェンダの設定</li> <li>銀行・シンクタンクとの役割調整</li> <li>コーチング実施</li> <li>銀行・シンクタンクと連携したモニタリング</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>展示会出展企画</li> <li>連携流通事業者および展示会候補の選定</li> <li>出展事業者の選定</li> <li>出展計画の策定</li> <li>展示会出展</li> <li>展示会出展</li> <li>振り返り実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>イベント企画</li> <li>イベント実施方針の策定</li> <li>イベント企画</li> <li>イベント実施</li> <li>イベント実施</li> <li>振り返り実施</li> </ul>
米軍基地販売	<ul style="list-style-type: none"> <li>基地内を攻めるための学習と実践</li> <li>マーケティング</li> <li>手順、規制</li> <li>基地外を攻めるための学習と実践</li> <li>基地関連精通者および基地周辺流通事業者と連携し候補商材の選定</li> <li>事業者を巻き込んでの各種企画</li> </ul>	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>基地の外でのイベント</li> <li>基地関連精通者および基地周辺流通事業者と連携し候補商材の選定</li> <li>事業者を巻き込んでの各種企画の実施</li> </ul>
クルーズ船販売	<ul style="list-style-type: none"> <li>対応方針に基づいた事業者連携による事業推進</li> <li>精通事業者との連携による事業企画</li> <li>供給事業者の巻き込み</li> <li>実践</li> </ul>	—	

### 3.令和2年度修正活動方針

✓ 新型コロナウイルス感染症拡大により当初計画の円滑な遂行が困難となったため、本年度は関係性を維持しつつ、次年度以降に向け強い事業者を育てる期間とする修正活動方針を定めたが、その後の現地状況、県内企業状況、行動制限等を鑑み更なる修正を求められることとなった。

当初企画	海外展開に係る支援企業の選定 ～コーチング支援	展示会等への出展	イベントの実施
修正企画	直接的な活動を実施することが困難であると 考え、次年度に向けた学びの期間とする	可能性は探るが、現実的には 次年度に向けた作戦を立てる	関係性の維持を主眼に置いて 活動を行う
米国展銷	<ul style="list-style-type: none"> <li>海外を攻めるために必要な事項の学習(中)               <ul style="list-style-type: none"> <li>マーケティング</li> <li>生産/品質管理</li> <li>規制(ISO,HACCP,FSMA*1等)</li> <li>プロジェクトマネジメント/事業計画</li> </ul> </li> <li>機能性素材展開に向けた調査分析を実施               <ul style="list-style-type: none"> <li>コロラド大 ゴーヤ 発酵抑制作用</li> <li>他機能性素材の研究状況(国内外)等</li> </ul> </li> <li>主要国の輸出入状況の更新               <ul style="list-style-type: none"> <li>収集情報の更新と分析</li> <li>新型コロナウイルス感染症下での新たな取組調査(新)</li> </ul> </li> <li>既に欧米輸出実績のある県内企業の調査(新)</li> <li>当該環境下での事業者選定の在り方検討(修)</li> <li>アフターコロナを見据えた事業者の課題整理(新)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業者に出展を促すことが困難であると 考え、次年度以降の参加に に向けた準備を行う(中)</li> <li>次年度計画の動向調査(修)</li> <li>今後展示会の在り方考察(修)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>関係性維持を中心としたイベント企画・実施(中)               <ul style="list-style-type: none"> <li>NY 泡盛イベントの後続版</li> <li>ハワイ 沖縄フェスティバル 等</li> </ul> </li> <li>アフターコロナを見据えたイベント手法の検討(修)</li> </ul>
新方式	<ul style="list-style-type: none"> <li>新たな方式の実施検討               <ul style="list-style-type: none"> <li>オンライン商談会、オンラインマーケティング</li> <li>Eコマース</li> </ul> </li> <li>新たな方式のための、事業者の課題ならびに獲得 すべき能力の整理(修)</li> </ul>		
米軍基地 販売	<ul style="list-style-type: none"> <li>基地内を攻めるための学習と実践⇒中止               <ul style="list-style-type: none"> <li>マーケティング、手順、規制</li> </ul> </li> <li>基地外を攻めるための学習と実践⇒米軍基地 精選者を通じた知見収集(修)               <ul style="list-style-type: none"> <li>マーケティング</li> </ul> </li> </ul>	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>コミュニケーションルート開拓に向けたイベント企画・ 実施⇒企画のみ、実行は中止(中)               <ul style="list-style-type: none"> <li>領事館/商工会/(有)アンテナとの連携によるイベント</li> <li>基地外小売り、外食との連携キャンペーン</li> <li>企業/学生等を巻き込んだ商品開発と基地単人参 加のコンテスト 等</li> </ul> </li> </ul>
クルーズ船 販売	<ul style="list-style-type: none"> <li>将来必要となる事項の学習を実施⇒コロナ下での 運行会社の対応状況のモニタリング(修)               <ul style="list-style-type: none"> <li>クルーズ船関連に関する構造</li> <li>必要となるオペレーション 等</li> </ul> </li> </ul>	—	凡例：無印=修正計画実施、(中)=計画中止、 (修)=修正計画を再修正の上実施、 (新)=新規追加の上実施

令和2年度海外販路ニーズ調査事業委託業務 実施計画書

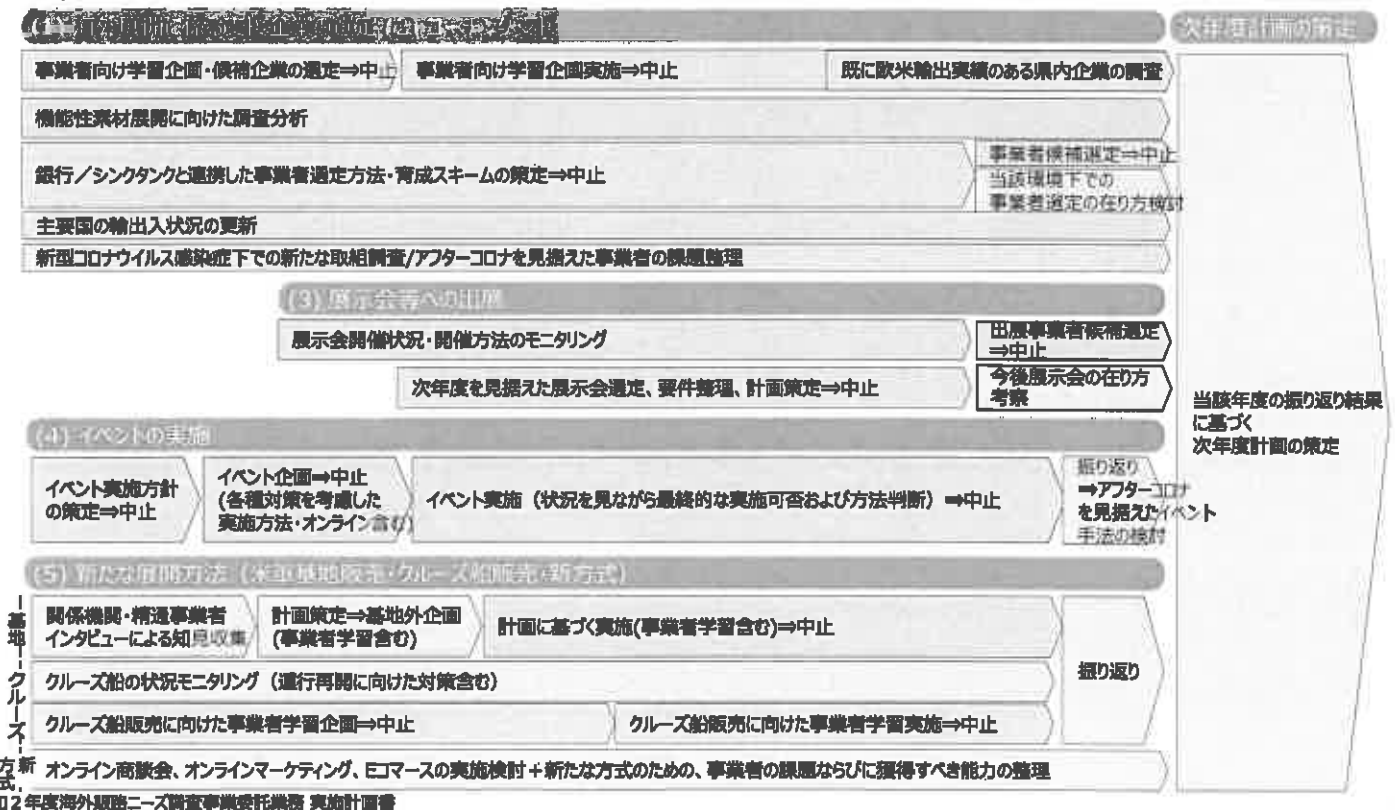
\*1 米国食品安全強化法 FSMA (Food Safety Modernization Act, 以下FSMAと表記)

### 4.実施タスク

#### 修正後令和2年度実施タスク

凡例： 修正企画内容 修正企画中止 修正企画修正 新規企画

✓ 新型コロナウイルス感染症拡大により当初計画の円滑な遂行が困難となったため、実施タスクの修正を行ったが、その後も影響は拡大し、更なる修正を行った。



令和2年度海外販路ニーズ調査事業委託業務 実施計画書

## Ⅲ 令和2年度活動実績

### 1.実施内容

#### (0)実施内容一覧

✓ 本年度実施内容を以下の4領域にて整理する。

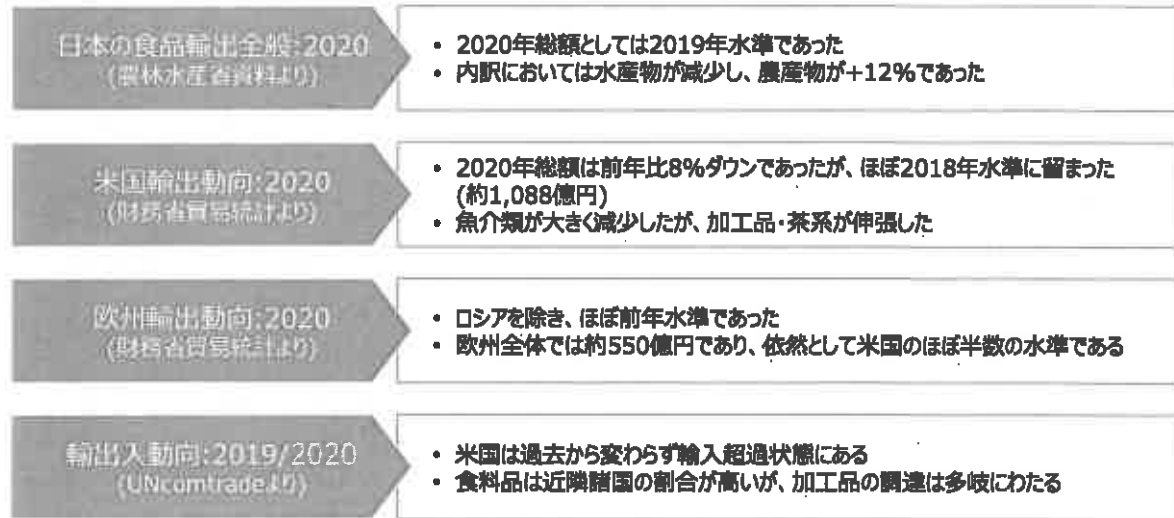
海外販路ニーズ調査	主要国輸出入状況とR1年度調査結果の検証
	新型コロナ感染症下における海外マーケットの状況
	沖縄からの輸出の状況
	在沖米軍基地の状況
機能性素材調査	海外展開の新たな動き
	「ゴーヤ」「フコイダン」「ノビレチン」「もろみ酢」
欧米展開に取り組む企業	既欧米輸出実績のある企業
	今後の推進上重要な役割を担う企業
今後の展開検討	新型コロナウイルス感染症拡大の影響を踏まえた今後の展開方法の検討

# 1.実施内容

## (1)海外販路ニーズ調査-海外マーケットの状況

### 欧米輸出動向サマリー

- ✓ 2020年の食品関連輸出総額に大きな減少は見られなかった。
- ✓ 米国においては多少減少したが、2018年水準に留まっている。
- ✓ 他の情報も米国を主要ターゲットとすることに否定的な情報は発見されなかった。

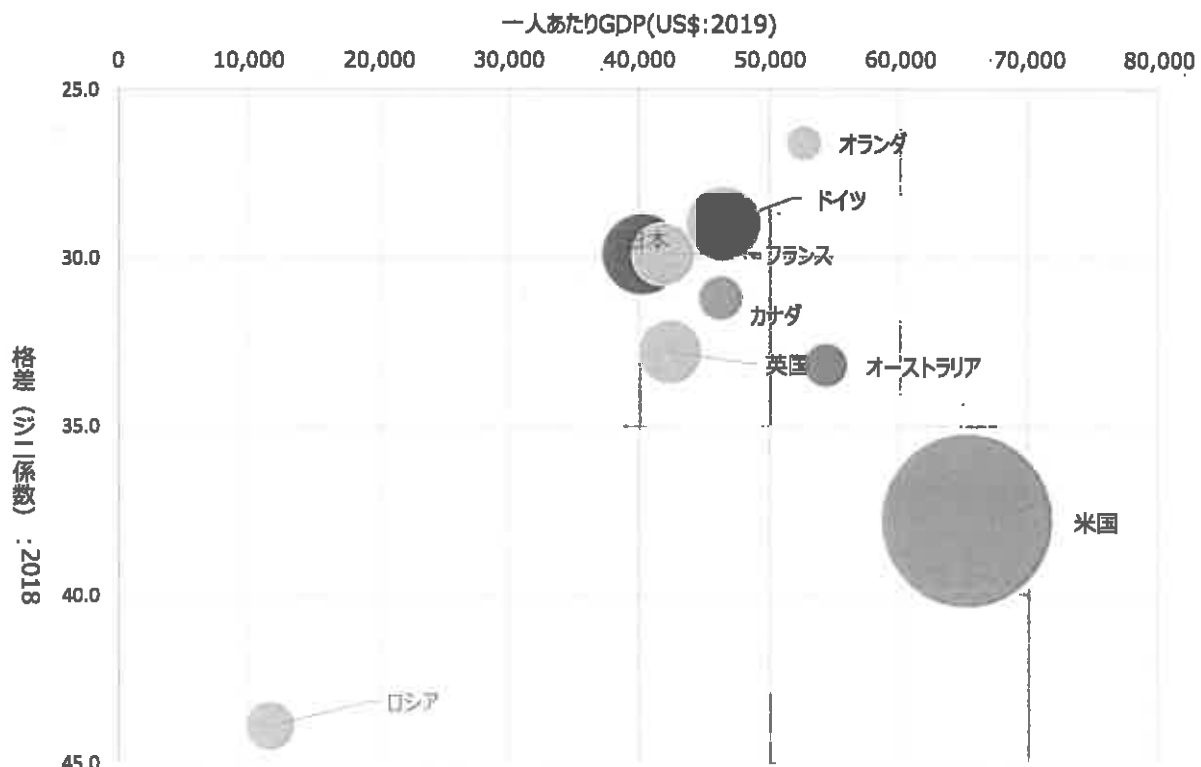


# 1.実施内容

## (1)海外販路ニーズ調査-海外マーケットの状況

### GDPから見る市場性

- ✓ 一人あたりGDPおよびGDP総額双方において米国は大規模マーケットであるが、格差も一定程度あり地域の選択は必要な状況にある。

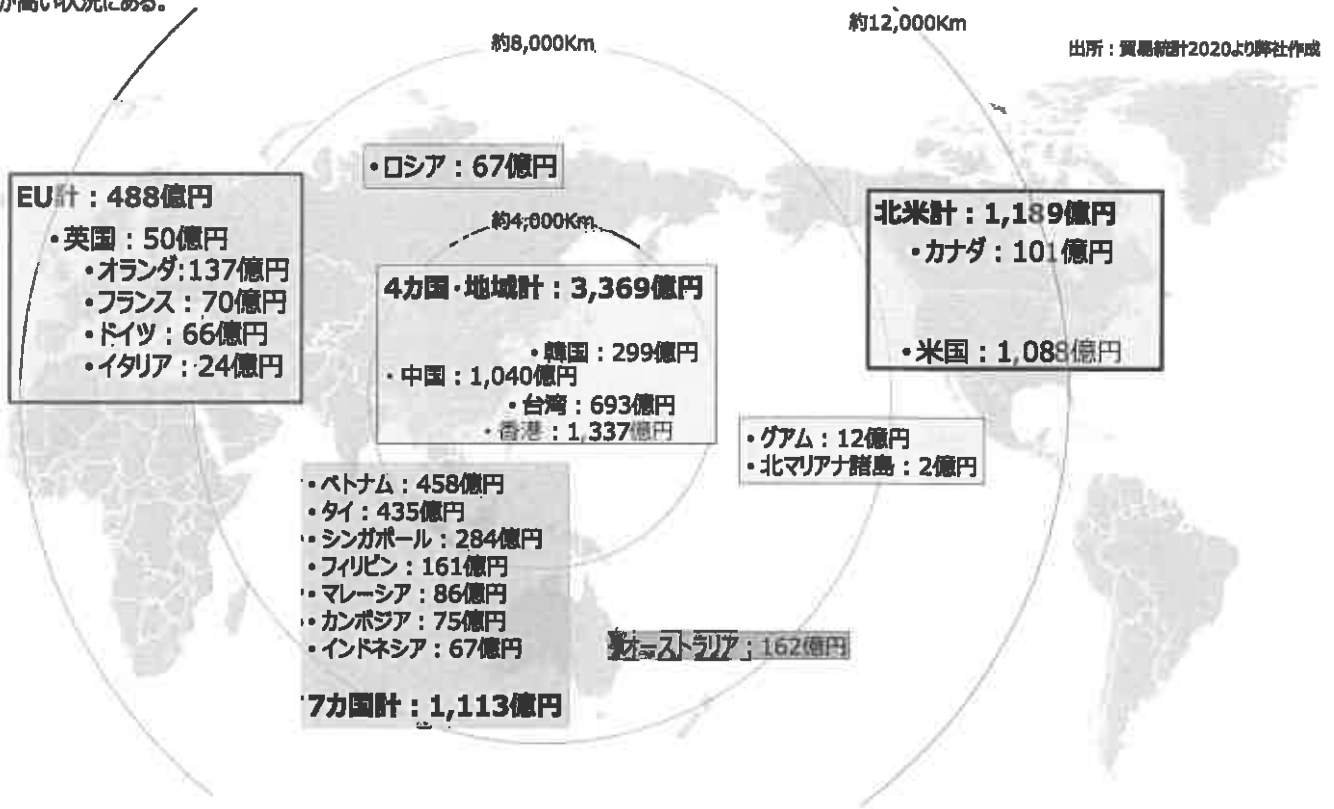


# 1.実施内容

## (1)海外販路ニーズ調査-海外マーケットの状況

### 主要地域別日本からの食品輸出額

✓ 沖縄県に限らず、これまでの日本からの食品輸出はコストおよび品質/鮮度の観点から近距離地域が主となっているが、遠距離では北米への輸出額が高い状況にある。

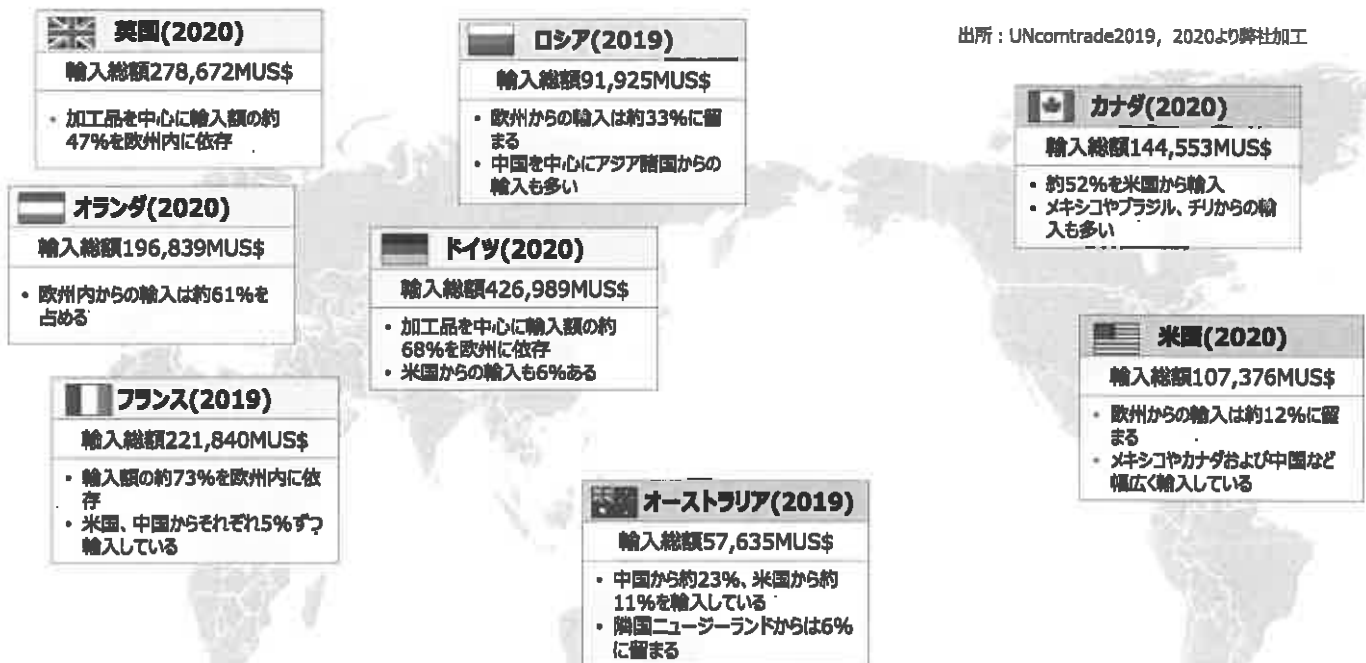


# 1.実施内容

## (1)海外販路ニーズ調査-海外マーケットの状況

### 主要国別食料品・加工品の輸入額

✓ 基本的には欧州各国は近隣国からの輸入が多いが米国は多岐にわたっている。  
 ✓ またカナダは米国からの輸入が主であるため、米国からの展開も考えられる。





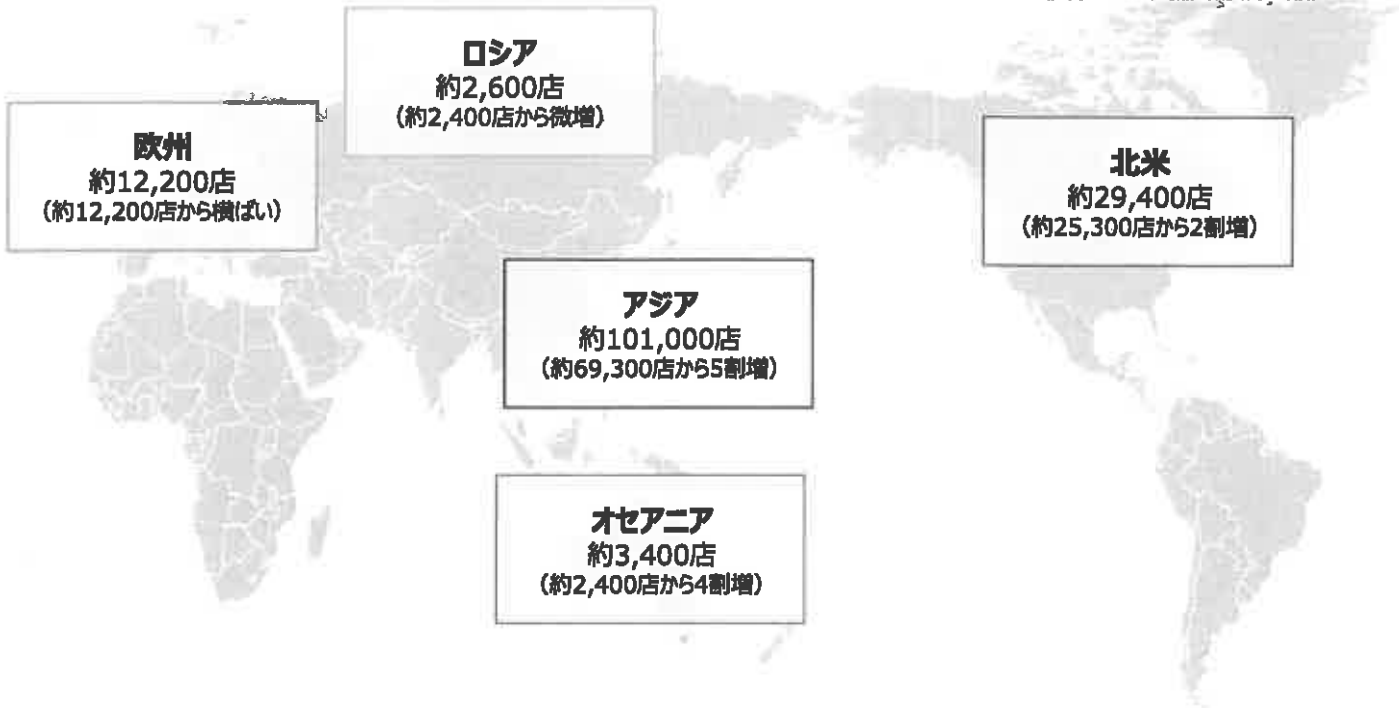
## 1.実施内容

### (1)海外販路ニーズ調査-海外マーケットの状況

#### 日本食レストランの数

✓ アジアを除いた地域においては、北米における店舗数が多く、かつ増加率も高い状況にある。

出所：農林水産省海外における日本食レストランの数2019  
()内は2017年時点の数値からの増減



## 1.実施内容

### (1)海外販路ニーズ調査-海外マーケットの状況

#### データに基づくターゲット市場

✓ 前年度の調査結果から導出された結果と相違はない状況である。

GDPの視点	輸出の視点	輸入の視点	日本食認知の視点
一人あたりGDPおよびGDP総額が高い	日本からの輸出額が高い	農畜産物・加工品における他国からの輸入額が高い	日本食レストランの数が多く増加率も高い

米国を優先的ターゲットとして定める

ただし個別事業者が米国以外をターゲットとして事業展開を希望する場合は別途推進方法を検討する。

# 1.実施内容

## (1)海外販路ニーズ調査-海外マーケットの状況

### 米国食品系小売業の状況サマリー

米国小売状況 (米国セミナーより)	<ul style="list-style-type: none"><li>・ スーパーマーケットを含め食品系小売業は前年より高い売上を実現している</li></ul>
米国小売トピック (流通経済研究所 セミナーより)	<ul style="list-style-type: none"><li>・ ネット購入増加に伴う購買行動の変化が発生<ul style="list-style-type: none"><li>✓ グローサリーのネット注文、レストランデリバリーアプリ等の体験者が増加</li><li>✓ BOPIS (Buy Online Pickup In Store)の進化<ul style="list-style-type: none"><li>・ 店頭受け取りや決済のタッチレスを徹底</li></ul></li><li>✓ 瀕死状態だったミールキットが復権</li><li>✓ 先行してECサービスを構築してきた企業 (Wal-Martなど) が業績伸張</li></ul></li><li>・ 健康に対する関心の高まり<ul style="list-style-type: none"><li>✓ COVID-19により全米の肥満度が上昇→対策へ</li><li>✓ 代用肉、代用牛乳に対する新たなニーズも</li></ul></li><li>・ 生活防衛としての節約意識が表面化<ul style="list-style-type: none"><li>✓ 百貨店やGMSは苦境</li><li>✓ リミテッドアソートメントストア (Aldi等) やダラーストアが発展</li><li>✓ 地方の中小小売業におけるPB化の進展</li><li>✓ 地方食品小売業の中には、ドライブスルーやイトイン、ミールキットなど、コロナ対応を意識した高機能化店舗も出現</li></ul></li><li>・ ECは成長が続く。配送体制の整備が急務<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Wal-Martがアマゾンプライムの対抗策を開始 (Wal-Mart+)</li></ul></li><li>・ ニュースになるような目立つ企業だけでなく、ババママショップなど零細企業の倒産が目立ってきた</li></ul>

# 1.実施内容

## (1)海外販路ニーズ調査-海外マーケットの状況

### 米国食品系小売業の状況サマリー (続き)

米国小売トピック (JETROセミナーより)	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 米国は州毎に状況が異なっている</li><li>・ ニューヨークはロックダウンが長く、その後の飲食店規制から食品ネット販売が伸張している (ただし日持ちのする菓子類などが主で、肉・シーフード等の生鮮はオンラインでは買わない人が多い)</li><li>・ 日本品で比較的購入要求が高いのは「インスタントラーメン」「日本産緑茶」「日本のチップス」「日本の調味料」など</li></ul>
米国小売予測 (Digital Commerce360より)	<ul style="list-style-type: none"><li>・ テクノロジー企業は伝統的な小売店やショッピングモール (商業施設) を買収する可能性が高い</li><li>・ 店舗をオンライン注文の便利な集荷場所として利用することも考えられる</li><li>・ 食料品のオンライン注文が主流になり、多くの店舗型食料品店は店を閉めるか、オンライン注文のためのフルフィルメントセンターになる場所もある</li><li>・ 2020年のコロナ禍の影響で、オンラインでの買い物に慣れた高齢の消費者のニーズに応えようとする小売事業者が増えるだろう</li><li>・ 食料品のような必需品のオンライン購入は今年も急増し、コロナ禍前のレベルに戻ることはないだろうが、食料品のEコマースでは生鮮食品の選定を他人に任せたり、カートに入っているすべての商品に (品切れがあった場合などに) 手動で“代替品の必要なし”を選択するフラストレーションを思うと、多少の「後退」はあるだろう</li><li>・ 多くの小売事業者がBOPISより安全で便利なカーブサイドピックアップサービスを提供するだろう</li><li>・ 自社ビジネスの差別化ポイントとして、Webサイト上で環境と持続可能性への取組を強調している。環境以外にも、多様性やメイド・イン・アメリカ商品の促進など、より多くの事業者が価値観を前面に出す取組を行うようになるだろう</li><li>・ ワクチンが予定通りに普及すれば、2022年にはEコマースに対する流れが変わり、人々は店頭ショッピングの社会的、感情的、物理的なつながりに慣れ、コンピュータ画面の前に座っているのが嫌になり、店舗ベースの買い物が増加するだろう</li></ul>

# 1.実施内容

## (1)海外販路ニーズ調査-沖縄からの輸出の状況

### 沖縄からの輸出状況サマリー

<p>沖縄からの輸出:2020 (沖縄貿易統計より)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2020年総額としては、前年比96.6%の301億円であった</li> <li>アジアに占める割合が88%であり、アジア前年比98.8%が全体に影響</li> <li>食料品の構成比は7.9%、前年比83.0%</li> <li>飲料の構成比は3.4%、前年比95.1%</li> <li>食料品+飲料の輸出額は直近5年で最も低い額に留まった</li> </ul>
<p>沖縄からの米国輸出:2020 (沖縄貿易統計より)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2020年総額としては、前年比72.7%の10億円であった</li> <li>米国の占める割合は3.4%である</li> <li>食料品の構成比は5.9%、前年比153.6%の60百万円であり、沖縄輸出額に占める割合は2.5%</li> <li>飲料の構成比は29.0%、前年比92.1%の294百万円であり、沖縄輸出額に占める割合は28.6%</li> </ul>
<p>沖縄企業の状況 (目録短観より)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2020/6月を底として製造業、非製造業とも全国平均(中堅企業、中小企業)とも低い状況にあった</li> <li>非製造業においてはその傾向が未だ続いている</li> </ul>
<p>沖縄企業の状況 (沖縄協創開発金融公庫資料より)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2020/7~9月期より回復傾向にあるが、非製造業を中心に業況悪化が大多数を占めている</li> <li>売上減少要因は、全産業とも「取引先や来店客の減少」と回答</li> </ul>

# 1.実施内容

## (1)海外販路ニーズ調査-米軍基地の状況

### 米軍基地状況サマリー

<p>米軍状況 (アンテナインタビュー /外部情報より)</p> <p>最新の情報とは3/17 インタビュー にて入手</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>行動制限がかかりイベントなどの実施は困難             <ul style="list-style-type: none"> <li>ハロウィンも基地内のみ、かつ分散(5歳と6歳で時間帯を分けるなど)</li> <li>ブラックフライデーもオンラインのみ</li> <li>サイバーマンデーも2週間に延長</li> <li>2020/12/8 感染者増加によりテイクアウトも禁止になった</li> <li>2021/3/17時点ではワクチン接種も進み、家族4人以内での食事許可やフリーマーケットの再開等制限解除が見られている</li> <li>2021/4には基地内で30社程度(例年の半数)の展示会開催予定</li> </ul> </li> <li>食に関して             <ul style="list-style-type: none"> <li>基地の中で販売するためには、軍独自規制(FSMAもしくはそれより厳しい規制)をクリアしなければならない</li> <li>基地の外の小売店に行っても、英語表示もなく、そもそもそれが何であるかわからないし、買っていても、調理の仕方が分からない</li> <li>基地内ではヘルシーなものが少ない、基地の外からテイクアウトをすればあるが、割高である</li> <li>海兵隊福利厚生機関とタイアップしてバイキングバスツアーを過去開催したこともある</li> <li>Taste of Okinawa(牧志)は外国人向けにCooking Experience(料理体験教室)を行っており、そういう企画は有効だと思われる</li> <li>過去は茶道や華道の教室も存在した</li> <li>食をテーマとした専門テレビ局、米Food Networkは著名な料理家を招いて料理番組を行っていて、アメリカ人は見慣れている(動画作りの参考にした方がよい)</li> <li>イギリスのフードライター兼料理人のレイチェルケルがNHKで放送した番組も人気であった</li> <li>番組に限らず、記事なども日本人の勘どころとは異なるので、精通した人間が関わらないと関心と呼ばない</li> </ul> </li> <li>基地の外             <ul style="list-style-type: none"> <li>基地のゲート外の空き地(駐車場)にてフリーマーケットを行うことがある</li> <li>北谷ゴードーズ前にてイベント開催実績あり</li> <li>読谷は陸軍のビーチを開放してイベントをやっている</li> </ul> </li> </ul>
---	--

(参考)  
カタナ基地内外の行動ガイド  
2021/3/5~



# 1.実施内容

## (1)海外販路ニーズ調査-海外展開の新たな動き

展示会・オンライン商談会・クルーズ船

<p>展示会状況 (各展示会情報より)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>リアルイベントは全件中止</li> <li>2021年もオンライン開催に切り替える、または日程変更を余儀なくされている</li> <li>一部オンラインイベントに切り替えて開催しているものもあるが、講演中心の運営が多い</li> <li>認知度獲得に資する方式でのイベントは現段階では開催なし</li> </ul>
<p>オンライン商談会 (JETRO・ 選行情報より)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>海外販路獲得ウェビナーが全国(主催者は各地域の団体)で開催された</li> <li>オンライン商談会も開催されているが、米国向けは限られている(アジアが多い)</li> <li>オンライン商談会においても、米国向けは参加要件にFSMA、HACCP取得済みであることを求めるものが殆ど</li> <li>国内でもマッチングイベントをオンラインで開催しているが、リアルでも適切に商品訴求ができていない企業が多い中オンラインではさらに苦戦する企業が多い</li> <li>JETROとしてはオンラインセミナー等とJapanMallでのEC支援を実施中(米国でのJapanMallは、Sakesocialのみ)</li> </ul>
<p>クルーズ船状況 (協会発表等より)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>米疾病対策センター(CDC)は、大型客船の米国領海での全面運航停止令を3月に発令以来、すでに4度延期して最終的に10/31までとしていたが、10/30に解除し、代わりに「条件付き運行命令」を発表した (イタリアで2000人超のクルーズを感染者ゼロで2回実施したことも影響)</li> <li>4段階のチェックがあり、全ての査定を合格した場合は航海許可証を交付する</li> <li>一部の船会社が5月後半からの再開をうたっているが、多くは6月くらいまで運行停止の状況</li> <li>航行期間最大7日間であり、実質的に近距離のクルーズ運行に限られている</li> <li>クルーの検査、船内オペレーション変更など運行上のコスト負担の増加に加え需要の低下が想定されるため、事業としての再構築が必要と思われる(従来から主要顧客は時間的余裕のある比較的年齢の高い層であり、重症化リスクが高いとされているため、どこまで回復するかが未知)</li> <li>日本発着としては、プリンセスクルーズが7/1からの再開を発表</li> </ul>

# 1.実施内容

## (1)海外販路ニーズ調査-海外展開の新たな動き

海外展開意欲

<p>JETRO 海外事業展開に関する アンケートより</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>新型コロナウイルス感染症の影響により、2020年度の海外売上高は減少が大きい</li> <li>企業規模別で見ると、海外売上高へのマイナス影響が大企業の23.9%に対し、中小企業は41.0%とより影響が大きい</li> <li>飲食品製造業においては、売上高へのマイナス影響が国内23.8%に比し海外40.9%と大きい(最も大きいのは繊維・織物/アパレルの53.4%)</li> <li>海外売上高の大きな要因としては、ロックダウンによる店舗休業、商談の中断などが挙げられている</li> <li>飲食品製造業の2021年度の見立てにおいては、海外売上高へのマイナス影響は25.6%とまだ不透明な状態にある(プラスの影響と回答：21.3%、影響なし：11.5%、わからない：41.6%)</li> <li>中小企業における、今後「海外進出の拡大を図る」としている企業は15.5%(2019年度：26.1%)と10%強減少している</li> <li>一方、「新たに進出したい」としている企業は28.0%(2019年度：29.1%)と、進出意欲の減少は見られない</li> <li>拡大意欲のある企業の意向は「コロナ後を見据え海外市場開拓は必須」「複数地域にマーケットを持つことがリスク分散」などである</li> <li>今後とも展開しないとする企業の意向は「コロナ禍で海外事業展開が見通せない」「現状のビジネス規模であれば輸出で対応可」などである</li> <li>海外輸出(海外進出ではなく)に関する問いに対しては、中小企業の77.5%(輸出拡大：65.9%+新たな輸出：11.6%)と2019年度80.2%から減少している(3年ぶりに80%を割り込んだ)</li> <li>輸出ターゲットとしては中国が56.7%と1位であるが、2019年度58.4%から僅かに減少している</li> <li>一方米国は2019年度42.3%から2020年度50.3%、西欧は2019年度31.9%から2020年度39.8%と伸張しており、先進国・地域への期待が高まっている</li> <li>飲食品製造業が海外で拡大する機能としては高付加価値品の生産：26.7%(2019年度差+6.7%)、物流：15.6%(2019年度差+7.6%)である</li> <li>飲食品製造業の海外向けEC販売利用内訳においては、越境EC：35.7%、海外での販売：17.6%、代理店を通じた販売：25.6%であり、越境ECが相対的に高い</li> <li>EC利用企業の課題は「商品の価格競争」「自社ブランド認知度向上の難しさ」が増加している</li> </ul>
---	--

# 1.実施内容

## (1)海外販路ニーズ調査-米国FSMA

### 米国食品安全強化法（FSMA）概要

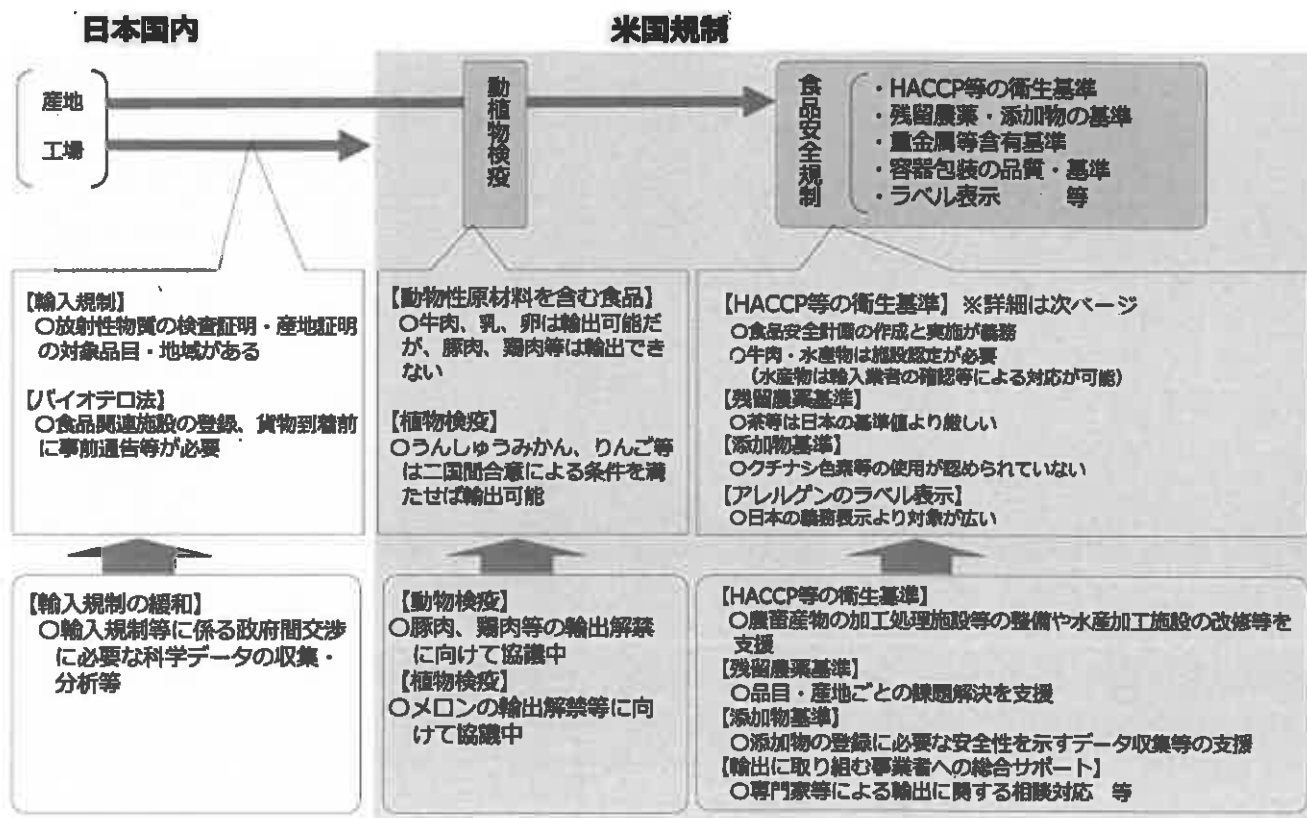
- ✓ 米国では2011年1月4日、食品安全強化法（FSMA）が制定され、具体的内容を定めた詳細規則が順次公表されてきた。FSMAは、米国内に流通する輸入食品にも適用されるため、米国向けに輸出する日本の食品関連事業者にも対応が迫られている。
- ✓ FSMAの規則のうち、特に日本の食品関連事業者に影響が大きいとされているのが、危害の未然予防管理を含む食品安全計画の策定などを定めた規則（第103条規則）である。これまで危害の未然予防管理に取り組んでいない事業者は、食品安全計画を策定し、その順守のための態勢を整える必要がある。また、同規則の適用以降は、食品医薬品局（FDA）による食品関連施設の査察は、同規則の順守状況も確認されることになる。

規則	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年
危害分析およびリスクに基づく予防管理（第103条）	9月19日 適用期限（原則）	9月18日 適用期限（正規従業員500人未満）	9月17日 適用期限（売上高100万ドル未満）			
農産物安全基準（第105条）	1月26日 最終規則施行	1月26日 適用期限（スプラウト関係）	1月26日（施行日から2年後） 適用期限（原則）	1月28日（施行日から3年後） 適用期限（売上高25万ドル以上～50万ドル未満）	1月27日（施行日から4年後） 適用期限（売上高2.5万ドル以上～25万ドル未満）	
外国供給業者検証プログラム（第301条）	1月26日 最終規則施行	5月30日（公布日から18か月後） 適用期限（原則）	3月19日 適用期限（正規従業員500人未満の食品メーカーに対する検証）	3月18日 適用期限（売上高100万ドル未満の食品メーカーに対する検証）		
衛生的な食品輸送（第111条）	4月5日 最終規則公表 4月6日 最終規則公布 6月6日 最終規則施行	4月6日（公布日から1年後） 適用期限（原則）	4月6日（公布日から2年後） 適用期限（正規従業員500人未満、年間取扱高2,750万ドル未満）			
意図的な食品不良の防止（第106条）	5月26日 最終規則公表 5月27日 最終規則公布 7月26日予定 最終規則施行			7月26日（施行日から3年後） 適用期限（原則）	7月26日（施行日から4年後） 適用期限（正規従業員500人未満）	7月26日（施行日から5年後） 適用期限（売上高1,000万ドル未満）

出所：日本貿易振興機構HP

# 1.実施内容

## (1)海外販路ニーズ調査-米国向け輸出について



# 1.実施内容

## (1)海外販路ニーズ調査-米国向け輸出食品関連事業者に対するHACCP等の衛生管理規則

### 米国食品安全強化法 (FSMA) の概要

<b>食品製造事業者等</b>	<b>日本国内</b>
<b>PCHF(Preventive Controls for Human Food)規則</b>	
米国内で消費される全ての食品の製造施設等が対象。 食品安全計画を定め、危害の予防管理、モニタリング等を求める。	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 現行適正製造規範 (CGMP)の順守</li> <li>✓ 危害要因分析ならびにリスクに応じた予防管理 (PC)(※)</li> </ul>	
PCQI (予防管理適格者) による食品安全計画の策定と、食品関連施設による同計画の実施を義務付け。	
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>【食品安全計画】(様式は自由)。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・危害要因分析 ・予防管理 ・モニタリング</li> <li>・サプライチェーンプログラム</li> <li>・是正措置 ・検証手順 等</li> </ul> </div>	
<p>※ PC 適用除外品目と別途適用規則</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 食肉、水産物 施設認定 (HACCP導入含む)</li> <li>・ ジュース ジュースHACCP</li> <li>・ 栄養補助食品 特別な適正製造規範 (製造管理基準含む)</li> <li>・ アルコール 連邦酒類管理法による米国輸入規制</li> </ul> <p>※ 一部分のみPC適用除外品目</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 低酸性缶詰食品 原則PCの実施が求められるが、微生物的危険要因及びその対応に関する管理に関しては特別な適正製造規範に従う。</li> </ul>	

<b>農場</b>	<b>日本国内</b>
<b>農産物安全基準</b>	
FDA指定の未加工農産物のうち、野菜、果実、スプラウト類、ナッツの一部、ハーブについて、衛生管理の徹底や農業用水の管理等の安全管理の実施が必要。	

<b>輸入業者</b>	<b>米国内</b>
<b>外国供給業者検証プログラム (FSVP規則)</b>	
米国内に輸入する食品についてPCHF規則や農産物安全基準に従っているか検証が必要。 (水産物、ジュース、アルコールに関しては、規定の要件を順守していることを条件に除外)	

令和2年度海外販路ニーズ調査事業委託業務報告書

出所：農林水産省食品産業の海外展開戦略2020/3/12

26

# 1.実施内容

## (2)機能性素材の研究状況

### 機能性素材調査サマリー

<p>米国内研究状況 (文献・論文より)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 県内素材として可能性があるものとして「ゴーヤ」「フコイダン」「ノビレチン」「もろみ酢」の4種について米国内研究状況調査を実施 (一部国内情報も探索)</li> <li>・ 収集できた論文・文献は、ゴーヤ：10件、フコイダン：18件、ノビレチン：29件、もろみ酢：10件</li> <li>・ ゴーヤ：がん予防、抗糖尿病のための解糖、脂質分解等の研究が主</li> <li>・ フコイダン：抗がん効果(膵臓がん、肺がん等)の研究が主であるが、他の物質との組み合わせによる症状緩和なども研究されている また抽出素材も、もずく、ひじき、オオウキモなど多種の海藻類の研究がされている</li> <li>・ ノビレチン：卵巣がん、前立腺がん、老化防止、胆汁酸の代謝調整、関節症対策など多岐にわたる研究が行われている</li> <li>・ もろみ酢：認知症、アレルギーなどの研究が行われている</li> </ul>
------------------------------	--

# 1.実施内容

## (2)機能性素材の研究状況

### WELLNESSOKINAWAJAPAN認証済み商品

✓ 沖縄独自認証商品も増加している。

#### WELLNESSOKINAWAJAPAN認証済み商品(2020/12/08時点14社23商品)

法人名	商品名	法人名	商品名
株式会社カリスト琉球	シンジムの力 発酵シークワサー	公益社団法人浦添市シルバー人材センター	桑の実のお酢
	ベチカラサブリまるごとアセロラ天然ビタミンC		ふくらむもずく玉
	果実まるごと発酵シークワサー & アセロラ天然ビタミンP+C	ちゆらゆーな株式会社	
農業生産法人株式会社アセローラフレッシュ	アセローラ果汁50%ドリンク	金秀バイオ株式会社	与那国長命草青汁
有限会社沖縄長生薬草本社	休息伝説	株式会社ケレス沖縄	大宜味村産青切りシークワサージュース
	血圧伝説		
公益社団法人浦添市シルバー人材センター	てだ桑茶 (パウダータイプ35g)		
	グリーンスカイ (分包タイプ)		
株式会社石川酒造場	元祖琉球もろみ酢原液		
	琉球もろみ酢 むるんさんドライタイプ		
	元祖琉球もろみ酢黒糖入り		
沖縄ハム総合食品株式会社	琉球もろみ酢 むるんさんスイートタイプ		
	OKINAWAサンゴカルシウム		
サイオンリンク合同会社	沖縄青汁苜蓿桑ゼリー		
株式会社紅濱	毎日酢		
農業法人有限会社グリーンフィールド	菜・色・健・美BEAUTYSOUP温もりかぼちゃ		
	菜・色・健・美BEAUTYSOUP負けないトマト		
	菜・色・健・美BEAUTYSOUP潤いにんじん		
販売者: カネリョウ海産株式会社	シークワサーもずく		
製造者: 有限会社高木商店			

# 1.実施内容

## (3)欧米展開に取り組む企業

### 既欧米輸出実績のある企業・今後の推進上重要な役割を担う企業

- ✓ アジア展開においても、なかなかそこを目指す企業が少ない中、欧米への展開は考えたこともないという声を耳にする。
- ✓ そのような中、現実にはチャレンジしている企業も存在しており、コンタクトをとって今後の企業支援の考え方を整理した。

#### 株式会社478Company

##### ● 会社概要

- 2018年設立
- 事業内容
  - ✓ クルーズ船向け卸販売事業 (WorldDream / SuperStarGemini / SuperStarAquarius)
  - ✓ 海外向け卸販売事業 / 国内向け卸販売事業
  - ✓ 観光サービス事業 (沖縄すし道場 / 体験型観光サービス / 宿泊施設など)
  - ✓ 外食事業 (MORINORISUウミカジテラス店 / RIMO イーアス沖縄豊崎店)
  - ✓ DAYTONAHOUSE x LDK事業
  - ✓ ヘルス&ライフ事業

##### ● 対象商材・地域・物量・時期

- 1月第3週シークワサー 20c/sサンフランシスコ到着
- 2020/9テストシップ 1c/s、今回初取引
- マーケティングはこれから
- BtoCから始め将来的にはBtoB/バルク売りを行いたい
- 現地インポーターが沖縄県人であり経営者の知人
- 県人が西海岸に多く、展開しやすい(協力的)
- 価格は1.5倍(国内2,000円→3,000円相当)

##### ● 課題と解決策

- FDA認可(FSMA)まで約1年
- HACCPは未取得であったが施行される国内基準に合わせて準備を進めてきたので、その流れで対応
- FSMAで課題となるアレルギーは、シークワサーについては問題なし (他物質とのコンタミネーション防止のみ)
- 現地に精通したインポーターの存在が鍵(商品カテゴリごと得意不得意がある)
- 各国/地域によってレギュレーションが異なるので、ひとつひとつ潰していくしかない (JETROや現地インポーターの協力)
- 英語を話せば大丈夫である
- 今後も話しがあればどこでも何でも対応する

##### ● 欧米他地域実績

- イギリスシークワサー用の原料販売2020~
  - ✓ BtoBで1~2c/s販売
- オーストラリア沖縄サワー(クラフトビール)用原料販売
  - ✓ 2017に初めてイベント開催
  - ✓ 現状約2t/年輸出
  - ✓ オーストラリア主要都市に配荷されている
- 今後シークワサー/ジンジャー+セルツァーを販売予定

# 1.実施内容

## (3)欧米展開に取り組む企業

既欧米輸出実績のある企業・今後の推進上重要な役割を担う企業（続き）

### アイラーティ合同会社

#### ●会社概要

- 大手食品メーカー出身の細田氏が2017年に設立した企業
- 在職時代のネットワークを活用し、イタリアに県産原料(黒糖、シークワーサー、島唐辛子等)を送り、現地マリーオ社にて本格チョコレート製造
- 製品を輸入し高級ホテル、県内セレクトショップ、空港売店等で販売している

#### ●今後の展開方針

- 沖縄の資源を活かした展開を考えている
  - ✓ブルーゾーン
  - ✓気候風土（海洋性亜熱帯）
  - ✓沖縄固有の文化(衣食住、芸能、伝統工芸品)
  - ✓食文化(健康長寿食)
- ターゲット
  - ✓沖縄や日本の食や文化に興味がある情報発信力のある富裕層、インテリ系がターゲット
- 展開手法
  - ✓ローマ日本大使館後援にて主要都市のフュージョン系日本料理店、レストランを通じたプロモーション実施
  - ✓期間限定沖縄展を開始し、沖縄資源を魅力的に見せ、SNSを活用して認知度を高める
  - ✓現地展示会は競合が多く、コストパフォーマンスを鑑みながら実施予定

### 有限会社アンテナ

#### ●会社概要

- 1997年設立
- 事業内容(直接の海外展開企業ではない)
  - ✓インバウンド対応事業
  - ✓法律・手続きに関わる証書の翻訳
  - ✓米軍ビジネス、SAM・WAWF代行
  - ✓沖縄におけるMICE実施支援

#### ●特徴

- 米国商工会、米国領事など関係者とのネットワークも強く、手続き面ばかりではなく米軍ビジネスに関するノウハウが豊富
- 商工会などの連携実績も豊富
- それぞれの部隊の特性を把握しており、どういう指向を持っており、どういう行動特性なのかが分かっているため、各種企画を行う上で心強い存在
- 沖縄内に留まらず、県外基地周辺事業体支援も行っている

# 1.実施内容

## (4)今後の展開検討

新型コロナウイルス感染症影響を鑑みた展開方法の検討

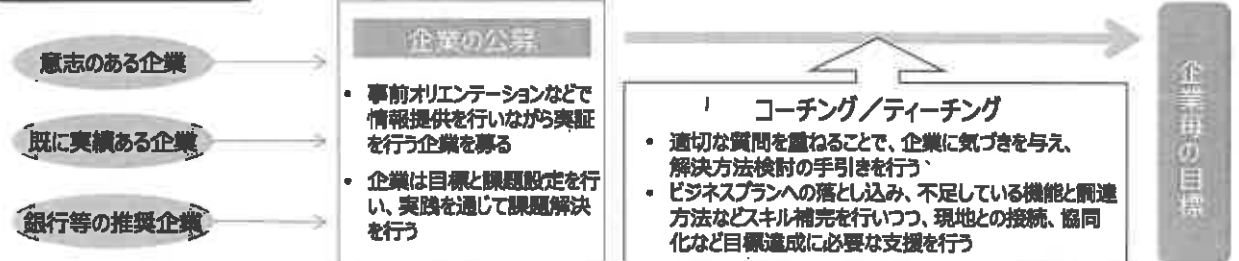
- ✓現状を踏まえ、次年度のアプローチを検討した。
- ✓意志のある企業に対して、企業毎の目標設定ならびに課題設定を行った上で欧米展開を支援するものとする。

### 当初想定アプローチ



- 新型コロナウイルス感染症の影響により推進が困難になった
  - ✓県内企業の業況悪化により、事業継続性の担保が優先される状況になった
  - ✓銀行サイドも融資対応に追われる時期があり、対応が遅れた
  - ✓海外展開に向けたコーチングやティーチングを対面形式で行うことが困難になった

### 次年度アプローチ

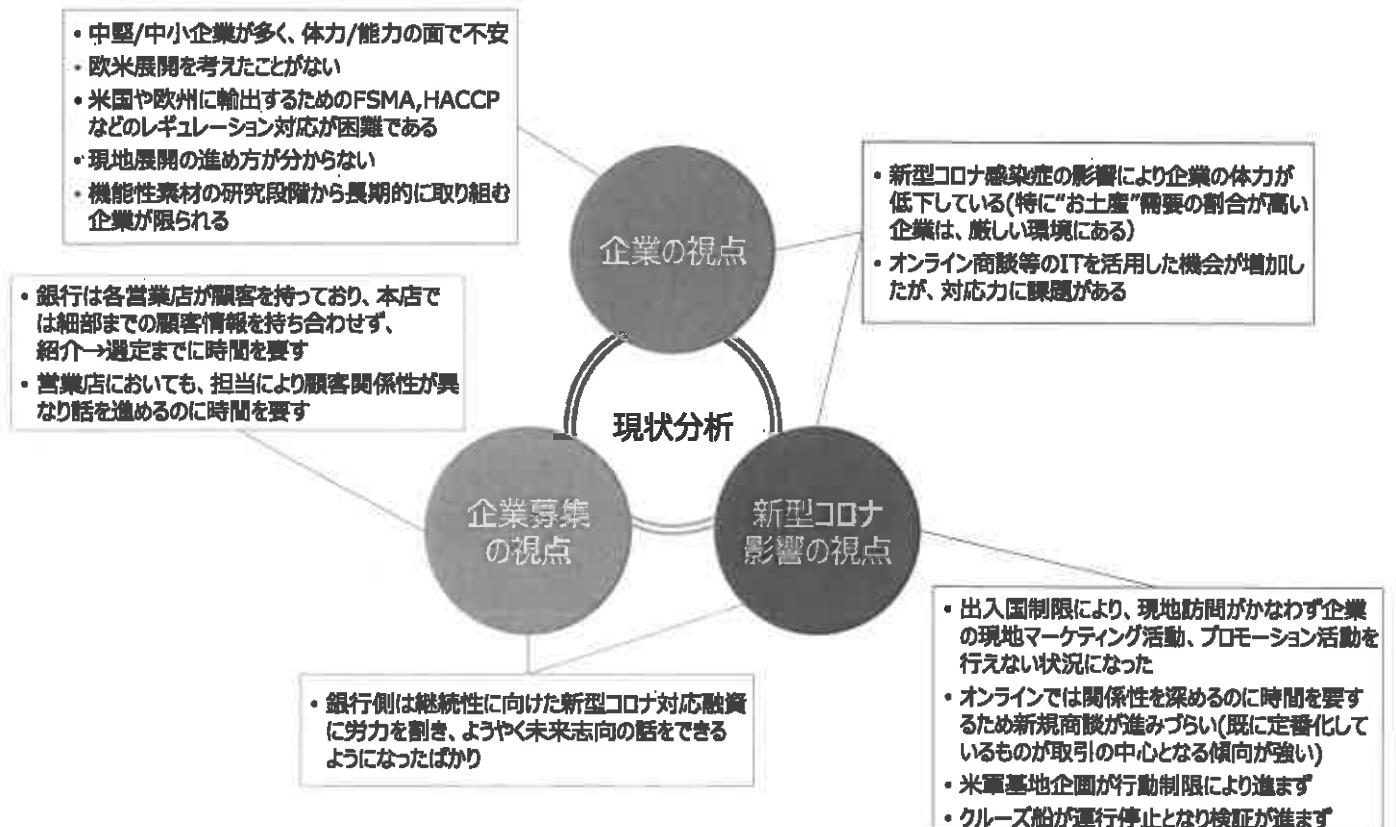




## 2.現状および課題

### 2.現状および課題 (1)現状分析

✓「企業」「企業募集」「新型コロナ影響」の3つの視点にて現状分析を行った。



## 2.現状および課題

### (2)課題整理

#### 現状分析と課題

✓現状分析で挙げられた事象についてその課題を整理した。

	現状分析	課題
企業の視点	1.中堅/中小企業が多く、体力/能力の面で不安	a. 将来的事業性に対する金融機能の検討 b. 自前主義から脱却し、自社のコアコンピタンスが何であり、機能補完をどのように行うのかの設計
	2.欧米展開を考えたことがない	a. 市場性があること、日本からの輸出実績も一定あること等の情報収集に基づく欧米展開の検討
	3.米国や欧州に輸出するためのFSMA, HACCPなどのレギュレーション対応が困難である	a. レギュレーション内容の正しい理解 b. 自社で対応することと、既認証企業・事業所へ委託することの明確化
	4.現地展開の進め方が分からない	a. 現地展開のセオリー理解に基づく事業計画、実行計画の策定 b. 有効性のある現地調査 c. 現地ディストリビューターの協力
	5.機能性素材の研究段階から長期的に取り組む企業が限られる	a. 単独では困難であるため、県外企業、研究機関含めた協同化の検討 b. どのようなアプリケーションを導出するのかの明確化
	6.新型コロナ感染症の影響により企業の体力が低下している(特に“お土産”需要の割合が高い企業は、厳しい環境にある)	a. (1-a 同様)将来的事業性に対する金融機能の検討 b. 足下の強化
	7.オンライン商談等のITを活用した機会が増加したが、対応力に課題がある	a. リアル商談技量向上 b. オンライン特性を加味した商談技法の習得

令和2年度海外販路二重調査事業委託業務報告書

34

## 2.現状および課題

### (2)課題整理

#### 現状分析と課題 (続き)

	現状分析	課題
新型コロナの視点	8.出入国制限により、現地訪問がかなわず企業の現地マーケティング活動、プロモーション活動を行えない状況になった	a. 現地ディストリビューター、県人会等の協力による一次情報の収集 b. オンライン機会の活用 c. 制限解除後の現地訪問
	9.オンラインでは関係性を深めるのに時間を要するため新規商談が進みづらい(既に定番化しているものが取引の中心となる傾向が強い)	a. オンライン特性を加味した商談技法の習得 b. 現地ディストリビューターの協力(紹介をもらう) c. 認知度のある商材のアレンジ商材検討 d. 未認知商材に関しては、状況回復後の展開を検討
	10.米軍基地企画が行動制限により進まず	a. (制限解除時期まで)準備進行 b. (解除後の円滑な遂行を鑑み)オンラインイベント開催によるコミュニティ作り
	11.クルーズ船が運行停止となり検証が進まず	a. (再開時期を見定めた上で)納入に向けた活動企画(納入事業者刷新のチャンスになりうる可能性もある)
	12.銀行側は継続性に向けた新型コロナ対応融資に労力を割き、ようやく未来志向の話をできるようになったばかり	a. 継続的なコミュニケーション実施
企業集約の視点	13.銀行は各営業店が顧客を持っており、本店では細部までの顧客情報を持ち合わせず、紹介→選定までに時間を要す	a. 本店の協力の下、営業店とのコミュニケーション実施
	14.営業店においても、担当により顧客関係性が異なり話を進めるのに時間を要す	a. 関係性の深い顧客を中心とした企画推進

令和2年度海外販路二重調査事業委託業務報告書

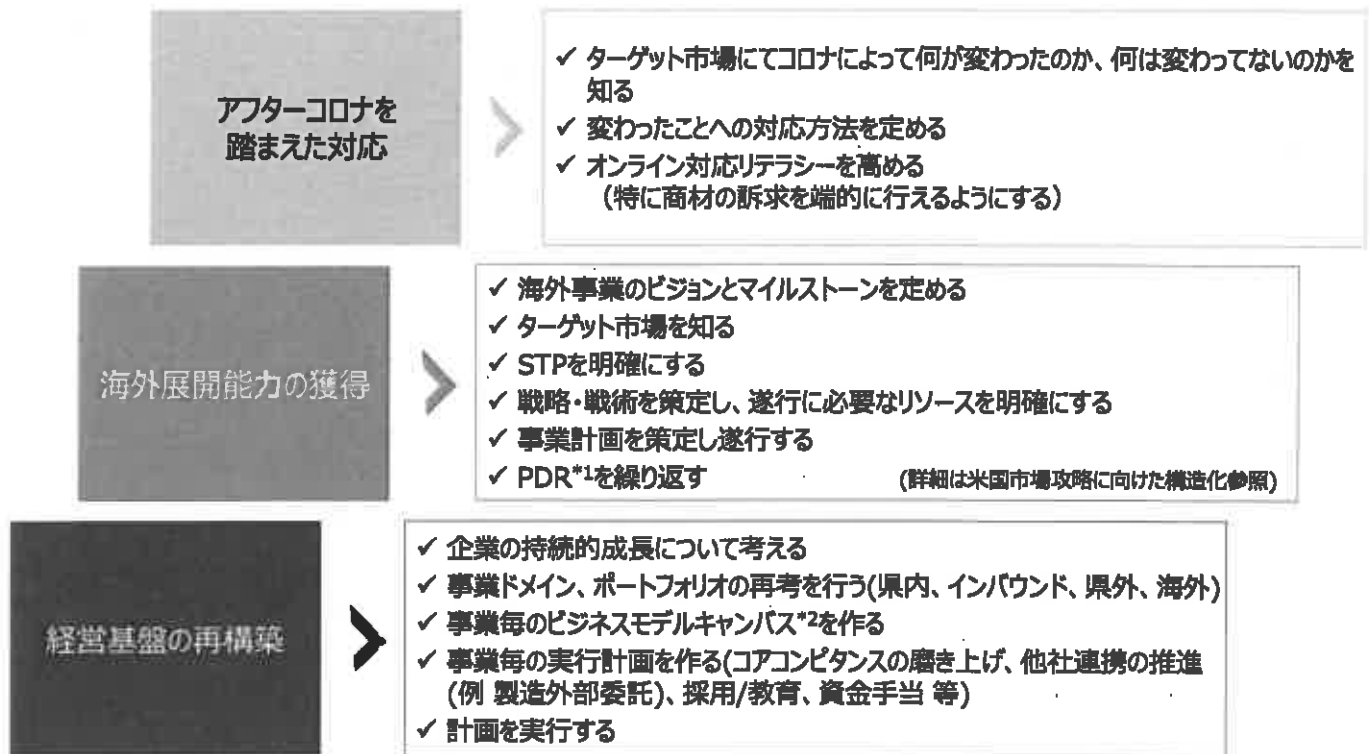
35

## 2.現状および課題

### (2)課題整理

企業が取り組むべき経営アジェンダ

✓ 今後企業が海外展開を図るために、経営として取り組まなければならない事項を経営アジェンダとして整理する。



\*1 PDR P=Preparation : 準備、D=Do : 行動、R=Review : 評価

\*2 ビジネスモデルキャンパス : 参考情報参照

## IV 今後の進め方

# 1. ウィズコロナ、アフターコロナにおける新たな取組

## (1) 欧米展開における新たな取組

- ✓ 新型コロナウイルス感染症による市場ニーズ変化をモニタリングするため、継続的にマーケティング調査を行う。
- ✓ 販路拡大方法としてのオンラインによる商談会やマーケティング等の実施検討及びオンライン・オフライン融合による効果的な販売方法の実施検討を行う。

分類	目的	方法	具体例
マーケティング調査	現地市場の動向を把握し、企業支援に活かす	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 一次情報入手                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 現地ディストリビューター</li> <li>・ 県海外事務所</li> <li>・ 現地調査(可能であれば)</li> </ul> </li> <li>● 二次情報整理                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 貿易統計</li> <li>・ Comtrade</li> <li>・ 規制情報</li> <li>・ 現地記事</li> <li>・ 現地論文</li> <li>・ 新型コロナ情報</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 輸出入動向</li> <li>・ 規制に関する情報/査察の状況</li> <li>・ 小売業の状況(BOPIS/カーブサイド/デリバリー、ミールソリューション等)</li> <li>・ オンライン事業者の動向</li> <li>・ 飲食業の状況(店内/テイクアウト/デリバリー/フードトラック)</li> <li>・ 個別テーマ(健康志向、ビーガン、ミールキット等)</li> <li>・ 調理器の動向(インスタントポット等)</li> <li>・ 機能性素材の研究活用状況</li> <li>・ 新型コロナ感染症の影響</li> </ul>
効果的な販売方法	リアルでの活動が制限される中、オンラインの活用機会を探る	<ul style="list-style-type: none"> <li>● オンライン商談</li> <li>● 現地展開における新たな取組</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● オンライン商談                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ JETRO等のオンライン商談会</li> <li>・ 現地ディストリビューター協力による商談会および企業トレーニング</li> </ul> </li> <li>● 現地展開における新たな取組                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ ソーシャルメディア</li> <li>・ インフルエンサー</li> <li>・ オンラインサロン</li> <li>・ EC/越境EC</li> </ul> </li> </ul>

令和2年度海外販路ニーズ調査事業委託業務報告書

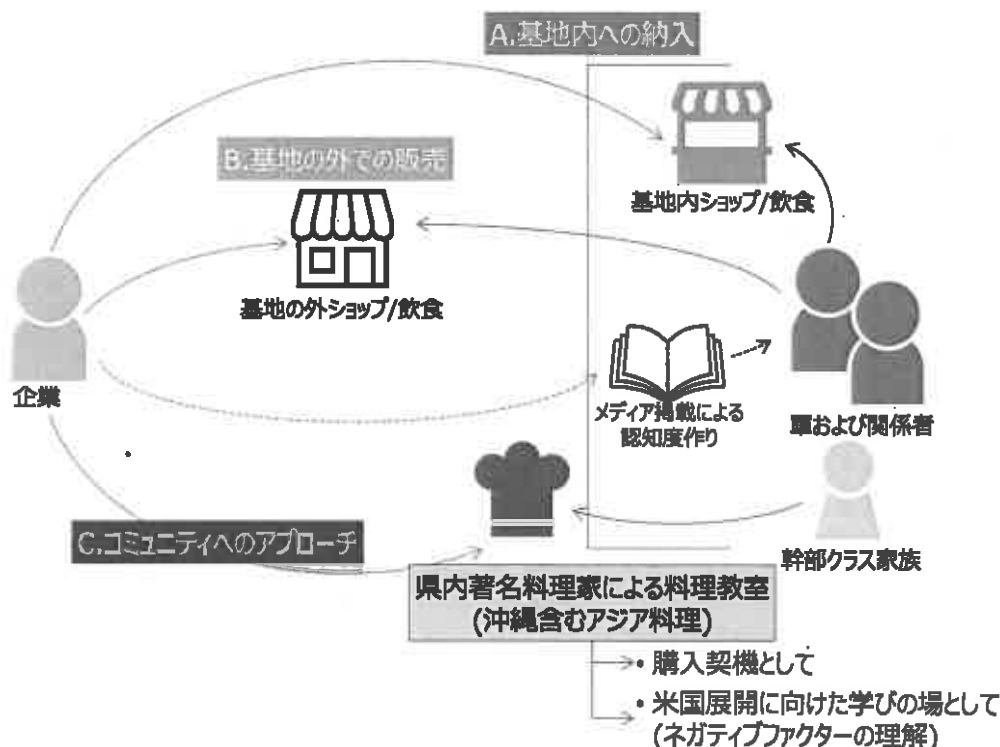
36

# 1. ウィズコロナ、アフターコロナにおける新たな取組

## (2) 米軍展開における新たな取組

- ✓ 米軍基地内への販売の他に、ハードルの低い基地の外での販売に向けた取組を行う。

米軍基地展開基本スキーム



令和2年度海外販路ニーズ調査事業委託業務報告書

39

# 1. ウイズコロナ、アフターコロナにおける新たな取組

## (2) 米軍展開における新たな取組

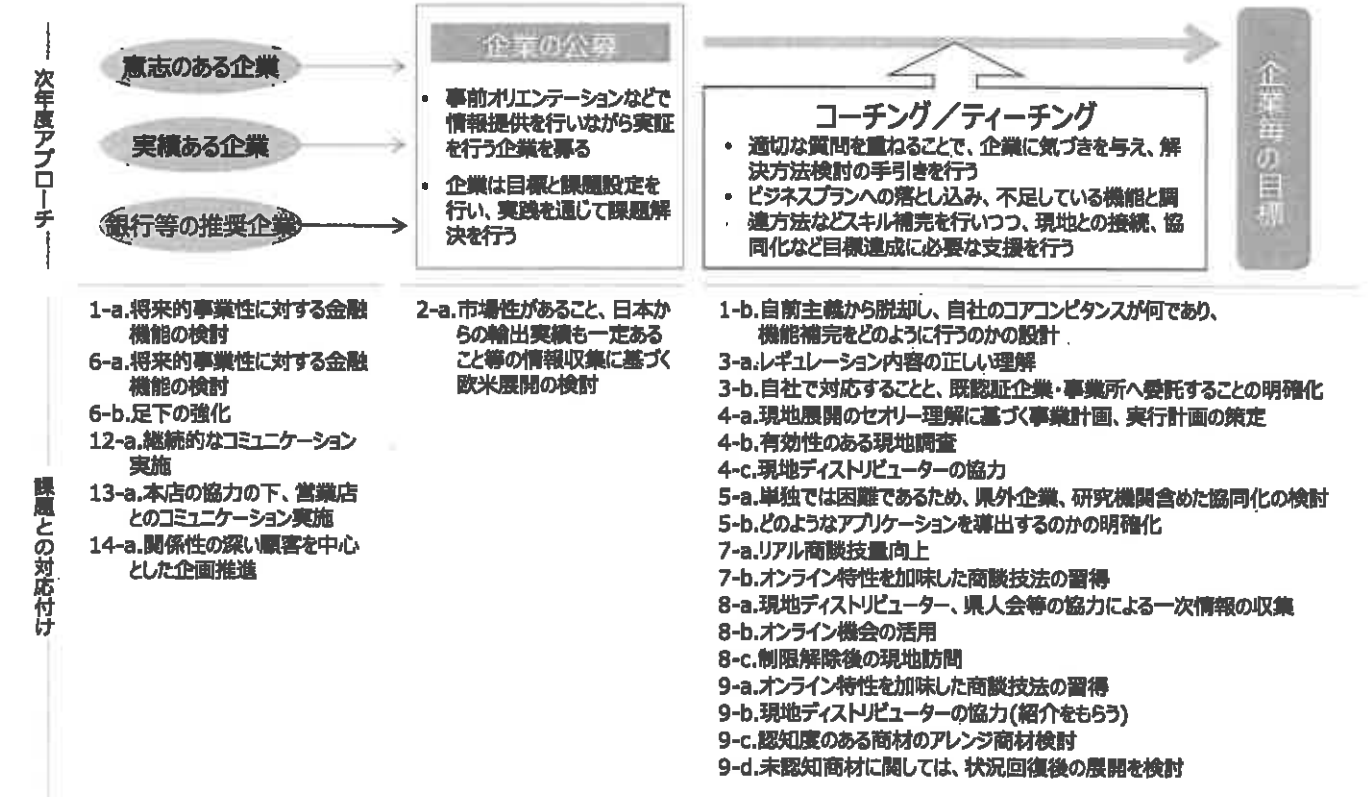
✓ リアルイベント開催可能時期を待つことなく、オンラインイベントを通じたコミュニティ作りを進める。



# 2. 企業支援の実施

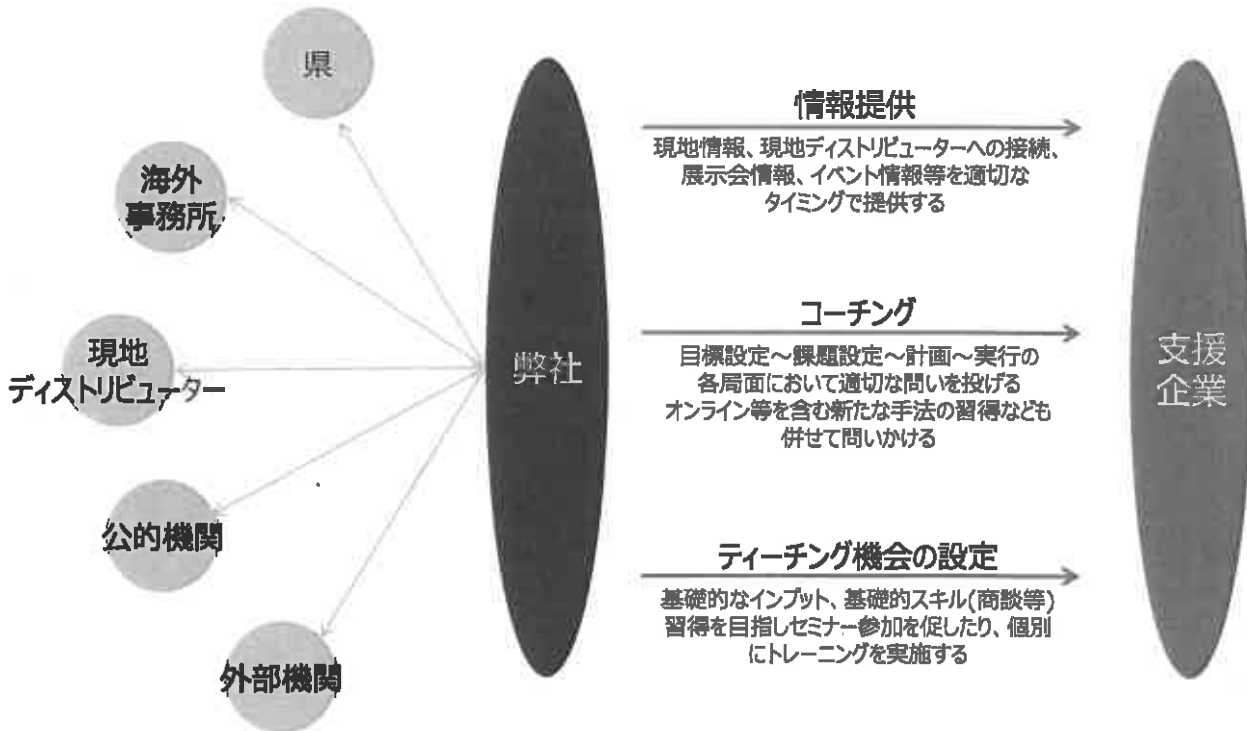
## (1) 企業支援の在り方

✓ 本年度の振り返りより、次年度の企業支援の在り方を定める。



## 2.企業支援の実施 (2)企業支援スキーム

- ✓ 企業毎に目指す目標を定め、そこへ到達するための課題設定、解決策策定、実行をコーチング。(局面によっては、ティーチング機会設定も実施)
- ✓ 県、県海外事務所、現地ディストリビューター、公的機関等と連携しながら企業支援を行う。
- ✓ 銀行/シンクタンク等とも連携して進める。



令和2年度海外販路ニーズ調査事業委託業務報告書

42

## 2.企業支援の実施 (3)コーチング・ティーチング

### コーチング・ティーチングのスタイル整理と具体的実施内容・実施方法

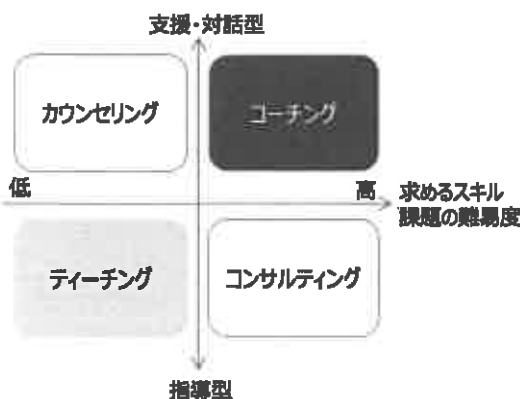
- ✓ 何が出来ていて、何が出来ていないか、そして何故出来ていないのか、どうしたら出来るようになるのかを対話を通じて、対象者に気づきの機会をもたらすコーチングを行う。
- ✓ 実際の支援範囲（アジェンダ）に関しては支援計画策定段階に、個社別に定める。

一般的な考え方

コーチング＝  
人の目標達成を支援すること

本件業務における考え方

企業の事業展開能力向上に関するコーチングを行う



### アジェンダ

- 事業構想/事業計画
- 組織設計/体制整備
- 商品企画/開発
- 現地化/アプリケーション開発(現地規制・慣行対応)
- 提携/JV/現地投資
- 輸出関連業務
- 現地進出計画
- 資金調達/決済
- 人材調達等

### 方法1：ティーチング

- 基礎的事項の学習の場を設置する
  - ・ マーケティング
  - ・ 生産/品質管理
  - ・ 規制(ISO,HACCP,FSMA等)
  - ・ プロジェクトマネジメント/事業計画
  - ・ IT/テラシー 等

### 方法2：コーチング

- 質の良い問いをし続ける
  - ・ 内省機会の設定
  - ・ 定期・マイルストーン時対話
  - ・ 知識習得機会・方法の提案
  - ・ 思考整理のためのツール提供
  - ・ 行動変革のためのツール提供

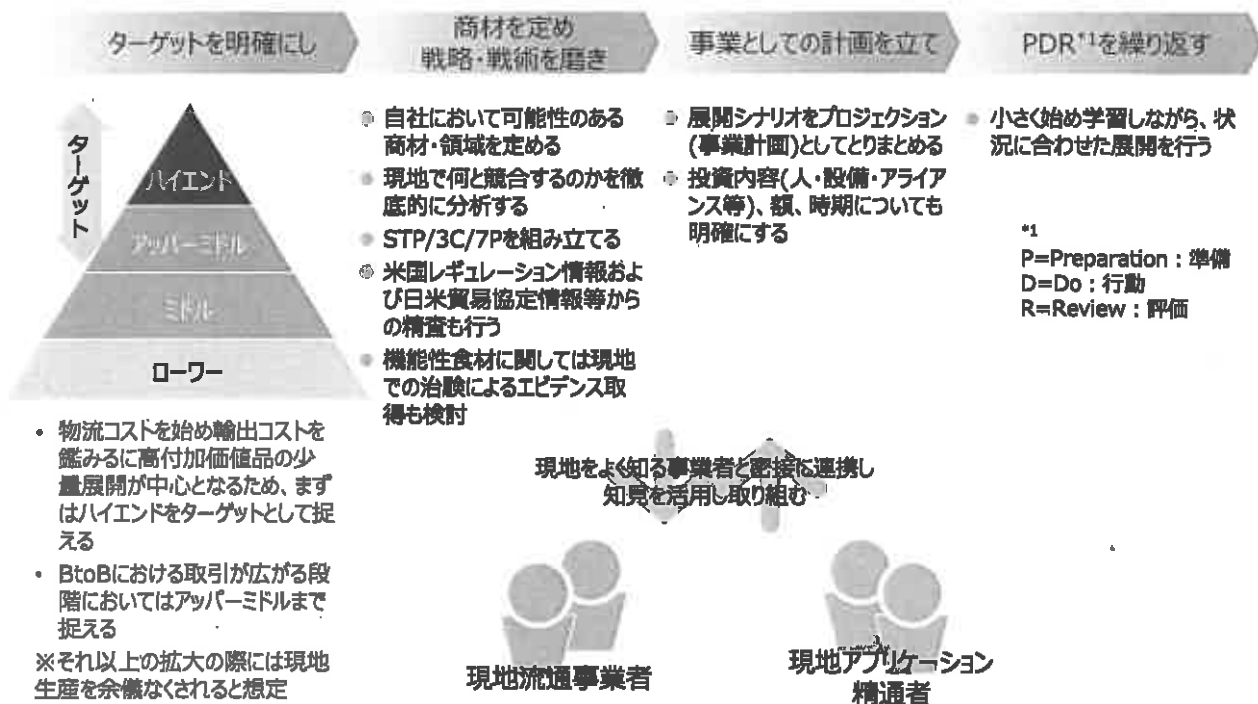
令和2年度海外販路ニーズ調査事業委託業務報告書

43

## 2.企業支援の実施

### (4)米国市場攻略に向けた構造化

- ✓ 米国市場攻略に向けた構造化を行いつつ、小さな成功を積み重ねることが重要である。
- ✓ そこで得られた気づき・学びを反映し、より強固な構造を創りあげることがさらなる成長の呼び水となる。



令和2年度海外販路二一調査事業委託業務報告書

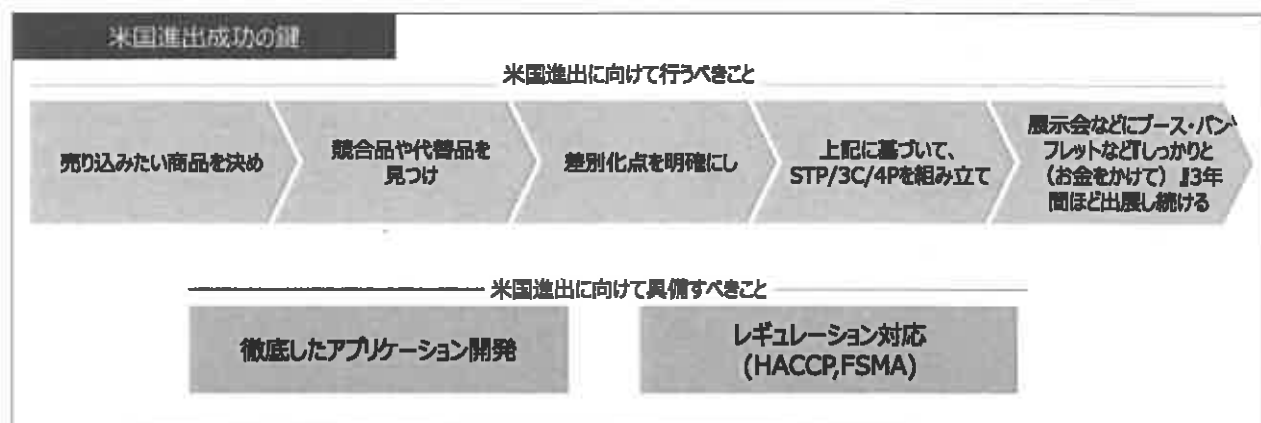
44

## 2.企業支援の実施

### (5)米国市場展開のセオリー

#### 米国市場をよく知る流通事業者からの示唆

- ✓ マーケットとそこへ進出してきた多くの企業をよく知る現地流通事業者から得られる示唆は、国内市場にて行うべきことと同じこともしくは(マーケットそのものをよく知らない)それ以上のことを覚悟を持ってしっかり行うべきということであった。
- ✓ さらに米国レギュレーション対応をとるとともに、商材特性を最大限引き出しうるアプリケーションの開発の重要性が求められた。



#### 米国進出にあたってやってはいけないこと

- 「物産展や展示会にとりあえず出店しマーケット調査をする」これで成功した例は無い
- ○○県産品であるアピールは意味がない

令和2年度海外販路二一調査事業委託業務報告書

45

## 2.企業支援の実施

### (6)支援企業に求められる能力・機能

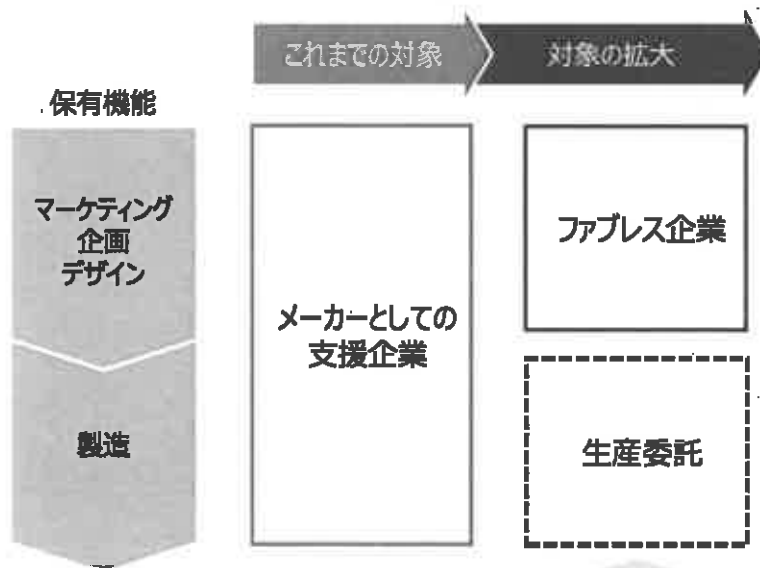
✓ 企業の課題設定を行う上で、必要となる能力・機能に関しても、以下のような枠組みで問いかけを行う。

海外展開意志	✓ 海外展開に対する強い意志 (海外展開の何が必要であるかの認識とそれを行う覚悟があるか?) (例)どこまで現地仕様に合わせる覚悟があるか	
ビジネスモデルと商材	✓ ビジネスモデルの洗練度合いおよびコアコンピタンスの存在 ✓ 強い商材の存在	
経営能力	✓ 経営全般に関する能力 ✓ 海外展開に関する能力 (法務・提携/アライアンス/委託・財務等)	
バリューチェーン遂行能力	マーケティング	✓ マーケティングに関する能力/体制・マーケティング思考の浸透度等
	研究・開発	✓ 研究開発に関する能力/体制/実績等
	営業	✓ 営業に関する能力/体制等
	調達・生産	✓ 原材料調達～生産に関する能力/体制等
	物流	✓ 物流に関する能力/体制等
	品質	✓ 品質管理・品質保証に関する能力/体制等
	アフターサービス	✓ アフターサービスに関する能力/体制等
ITリテラシー	✓ ITをビジネスに活用するためのリテラシー	
財務体質	✓ 財務数値から見た収益性・安全性・効率性・成長性	

## 2.企業支援の実施

### (7)支援企業選定の前提条件

✓ 支援企業選定においては、現在の県内企業の状況を鑑み、これまでの全機能を有する“メーカー”に限らず、外部に生産を委託するファブレス企業も視野に入れる。



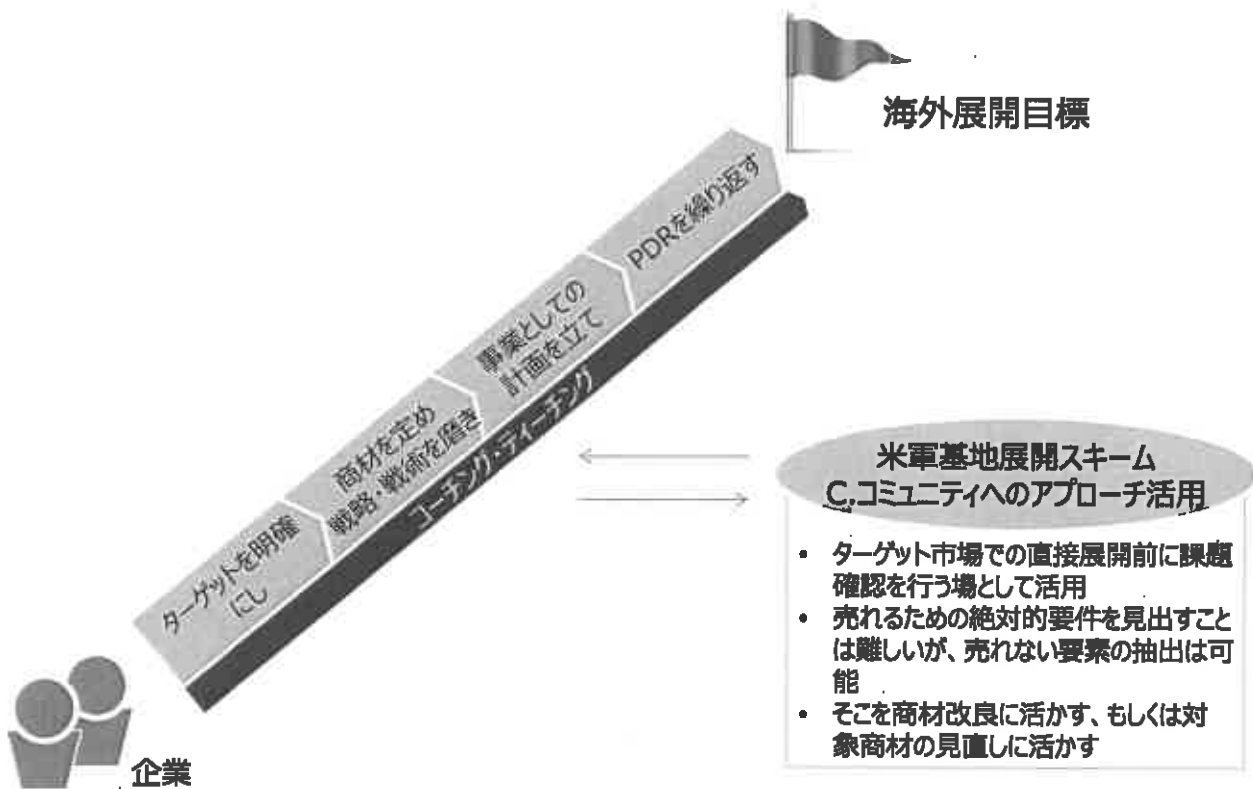
- ✓ 県内企業の規模、能力から考え一定量の生産を担える企業は限定的である
- ✓ FSMA、HACCPなどの対応を自前で行うためには人、資金といったリソース面で不安があるため、既に認証取得済み企業/事業所への委託が近道である
- ✓ 現地への輸送路として、県外空港・港の活用も考えられるため、積込地に近い企業へ委託することで、総コストを抑えられる可能性がある



## 2. 企業支援の実施

### (8) 海外展開に向けた複層的な取組

- ✓ セオリーに則って進める過程で、米軍基地展開アプローチ C. コミュニティへのアプローチを活用し学びの場として活かすことも企業に提案し、事業を推進する。



## 3. 展示会等への出展

- ✓ 県と協議の上、効果が高い展示会へ出展する。

### 米国展示会

- NATURALPRODUCTSEXPOWEST – ナチュラルプロダクトエキスポウェスト (アナハイム)
- International Restaurant & Foodservice Show of New York (ニューヨーク)
- SupplySideEast2020 – アメリカ健康食品素材展 (シコーカス)
- NRASHOW – レストラン・ホテル・モーテルショー (シカゴ)
- SWEETS & SNACK EXPO – 全米菓子専門見本市 (シカゴ)
- NASFT Summer – ファンシーフードショー (ニューヨーク)
- IFT – アメリカ食品素材見本市 (シカゴ)
- NATURALPRODUCTSEXPOEAST – ナチュラルプロダクトエキスポイースト (フィラデルフィア)
- SupplySideWest2020 – アメリカ健康食品素材展 (ラスベガス)
- PLMA – プライベートブランド製造業協会展 (シカゴ)

### 欧州展示会

- Sol & Agrifood 2021 (伊ペローナ)
- CosmofarmExhibition 2021 (伊ペローニア)
- Sana 2021 (伊ペローニア)
- SIGEP – 第42回イタリア国際菓子展 (伊リミニ)
- TUTTOFOOD – ミラノ国際食品展 (伊 ミラノ)
- PLMA – プライベートブランド製造業協会展 (蘭アムステルダム)
- SIRHA – シラ国際流通・フードサービス展 (仏リヨン)
- ANUGA (アヌーガ) – 世界食品メッセ (独ケルン)
- FIEurope – ヨーロッパ機能性素材見本市 (独フランクフルト)

### 現地ディストリビューター商談会

- Japanese Food and Restaurant Expo-共同貿易 (ニューヨーク)
- 他個別企業商談会

- ✓ 2021年の前半イベントは中止、もしくは日程変更を行っている
- ✓ 開催可否の判断は、開催地の州の判断によると思われる
- ✓ 展示会の性質上オンラインでは目的の達成が困難であり、リアルイベントを模索していると推定される

### 3.展示会等への出展

✓ 展示会出展にあたっては、事前の準備と事後のフォローをしっかりと行うことが前提となる。

#### 展示会出展のポイント

- ✓ しっかりとターゲットを定め、その後の商談に繋がる展示会の選定と十分な準備を行うことが重要
- ✓ 現状想定される商材は認知度の低い商材が多いため、アプリケーションとしての完成度と訴求点の明確化が必要(その他大勢にならないように)
- ✓ 手応えを図る上でリアルな人との出会いと言う点において展示会出展は有効であるが、その出会いを具体的に発展させるには、その後のフォローを綿密に行いながら信頼関係(人と人、対象製品、サービス等)を深めることをしっかりと行っていく必要がある
- ✓ その動向を見ながらしっかりとした計画を作って活動を行うことも重要である

#### 訴求ポイントを考える上でのヒント

- 「NATURAL PRODUCTS EXPOWEST」(オンライン開催)におけるオンラインセミナーアジェンダからの考察
  - ✓ 気候変動
  - ✓ オーガニック
  - ✓ 代替食品(代替肉、代用牛乳等)
- 米國小売トピックからの考察
  - ✓ ミールキット
  - ✓ 代替食品(代替肉、代用牛乳等)
  - ✓ 巣ごもり影響による健康志向
  - ✓ もともと死因一位の心疾患対策に関心が強い
    - ・ 2019年時点で35%の人がローミートダイエットを行っている
    - ・ 同じく6%の人がヴィーガンであり、10年間で6倍になっている
- 米軍精通者インタビューからの考察
  - ✓ 食べ方栄養素と何故そういうものが育つのかの背景の訴求が重要
  - ✓ 日本流の食べ方だけではなく、彼らの食スタイルに適合したものが必要
  - ✓ ミールソリューションに寄与するような調理器(例 インスタントポット)向けの調理方法などの訴求もよい

### 4.イベントの実施

#### 現地県海外事務所および県と連携したイベントの実施

- ✓ 県産品のニーズの確認及び県産品のPR等に繋がるイベントを初年度実施事項の結果を精査し、かつアフターコロナ対応を考えた上で、現地県海外事務所および県と連携しながら実施する。
- ✓ 在日欧米大使館や在欧米日本大使館などの国際関係機関において県産品ニーズ情報収集及び県産品PR等に繋がる効果的なイベントの実施検討を行う。

#### 前年度のイベント

##### NY/DCでのイベント



写真は2019年度実施NY/DC泡盛イベント

##### ハワイでのイベント

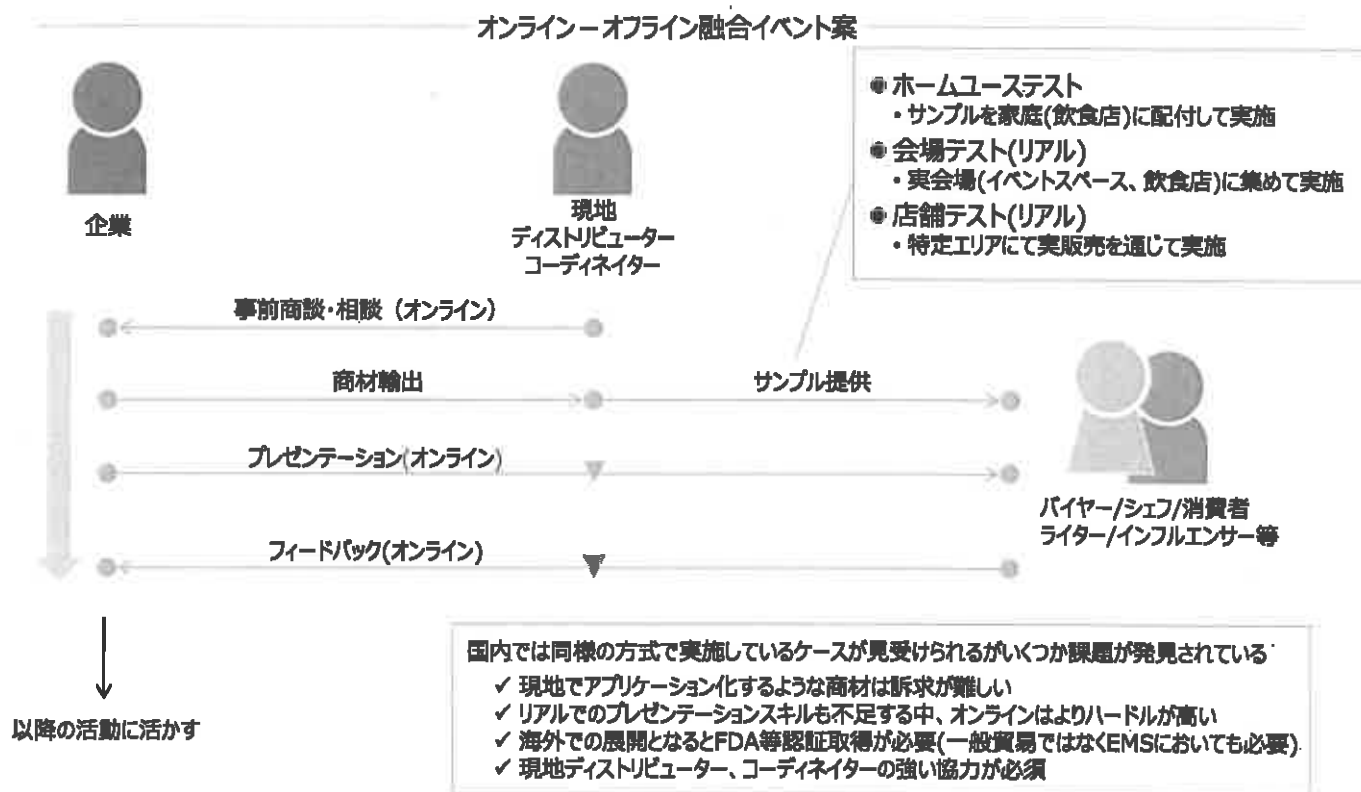


写真は2019年度沖縄フェスティバル

## 4. イベントの実施

### コロナ影響下での新たなスタイルでのイベントスキーム

✓ 商談会、テストマーケティングを行う上で、オンラインとオフラインを融合させたスキームも視野に入れて臨みます。



## 参考情報

# 世界各国の輸出入構造

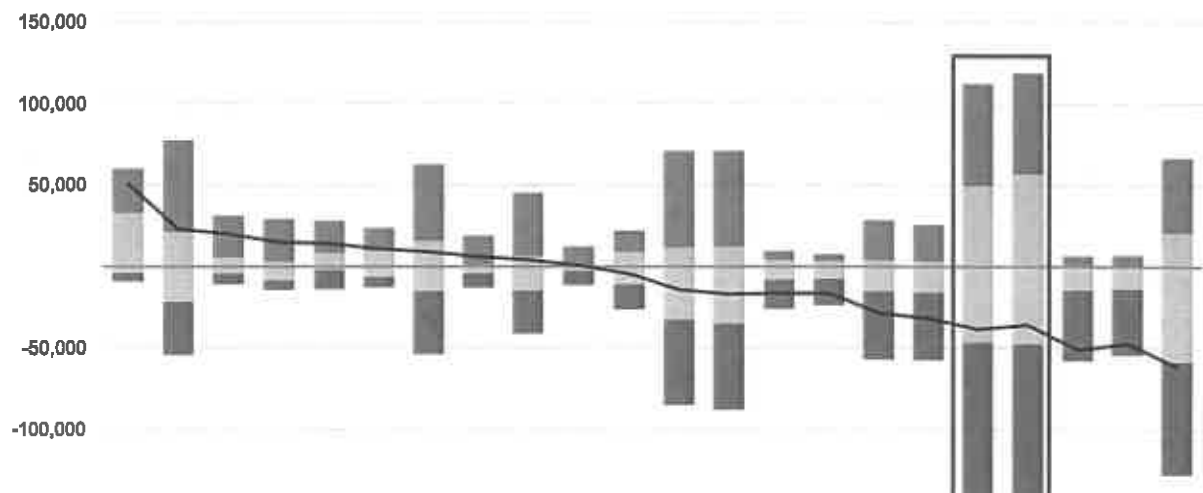
## 【国連 comtradeより算出】

### 主要ターゲットであるアメリカは輸入超過状態にある

#### 食料品関連輸出入額（2019年/2020年）

✓ 主要ターゲットであるアメリカは輸入超過状態にある。

(百万US\$)



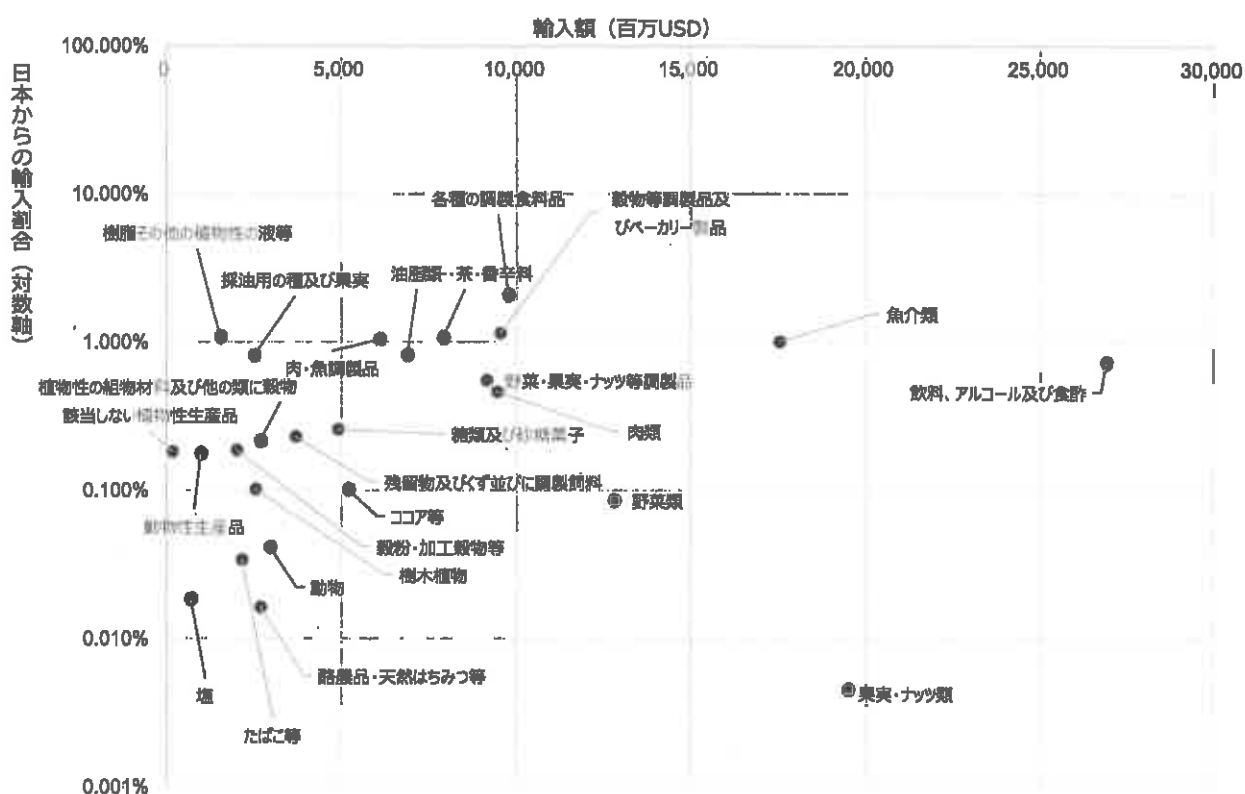
	ブラジル	オランダ	タイ	インドネシア	オーストラリア	ベトナム	フランス	マレーシア	イタリア	シンガポール	ロシア	ドイツ	ドイツ2020	香港	香港2020	イギリス	イギリス2020	アメリカ	アメリカ2020	日本	日本2020	中国
輸入_加工品	5,308	32,80	6,879	6,348	11,99	6,842	38,87	8,859	26,54	8,944	15,95	52,57	53,06	18,46	18,52	42,17	41,79	104,3	107,	43,88	40,84	89,77
輸入_食料品	3,869	21,52	4,289	8,060	1,999	6,099	15,05	4,206	14,68	2,483	10,59	32,61	34,94	7,664	7,321	15,08	15,57	48,42	47,1	13,98	13,29	58,11
輸出_加工品	27,22	56,34	25,85	28,41	19,80	14,03	47,28	18,01	39,04	12,00	13,03	59,48	58,85	5,863	3,998	24,66	22,31	82,91	82,0	5,969	6,450	45,70
輸出_食料品	33,10	21,15	5,476	2,936	8,382	9,782	15,64	1,179	6,370	282	8,928	11,43	12,17	3,887	3,486	3,980	3,430	49,45	56,8	769	776	21,05
純輸出額	51,15	23,06	20,16	14,94	14,17	10,87	8,979	6,132	4,179	854	-4,58	-14,2	-16,9	-16,3	-16,3	-28,6	-31,6	-38,4	-35,	-50,9	-46,9	-61,1

輸出\_食料品 輸出\_加工品 輸入\_食料品 輸入\_加工品 純輸出額

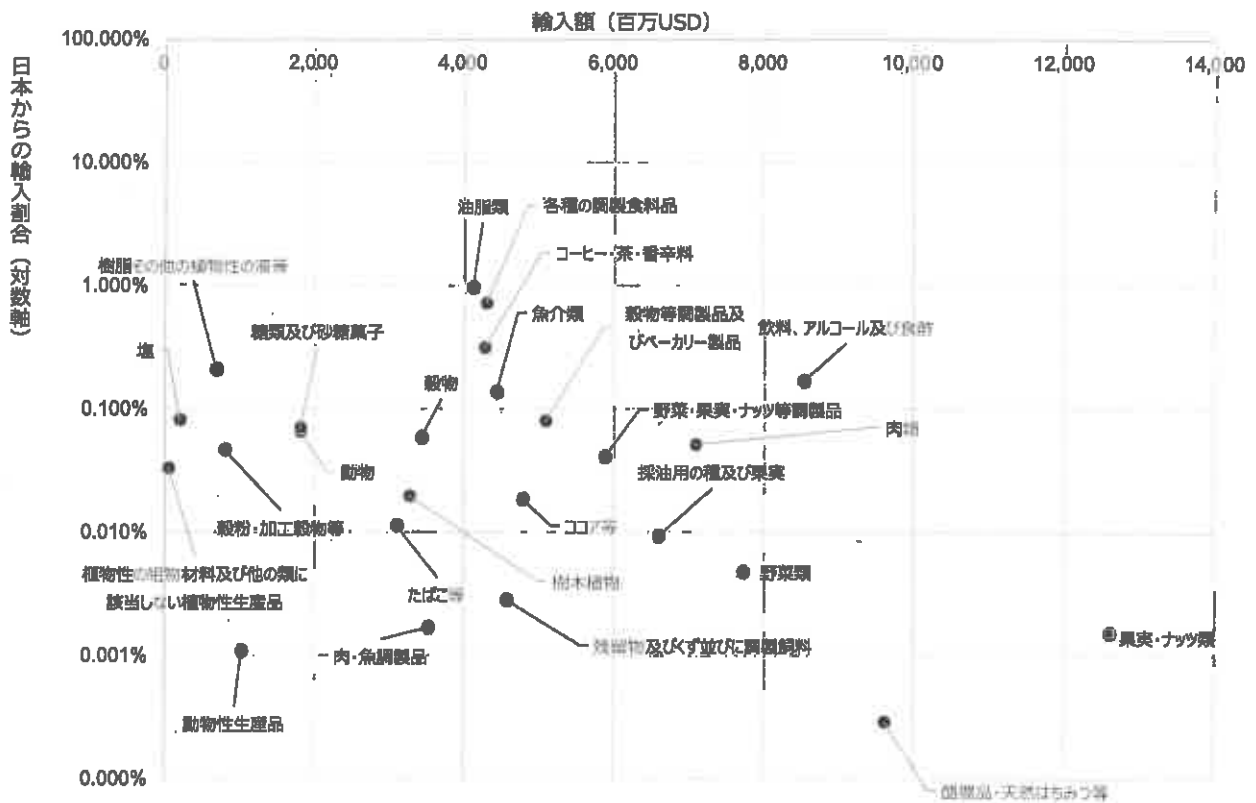
(出所：UNcomtrade2019,2020より弊社にて作成)

## 主要国カテゴリー別総輸入金額と日本からの輸入割合

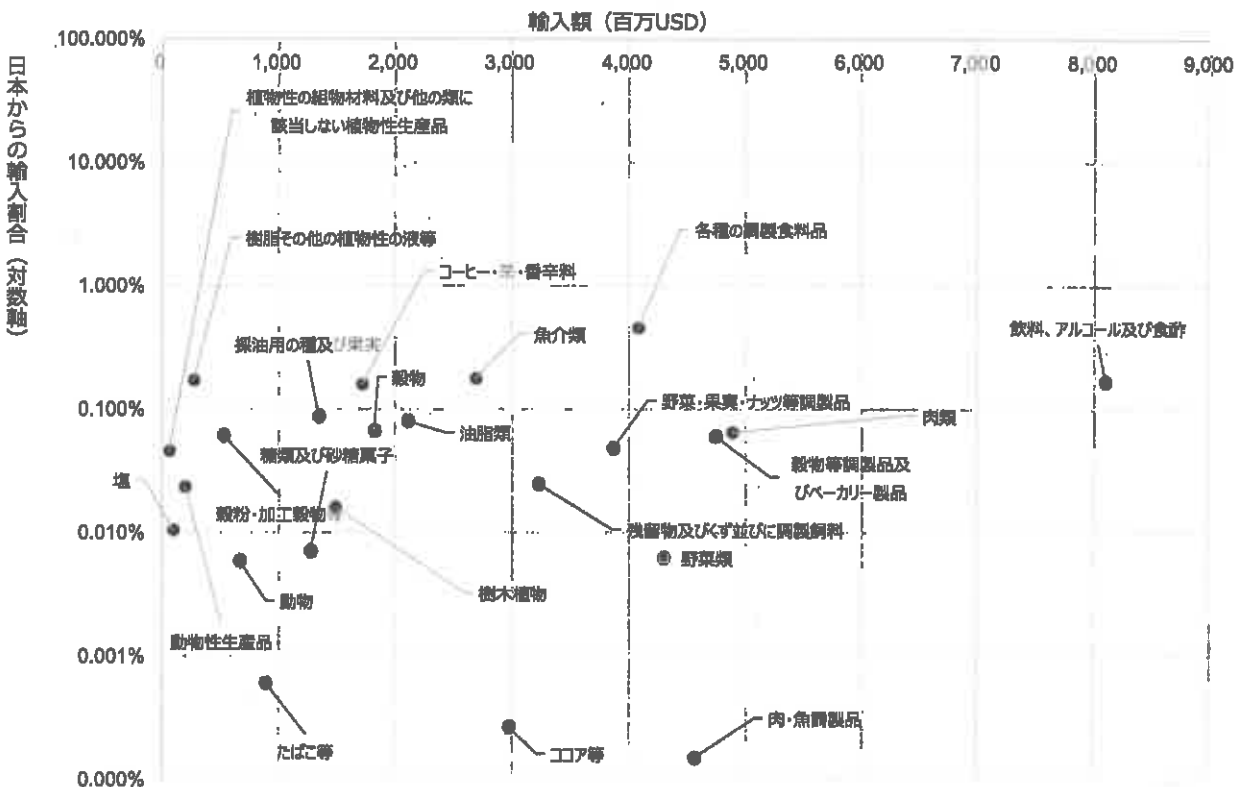
### 主要国カテゴリー別総輸入金額と日本からの輸入割合 米国 (2020)



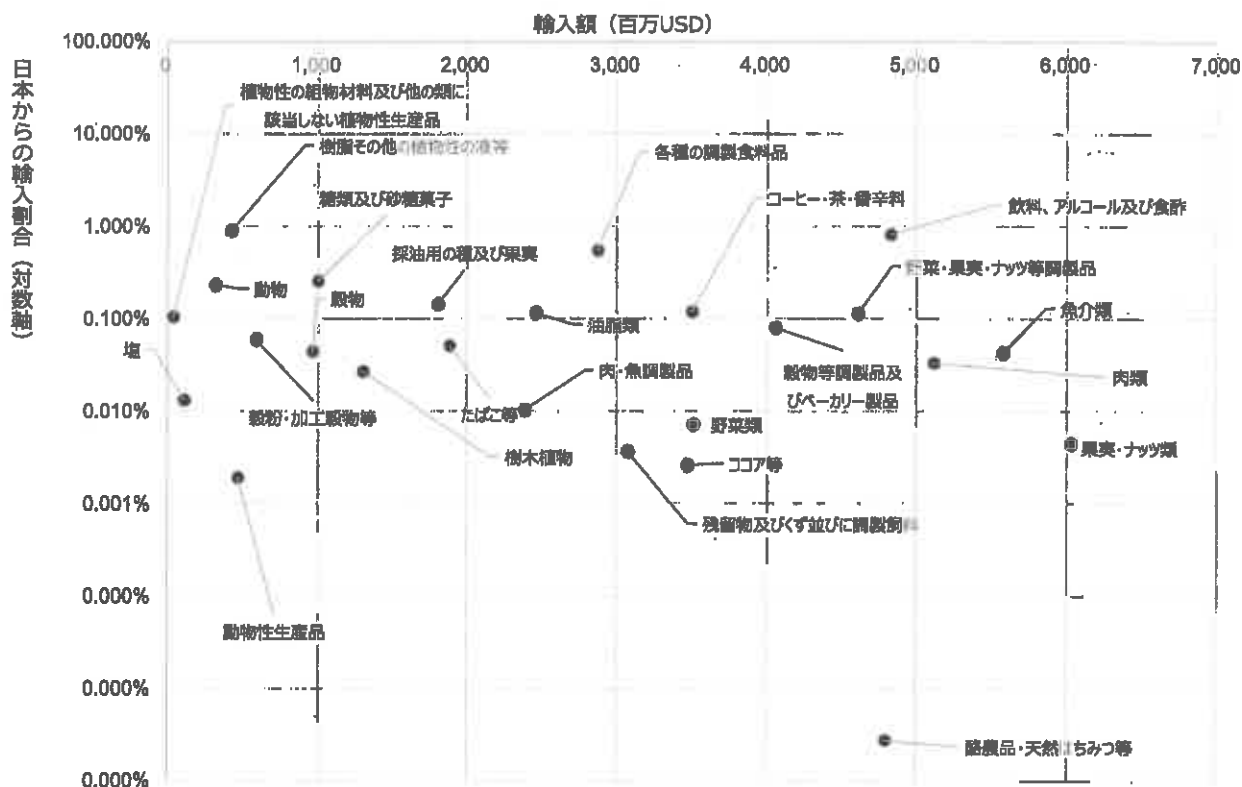
## 主要国カテゴリー別総輸入金額と日本からの輸入割合 ドイツ (2020)



## 主要国カテゴリー別総輸入金額と日本からの輸入割合 英国 (2020)

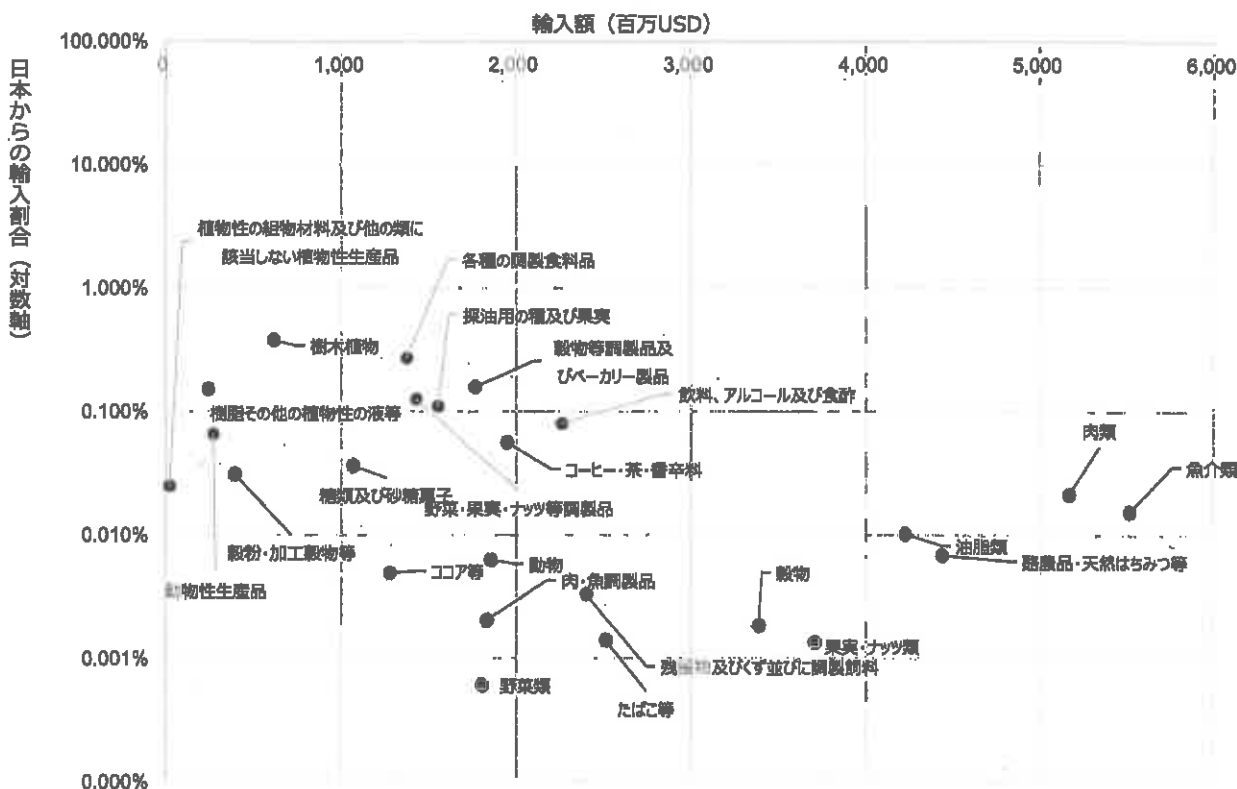


## 主要国カテゴリー別総輸入金額と日本からの輸入割合 フランス (2018)



【出所】comtradeより弊社加工

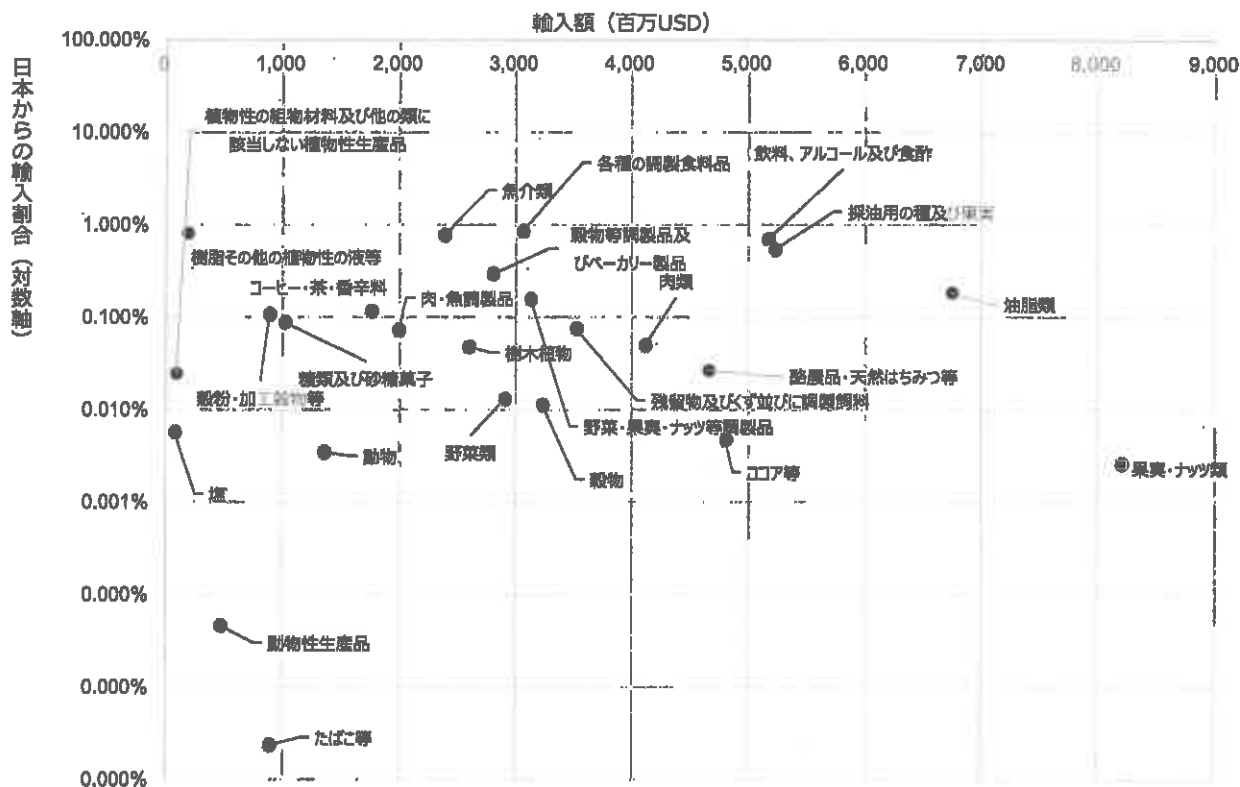
## 主要国カテゴリー別総輸入金額と日本からの輸入割合 イタリア (2018)



【出所】comtradeより弊社加工

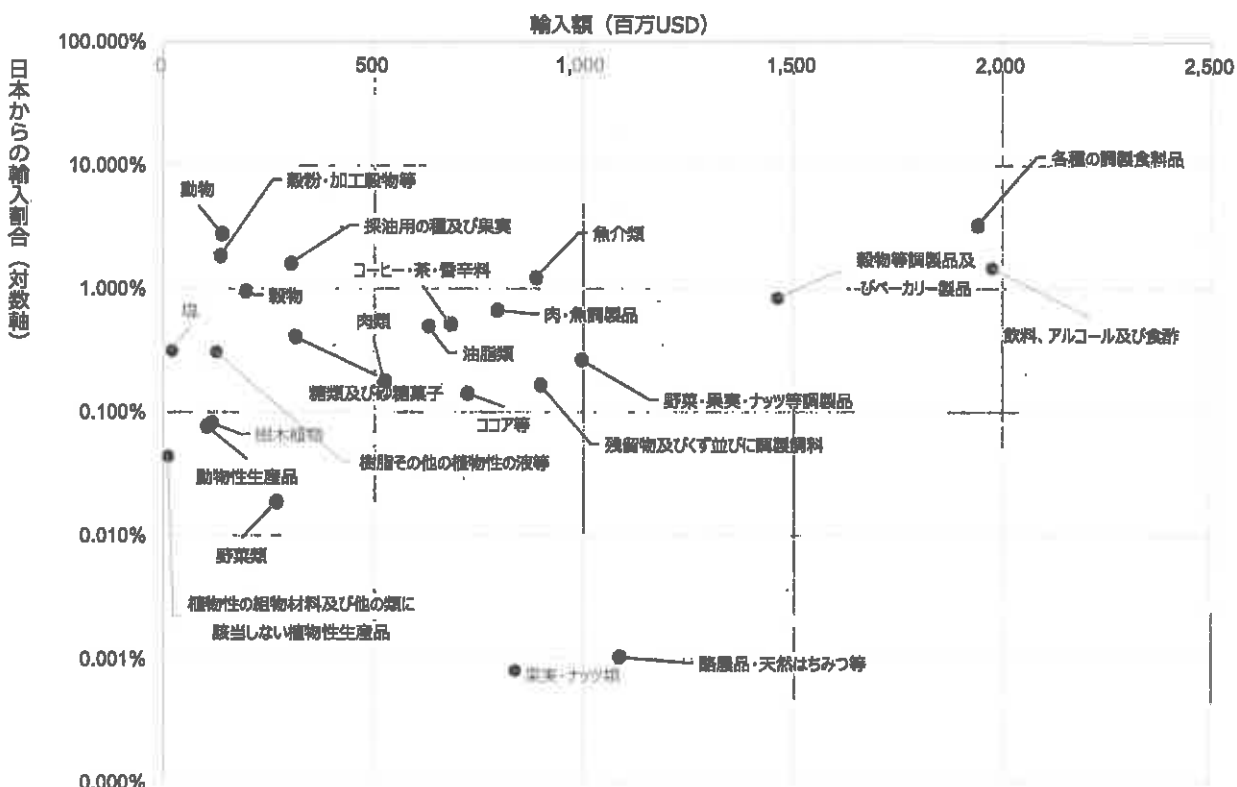
# 主要国カテゴリー別総輸入金額と日本からの輸入割合

## オランダ (2020)



# 主要国カテゴリー別総輸入金額と日本からの輸入割合

## オーストラリア (2018)





## 米国向け主要品目輸出動向 (日本からの輸出額 分類計 3億円以上)

### 米国向け主要品目輸出動向(1/18)

分類	HS	輸出金額 (千円)	HS名称	当該品米国 沖縄輸出総 額(千円)	当該品沖縄 輸出総額 (千円)
ソース、ソース用の調製 品、混合調味料、マス タードの粉及びミール並 びに調製したマスタード	2103.90-900	4,450,931	その他のもの		11,994
	2103.90-200	2,018,687	インスタントカレーその他のカレー調製品		1,469
	2103.10-000	1,638,187	醤油・エキス、エッセンス又は濃縮物をもととした調製品及びコーヒーをもととした調製品-		
	2103.90-400	1,065,678	マヨネーズ		
	2103.90-100	949,461	味噌		261
	2103.90-300	257,522	ウスターソースその他これに類する物品		1,311
	2103.90-500	66,936	ドレッシングその他これに類する物品（マヨネーズを除く）		262
	2103.30-000	30,432	エキス、エッセンス又は濃縮物をもととした調製品及びコーヒーをもととした調製品		
	2103.20-000	908	トマトケチャップその他のトマトソース		
分類計		10,478,742			15,297
魚のフィレその他の魚 肉（生鮮のもの及び 冷蔵し又は冷凍したも のに限るものとし、細か く切り刻んであるか ないかを問わない。）	0304.89-200	8,356,890	ぶり（冷凍）		
	0304.49-200	944,608	ぶり（冷蔵）		
	0304.99-000	345,738	その他のもの（冷凍）		165,244
	0304.87-100	195,089	まぐろ（冷凍）		14,042
	0304.87-200	114,140	かつお（冷凍）		
	0304.49-100	109,087	まぐろ（冷蔵）		
	0304.89-900	34,650	その他のもの（冷蔵）		
	0304.81-000	13,903	さけ（冷凍）		
	0304.83-000	7,384	ひらめ・かれい（冷凍）		
	0304.59-100	4,471	まぐろ（冷蔵）		
	0304.82-000	1,814	ます（冷凍）		
	0304.49-900	1,123	その他のもの（冷蔵）		
	0304.94-100	209	すけそうだら-すり身		
	0304.59-200	202	ぶり（冷蔵）		
分類計		10,129,308			185,093

## 米国向け主要品目輸出動向(2/18)

分類	HS	輸出金額 (千円)	HS名称	当該品米国 沖縄輸出総 額(千円)	当該品沖縄 輸出総額 (千円)
調製食料品（他の項 に該当するものを除 く）	2106.90-900	9,467,988	その他のもの	15,981	275,070
	2106.90-200	53,007	豆腐-その他のもの		479
	2106.10-000	23,505	たんぱく質濃縮物及び繊維状にしたたんぱく質系物質		
分類計		9,544,500		15,981	275,549
茶（香味を付けてある かないかを問わない）	0902.20-100	3,676,134	その他の緑茶（発酵していないものに限る。）-粉末状のもの-その他のもの		
	0902.10-100	2,422,363	緑茶（発酵していないもので、正味重量が3キログラム以下の直接包装にしたものに限る。）-粉末状のもの		
	0902.10-900	2,120,557	緑茶（発酵していないもので、正味重量が3キログラム以下の直接包装にしたものに限る。）-その他のもの		
	0902.20-900	217,009	その他の緑茶（発酵していないものに限る。）-その他のもの		
	0902.30-000	19,656	紅茶及び部分的に発酵した茶（正味重量が3キログラム以下の直接包装にしたものに限る。）-その他のもの-その他のもの		
	0902.40-000	5,166	その他の紅茶及び部分的に発酵した茶-その他のもの-その他のもの		
分類計		8,460,885			
エチルアルコール（変 性させていないものでアル コール分が80%未満 のものに限る。）及び 蒸留酒、リキュールその 他のアルコール飲料	2208.30-000	6,354,278	ウイスキー		137,977
	2208.70-000	1,024,332	リキュール及びコーディアル	147,150	275,786
	2208.50-000	292,100	シン及びジュネヴァ	6,930	29,886
	2208.90-100	285,513	しょうちゆう	1,618	7,131
	2208.60-000	118,356	ウォッカ		
	2208.90-900	93,528	その他のもの		21,677
分類計		8,168,107		155,698	473,856
その他の発酵酒（例え ば、りんご酒、梨酒、 ミード及び清酒）アル コールを含有しない飲 料との混合物	2206.00-200	5,069,817	清酒		2,941
	2206.00-900	142,290	その他のもの	11,733	22,331
分類計		5,212,107		11,733	25,272

令和2年度海外販路ニーズ調査事業委託業務報告書

66

## 米国向け主要品目輸出動向(3/18)

分類	HS	輸出金額 (千円)	HS名称	当該品米国 沖縄輸出総 額(千円)	当該品沖縄 輸出総額 (千円)
パン、パーストリー、 ケーキ、ビスケットその 他のベーカリー製品	1905.90-900	3,919,192	-その他のもの-その他のもの		28,695
	1905.90-100	1,144,566	あられ、せんべいその他これらに類する米菓		6,351
	1905.32-000	51,368	スイートビスケット、ワッフル及びウエハー-ワッフル及びウエハー		
	1905.31-000	23,595	スイートビスケット、ワッフル及びウエハー-スイートビスケット-その他のもの		3,389
	1905.40-000	16,760	ラスク、トーストパンその他これらに類する焼いた物品-ワッフル及びウエハー		
分類計		5,155,481			38,435
その他の植物油脂 及びその分別物	1515.50-000	4,754,848	ごま油及びその分別物		211
	1515.90-900	26,076	その他のもの		
	1515.30-000	4,873	ひまし油及びその分別物		
分類計		4,785,797			211
水、その他のアルコー ルを含有しない飲料	2202.10-000	2,085,843	水（鉱水及び炭酸水を含むものとし、砂糖その他の甘味料又は香味料を加えたものに限る。）		662
	2202.99-090	1,585,228	その他のもの	4,708	54,319
	2202.99-020	860,050	茶の成分を含有する飲料		14,512
	2202.91-000	45,365	ノンアルコールビー		8,416
	2202.99-010	17,055	豆乳		
分類計		4,593,541		4,708	77,909

令和2年度海外販路ニーズ調査事業委託業務報告書

67

## 米国向け主要品目輸出動向(4/18)

分類	HS	輸出金額 (千円)	HS名称	当該品米国 沖縄輸出総 額(千円)	当該品沖縄 輸出総額 (千円)
スパゲッティ、マカロニ、 ヌードル、ラザーニヤ、 ニョッキ、ラビオリ、カネ ローニその他のパスタ及 びクースクス	1902.30-100	1,946,846	インスタントラーメンその他の即席めん類		6,404
	1902.30-900	1,045,368	その他のパスタ		
	1902.19-420	882,447	うどん、そうめん及びそば		9,628
	1902.19-490	344,489	パスタ-その他のもの		
	1902.20-000	283,864	パスタ-その他のもの-その他のもの		22,080
	1902.11-000	43,660	パスタ-卵を含有するもの		
	1902.19-410	12,741	スパゲティ及びマカロニ		
	1902.19-300	11,794	各成分のうち米粉の重量が最大のもの		
分類計		4,571,209			38,112

## 米国向け主要品目輸出動向(5/18)

分類	HS	輸出金額 (千円)	HS名称	当該品米 国沖縄輸 出総額(千 円)	当該品沖 縄輸出総 額(千円)
魚、キャビア及び魚卵 から調製したキャビア 代用物	1604.20-190	3,037,463	魚肉ソーセージ、かまぼこその他のねり製品		23,240
	1604.20-900	459,055	その他の調製をし又は保存に適する処理をした魚		
	1604.32-000	152,944	キャビア及びその代用物		
	1604.15-120	133,880	さば-気密容器入りのもの		
	1604.15-900	116,665	さば-その他のもの		
	1604.19-900	101,590	その他のもの-その他のもの		336
	1604.17-000	78,882	うなぎ-その他のもの		780
	1604.20-110	71,035	魚肉ソーセージ、かまぼこその他のねり製品-魚肉ソーセージ		
	1604.16-000	70,536	かたくちいわし-その他のもの		241
	1604.14-900	64,387	まぐろ、はがつお（サルダ属のもの）及びかつお-気密容器入りのもの		
	1604.11-000	57,669	さけ-その他のもの		
	1604.15-190	33,536	さば-気密容器入りのもの		
	1604.19-100	17,000	その他のもの-さんま		
	1604.13-900	12,938	いわし-その他のもの		
	1604.14-120	10,548	まぐろ、はがつお（サルダ属のもの）及びかつお-気密容器入りのもの		201
	1604.12-000	5,467	にしん-その他のもの		
	1604.14-110	3,716	まぐろ、はがつお（サルダ属のもの）及びかつお-気密容器入りのもの-まぐろ		909
	1604.13-100	3,624	いわし-気密容器入りのもの		
1604.31-000	396	-キャビア及びその代用物-キャビア-その他のもの			
分類計		4,431,331			25,707

## 米国向け主要品目輸出動向(6/18)

分類	HS	輸出金額 (千円)	HS名称	当該品米 国沖縄輸 出総額(千 円)	当該品沖 縄輸出総 額(千円)
牛の肉（生鮮のもの 及び冷蔵したものに限 る。）	0201.30-100	3,594,160	牛の肉-骨付きでない肉-ロインのもの		69,044
	0201.30-200	156,477	牛の肉-骨付きでない肉-かた、うで及びもものもの		180,913
	0201.30-300	69,859	牛の肉-骨付きでない肉-ばらのもの		34,247
	0201.30-900	29,784	牛の肉-骨付きでない肉-その他のもの		2,073
	0201.20-000	17,851	牛の肉-その他の骨付き肉		
分類計		3,868,131			286,277

## 米国向け主要品目輸出動向(7/18)

分類	HS	輸出金額 (千円)	HS名称	当該品米 国沖縄輸 出総額(千 円)	当該品沖 縄輸出総 額(千円)
甲殻類、軟体動物及 びその他の水産無脊 椎動物	1605.52-000	676,051	スキャロップ（いたや貝を含む）		675
	1605.55-000	523,336	たこ		3,748
	1605.54-000	491,738	いか		
	1605.40-000	375,742	その他の甲殻類		
	1605.59-900	124,430	軟体動物-その他のもの		
	1605.59-100	122,327	貝柱		
	1605.51-900	110,157	かき		2,568
	1605.30-000	61,403	ロブスター		
	1605.10-000	56,590	かに		792
	1605.21-000	23,568	シュリンプ及びプローン-気密容器入りでないもの		582
	1605.56-000	19,421	クラム、コックル及びアークシェル		
	1605.61-100	8,755	なまこ		2,455
	1605.57-000	5,426	あわび		
	1605.63-000	3,750	くらげ		
	1605.62-000	1,968	うに		
1605.29-000	201	シュリンプ及びプローン-その他のもの		312	
分類計		2,604,863			11,132

## 米国向け主要品目輸出動向(8/18)

分類	HS	輸出金額 (千円)	HS名称	当該品米 国沖縄輸 出総額(千 円)	当該品沖 縄輸出総 額(千円)
コーヒー、茶又はマテ のエキス、エッセンス及 び濃縮物並びにこれら をもととした調製品、そ のエキス、エッセンス及 び濃縮物	2101.11-100	1,939,731	インスタントコーヒー		4,925
	2101.20-000	317,410	エキス、エッセンス又は濃縮物をもととした調製品及びコーヒーをもととした調製品- その他のもの		
	2101.12-000	80,869	エキス、エッセンス又は濃縮物をもととした調製品及びコーヒーをもととした調製品- その他のもの		
	2101.30-000	15,241	チコリーその他のコーヒー代用物(いつたものに限る)		
分類計		2,353,251			4,925
果実、ナットその他植 物の食用の部分	2008.19-090	710,017	ナット、落花生その他の種-その他のもの		
	2008.99-090	602,834	その他のもの		20,839
	2008.19-010	434,289	納豆		302
	2008.99-020	185,372	焼きのり及び味付けのり		666
	2008.99-010	150,433	梅		21,687
	2008.97-000	125,490	混合したもの		
	2008.11-000	32,442	落花生		
	2008.70-000	2,603	桃(ネクタリンを含む)		
	2008.30-000	804	かんきつ類の果実		627
	2008.80-000	246	ストロベリー		
2008.20-000	205	パイナップル			
分類計		2,244,735			44,121
スープ、フロス	2104.10-000	2,206,851	スープ、フロス及びスープ用又はフロス用の調製品		16,472
分類計		2,206,851			16,472

令和2年度海外販路二重調査事業委託業務報告書

72

## 米国向け主要品目輸出動向(9/18)

分類	HS	輸出金額 (千円)	HS名称	当該品米 国沖縄輸 出総額(千 円)	当該品沖 縄輸出総 額(千円)
軟体動物、くん製した 軟体動物並びに軟体 動物の粉、ミール及び ペレット	0307.92-010	1,442,592	冷凍したもの-スキャロップ		
	0307.43-000	202,863	いか-冷凍したもの		36,225
	0307.22-000	88,546	スキャロップ-冷凍したもの		
	0307.52-000	71,843	たこ-冷凍したもの		
	0307.29-900	55,639	スキャロップ-その他のもの		
	0307.99-900	18,269	その他のもの		
	0307.49-200	5,295	いか-くん製したもの		
	0307.59-900	3,441	たこ-その他のもの		
	0307.92-090	2,335	その他のもの-冷凍したもの		991
	0307.12-000	2,605	かき-冷凍したもの		
	0307.87-090	950	あわび		
	0307.91-300	832	生きているもの、生鮮のもの及び冷蔵したもの-スキャロップ		
	0307.49-900	602	いか-その他のもの		
	0307.42-000	358	いか-生きているもの、生鮮のもの及び冷蔵したもの		
	0307.21-000	294	スキャロップ-生きているもの、生鮮のもの及び冷蔵したもの		
	0307.51-000	201	たこ-生きているもの、生鮮のもの及び冷蔵したもの		
分類計		1,896,665			39,505

令和2年度海外販路二重調査事業委託業務報告書

73

## 米国向け主要品目輸出動向(10/18)

分類	HS	輸出金額 (千円)	HS名称	当該品米 国沖純輸 出総額(千 円)	当該品沖 純輸出総 額(千円)
播種用の種、果実及 び孢子	1209.30-000	723,546	園芸用草花の種		
	1209.91-000	513,520	野菜の種	602	1,224
	1209.99-000	1,577	その他のもの		8,196
	1209.25-000	5,152	飼料用植物の種-ライグラス		
	1209.29-000	1,467	飼料用植物の種-その他のもの		
	1209.10-000	384	てん菜の種		
分類計		1,245,646		602	9,420
砂糖菓子	1704.90-100	807,760	キャンデー類		3,306
	1704.90-900	286,287	その他のもの		459
	1704.90-200	81,684	ホワイトチョコレート		656
	1704.10-000	40,220	チューインガム		
分類計		1,215,951			4,421
麦芽エキス並びに穀 粉、ひき割り穀物、 ミール、でん粉又は麥 芽エキスの調製食料 品、物品の調製食料 品	1901.90-000	1,166,176	その他のもの		1,301
	1901.20-000	35,186	ベーカリー製品製造用の混合物及び練り生地		3,686
分類計		1,201,362			4,987

令和2年度海外販路ニーズ調査事業委託業務報告書

74

## 米国向け主要品目輸出動向(11/18)

分類	HS	輸出金額 (千円)	HS名称	当該品米 国沖純輸 出総額(千 円)	当該品沖 純輸出総 額(千円)
チョコレートその他のコ コアを含有する調製 食料品	1806.32-000	618,969	その他のもの-詰物をしていないもの		
	1806.90-000	297,678	その他のもの		
	1806.31-000	164,184	その他のもの-詰物をしたもの		4,151
	1806.20-000	2,488	その他の調製品		
分類計		1,083,319			4,151
調製し又は保存に適 する処理をしたその 他の野菜	2005.99-000	714,660	その他の野菜及び野菜を混合したもの		678
	2005.91-000	120,840	たけのこ		
	2005.20-000	78,686	ばれいしょ		5,789
	2005.40-000	64,771	えんどう		
	2005.51-000	61,073	ささげ属又はいんげんまめ属の豆-さやを除いた豆		
	2005.80-000	471	スイートコーン		
分類計		1,040,501			6,467

令和2年度海外販路ニーズ調査事業委託業務報告書

75

## 米国向け主要品目輸出動向(12/18)

分類	HS	輸出金額 (千円)	HS名称	当該品米国 向け輸出総 額(千円)	当該品中国 向け輸出総 額(千円)
魚	0302.89-900	405,846	魚の肝臓、卵及びしらこ並びにひれ、頭、尾、浮袋その他の食用の魚のくず肉		757
	0302.89-100	244,348	にしん、ぶり、さば及びうるめいわし		
	0302.34-000	835	めばちまぐろ		233,380
	0302.85-000	218,647	たい		
	0302.35-200	54,098	くろまぐろ(トウナス・オリエンタリス)		760
	0302.35-100	9,109	くろまぐろ(トウナス・ティヌス)		
	0302.45-000	7,813	まあじ		
	0302.39-000	304	その他のもの		1,130
	0302.84-000	928	シーバス		
	0302.99-000	586	その他のもの		238
	0302.29-000	738	その他のもの		
	0302.43-000	542	いわし		
	0302.49-000	387	その他のもの		
	0302.44-000	339	さば		
	0302.74-000	296	うなぎ		
	0302.91-000	205	肝臓、卵及びしらこ		
		945,021			236,265

## 米国向け主要品目輸出動向(13/18)

分類	HS	輸出金額 (千円)	HS名称	当該品米 国向け輸 出総額(千 円)	当該品中 国向け輸 出総額(千 円)
カッサバ芋、アロールート、サレップ、菊芋、かんしょその他これらに類するでん粉又はイヌリンを多量に含有する根及び塊茎並びにサゴヤシの髄	0714.30-000	814,422	ヤム芋		
	0714.20-000	541	かんしょ		13,397
	0714.90-000	2,214	その他のもの		
分類計		817,177			13,397
飼料用に供する種類の飼製品	2309.90-000	718,060	その他のもの		
	2309.10-000	2,338	犬用又は猫用の飼料(小売用にしたものに限る)		2,133
分類計		720,398			2,133
植物性の液汁及びエキス、ペクチン質、ペクチン酸塩、ペクチン酸塩並びに寒天その他植物性原料から得た粘質物及びシックナー	1302.19-000	518,599	その他のもの	10,435	29,083
	1302.12-000	107,396	甘草のもの		
	1302.31-000	38,706	寒天		
	1302.39-000	19,118	植物性原料から得た粘質物及びシックナー		
分類計		683,819		10,435	29,083
ウールグリース及びこれらから得た脂肪性物質	1505.00-100	666,818	ラリン		
	1505.00-900	14,617	その他のもの		
分類計		681,435			

## 米国向け主要品目輸出動向(14/18)

分類	HS	輸出金額 (千円)	HS名称	当該品米 国沖純輸 出総額(千 円)	当該品沖 縄輸出総 額(千円)
酵母並びに調製した ベーキングパウダー	2102.20-000	408,428	酵母（不活性のものに限る）		
	2102.10-000	245,410	酵母（活性のものに限る）		
分類計		653,838			
海藻その他の藻類、 ローカストビーン、てん 菜及びさとうきび	1212.21-100	267,818	干しのみ（長方形（正方形を含む。）のもの）		
	1212.21-900	221,883	その他のもの		11,625
	1212.21-200	100,205	干しごんぶ		
	1212.99-000	35,386	その他のもの		1,659
	1212.21-300	6,731	ひじき		
	1212.29-000	2,323	その他のもの		
分類計		634,346			13,284
米	1006.30-000	474,677	糯米		215,238
	1006.20-000	90,144	玄米		
分類計		564,821			215,238
魚（生きているものに 限る）	0301.11-200	545,878	觀賞用の魚-淡水魚		
	0301.19-000	3,082	淡水魚-その他のもの		
	0301.11-100	237	こい及び金魚		
分類計		549,197			

## 米国向け主要品目輸出動向(15/18)

分類	HS	輸出金額 (千円)	HS名称	当該品米 国沖純輸 出総額(千 円)	当該品沖 縄輸出総 額(千円)
穀物又は穀物産品を 膨脹させて又はいつて 得た調製食品並び に粒状又はフレーク状 の穀物及びその他の 加工穀物であらかじめ 加熱による調理その 他の調製をしたもの	1904.10-000	324,701	穀物又は穀物産品を膨脹させて又はいつて得た調製食品		565
	1904.90-010	169,265	その他のもの-米のもの		1,066
	1904.20-000	13,243	いつてない穀物のフレークから得た調製食品及びいつてない穀物のフレークとい つた穀物のフレーク又は膨脹させた穀物との混合物から得た調製食品-その他 のもの		
	1904.90-090	3,478	その他のもの		
分類計		510,687			1,631
食酢及び酢酸から得 た食酢代用物	2209.00-000	453,232	食酢及び酢酸から得た食酢代用物		5,509
分類計		453,232			5,509
ビール	2203.00-000	440,038	ビール	121,902	451,041
分類計		440,038		121,902	451,041



## 米国向け主要品目輸出動向(16/18)

分類	HS	輸出金額 (千円)	HS名称	当該品米 国沖純輸 出総額(千 円)	当該品沖 純輸出総 額(千円)
魚(冷凍したものに 限るものとし、第 03.04項の魚のフィレ その他の魚肉を除く)	0303.99-000	190,883	魚の肝臓、卵及びしらこ並びにひれ、頭、尾、浮袋その他の食用の魚のくす肉-そ の他のもの		
	0303.53-000	138,715	いわし		
	0303.89-600	40,535	ぶり		
	0303.89-900	22,704	その他のもの		1,758
	0303.59-010	11,623	さんま		
	0303.55-000	6,880	まあじ		
	0303.67-000	5,058	すけそうだら		
	0303.54-000	4,331	さば		
	0303.42-000	3,566	きはだまぐろ		
	0303.59-090	3,055	その他のもの		
	0303.11-000	1,021	べにざけ		
	0303.91-000	259	肝臓、卵及びしらこ		730
	0303.92-000	513	ふかひれ		
	0303.89-300	398	たい		
	0303.26-000	288	うなぎ		
0303.44-000	201	めばちまぐろ			
分類計		430,030			2,488

令和2年度海外販路二ス調査事業委託業務報告書

80

## 米国向け主要品目輸出動向(17/18)

分類	HS	輸出金額 (千円)	HS名称	当該品米 国沖純輸 出総額(千 円)	当該品沖 純輸出総 額(千円)
動物性又は植物性の 油脂及びその分別物	1516.10-000	288,370	動物性油脂及びその分別物		
	1516.20-000	114,875	植物性油脂及びその分別物		
分類計		403,245			
果実又は野菜の ジュース	2009.31-000	236,483	その他のかんきつ類の果実のジュース(二以上の果実から得たものを除く。)-ブ リックス値が20以下のもの		13,707
	2009.39-000	68,189	その他のかんきつ類の果実のジュース(二以上の果実から得たものを除く。)-そ の他のもの	354	3,146
	2009.89-000	41,114	その他の果実又は野菜のジュース(二以上の果実又は野菜から得たものを除く)		1,880
	2009.90-000	15,919	混合ジュース		
	2009.71-000	12,906	りんごジュース-ブリックス値が20以下のもの		
	2009.79-000	4,858	りんごジュース		
	2009.50-000	937	トマトジュース		
	2009.12-000	656	オレンジジュース-冷凍していないもの		
	2009.19-000	266	オレンジジュース-その他のもの		
分類計		381,328		354	18,733

令和2年度海外販路二ス調査事業委託業務報告書

81

## 米国向け主要品目輸出動向(18/18)

分類	HS	輸出金額 (千円)	HS名称	当該品米 国沖縄輸 出総額(千 円)	当該品沖 縄輸出総 額(千円)
アイスクリームその他の 氷菓	2105.00-000	366,599	アイスクリームその他の氷菓		21,947
分類計		366,599			21,947
牛の肉(冷凍したも のに限る)	0202.30-100	299,321	骨付きでない肉-ロインのもの		59,725
	0202.30-200	18,342	骨付きでない肉-かた、うて及びもものもの		49,553
	0202.30-900	8,524	骨付きでない肉-その他のもの		522
	0202.30-300	1,787	骨付きでない肉-ばらもの		6,953
分類計		327,974			116,753

## 米国食料品・加工品輸入国ランキング(構成比80%までを抽出)

✓ 米国は多岐にわたる国から食品を輸入している。

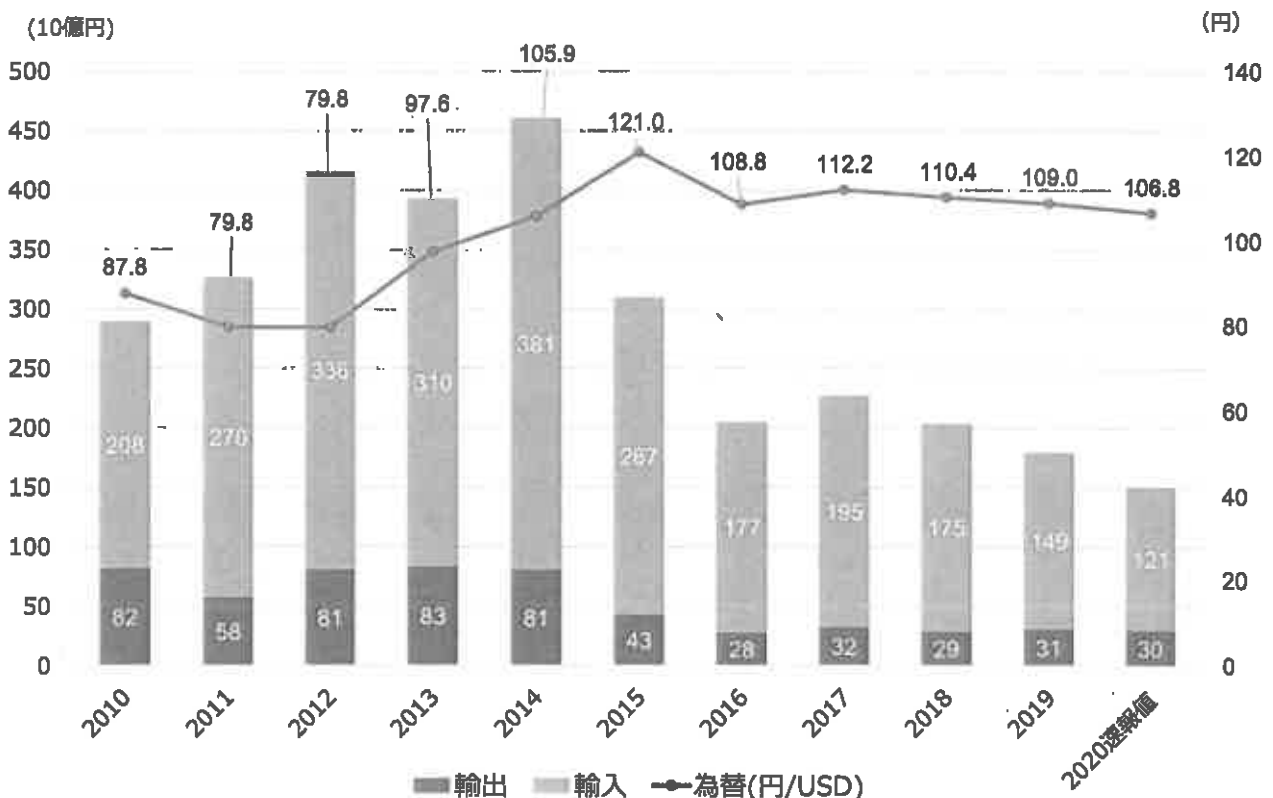
食料品					
国名	2019		2020		
	輸入額 (百万ドル)	構成比	国名	輸入額 (百万ドル)	構成比
輸入総額	46,427	100.0%	輸入総額	47,181	100.0%
メキシコ	16,910	36.4%	メキシコ	17,668	37.4%
カナダ	5,704	12.3%	カナダ	5,798	12.3%
ペルー	2,338	5.0%	ペルー	2,639	5.6%
チリ	2,331	5.0%	チリ	2,266	4.8%
グアテマラ	2,011	4.3%	グアテマラ	2,020	4.3%
ベトナム	1,651	3.6%	ベトナム	1,642	3.5%
コスタリカ	1,444	3.1%	コスタリカ	1,482	3.1%
コロンビア	1,433	3.1%	ブラジル	1,429	3.0%
ブラジル	1,376	3.0%	コロンビア	1,408	3.0%
エクアドル	821	1.8%	エクアドル	940	2.0%
中国	810	1.7%	ホンジュラス	752	1.6%
ホンジュラス	797	1.7%			80.6%
		81.0%			

加工品					
国名	2019		2020		
	輸入額 (百万ドル)	構成比	国名	輸入額 (百万ドル)	構成比
輸入総額	104,348	100.0%	World	107,376	100.0%
カナダ	18,881	18.1%	カナダ	19,069	17.8%
メキシコ	14,327	13.7%	メキシコ	16,158	15.0%
フランス	6,213	6.0%	イタリア	5,628	5.2%
イタリア	5,456	5.2%	フランス	5,485	5.1%
中国	3,866	3.7%	中国	3,867	3.6%
インド	3,493	3.3%	インドネシア	3,706	3.5%
インドネシア	3,439	3.3%	インド	3,589	3.3%
オーストラリア	3,301	3.2%	タイ	3,578	3.3%
タイ	3,290	3.2%	シンガポール	3,265	3.0%
シンガポール	3,061	2.9%	オーストラリア	3,189	3.0%
チリ	2,940	2.8%	チリ	2,989	2.8%
英国	2,741	2.6%	ニュージーランド	2,231	2.1%
オランダ	2,048	2.0%	オランダ	2,230	2.1%
ニュージーランド	2,044	2.0%	英国	2,050	1.9%
スペイン	1,933	1.9%	ベトナム	1,847	1.7%
ベトナム	1,877	1.8%	ブラジル	1,682	1.6%
ドイツ	1,550	1.5%	スペイン	1,588	1.5%
ブラジル	1,504	1.4%	ドイツ	1,475	1.4%
アイルランド	1,450	1.4%	スイス	1,463	1.4%
スイス	1,428	1.4%	エクアドル	1,240	1.2%
		81.3%			80.4%

# 沖縄地区税関管内貿易統計 ／ 沖縄からの米国向け輸出

## 沖縄地区税関管内貿易統計

✓ 輸出額は横ばい状態にある。



(出所：沖縄地区税関貿易概況より弊社にて作成)

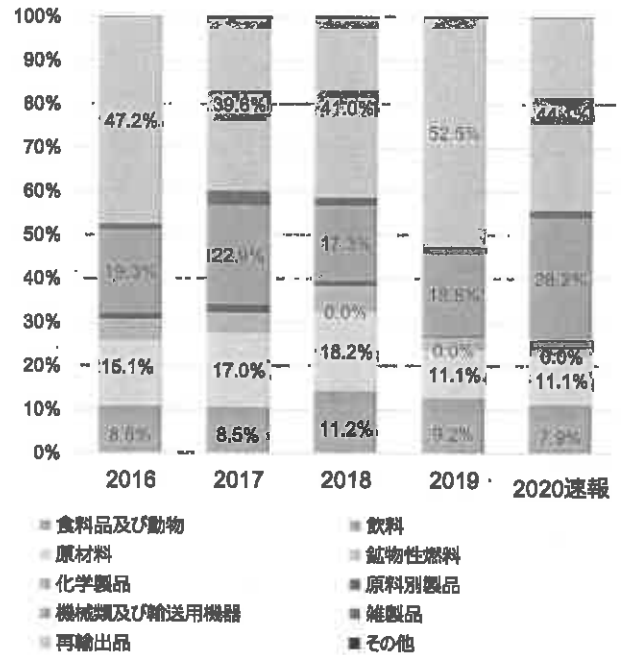
# 沖縄地区税関管内主要品目別推移

✓ 食料品及び動物、飲料とも直近5年で一番低い結果となった。

主要品目別輸出額推移



主要品目別輸出額構成比推移

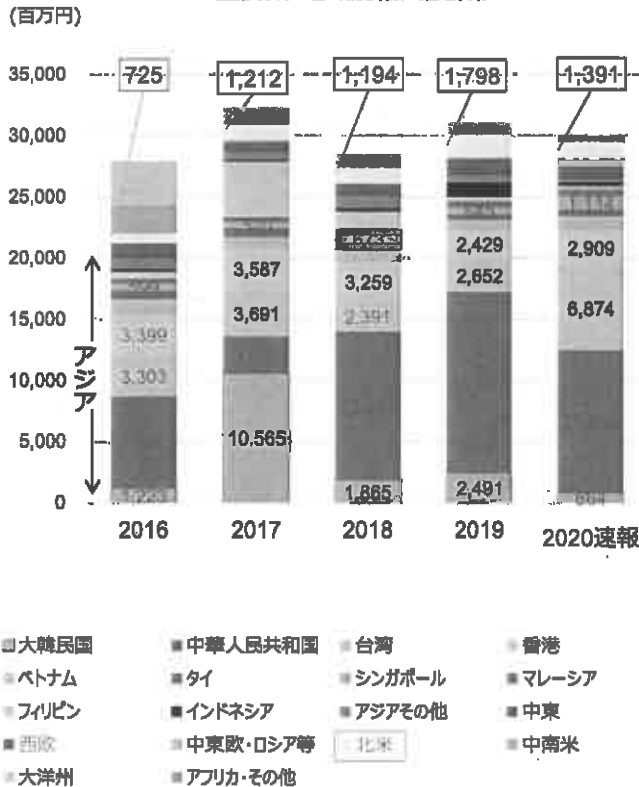


(出所：沖縄地区税関外国貿易年表より弊社にて作成)

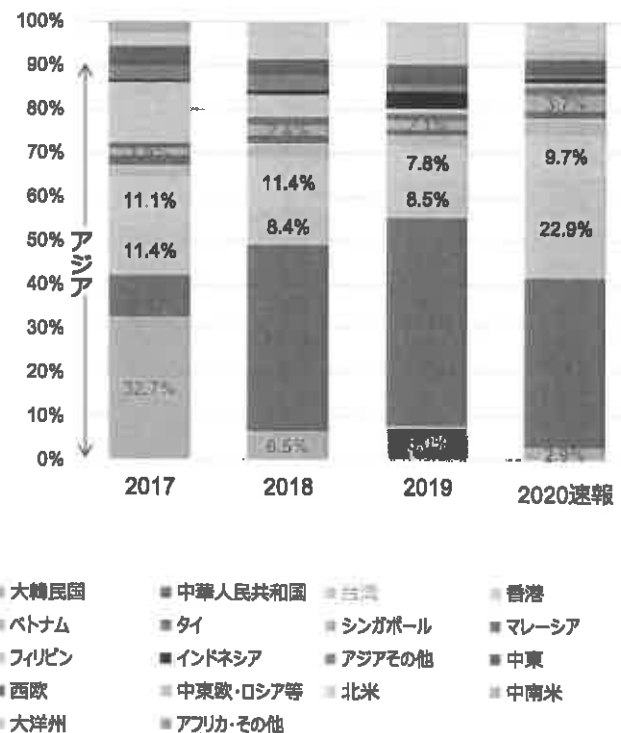
# 沖縄地区税関管内主要輸出国・地域別推移

✓ 中国・台湾・香港の構成比が大きく高まっている

主要国・地域別輸出額推移



主要国・地域別輸出額構成比推移



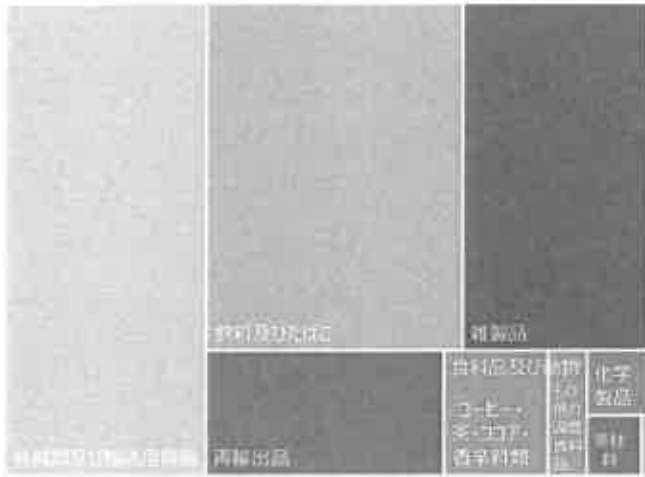
(出所：沖縄地区税関外国貿易年表より弊社にて作成)

# 沖縄からの米国向け輸出品別構成

✓ 沖縄からの米国向け食品輸出は限定的である。

2020年

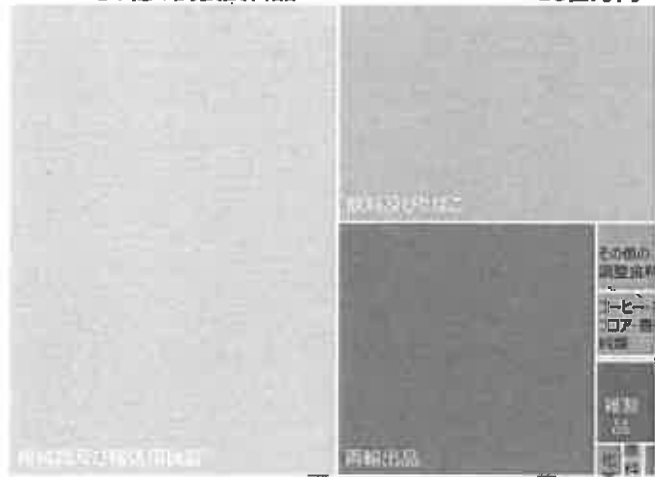
総額	1,014百万円
食料品および動物	60百万円
コーヒー・茶・ココア・香辛料類	43百万円
その他の調製食料品	16百万円



- 食料品及び動物
- 飲料及びたばこ
- 化学製品
- 原料別製品
- 再輸出品
- 機械類及び輸送用機器
- 雑製品

2019年

総額	1,394百万円
食料品および動物	39百万円
魚介類及び同調製品	1百万円
コーヒー・茶・ココア・香辛料類	19百万円
その他の調製食料品	18百万円

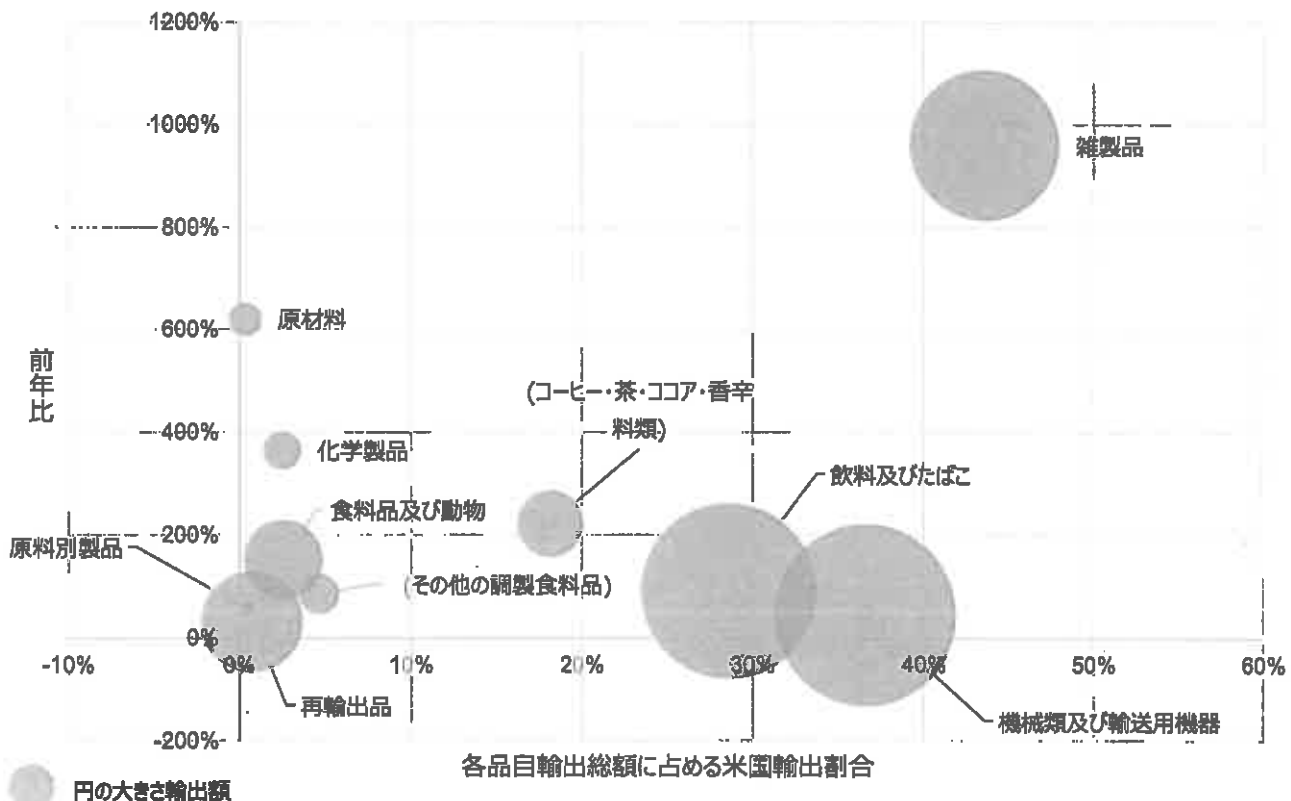


- 食料品及び動物
- 飲料及びたばこ
- 化学製品
- 原料別製品
- 再輸出品
- 機械類及び輸送用機器
- 雑製品

(出所：沖縄地区税関貿易統計より弊社にて作成)

# 沖縄からの米国向け輸出：2020年品別構成比と前年比

✓ 機械類及び輸送機器と並んで飲料の割合が高い。

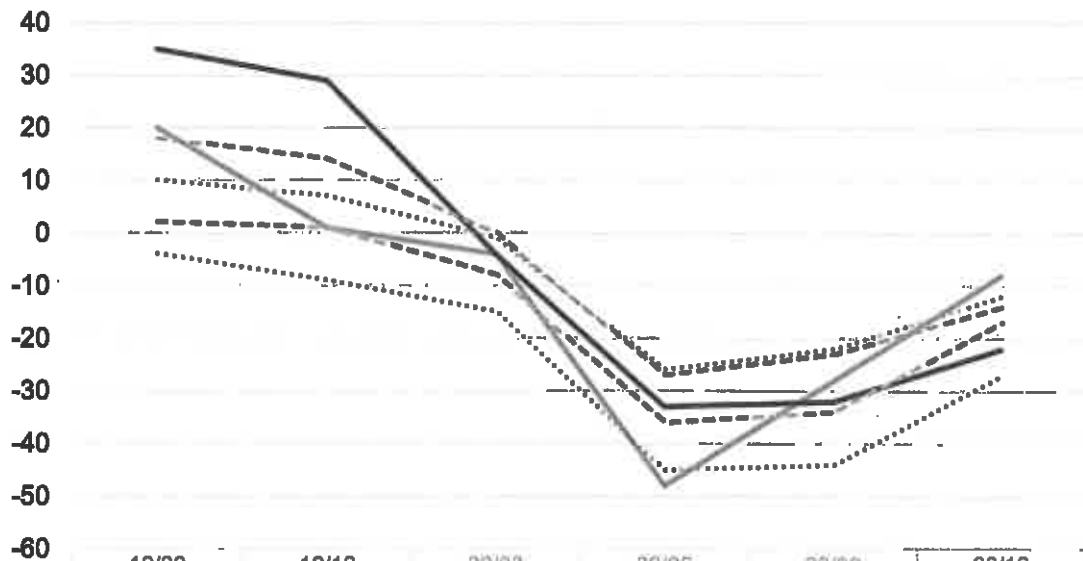


(出所：沖縄地区税関貿易統計より弊社にて作成)

## 県内企業の状況

### 日銀短観業況DI

✓ 20/6月を底として全国業況より状況にあり、非製造業においては顕著である。

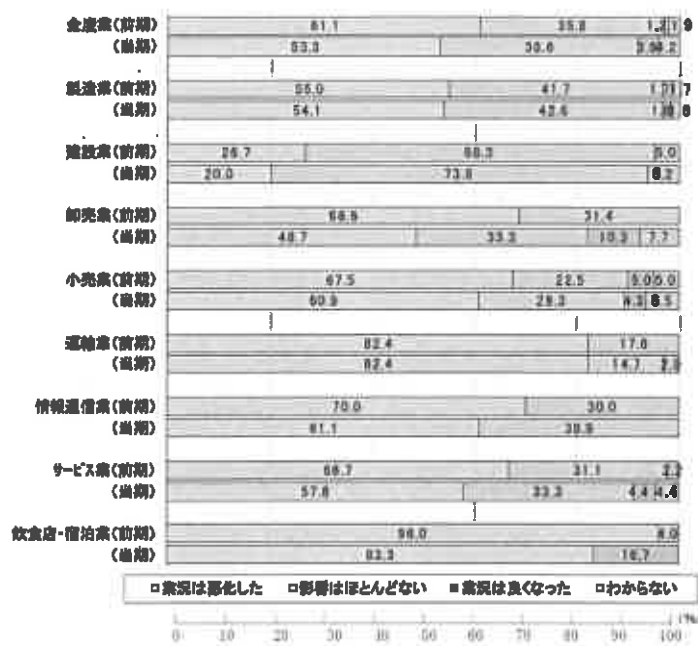


	19/09	19/12	20/03	20/06	20/09	20/12
沖縄 製造業	20	1	-4	-48	-28	-8
沖縄 非製造業	35	29	-4	-33	-32	-22
全国製造業-中堅企業	2	1	-8	-36	-34	-17
全国製造業-中小企業	-4	-9	-15	-45	-44	-27
全国非製造業-中堅企業	18	14	0	-27	-23	-14
全国非製造業-中小企業	10	7	-1	-26	-22	-12

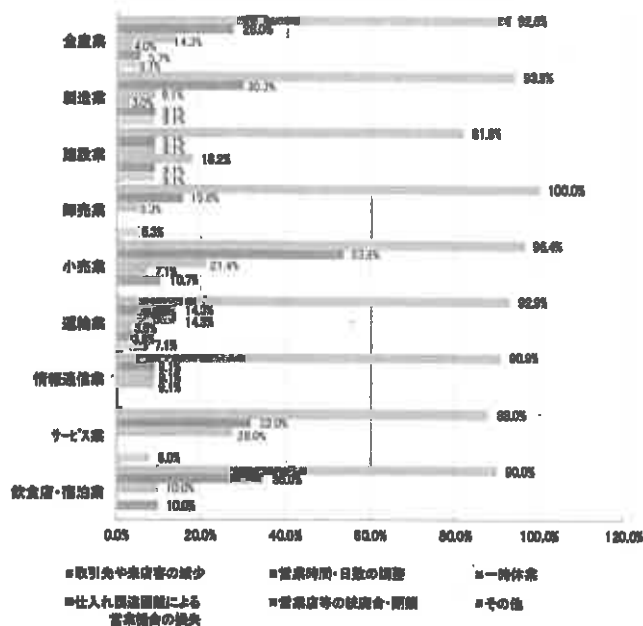
(出所：日銀短観より弊社にて作成)

# 新型コロナウイルス感染症県内企業への影響

図表1-2 業況への影響・業種別(前期及び今期比較)



図表2-2 売上減少の要因(2020年10~12月期実績)



(出所：沖縄振興開発金融公庫「新型コロナウイルス感染症」拡大の県内景況に及ぼす影響について(特別調査))

# 機能性素材研究論文調査

## 機能性素材研究（ゴーヤ）

No.	タイトル	発表場所	発表時期	発表機関・著
1	ゴーヤジュースが膵臓がんを予防（マウスによる実験）	論文	2013/03	米コロラド大学がん研究センターラジェッシュ・アガーワル教授論文
2	糖尿病予備軍成人の食後血糖値に及ぼすゴーヤエキス含有飲料（CARELA）の急性効果	EuropePMC	2017/01	InstituteofExercisePhysiologyandWellness,SportandExerciseScience,UniversityofCentralFlorida,Orlando,FL,USA. 2DepartmentofInternalMedicine,CollegeofMedicine,UniversityofCentralFlorida,Orlando,FL,USA.
3	ゴーヤ：炎症と癌の万能薬	ScienceDirect	2015/10	DepartmentofMolecularandIntegrativePhysiology,TheUniversityofKansasMedicalCenter,KansasCity,KS66160,USA DepartmentofSurgery,TheUniversityofKansasMedicalCenter,KansasCity,KS66160,USA TheUniversityofKansasCancerCenter,KansasCity,KS66160,USA InterdisciplinaryScience&TechnologyResearchAcademy,AbedaInamdarSeniorCollege,AzamCampus,Pune,411001,India
4	テキサス州で栽培されたゴーヤ品種の評価と各種植物栄養素のレベル評価	WileyOnlineLibrary	2018/06	VegetableandFruitImprovementCenter,DepartmentofHorticulturalSciences,TexasA&MUniversity,CollegeStation,TX,USA.
5	ゴーヤ由来の生体活性化合物の抗糖尿病・抗炎症活性の対外および科学的分析での解明	ScienceDirect	2019/07	VegetableandFruitImprovementCenter,DepartmentofHorticulturalSciences,TexasA&MUniversity,1500ResearchParkway,SuiteA120,CollegeStation,TX77845,USA. DepartmentofPoultryScience,TexasA&MUniversity,CollegeStation,TX77845,USA. DepartmentofNutritionandFoodSciences,TexasA&MUniversity,CollegeStation,TX77843,USA. VegetableandFruitImprovementCenter,DepartmentofHorticulturalSciences,TexasA&MUniversity,1500ResearchParkway,SuiteA120,CollegeStation,TX77845,USA.Electronicaddress:gkjp@tamu.edu. VegetableandFruitImprovementCenter,DepartmentofHorticulturalSciences,TexasA&MUniversity,1500ResearchParkway,SuiteA120,CollegeStation,TX77845,USA.Electronicaddress:b-patil@tamu.edu.
6	ゴーヤは高脂肪食に伴う酸化ストレスと神経炎症を抑制する	EuropePMC	2011/06	LaboratoryofMetabolicDisordersandAlternativeMedicine,DepartmentofMolecularBiosciencesandBioengineering,CollegeofTropicalAgricultureandHumanResources,UniversityofHawaiiatManoa,Honolulu,HI96822,USA.pratdbha@hawaii.edu

## 機能性素材研究（ゴーヤ）

No.	タイトル	発表場所	発表時期	発表機関・著
7	ゴーヤ抽出物による口腔癌の主要代謝経路である解糖・脂質代謝の阻害	EuropePMC	2019/10	DepartmentofPathology,SaintLouisUniversity,1100SouthGrandBoulevard,St.Louis,MO,63104,USA. DepartmentofPharmacologyandPhysiology,SaintLouisUniversitySchoolofMedicine,St.Louis,MO,USA. MallinckrodtInstituteofRadiology,WashingtonUniversityinSaintLouisSchoolofMedicine,SaintLouis,MO,USA. BiochemistryandMolecularBiology,SaintLouisUniversity,SaintLouis,MO,USA. DepartmentofPathology,SaintLouisUniversity,1100SouthGrandBoulevard,St.Louis,MO,63104,USA.ratna.ray@health.slu.edu.
8	ゴーヤの50%エタノール抽出物は、脂肪形成を阻害し、3T3-L1前脂肪細胞における脂肪分解を促進する。	EuropePMC	2017/10	CenterofExcellenceinMolecularBiologyandRegenerativeMedicine,DepartmentofBiochemistry,JSSMedicalCollege,JagadguruSriShivarathreeswaraUniversity,Mysore,India. 2DepartmentofMedicine,JSSMedicalCollege,JagadguruSriShivarathreeswaraUniversity,Mysore,India.
9	インスリン抵抗性および糖尿病前の患者における食事性ゴーヤによる改善された血糖コントロールの可能性	EuropePMC	2014/02	EastCarolinaHeartInstituteandtheCenterforHealthDisparities,BrodySchoolofMedicine,EastCarolinaUniversity,Greenville,NC27834,USA.Jimmy.effrd@stanfordalumni.org. AdultGerontologicalNursePractitionerProgram,SchoolofNursing,UniversityofNorthCarolinaatGreensboro,Greensboro,NC27402,USA.y_choi6@uncg.edu. DepartmentofGeneralSurgery,UniversityofVirginiaSchoolofMedicine,Charlottesville,VA22908,USA.sd2wf@virginia.edu. DepartmentofCardiovascularSciences,BrodySchoolofMedicine,EastCarolinaUniversity,Greenville,NC27834,USA.mehras@ecu.edu. DepartmentofPharmacologyandToxicology,BrodySchoolofMedicine,EastCarolinaUniversity,Greenville,NC27834,USA.andersonet@ecu.edu. DepartmentofPharmacologyandToxicology,BrodySchoolofMedicine,EastCarolinaUniversity,Greenville,NC27834,USA.katungal10@students.ecu.edu.
10	伝統的な薬用植物ゴーヤのサポニンが体外試験上でインスリン分泌を刺激する		2011/06	LehmanCollegeandtheGraduateCenter,CityUniversityofNewYork,Bronx,NY10468,USA.



## 機能性素材研究（フコイダン）

№	タイトル	発表場所	発表時期	発表機関名
1	海産褐藻類由来のフコイダンは、p53-NFκBクロストークの制御により肺癌の進行を抑制する。	Phytochemistry	2019Nov	1CentreofAdvancedStudyInMarineBiology, FacultyofMarineSciences, AnnamalaiUniversity, Parangipettai, TN, India; DepartmentofPathology, UniversityofTexasHealthSciencesCenteratSanAntonio, TX, USA. Electronicaddress: xavierpauel@uthscsa.edu. 4DepartmentofPathology, UniversityofTexasHealthSciencesCenteratSanAntonio, TX, USA. 5DepartmentofRadiationOncology, UniversityofOklahomaHealthSciencesCenter, OklahomaCity, OK, USA.
2	ヒト癌同所性マウスモデルにおける抗癌剤との併用によるUndariapinnatifida(ワカメ)およびFucusvesiculosus(黄藻植物)のフコイダン抽出物の評価	IntegrCancerTher	2018Sep	1UniversityofTexasHealthScienceCenterMcGovernMedicalSchoolatHouston, Houston, TX, USA. 2UTHealth-MemorialHermannCancerCenter-TMC, Houston, TX, USA. 3DepartmentofPharmacy, MemorialHermannHospital-TMC, Houston, TX, USA.
3	フコイダンのびまん性大細胞B細胞リンパ腫に対する体外および生体内での抗腫瘍活性研究	ActaBiochimBiophys Sin(Shanghai)	2015Nov	2DepartmentofInternalMedicine, UniversityofIowa, CarverCollegeofMedicine, IowaCityIA52242, USA.
4	フコイダン抽出物のがん治療における安全性の前臨床評価	IntegrCancerTher	2017Dec	1UniversityofTexasHealthScienceCenterMedicalSchoolatHouston, TX, USA. 2UTHealth-MemorialHermannCancerCenter-TMC, Houston, TX, USA.
5	小麦ペプチドとフコイダンの組み合わせは、慢性表在性胃炎を予防し、腸内細菌叢を変化させる：二重盲検プラセボ対照試験	EurJNutr	2020Jun	3NutriliteHealthInstitute, AmwayR&DCenter, Ada, MI, 49355, USA.
6	フコイダンコーティング金ナノ粒子のサイズ制御による簡便な合成とドキシソリンとの協同的抗癌効果	JMaterChemB	2017Aug	1LaserDynamicsLaboratory, SchoolofChemistryandBiochemistry, GeorgiaInstituteofTechnology, Atlanta, GA30332, USA. melsayed@gatech.edu.
7	低分子フコイダンは糖尿病後藤神崎ラットの内皮機能を保護し、基礎性高血圧を改善	LabInvest	2014Apr	3AnesthesiologyandCriticalCareMedicine, JohnsHopkinsUniversitySchoolofMedicine, Baltimore, MD, USA.
8	フコイダンによる肺癌の生体内および生体外での阻害：TGFβ受容体分解におけるSmurf2依存性ユビキチンプロテアソーム経路の役割	Oncotarget	2014Sep	6FordhamUniversity, NewYork, NY, USA.

## 機能性素材研究（フコイダン）

№	タイトル	発表場所	発表時期	発表機関名
1	海産褐藻類由来のフコイダンは、p53-NFκBクロストークの制御により肺癌の進行を抑制する。	Phytochemistry	2019Nov	1CentreofAdvancedStudyInMarineBiology, FacultyofMarineSciences, AnnamalaiUniversity, Parangipettai, TN, India; DepartmentofPathology, UniversityofTexasHealthSciencesCenteratSanAntonio, TX, USA. Electronicaddress: xavierpauel@uthscsa.edu. 4DepartmentofPathology, UniversityofTexasHealthSciencesCenteratSanAntonio, TX, USA. 5DepartmentofRadiationOncology, UniversityofOklahomaHealthSciencesCenter, OklahomaCity, OK, USA.
2	ヒト癌同所性マウスモデルにおける抗癌剤との併用によるUndariapinnatifida(ワカメ)およびFucusvesiculosus(黄藻植物)のフコイダン抽出物の評価	IntegrCancerTher	2018Sep	1UniversityofTexasHealthScienceCenterMcGovernMedicalSchoolatHouston, Houston, TX, USA. 2UTHealth-MemorialHermannCancerCenter-TMC, Houston, TX, USA. 3DepartmentofPharmacy, MemorialHermannHospital-TMC, Houston, TX, USA.
3	フコイダンのびまん性大細胞B細胞リンパ腫に対する体外および生体内での抗腫瘍活性研究	ActaBiochimBiophys Sin(Shanghai)	2015Nov	2DepartmentofInternalMedicine, UniversityofIowa, CarverCollegeofMedicine, IowaCityIA52242, USA.
4	フコイダン抽出物のがん治療における安全性の前臨床評価	IntegrCancerTher	2017Dec	1UniversityofTexasHealthScienceCenterMedicalSchoolatHouston, TX, USA. 2UTHealth-MemorialHermannCancerCenter-TMC, Houston, TX, USA.
5	小麦ペプチドとフコイダンの組み合わせは、慢性表在性胃炎を予防し、腸内細菌叢を変化させる：二重盲検プラセボ対照試験	EurJNutr	2020Jun	3NutriliteHealthInstitute, AmwayR&DCenter, Ada, MI, 49355, USA.
6	フコイダンコーティング金ナノ粒子のサイズ制御による簡便な合成とドキシソリンとの協同的抗癌効果	JMaterChemB	2017Aug	1LaserDynamicsLaboratory, SchoolofChemistryandBiochemistry, GeorgiaInstituteofTechnology, Atlanta, GA30332, USA. melsayed@gatech.edu.
7	低分子フコイダンは糖尿病後藤神崎ラットの内皮機能を保護し、基礎性高血圧を改善	LabInvest	2014Apr	3AnesthesiologyandCriticalCareMedicine, JohnsHopkinsUniversitySchoolofMedicine, Baltimore, MD, USA.
8	フコイダンによる肺癌の生体内および生体外での阻害：TGFβ受容体分解におけるSmurf2依存性ユビキチンプロテアソーム経路の役割	Oncotarget	2014Sep	6FordhamUniversity, NewYork, NY, USA.

## 機能性素材研究（フコイダン）

No.	タイトル	発表場所	発表時期	発表機関・者
9	Macrocystispyrifer (オオウキモ) 由来のフコイダンは、他の3種類のフコイダンに比べて強力な免疫調節作用を持っている	MarDrugs	2015Feb	3DepartmentofImmunologyandInfectiousDiseases, TheForsythInstitute, 245FirstStreet, Cambridge, MA02142, USA. qyu@forsyth.org.
10	フコイダンは、カルシウム恒常性、小胞体ストレス、血管新生を介して、ヒト卵巣癌の発生を抑制する	MarDrugs	2020Jan	2DepartmentofPharmacologyandToxicology, MedicalCollegeofWisconsin, Milwaukee, WI53226, USA.
11	フコイダンによるERK活性化はMel-Ab細胞のメラニン生成を阻害する。	KoreanJPhysiolPharmacol	2015Jan	3ThomasJ. LongSchoolofPharmacy, UniversityofthePacific, Stockton, CA95211, USA.
12	小葉ペプチドとフコイダンの新しい組み合わせは、抗酸化剤、抗炎症、およびプロサイバール機構を介してエタノール誘発性胃粘膜損傷を減衰させる	Nutrients	2017Sep	2NutriliteHealthInstitute, 7575EastFultonAvenue, Ada, MI49355, USA. molly.hood@Amway.com. 3NutriliteHealthInstitute, 7575EastFultonAvenue, Ada, MI49355, USA. charlie.burns@Amway.com. 4NutriliteHealthInstitute, 7575EastFultonAvenue, Ada, MI49355, USA. jeff.scholten@Amway.com. 5NutriliteHealthInstitute, 5600BeachBoulevard, BuenaPark, CA90621, USA. jennifer.chuang@Amway.com.
13	ひじきから抽出されたフコイダンが脳微小血管内皮細胞をテーパーセル排気ガス曝露による破壊から保護する	JMedFood	2016May	2NeurochemistryLaboratory, DivisionofNeurotoxicology, NationalCenterofToxicologicalResearch/FoodandDrugAdministration, Jefferson, Arkansas, USA. 3DepartmentofMedicine, UniversityofCaliforniaatIrvine, Irvine, California, USA.
14	フコイダンとチロシンキナーゼ阻害剤ラパチニブの併用による抗がん作用	EvidBasedComplementAlternatMed	2014	3Dana-FaberCancerInstitute, HarvardMedicalSchool, Boston, MA02215, USA.
15	Turbinariaconoides (熱帯性褐色藻類) 由来のフコイダン：脾臓癌の進行と闘うための多面的な「成果物」	IntJBiomedRes	2015Mar	4DepartmentofRadiationOncology, UniversityofOklahomaHealthSciencesCenter, OklahomaCity, OK73104, USA.
16	低分子量フコイダンは、酸化ストレスと心筋細胞のアポトーシスを減少させることで、糖尿病後藤柿崎ラットの心機能障害を緩和する	JDiabetesRes	2014	3DepartmentofAnesthesiologyandCriticalCareMedicine, JohnsHopkinsUniversitySchoolofMedicine, Baltimore, MD21287, USA.

## 機能性素材研究（フコイダン）

No.	タイトル	発表場所	発表時期	発表機関・者
17	ヒトプラスミンゲンの活性化におけるフコイダンの効果	ThrombRes	1995Aug	1ChemistryDepartment, PrairieViewA&MUniversity, Tx77446, USA.
18	モズクフコイダンのタンパク質代替飼料への配合による赤鯛幼魚の成長・健康・ストレス耐性改善効果について	FishPhysiolBiochem	2020Oct	5HagermanFishCultureExperimentStation, AquacultureResearchInstitute, UniversityofIdaho, 3059FNationalFishHatcheryRoad, Hagerman, ID, 83332, USA. fishsakhawat@yahoo.com.

## 機能性素材研究（ノビレチン）

No.	タイトル	発表場所	発表時期	発表機関・者
1	柑橘類ノビレチンが明確に関連したddyマウスの骨量減少を抑制し、DBA/1Jマウスのコラーゲン誘導性関節炎を抑制する：NF-κBリガンド（RANKL）受容体活性化因子による破骨細胞形成制御への関与の可能性	BioFactors	2007	Division of Food Science and Biotechnology, Graduate School of Agriculture, Kyoto University, Kyoto 606-8502, Japan. cancer@kais.kyoto-u.ac.jp Akira Murakami, Meiyu Song, Shin-Ichi Katsumata, Mariko Uehara, Kazuharu Suzuki, Hajime Ohigashi
2	柑橘類由来フラボノイド、ノビレチンおよびタンゲレンのアルツハイマー病およびパーキンソン病における神経保護効果	Europe PMC	2017	1 Centre for Healthy Brain Ageing, School of Psychiatry, University of New South Wales, Sydney, Australia. 2 School of Pharmacy, Shahid Beheshti University of Medical Sciences, Tehran, Iran. 3 Pharmacognosy Research Laboratories, Medway School of Science, University of Greenwich, Central Avenue, Chatham-Maritime, Kent ME4 4TB, United Kingdom. 4 Attaur-Rahman School of Applied Biosciences, National University of Sciences and Technology, Islamabad, Pakistan. 5 Department of Drug Sciences, Medicinal Chemistry and Pharmaceutical Technology Section, University of Pavia, Lombardy, Italy. 6 Applied Biotechnology Research Center, Baqiyatallah University of Medical Sciences, Tehran, Iran. 7 Departamento de Farmacia y Tecnología Farmacéutica, Facultad de Farmacia, Universidad de Santiago de Compostela, 15782, Spain. Nady Braidy1, Sahar Behzad2, Solomon Habtemariam3, Touqeer Ahmed4, Maria Daglia5, Seyed Mohammad Nabavi6, Eduardo Sobarzo-Sanchez7, Seyed Fazel Nabavi6

## 機能性素材研究（ノビレチン）

No.	タイトル	発表場所	発表時期	発表機関・者
3	ノビレチンとその誘導体柑橘類果皮由来の機能性化合物による大腸がん予防効果	MDPI	2019 Jun	1 Biofunctional Molecule Exploratory (BMEX) Research Group, School of Pharmacy, Monash University Malaysia, 47500 Bandar Sunway, Selangor Darul Ehsan, Malaysia. jxgoh2@student.monash.edu. 2 Novel Bacteria and Drug Discovery (NBDD) Research Group, Microbiome and Bioresource Research Strength, Jeffrey Cheah School of Medicine and Health Sciences, Monash University Malaysia, 47500 Bandar Sunway, Selangor Darul Ehsan, Malaysia. Loh.Tan@monash.edu. 3 Institute of Biomedical and Pharmaceutical Sciences, Guangdong University of Technology, Guangzhou 510006, China. Loh.Tan@monash.edu. 4 School of Science, Monash University Malaysia, Jalan Lagoon Selatan, 47500, Bandar Sunway, Selangor Darul Ehsan, Malaysia. goh.joo.kheng@monash.edu. 5 Division of Genetics and Molecular Biology, Institute of Biological Sciences, Faculty of Science, University of Malaya, Kuala Lumpur 50603, Malaysia. kokgan@um.edu.my. 6 International Genome Centre, Jiangsu University, Zhenjiang 212013, China. kokgan@um.edu.my. 7 Medical Health and Translational Research Group, Jeffrey Cheah School of Medicine and Health Sciences, Monash University Malaysia, Bandar Sunway 47500, Selangor, Malaysia. priya.pusparajah@monash.edu. 8 Novel Bacteria and Drug Discovery (NBDD) Research Group, Microbiome and Bioresource Research Strength, Jeffrey Cheah School of Medicine and Health Sciences, Monash University Malaysia, 47500 Bandar Sunway, Selangor Darul Ehsan, Malaysia. lee.learn.han@monash.edu. 9 Asian Centre for Evidence Synthesis in Population, Implementation and Clinical Outcomes (PICO), Health and Well-being Cluster, Global Asia in the 21st Century (GA21) Platform, Monash University Malaysia, Bandar Sunway 47500, Malaysia. lee.learn.han@monash.edu. 10 Biofunctional Molecule Exploratory (BMEX) Research Group, School of Pharmacy, Monash University Malaysia, 47500 Bandar Sunway, Selangor Darul Ehsan, Malaysia. goh.bey.hing@monash.edu. 11 Asian Centre for Evidence Synthesis in Population, Implementation and Clinical Outcomes (PICO), Health and Well-being Cluster, Global Asia in the 21st Century (GA21) Platform, Monash University Malaysia, Bandar Sunway 47500, Malaysia. goh.bey.hing@monash.edu. Joanna Xuan Hui Goh1, Loh Teng-Hern Tan23, Joo Kheng Goh4, Kok Gan Chan56, Priya Pusparajah7, Learn-Han Lee89, Bey-Hing Goh1011

## 機能性素材研究（ノビレチン）

No.	タイトル	発表場所	発表時期	発表機関・者
4	ノビレチンは子宮内膜症マウスモデルにおけるNF- $\kappa$ B活性の低下を介して子宮内膜症を緩和する	Portlandpress	2018Jun	1LiaochengPeople'sHospital,DongchangWestRoad#67,Liaocheng252000,China. 2LiaochengPeople'sHospital,DongchangWestRoad#67,Liaocheng252000,China oxulc@126.com.  XinWei1,XuShao2
5	低分子ノビレチンが分子振動子を標的にして概日リズムを強化し、メタボリックシンドロームを予防することを発見	CellMetabolism	2016Apr	1DepartmentofBiochemistryandMolecularBiology,TheUniversityofTexasHealthScienceCenteratHouston,6431FanninStreet,Houston,TX77030,USA. 2DepartmentofNeuroscience,TheUniversityofTexasSouthwesternMedicalCenter,5323HarryHinesBoulevard,Dallas,TX75390,USA. 3DivisionofEndocrinology,DiabetesandMetabolism,MCL,CenterforTranslationalResearchinInflammatoryDiseases,MichaelE.DeBakeyVeteransAffairsMedicalCenter,andDepartmentofMedicine,andMolecularandCellBiology,DanL.DuncanCancerCenter,HuffingtonCenteronAging,BaylorCollegeofMedicine,Houston,TX77030,USA. 4DepartmentofPhysiologyandSystemsBioscience,KyotoPrefecturalUniversityofMedicine,Kyoto602-8566,Japan. 5DepartmentofNeuroscience,TheUniversityofTexasSouthwesternMedicalCenter,5323HarryHinesBoulevard,Dallas,TX75390,USA;HowardHughesMedicalInstitute,TheUniversityofTexasSouthwesternMedicalCenter,Dallas,TX75390,USA. 6DepartmentofBiochemistryandMolecularBiology,TheUniversityofTexasHealthScienceCenteratHouston,6431FanninStreet,Houston,TX77030,USA.Electronicaddress:zheng.chen.1@uth.tmc.edu. BaokunHe1,KazunariNohara1,NoheonPark2,Yong-SungPark1,BobbyGüllory3,ZhaoyangZhao1,JoseMGarcia3,NobuyaKolke4,ChengChilLee1,JosephSTakahashi5,Seung-HeeYoo1,ZhengChen6
6	ノビレチンは、アセトアミノフェン誘発性肝毒性をラットで減衰させる	JournalofBiochemicalandMolecularOxicology	2020Feb	1DepartmentofPhysiology,FacultyofVeterinaryMedicine,MustafaKemalUniversity,Hatay,Turkey. 2DepartmentofGenetics,FacultyofVeterinaryMedicine,MustafaKemalUniversity,Hatay,Turkey. 3DepartmentofPhysiology,FacultyofVeterinaryMedicine,FiratUniversity,Elazığ,Turkey. 4DepartmentofPathology,FacultyofVeterinaryMedicine,AdnanMenderesUniversity,Aydın,Turkey.  MehmetGüvenç1,MustafaCellat1,İshakGökçek1,HüseyinÖzkan2,GözdeArkali3,AkınYakan2,ŞuleYurdagülÖzsoy4,MesutAksakal3

令和2年度海外販路ニーズ調査事業委託業務報告書

102

## 機能性素材研究（ノビレチン）

No.	タイトル	発表場所	発表時期	発表機関・者
7	ノビレチンは褐色脂肪細胞様表現型を誘導し、3T3-L1脂肪細胞のストレスを改善する	ScienceDirect	2018Mar	1DepartmentofBiotechnology,DaeguUniversity,Kyungsan,Kyungbuk,38543,RepublicofKorea. 2DepartmentofBiotechnology,DaeguUniversity,Kyungsan,Kyungbuk,38543,RepublicofKorea.Electronicaddress:jwyun@daegu.ac.kr.  JameelLone1,HilalAhmadParray1,JongWonYun2
8	ノビレチンは骨格筋のミトコンドリア呼吸を強化し、代謝負荷に対抗して健康的な老化を促進します。	NatureCommunications	2019Aug	1DepartmentofBiochemistryandMolecularBiology,TheUniversityofTexasHealthScienceCenteratHouston,6431FanninStreet,Houston,Texas,77030,USA. 2DepartmentofBiochemistryandMolecularGenetics,UniversityofColoradoDenver-AnschutzMedicalCampus,Aurora,Colorado,80045,USA. 3DepartmentofNutritionandFoodScience,TexasA&MUniversity,CollegeStation,Texas,77843,USA. 4DepartmentofPhysiologyandFunctionalGenomics,UniversityofFloridaCollegeofMedicine,Gainesville,Florida,32610-0274,USA. 5DepartmentofNeuroscience,TheUniversityofTexasSouthwesternMedicalCenter,5323HarryHinesBoulevard,Dallas,Texas,75390,USA. 6HowardHughesMedicalInstitute,TheUniversityofTexasSouthwesternMedicalCenter,Dallas,Texas,75390,USA. 7DepartmentofBiochemistryandMolecularBiology,TheUniversityofTexasHealthScienceCenteratHouston,6431FanninStreet,Houston,Texas,77030,USA.Zheng.chen.1@uth.tmc.edu.  KazunariNohara1,VenkataMallampalli1,TravisNemkov2,MarvinWirianto1,JiahYang1,YouqiongYe1,YuxiangSun3,LengHan1,KarynAEsser4,EugeniaMileykovskaya1,AngeloD'Alessandro2,CarlaBGreen5,JosephSTakahashi56,WilliamDowhan1,Seung-HeeYoo1,ZhengChen7

令和2年度海外販路ニーズ調査事業委託業務報告書

103

## 機能性素材研究（ノビレチン）

№	タイトル	発表場所	発表時期	発表機関・者
9	ノビレチンはNF-κB/MAPK経路の阻害により、トリメチルアミン酸化物による血管炎症を抑制する	Agricultural and Food Chemistry	2019Jun	1HubelKeyLaboratoryofEFGIR,HuanggangNormalUniversity,Huanggang,Hubei438000,China. 2TianjinKeyLaboratoryofFoodandBiotechnology,SchoolofBiotechnologyandFoodScience,TianjinUniversityofCommerce,Tianjin300072,China. 3NationalEngineeringLaboratoryforRiceandByproductsProcessing,FoodScienceandEngineeringCollege,CentralSouthUniversityofForestryandTechnology,Changsha,Hunan410004,China. 4InstituteofBiomedicalScience,NationalChung-HsingUniversity,Taichung40227,Taiwan. 5InstituteofFoodSciencesandTechnology,NationalTaiwanUniversity,Taipei10617,Taiwan. 6DepartmentofFoodScience,RutgersUniversity,NewBrunswick,NewJersey08901,UnitedStates.  GulliangYang123,Chl-ChenLn4,YiwenYang1,LiYuan1,PelleiWang1,XiangWen12,Min-HsiungPan5,HuiZhao2,Chl-TangHo6,ShimingLi1
10	ノビレチンは、過酸化水素による酸化損傷からヒト網膜色素上皮細胞を保護する	JournalofBIOCHEMICALandMOLECULAROXYCOLOGY	2018May	LbinLiu12,XingWeiWu1
11	時計修飾剤ノビレチンによるコレステロールと胆汁酸の代謝調節機構の解明	InternationalJournalofmolecularsciences	2019Sep	1DepartmentofBiochemistryandMolecularBiology,TheUniversityofTexasHealthScienceCenteratHouston,6431FanninSt.,Houston,TX77030,USA. 2DepartmentofBiochemistryandMolecularGenetics,UniversityofColoradoDenver-AnschutzMedicalCampus,Aurora,CO80045,USA. 3DepartmentofBiochemistryandMolecularBiology,TheUniversityofTexasHealthScienceCenteratHouston,6431FanninSt.,Houston,TX77030,USA.Zheng.chen.1@uth.tmc.edu.  KazunariNohara1,TravisNemkov2,AngeloD'Alessandro2,Seung-HeeYoo1,ZhengChen3

## 機能性素材研究（ノビレチン）

№	タイトル	発表場所	発表時期	発表機関・者
12	食事性ポリフェノールと変形性関節症のメカニズム	TheJournalofNutritionalBiochemistryVolume23	2012Nov	1DepartmentofPathologyandPhysiology,TexasTechUniversityHealthSciencesCenter,Lubbock,TX79430,USA.ieslie.shen@ttuhsc.edu  Chwan-LiShen1,BrendaJSmith,Di-FanLo,Ming-ChienChyu,DaleMDunn,Chung-HwanChen,In-SookKwun
13	フラボノイドであるノビレチンは、Akt経路を介して卵巣癌の腫瘍成長と血管新生を抑制します。	InternationalJournalofOncology	1-Apr-15	1CollegeofBiosystemsEngineeringandFoodScience,FuliInstituteofFoodScience,ZhejiangUniversity,P.R.China. 2DepartmentofPharmaceuticalScience,WestVirginiaUniversity,Morgantown,WV26506,USA. 3DepartmentofPharmacology,PhysiologyandToxicology,JoanC.EdwardsSchoolofMedicine,MarshallUniversity,Huntington,WV25755,USA. 4CollegeofScience,TechnologyandMathematics,AldersonBroaddusUniversity,Phillippi,WV26416,USA  JianchuChen1,AllenYChen2,HaizhiHuang1,XingqianYe1,WilliamDRollyson3,HaleyEPerry3,KathleenCBrown3,YonRojanasakul2,GaryORankin3,PiyaliDasgupta3,YiCharlieChen4
14	ノビレチンは、PC-3およびDU-145前立腺癌細胞のAkt経路を介した細胞生存率を抑制する	LogInBMCPharmacologyandToxicology	2014Oct24	1CollegeofScience,TechnologyandMathematics,AldersonBroaddusUniversity,Phillippi,WV26416,USA.chenyyc@ab.edu.  JianchuChen,AshleyCreed,AllenYChen,HaizhiHuang,ZhaollangLi,GaryORankin,XingqianYe,GulhuaXu,YiCharlieChen1
15	ノビレチン：オレンジ果皮抽出物からの効果的かつ大量の単離		2006Jan	1DepartmentofFoodScience,RutgersUniversity,65DudleyRoad,NewBrunswick,NJ08901-8520,USA.  ShimingLi1,HaiqingYu,Chl-TangHo
16	ノビレチン、4'-デメチルノビレチンおよびアトルバスタチンの代謝物は、G0/G1細胞周期停止およびアポトーシスを誘導することにより、相乗的にヒト結腸がん細胞の増殖を抑制する	Food&Function	2018Jan	DepartmentofFoodScience,UniversityofMassachusetts,Amherst,MA,USA.hangxiao@foodsci.umass.edu.xianwu@alumni.umass.edu.  XianWu1,MingyueSong,PeijuQiu,FangLi,MinqiWang,JinkaiZheng,QiWang,FeiXu,HangXiao

## 機能性素材研究（ノビレチン）

№	タイトル	発表場所	発表時期	発表機関・者
17	天然物中の薬物動態学的薬物相互作用沈着物の優先順位付け：グレープフルーツジュース中のOATP阻害剤への応用	US National Library of Medicine National Institutes of Health	2017Apr	1College of Pharmacy, Washington State University, Spokane, WA, USA. 2Novartis Pharmaceuticals Corporation, One Health Plaza, East Hanover, NJ, 07936, USA 3Quintiles IMS, Inc., Clinical Pharmacology, 6700 W 115th Street, Overland Park, KS 66211, USA. Emily J Johnson <sup>1</sup> , Christina Swon <sup>2</sup> , Kathleen Köck <sup>3</sup> , Mary F Paule <sup>1</sup>
18	マウス尿中のノビレチン代謝物の同定		2006Mar	1Department of Food Science, Rutgers University, New Brunswick, NJ 08901, USA. Shiming Li <sup>1</sup> , Zhenyu Wang, Shengmin Sang, Mou-Tuan Huang, Chi-Tang Ho
19	慢性疾患・加齢医学における時計効果を高める低分子とその応用の可能性	Frontiers in Neurology	2017Mar	1Department of Biochemistry and Molecular Biology, The University of Texas Health Science Center at Houston, Houston, TX, USA. Gabrielle F Glaston <sup>1</sup> , Seung-Hee Yoo <sup>1</sup> , Zheng Jake Chen <sup>1</sup>
20	高速液体クロマトグラフィー-エレクトロスプレーイオン化質量分析法によるラット血清中ノビレチンおよびタンゲレチンの薬物動態試験	Agricultural and Food Chemistry	2011Jan	1Citrus and Subtropical Products Research Laboratory, Agricultural Research Service, US Department of Agriculture, Winter Haven, Florida 33881, USA. John.Manthey@ars.usda.gov John A Manthey <sup>1</sup> , Thais B Cesar, Erin Jackson, Susanne Mertens-Talcott
21	メトキシシロフラボン、優れたがん化学予防フラボノイドサブクラス	Seminars in Cancer Biology	2007Oct	1Department of Cell and Molecular Pharmacology and Experimental Therapeutics, Medical University of South Carolina, P.O. Box 250505, 173 Ashley Avenue, Charleston, SC 29425, USA. wallet@musc.edu Thomas Walle <sup>1</sup>
22	柑橘類フラボノイドによる口腔がん抑制作用	Journal of Nutrition and Cancer	Jan-08	1Department of Biomedical Sciences, Baylor College of Dentistry, Texas A&M University System Health Science Center, Dallas, TX 75246, USA. limonolds@yahoo.com Edward G Miller <sup>1</sup> , Jason J Peacock, T Campbell Bourland, Samuel E Taylor, John M Wright, Bhirmanagouda S Patil, Edward G Miller
23	スイートオレンジ（シトラスシネンシス）果皮由来のモノメチル化ポリメトキシフラボン類のアポトーシスによるヒト肺癌細胞の増殖抑制作用		2009Mar	1Department of Food Science, University of Massachusetts, Amherst, MA 01003, USA. hangxiao@foodsci.umass.edu Hang Xiao <sup>1</sup> , Chung S Yang, Shiming Li, Huanyu Jin, Chi-Tang Ho, Trusha Patel

## 機能性素材研究（ノビレチン）

№	タイトル	発表場所	発表時期	発表機関・者
24	陳皮の抗認知症成分ノビレチンの薬理作用とその機能性食品開発への応用	日薬理誌 (Folia Pharmacol. Jpn.) 1	2008	山園徹：東北大学大学院薬学研究科薬物療法学分野 中島晶：東北大学大学院薬学研究科薬物療法学分野 大泉康 横浜薬科大学漢方薬学科 東北大学大学院工学研究科超超微境界工学研究センター 静岡県立大学大学院薬学研究科薬物動態学分野
25	みつばちローヤルゼリーとノビレチンがPC12D細胞のERK依存性および-D依存性のCREB転写を刺激することを明らかにした	Journal of Pharmacological Sciences Volume 116, Issue 4, 2011, Pages 384-387	2011	Author link: <a href="#">open overlay panel</a> Hironori Fujii, Warai Ako, Kogure Masahiro, Sakamoto Ito Hru, Yamakuni Yoshihiro, Mimaki Kiyoshi, Murata Nobuyuki, Hitomi Kikuchi, Yamaguchi Yasushi, Ohtzumi 178
26	静岡県特産みかん果皮成分ノビレチン類標体の機能性評価		2020	(研究代業書) 静岡県立大学薬学部分子病態学分野 助教 砂川 陽一
27	柑橘類果皮成分ノビレチンの抗認知症効果—機能性食品の開発に向けて—	特定非営利活動法人日本メディカルハーブ協会 会報誌『MEDICAL HERB』第40号 2017年6月	2017.6.1	静岡県立大学薬学部医薬生命化学分野 東北福祉大学感性福祉研究所 / 鳥根大学医学部環境生理学 大泉康 / 松崎健太郎

## 機能性素材研究（ノビレチン）

No.	タイトル	発表場所	発表時期	発表機関・者
28	脱メチル化ノビレチンの生理作用	生物機能開発研究所紀要19:36-41 (2018)	2018	米澤貴之1), 遠辺章夫1), 高濱泰2) 1) 中部大学生物機能開発研究所, 2) 中部大学応用生物学部
29	ノビレチンはiPS細胞由来アルツハイマー病モデルニューロンの細胞内および細胞外βアミロイドを減少させる	Biological and Pharmaceutical Bulletin (日本薬学会)	2018	1Department of Medical Biochemistry, School of Pharmaceutical Sciences, University of Shizuoka. 2Sankyo Co., Ltd. 3Department of Medicinal Pharmacognosy, School of Pharmacy, Tokyo University of Pharmacy and Life Sciences. 4Kansai Fukushi Research Institute, Tohoku Fukushi University.  Junko Kimura 1, Kosuke Shimizu 1, Koji Kajima 2, Akihito Yokosuka 3, Yoshihiro Mimaki 3, Naoto Oku 1, Yasushi Ohizumi 14

## 機能性素材研究（もろみ酢）

No.	タイトル	発表場所	発表時期	発表機関・者
1	醤油製造のための発酵過程でのグルテンの検出	JFoodProt	2017Apr	11Institute for Food Safety and Health, Illinois Institute of Technology, 6502 South Archer Road, Bedford Park, Illinois 60501. 22Joint Institute for Food Safety and Applied Nutrition, University of Maryland, College Park, Maryland 20740. 33Kikkoman USA R&D Laboratory, Inc., 505 South Rosa Road, Madison, Wisconsin 53719. 45U.S. Food and Drug Administration, Division of Food Processing Science and Technology, Office of Food Safety, Center for Food Safety and Applied Nutrition, 6502 South Archer Road, Bedford Park, Illinois 60501, USA. 54U.S. Food and Drug Administration, Division of Bioanalytical Chemistry, Office of Regulatory Science, Center for Food Safety and Applied Nutrition, 5001 Campus Drive, College Park, Maryland 20740.
2	醸造米酢黒酢はHSPA1Aの発現を増加させ、高齢P8マウスの認知機能障害を改善する	PLoS One	2016Mar	1Department of Veterinary Pathobiology, Joint Faculty of Veterinary Medicine, Kagoshima University, Korimoto, Kagoshima, Japan. 2Institute for Food Sciences, Hiroshima University, Yanagawa, Aomori, Japan. 3Faculty of Fisheries, Kagoshima University, Shiobara, Kagoshima, Japan. 4Department of Veterinary Histopathology, Joint Faculty of Veterinary Medicine, Kagoshima University, Korimoto, Kagoshima, Japan. 5Veterinary Clinical Center, Joint Faculty of Veterinary Medicine, Kagoshima University, Korimoto, Kagoshima, Japan. 6Sakamoto Kurozu, Inc., Uenosono-cho, Kagoshima, Japan. 7Department of Veterinary Anatomy, Joint Faculty of Veterinary Medicine, Kagoshima University, Korimoto, Kagoshima, Japan.
3	高塩培地で生育した醤油モロミ由来の好塩性乳酸菌テトラジェノコッカス属乳酸菌Th221の免疫調節効果	Int J Food Microbiol	2008Feb	1Research and Development Division, Kikkoman Corporation, 399 Noda, Noda City, Chiba, 278-0037, Japan.
4	通年性アレルギー性鼻炎に対する醤油もろみ由来好塩性乳酸菌テトラジェノコッカス属乳酸菌Th221の臨床効果について	Allergol Int	2009Jun	1Research & Development Division, Kikkoman Corporation, Chiba, Japan. inishi@mail.kikkoman.co.jp
5	苦瓜もろみ酢がラットの1日のエネルギーターンオーバーを増加させる	J Nutr Sci Vitaminol (Tokyo)	2003Dec	1Department of Clinical Physiology, Tokyo Metropolitan Institute of Gerontology, Tokyo 173-0015, Japan.

## 機能性素材研究（もろみ酢）

No.	タイトル	発表場	発表時期	発表機関/者
6	アスペルギルス・ルチエンスのフェノール酸デカルボキシラーゼが胞壁醸造時の4-ピニルグアイアコール生成に重要な役割を果たす	JBiosciBioeng	2020Oct	1UnitedGraduateSchoolofAgriculturalScience,KagoshimaUniversity,1-21-24Korimoto,Kagoshima-shi,Kagoshima890-8580,Japan;DepartmentofBioscienceandBiotechnology,UniversityoftheRyukyus,Nishihara,Okinawa903-0213,Japan. 2DepartmentofBioscienceandBiotechnology,UniversityoftheRyukyus,Nishihara,Okinawa903-0213,Japan. 3IshikawaTanekouji,Chatan,Okinawa904-0113,Japan. 4UnitedGraduateSchoolofAgriculturalScience,KagoshimaUniversity,1-21-24Korimoto,Kagoshima-shi,Kagoshima890-8580,Japan;DepartmentofAppliedBiochemistryandFoodScience,FacultyofAgriculture,SagaUniversity,Honjo-machi,Saga840-8502,Japan. 5UnitedGraduateSchoolofAgriculturalScience,KagoshimaUniversity,1-21-24Korimoto,Kagoshima-shi,Kagoshima890-8580,Japan;DepartmentofBioscienceandBiotechnology,UniversityoftheRyukyus,Nishihara,Okinawa903-0213,Japan.Electronicaddress:tokey@agr.u-ryukyu.ac.jp.
7	醤油の減塩モロミ発酵におけるスターター培養物の供給のための水-油-水ダブルエマルジョン	FoodChem	2018Aug	1SchoolofChemicalEngineering,UniversityofBirmingham,Edgbaston,BirminghamB152TT,UnitedKingdom. 2DivisionofFoodSciences,UniversityofNottingham,SuttonBonington,LalestershireLE125RD,UnitedKingdom. 3SchoolofChemicalEngineering,UniversityofBirmingham,Edgbaston,BirminghamB152TT,UnitedKingdom.Electronicaddress:k.gkatzionis@bham.ac.uk.
8	雄山羊の育成用飼料原料としての泡盛搾り粕と豆腐粕の使用について	Asian-AustralasJAnimSci	2013Sep	1FacultyofAgriculture,UniversityoftheRyukyus,1Senbaru,Nishihara-cho,Okinawa,903-0213,Japan.

## 機能性素材研究（もろみ酢）

No.	タイトル	発表場	発表時期	発表機関/者
9	アスタキサンチンの仮説的シクロプロテクターとしての役割、分子基盤と脳への注目	MarDrugs	2020Jul	1DepartmentofPharmaceuticalPharmacologicalSciences,UniversityofPadova,35131Padova,Italy. 2Bendessere™StudyCenter,35131Padova,Italy. 3DepartmentofMedicineandHealthSciences"V.Tiberio",UniversityofMolise,ViadeSanctiss.n.c,86100Campobasso,Italy. 4DepartmentofGeriatricMedicine,JohnA.BurnsSchoolofMedicine,UniversityofHawaii,Honolulu,HI96817,USA. 5DepartmentofResearch,KuakiniMedicalCenter,Honolulu,HI96817,USA. 6DepartmentofAnatomyandReproductiveBiology,InstituteforBiogenesisResearch,JohnA.BurnsSchoolofMedicine,UniversityofHawaii,Honolulu,HI96813,USA. 7DepartmentofHumanWelfare,OkinawaInternationalUniversity,Ginowan901-2701,Japan.
10	アスタキサンチンの構造と治療への応用	IntJFoodSci	2020Jul	1MaChungResearchCenterforPhotosyntheticPigments(MRCP)andDepartmentofChemistry,UniversitasMaChung,VillaPuncakTidarN01,Malang465151,Indonesia. 2CenterforUrbanStudies,UniversitasPembangunanJaya,Jl.CendrawasihRayaB7/P,SouthTangerang,15413Banten,Indonesia.



# 欧米向け食品輸出手続き

## 米国FDA認証手続き

### 1. 製造施設の登録

アメリカ国内で、人や動物が口にする、食品を製造、加工、梱包、保管する国内外の施設は、FDAへ施設登録が必要である。つまり、アメリカに自社製品の輸出を希望する食品メーカーは、すべて製造施設を登録する必要がある。メーカーから商品を仕入れて販売する業者の場合、メーカーに依頼して施設を登録してもらるか、自らを代理人として施設を登録する必要がある。最近、多く輸出されている、サプリメントについても「食品」と定義され、その成分を製造・加工・梱包・保管する施設は登録が必要である。

### 2. 米国代理人の指定

FDAでは、製造施設の登録と同時に米国代理人の指定についても義務づけている。米国代理人とは、緊急事態が発生した時にFDAが連絡を取ることができる人を指し、個人、パートナーシップ、企業、協会が代理人として指定することができる。

ただし、いずれもアメリカ国内にビジネス拠点または住所を持たなければならないとしている。

FSMA（米国食品安全強化法）では、下記に該当すれば指定できる。

1. アメリカ在住の会社または個人
2. 24時間FDAと連絡が取れること
3. 登録施設に代わってFDAとコミュニケーションが取れること

米国代理人には、輸出者がアメリカ国内に関連会社がある場合は、関連会社を指定するのが一般的だが、アメリカに関連会社がない場合は、アメリカ在住の代理人を用意する必要がある。また、この登録は毎年更新することが義務づけられている。

### 3. 商品ラベルの表示と英語化（食品用のラベルについて）

FDAは、アメリカ国内で流通する食品のラベルに表示する項目を定めている。具体的には、以下の内容である。

- ・食品表示必要条件
- ・食品名
- ・正味内容量表記
- ・成分リスト
- ・栄養成分表示
- ・製造業者名称および住所
- ・警告および取り扱い上の注意
- ・原産国
- ・アレルギー物質表示

表示ラベルは日本語と英語のラベルを貼る必要があり、ラベルのサイズや表記の仕様にも細かい規定がある。

出所：LiveCommerceサイトより

## 米国FDA認証手続き

### 4. 食品安全計画の策定

アメリカへ食品を輸出する場合、FMSAにより、危害分析と予防管理措置を含む食品安全計画を策定、実施しなければならない。2015年に公表された最終規則では以下となっている。

1. 食品ごとにその製造、梱包、または保管に関する危害分析を行うこと。
2. いかなる予防管理を必要とする危害も決定的に最小化、または予防するために危害管理を行う。
3. その食品の安全システムが計画通りに機能しているかどうか監視モニタリング、是正措置、検証などを行うこと。
4. その食品安全計画の運用状況を実証する記録を維持すること。

### 5. 事前通知

アメリカ国内に輸入される「人及び、そのほか動物用食品」の郵送については、FDAに事前通知することが必要である。

事前通知を行うには、FDAがWEB上に開設している事前通告を行うためのシステムフォームにアクセスし、以下の内容を登録する。登録すると、FDAからSPN確認番号が発行される。

- ・差出人
- ・受取人の住所氏名
- ・食品名
- ・食品製造者
- ・章句品が製造された国
- ・量
- ・配送業者
- ・配送上番号 など

これら、認証のための登録、FDA認証を取得するには、FDA認証取得代行サービスを利用するのが良いだろう。医療機器などは、FDA510k申請、米国食品医薬品局への医療機器届出などあり複雑である。内容によっては専門とするサービスにの認証取得代行サービスを利用するのが賢明である。

出所：LiveCommerceサイトより

## 輸出に求められるHACCP

- 日本から輸出する際に、日本政府又は第三者認証機関\*等によるHACCP認証が必要な国・地域と対象食品

- ・ EU : 水産物、水産加工品、牛肉、鶏肉
- ・ 米国 : 水産物\*、水産加工品\*、牛肉
- ・ ブラジル : 水産物\*、水産加工品\*
- ・ カナダ : 牛肉
- ・ 香港 : 牛肉
- ・ シンガポール : 牛肉、豚肉
- ・ メキシコ : 牛肉
- ・ フィリピン : 牛肉
- ・ ニューージーランド : 二枚貝（ホタテガイの貝柱を除く）



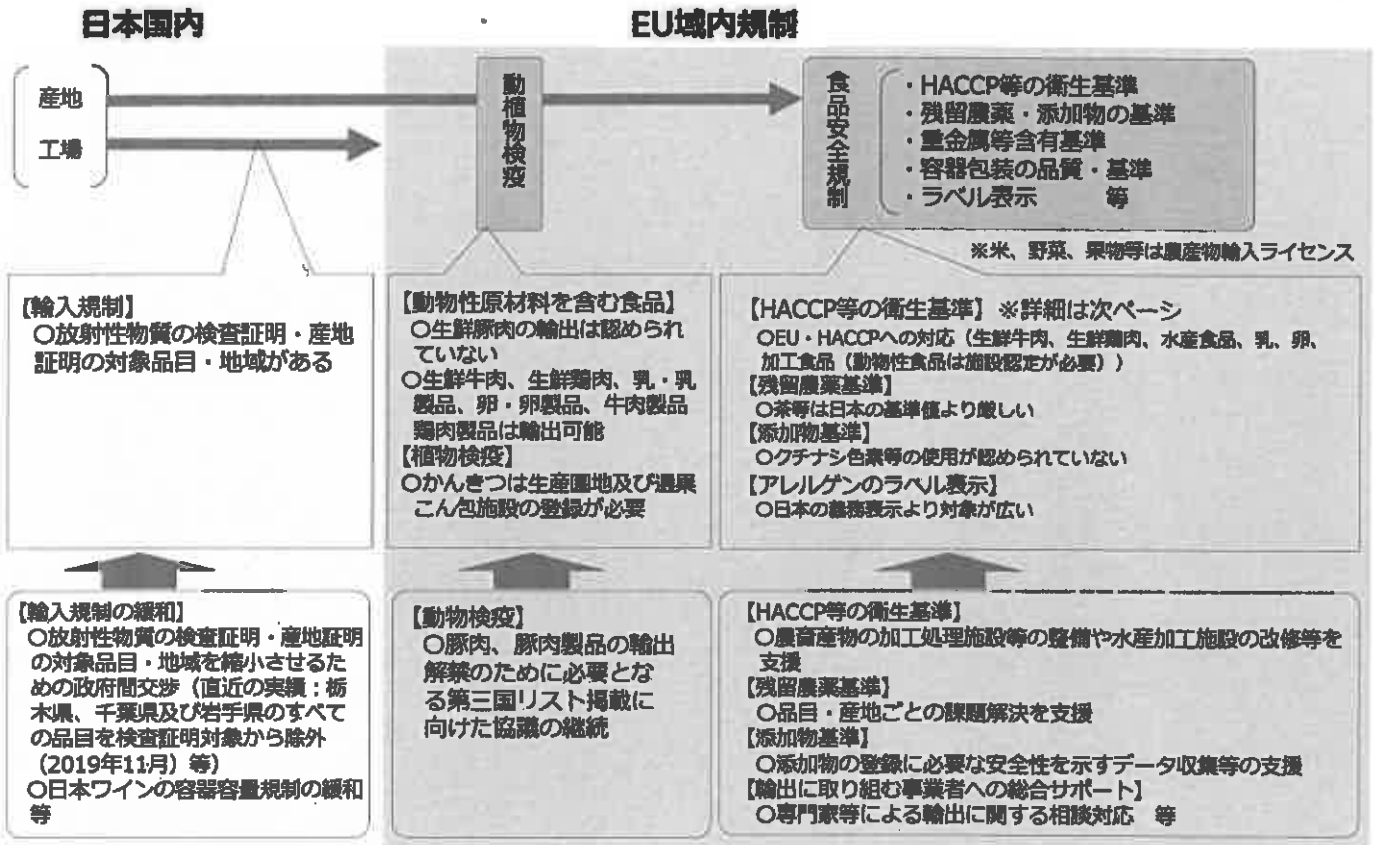
- 認証までは必要ないがHACCPの実施が求められる国

- ・ EU : 一次産品を除く全ての食品について、HACCPの実施を義務づけ
- ・ 米国 : 平成28年9月から、全ての食品に対してHACCPの考え方を基盤とする衛生管理を義務化

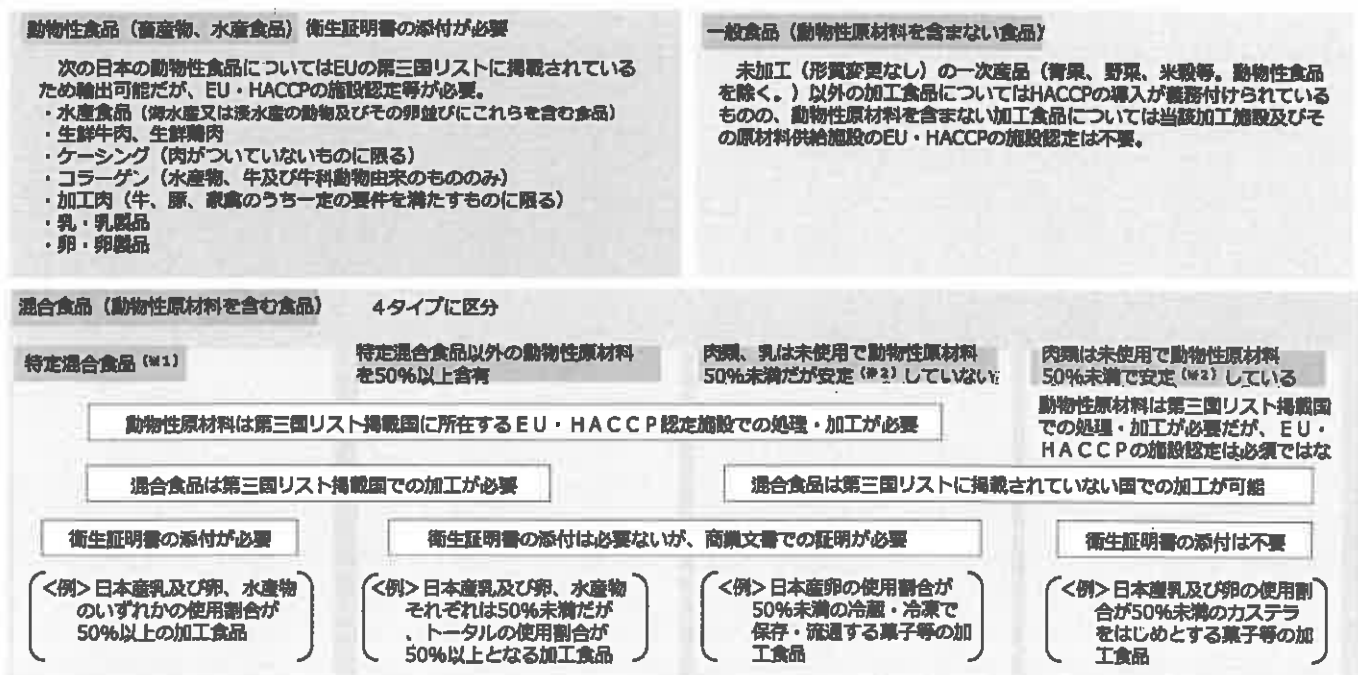


輸出先国が求めるHACCPに対応する必要

# EU向け輸出について



## EU域内におけるHACCP等の衛生管理規則について(2021年4月20日まで)



※1「特定混合食品」とは：  
次のいずれかに該当する混合食品  
①原材料に肉類を含む（含有割合は問わない）  
②乳製品・卵製品・水産食品のいずれかを50%以上含む  
③乳製品の含有率が50%未満で安定していない混合食品

※2「安定している」とは：  
①常温で保存が可能、または製造過程で全ての原材料が熱処理により変性している  
②ヒトの食用であることが明記されている  
③清潔な容器に密封されている  
④加盟国の公用語で記載された送り状等の商用文書及びラベル表示により、混合食品の種類、分量、個数、原産国、製造業者、原材料が明らかになっている

# 米国E-コマースビジネスにおける法的留意点

## 1.E-コマースモデルによる法的リスク

類型	内容	リスク
越境サイト型	米国に拠点を持たず、日本のインフラのみを利用する。日本から米国に向けた自社サイトを展開。	提携先との契約リスクをあまり意識する必要がない。現地でのコミットが少ない分、市場開拓のスピードは、現地サイト型よりも遅くなる可能性もある。しかし、米国内での活動や関係性が減る分、越境サイト型は法的リスクをより抑えたかたちとすることができる。
現地サイト型	倉庫、決済などE-コマースに必要なロジスティック業務を米国企業に委託・提携。米国内にて消費者向けサイトを構築・展開する。	米国企業との契約・提携関係を活用しながら、米国E-コマース展開をしていくことになる。米国市場はあくまでアウェイでの戦いである。日本とは異なる商習慣や法体制といったハンデやリスクを軽減するスキームが必要となる。そこで、現地企業と提携をすることで、自社に足りないものを補完し、市場開拓のスピードを上げることが目指す。

## 2.E-コマースにおいて留意すべき法律のポイント

ポイント	内容
開示義務	消費者が、商品を購入する上で、知らせるべき情報を開示する。
公正なマーケティング	企業の不正または欺瞞的なマーケティング、プロモーション、広告やセールスを禁止する。
データ保護の義務	消費者の個人情報を守り、個人情報が漏洩しないシステム設定を義務付ける。

開示義務とデータ保護を遵守するため、企業は、Terms&UseとPrivacyPolicyと呼ばれるサイト内ポリシーの策定を行う必要がある。Terms of Useは、E-コマースサイトの利用規定であり、この規定に基づいて消費者との取引が行われることになる。Terms of Useは、ある意味、消費者との間で交わされる契約書である。消費者と企業間の契約については、FTC(連邦取引委員会)は、交渉力が不均等であると考えており、よって、消費者が不利にならないよう取引に重要となる情報を開示し、企業は、消費者が安心して商品購入できる環境づくりを示していかなければならない。同様に、Privacy Policyでは、サイトにおける個人情報の取り扱いを明確に消費者に説明していく必要がある。サイトに書かれる個人情報の説明は、企業が守らなくてはならない消費者との約束事。例えば、「第三者に個人情報を共有しない」とポリシーに書かれている場合、これに反して個人情報を共有してしまうと、情報漏洩したものと判断される可能性があるため、注意しなければならない。米国消費者は、Terms of UseやPrivacy Policyをしっかりと読む傾向が強いため、米国の商習慣やFTCの規定に沿った内容とし、法的に無効であると判断されないよう米国用にかスタマイズすることが重要となる。

# 米国E-コマースビジネスにおける法的留意点

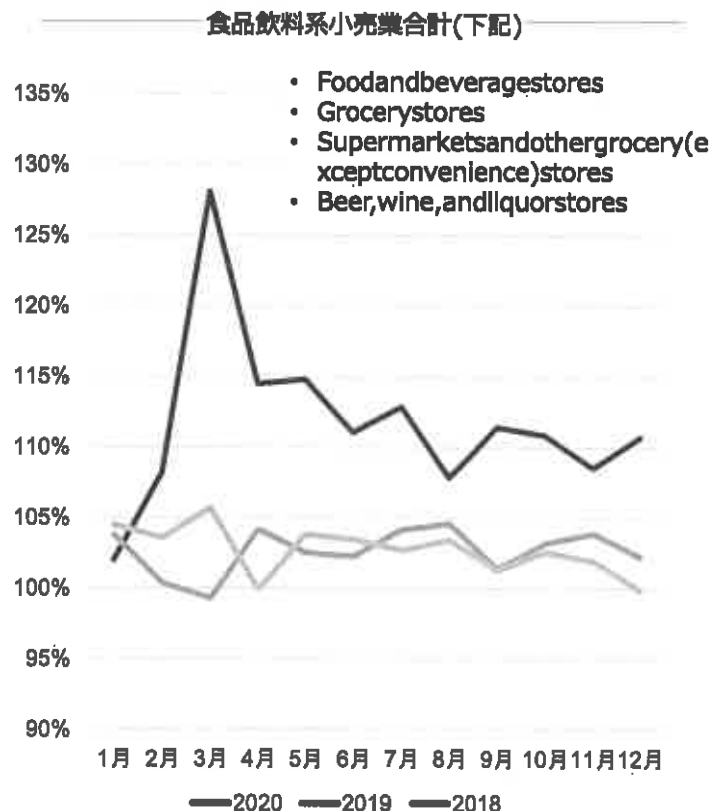
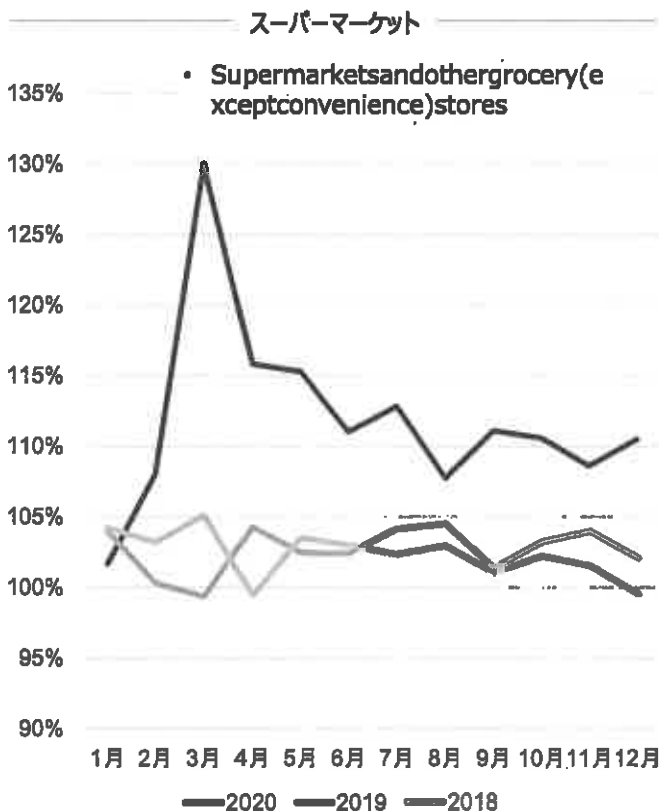
## 3.E-コマース展開で確認するマーケティング規制

ポイント	内容
価格設定	消費者を騙す、あるいは誤解させるような価格表示をしない。
比較広告	自社もしくは競合相手の特質、特徴や品質を欺き、不正確に伝える行為は禁止。
子供を対象とする広告	商品やその性質について、子供に不正確な、あるいは誤解を生じさせる情報を伝達しない。
プロモーション	富くじ(ロツテリー)、クローズド懸賞は禁止。懸賞には、連邦そして州法に定められた表示や手続きの規定が存在する。
証言広告 (Advertising Using Testimonials) 32	広告主と証言者との間に「重大な関係」33がある場合は、その関係を明白に開示する。
ユーザーコンテンツ34	ユーザーコンテンツが、第三者の知的財産権や名誉等の権利を侵害しないようモニタリングする義務。
電子メールマーケティング	CAN-SPAM法により、無差別な迷惑メールや商用電子メールの利用は禁止されている。オプトアウト通知義務35。

# 米国小売業動向

## 米国食品系小売業指数

✓ 食品関連小売業は外出抑制の影響もあり、むしろ高い数字を残している。



出所：United States Census Bureauより弊社にて作成

# アメリカの流通と消費者2020（流通経済研究所セミナー）

## 1回：2020年9月「米国市場の変化」

### 1. 米流通の基本情報

#### 《報告ヘッドライン》

- 米国市場は10年ぶりの景気後退局面に突入
- 小売販売額では2020年4月以降、無店舗販売と食品小売業が堅調で前年同月比をクリア。一方でアパレル、家具、電器店が弱い（右図）
- 2020年5月前後に、百貨店や専門店等の破産や店舗縮小が相次ぐ
- COVID-19による景気後退局面が発生。前回（10年前）の景気後退局面をもとに、「これから起こるであろうこと」を見通す必要がある。

### 2. 2020年以降の米流通「今年（2020年）の注目ポイント」

#### 《報告ヘッドライン》

- COVID-19を受け、米国経済は2020年第2四半期（4-6月期）に打撃（前年比31.7%減）
- ニュースになるような目立つ企業だけでなく、ババマショップなど零細企業の倒産が目立ってきた（足下経済の不安定化）
- ネット購入増加に伴う購買行動の変化が発生
- グロサリーのネット注文、レストランデリバリーアプリ等の体験者が増加。
- BOPIS（BuyOnlinePickupInstore）の進化  
→店頭受け取りや決済のタッチレスを徹底
- 瀕死状態だったミールキットが復権
- 先行してECサービスを構築してきた企業（Wal-Martなど）が業績を回復
- 在宅需要を駆動したサービスの発展
- テレヘルス、テレメディスン 等
- 健康に対する関心の高まり
- COVID-19により全米の肥満度が上昇→対策へ
- 代用肉、代用牛乳に対する新たなニーズも

COVID-19により消費財流通はEC対応に転換。ECの準備ができる体力ある企業が先行し、優勝劣敗が進む。ミールキットの再評価や健康食材などのニーズも



欠品の発生=消費者のNB離れにも



小売業はBOPISなど「タッチレス」に向けたサービスを加速。

# アメリカの流通と消費者2020（流通経済研究所セミナー）

## 第2回：2020年9月「米国流通・サービスの変化」

### 1. 米流通の基本情報

#### 《報告ヘッドライン》

- 2020年の景況感の推移をCOVID-19の感染者数の推移と連動する形で考察
- COVID-19感染者は9月を底に再び増加傾向
- 小売販売動向は、4月を底に前年同月レベルまで回復。夏頃には小売状態に
- 秋頃から消費者信頼感指数も不透明感を増す

10月後半からCOVID-19の感染者数が増加傾向にあることから、流通への影響が加速する恐れがある。

### 2. 2020年以降の米流通「アメリカ流通と消費者 アップデートNo.2」

#### 《報告ヘッドライン》・COVID-19の広がりに伴う、消費減速の動き

- 高止まりする失業率：2020年2月3.8%→5月13~16%→10月6.9%
- 公的支援の乏しさ
- 欧州の動き（「明日は我が身」として注目）
- 生活防衛としての節約意識が表面化
- 百貨店やGMSは苦境
- リミテッドアソートメントストア（Aldi等）やドラッグストアが発展（前回の景気後退期と同様の動き）
- 地方の中小売業におけるPB化の進展
- 地方食品小売業の中には、ドライブスルーやイートイン、ミールキットなど、コロナ対応を意図した高機能化店舗も（写真）
- ECは成長が続く。配達体制の整備が急務
- Wal-Martがアマゾンプライムの対抗策を開始（Wal-Mart+）
- クリスマス商戦に向けた供給量増が課題

先行きの不透明感が新たな需要創出につながるケースも見られる（貯蓄率の増加に伴う消費拡大など）。流通業界は「タッチレス」を軸にしたサービス提案が続く

### 2020年に店舗数を縮小する小売業（米国）

Adcena Retail Group	1,600店舗
Pier 1 Imports	950店舗閉鎖
ステージストア	全700店舗
Macy's	1/5を閉鎖予定
Gap	230店舗
ウォルグリーン	200店舗



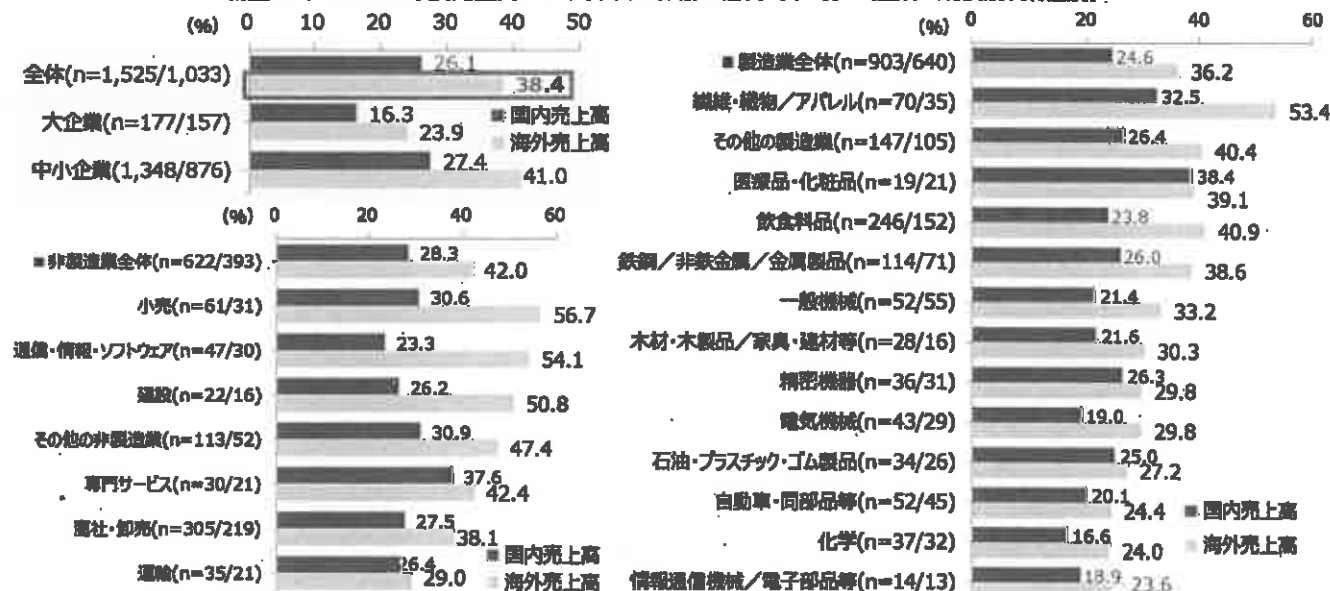
集ごもり消費に対応し、ミールキットを拡充した売場の例（H.E.B(Austin, TX)）

# 日本企業の海外事業展開に関するアンケート結果

## 海外売上の減少率、国内よりも大きい

- ✓ 新型コロナによる2020年度の海外売上高の減少幅（平均）は38.4%となった。国内売上の減少幅（26.1%）に比べ10%ポイント以上高い。業種別でも、全ての業種において、国内よりも海外の減少幅が大きい。
- ✓ 国内・海外ともに、非製造業の売上の減少幅が大きい。海外売上高の減少幅を業種別にみると、製造業では「繊維・織物/アパレル」（53.4%減）、非製造業では「小売」（56.7%減）で減少幅が大きい。

新型コロナの2020年度売上高へのマイナスの影響の程度（平均）（全体、規模別、業種別）



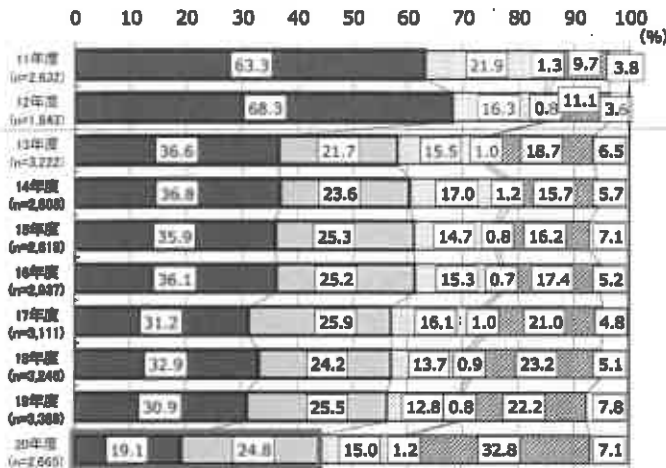
（注）①の集計対象（n=国内売上高/海外売上高）について、国内（海外）売上高は新型コロナの2020年度の国内（海外）売上高の影響で「マイナスの影響」と回答した企業のうち、減少率を回答した企業数。うち、海外売上高のnは、「総出企業（鉄鋼）」（総出をしている企業のうち、海外進出をしていない企業）と「海外進出企業」（海外拠点（代理店は含まない）をもつ企業）の回答数。国内・海外売上高ともに「無回答」を除く。②国内および海外のnがいずれも10以上の業種のみ掲載。③左側の業種名のうち、木材・木製品/家具・建材等は「木材・木製品/家具・建材/紙/パルプ」、自動車・同部品等は「自動車・同部品/その他輸送機器」、情報通信機械/電子部品等は「情報通信機械/電子部品・デバイス」の略称。

出所：JETRO海外調査部2020年度日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査

# 海外拠点の事業拡大方針は過去最低なるも、新規の進出意欲は一定程度ある

- ✓ 今後（3年程度）の海外進出方針については、「海外進出の拡大を図る」企業の比率は過去最低となった。特に既存の海外拠点を拡大すると回答した企業の比率は19.1%と前年（30.9%）から大幅に縮小した。
- ✓ 一方で、「今後、新たに進出したい」とする企業の比率は微減にとどまり、進出意欲に表はは見られなかった。

今後の海外進出方針（時系列）

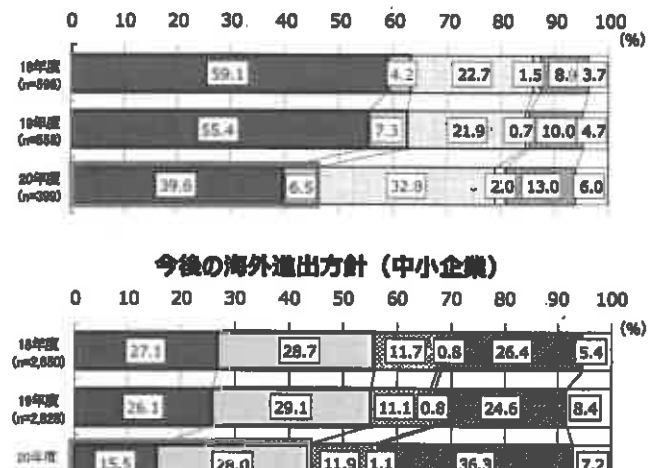


海外進出の拡大を図る

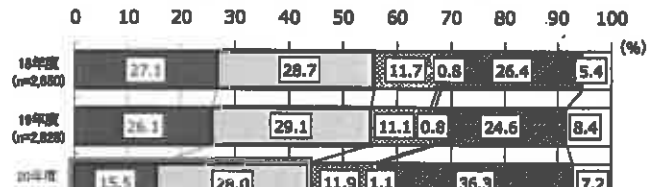
- さらに拡大を図る
- 新たに進出したい
- 現状を維持する
- 縮小、撤退が必要と考えている
- 今後とも海外への事業展開は行わない
- その他

[注]① nは無回答を除く企業数。② 2011年度、2012年度の「海外進出の拡大を図る」は「新規投資または海外の既存事業の拡充」と回答した企業の比率。

今後の海外進出方針（大企業）



今後の海外進出方針（中小企業）



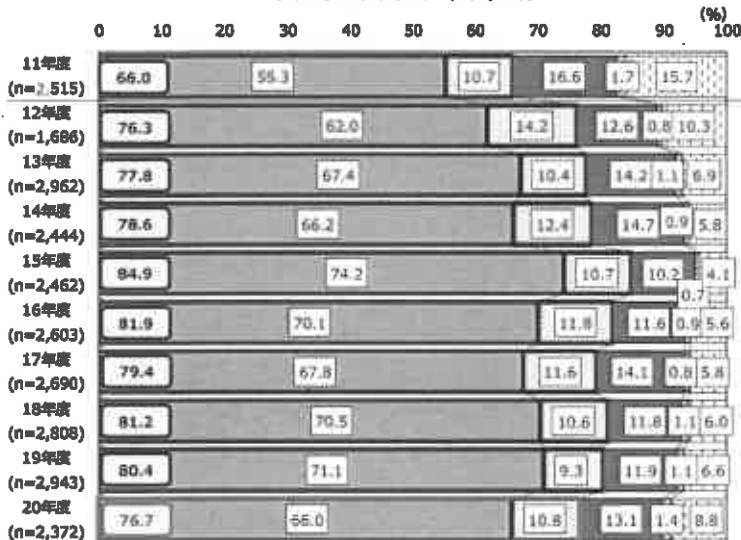
- さらに拡大を図る
- 新たに進出したい
- 現状を維持する
- 縮小、撤退が必要と考えている
- 今後とも海外への事業展開は行わない
- その他

出所：ジェトロ海外調査部2020年度日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査

# 輸出拡大意欲は3年ぶりに減退、再開への期待もある

- ✓ 今後（3年程度）の輸出方針については、「輸出の拡大を図る」企業は76.7%と、3年ぶりに8割を切った。特に大企業の同割合は、前回調査から約10%落ち込んだ。
- ✓ 新型コロナウイルスの影響で輸出拡大意欲が減退する一方、「縮小、撤退を検討する」割合は横ばいを維持。また、「今後、新たに取り組みたい」とする企業の比率は、4年ぶりに増加に転じた。状況が落ち着き次第輸出を再開または拡大させたいとのコメントも寄せられた。

今後の輸出方針（時系列）

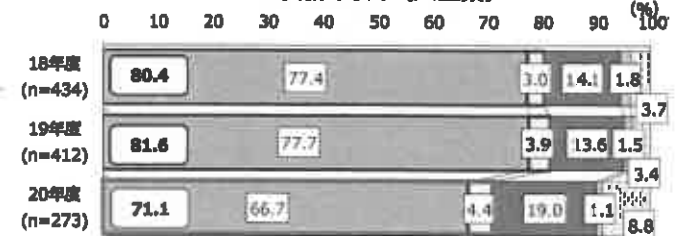


輸出の拡大を図る

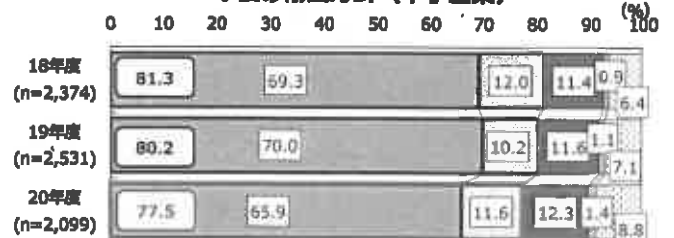
- さらに拡大を図る
- 今後、新たに取り組みたい
- 現状を維持する
- 縮小、撤退を検討する
- 今後とも行う予定はない

[注] nは「輸出を行う業種ではない」（2012年度に新規）、「無回答」を除いた企業数。

今後の輸出方針（大企業）



今後の輸出方針（中小企業）



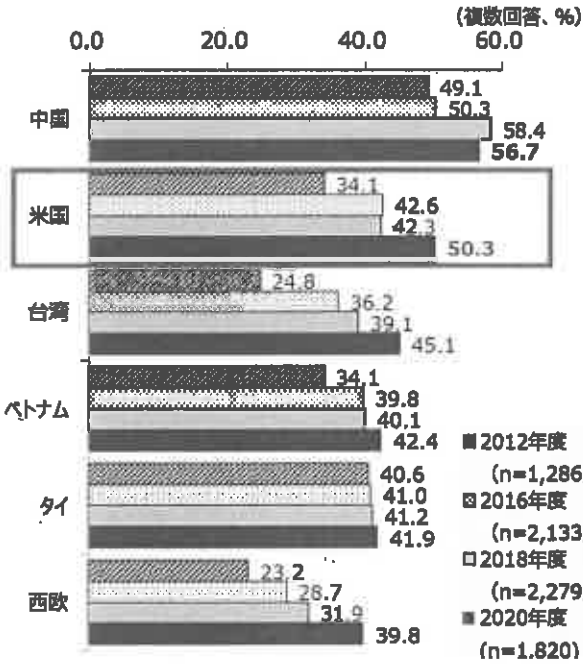
出所：ジェトロ海外調査部2020年度日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査



## 輸出ターゲットは中国が最多も、他国への分散傾向顕著に

- ✓ 今後輸出の拡大を図る企業がターゲットとする国・地域は中国が最多（56.7%）。引き続き約6割を維持したが、前回調査より比率が減少し地点の米国（50.3%）との差は縮小。米国以外の国・地域の回答比率も押し並べて上昇。
- ✓ 製造業では特に米国と西欧、非製造業では台湾の回答比率が、それぞれ大きく上昇した。

今後の輸出ターゲットとする国・地域（全体、時系列）



今後の輸出ターゲットとする国・地域（製造業／非製造業別）

製造業 (n=1,094)				非製造業 (n=726)			
順位	国・地域名	シフト		順位	国・地域名	シフト	
		FY20	FY18→20			FY20	FY18→20
1	中国	59.3	△1.2	1	中国	52.8	△2.1
2	米国	57.4	+9.2	2	台湾	43.3	+7.1
3	台湾	46.3	+5.3	3	ベトナム	42.3	+0.1
4	西欧	45.9	+9.1	4	タイ	39.9	+0.2
5	タイ	43.2	+1.1	5	米国	39.5	+6.9
6	ベトナム	42.5	+3.7	6	シンガポール	33.7	+3.4
7	シンガポール	33.8	+1.8	7	香港	31.0	+0.5
8	香港	32.7	+3.1	8	西欧	30.7	+6.9
9	インドネシア	30.7	+1.9	9	マレーシア	28.7	+0.4
10	マレーシア	28.9	+1.7	10	インドネシア	28.2	+0.5

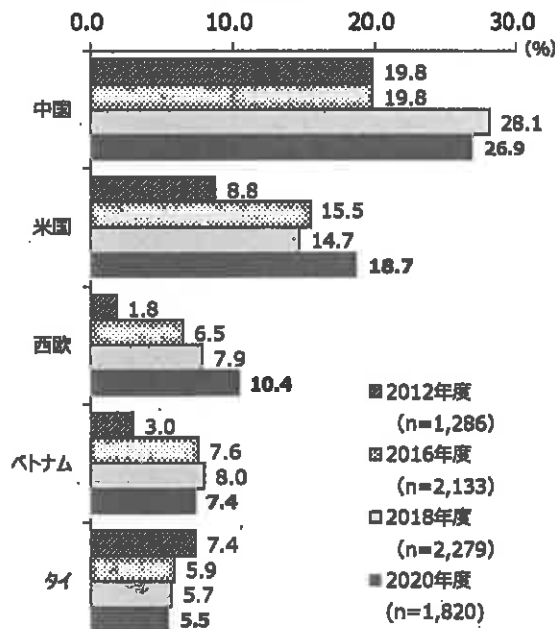
【注】①nは、今後の輸出方針で「さらに輸出の拡大を図る」、「今後、新たに輸出に取り組みたい」と回答した企業数（左図、右表とも）。②2020年度調査で、今後の輸出ターゲット国・地域としての回答比率上位10カ国・地域のみ（左図は6カ国・地域、右表は10カ国・地域）掲載。③右表の増減は2018年度から3%ポイント以上増加した国・地域。

出所：ジェトロ海外調査部2020年度日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査

## 先進国・地域を最重要輸出先とする回答比率が上昇

- ✓ 最も重視する輸出先としては、輸出の拡大を図る企業の26.9%が中国と回答。米国（18.7%）、西欧（10.4%）と続く。米国と西欧を最重要視する企業の比率が上昇。また、中国と欧米だけで全体の6割を占める。
- ✓ 最重要輸出国・地域に輸出を行う商品については、食品や機械等多岐に渡る回答が1,654社から得られた。商品名として特定性の高い単語に絞って抽出すると、化粧品関連や日本酒への言及が多い。

今後の最も重視する輸出先（全体、時系列）



最重要輸出先に輸出を行う商品名として頻出する単語

順位	抽出語	具体的な商品名の例	回答企業数
1	化粧品	化粧品、化粧品原料、化粧品ミラー、化粧筆	55
2	日本酒	日本酒	47
3	自動車	自動車、自動車部品、中古自動車	40
4	雑貨	生活雑貨、インテリア雑貨、服飾雑貨	34
5	健康	健康食品、健康機器	30
6	菓子	和菓子、ベビー向け菓子、洋菓子	19
7	米	精米、オーガニック米、発芽玄米、米粉、米油、米菓、純米大吟醸、包装米飯	18
8	冷凍	冷凍食品（農林水産物、調理加工品）、産業用冷凍機	17
9	清酒	清酒	16
10	医療	医療機器（カテーテル、注射針等）、医療機器部品、医療用洗浄剤、医療用下着	15

左図【注】①nは、今後の輸出方針で「さらに輸出の拡大を図る」、「今後、新たに輸出に取り組みたい」と回答した企業数。②2020年度で「最も重視する輸出先」との回答比率上位10カ国・地域のみ掲載。

右表【注】今後輸出のターゲットとする最重要国・地域に向けて輸出を行う（行いたい）商品を記入した1,654社の回答より、特定性のある単語に絞って表示。

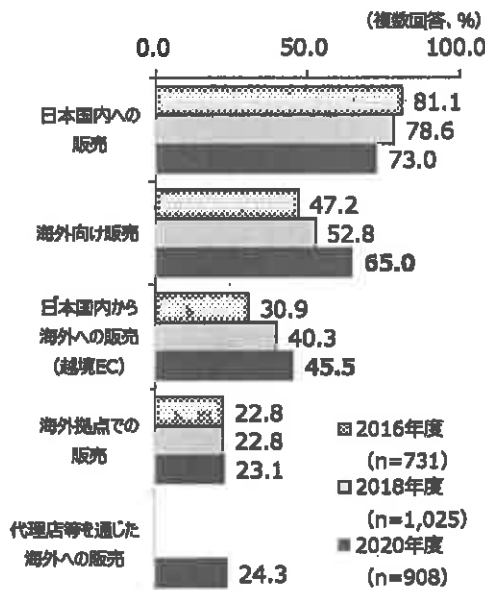
出所：ジェトロ海外調査部2020年度日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査

# EC利用企業のうち65%が海外向け販売でECを活用

- ✓ 販売でECを利用したことがある企業のうち、海外販売でECを利用したことがある企業の割合は、合計65.0%。
- ✓ 日本国内から海外向けに越境ECを利用したことがあると回答した企業の割合は45.5%。中小企業の利用率が高い。
- ✓ 利用率を業種別にみると、医薬品・化粧品、一般機械で越境ECの利用率が高い。

ECの利用状況（全体、時系列）

海外向け販売におけるECの利用状況内訳（規模別、業種別）



[注]①nは「ECを利用したことがある」と回答した企業から、「現在は利用していない」を除いた企業数。②「代理店等を通じた海外への販売」は2020年度に新設。

業種	社数	日本国内から海外（越境EC）	海外での販売	海外拠点での現地販売	海外拠点から第三国への販売	代理店等を通じた販売
全体	908	45.5	23.1	21.5	6.7	24.3
大企業	115	34.8	39.1	36.5	11.3	24.3
中小企業	793	47.0	20.8	19.3	6.1	24.3
製造業	554	44.4	24.5	22.6	7.0	27.1
飲食料品	199	35.7	17.6	17.1	3.0	25.6
繊維・織物/アパレル	50	48.0	20.0	16.0	10.0	14.0
木材・木製品/家具・建材/紙パルプ	27	55.6	11.1	11.1	3.7	29.6
医薬品・化粧品	26	61.5	38.5	38.5	7.7	34.6
石油・プラスチック・ゴム製品	24	37.5	20.8	20.8	-	25.0
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	37	45.9	21.6	18.9	5.4	32.4
一般機械	22	63.6	40.9	36.4	22.7	40.9
電気機械	21	28.6	38.1	33.3	14.3	19.0
精密機器	21	52.4	19.0	19.0	-	28.6
その他の製造業	91	50.5	31.9	28.6	11.0	31.9
非製造業	354	47.2	20.9	19.8	6.2	20.1
商社・卸売	183	46.4	20.8	19.7	5.5	19.1
小売	72	58.3	16.7	16.7	1.4	23.6
通信・情報・ソフトウェア	32	50.0	37.5	37.5	15.6	18.8
その他の非製造業	47	38.3	19.1	14.9	12.8	27.7

[注]①nは「ECを利用したことがある」と回答した企業から、「現在は利用していない」を除いた企業数。②回答企業数が10社未満の業種は掲載していない。③網掛けは海外向け販売の比率が60%以上であることを示す。

出所：ジェトロ海外調査部2020年度日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査

## 製造業を中心に海外進出の拡大意欲が大きく低下

- ✓ 製造業を中心に既存の海外拠点の拡大を図る比率が大きく低下、前年度から10%以上下げた業種も。
- ✓ 今後の海外進出方針について、「コロナ禍により先行き不透明」など新型コロナ感染拡大の影響を指摘する声が多く寄せられた。一方、「コロナが落ち着けば、海外展開を加速」とコロナ後を見据えたコメントもみられた。

今後の海外進出方針（業種別）

今後の海外進出方針に関するコメント

業種	社数	海外進出の拡大を図る					現状を維持する	縮小	その他
		現在、海外に拠点を設け、今年、拡大を図る	現在、海外に拠点を設け、今年、拡大を図りたい	現在、海外に拠点を設け、今年、維持する	現在、海外に拠点を設け、今年、縮小を図る	現在、海外に拠点を設け、今年、縮小を図りたい			
全体	2,665	43.9	19.1	24.9	15.8	1.2	32.8	7.1	
製造業	1,796	42.9	19.3	23.6	16.0	1.1	32.8	7.2	
飲食料品	375	36.0	10.4	25.6	5.9	0.8	51.5	5.9	
繊維・織物/アパレル	85	41.2	12.9	28.2	11.8	1.2	37.6	8.2	
木材・木製品/家具・建材/紙パルプ	46	45.7	21.7	23.9	17.4	0.0	30.4	6.5	
化学	58	44.8	29.3	15.5	27.6	0.0	19.0	8.6	
医薬品・化粧品	46	65.2	32.6	32.6	8.7	0.0	19.6	6.5	
石油・プラスチック・ゴム製品	55	32.7	20.0	12.7	40.0	1.8	23.6	1.8	
産業・土石	19	52.6	26.3	26.3	21.1	0.0	26.3	0.0	
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	156	37.8	20.5	17.3	19.2	1.3	35.3	6.4	
一般機械	91	52.7	30.8	22.0	16.5	1.1	19.8	9.9	
電気機械	71	47.9	31.0	16.9	26.8	2.8	16.9	5.6	
情報通信機械/電子部品・デバイス	32	37.5	28.1	9.4	31.3	3.1	25.0	3.1	
自動車・同部品/その他輸送機械	67	44.8	31.3	17.4	37.3	4.5	13.4	0.0	
精密機器	63	54.0	20.6	33.3	12.7	0.0	22.2	11.1	
その他の製造業	232	46.1	15.5	30.6	12.9	0.4	28.0	12.5	
非製造業	1,269	44.9	18.9	26.0	13.9	1.4	32.9	6.9	
商社・卸売	573	45.5	19.2	26.4	13.6	1.4	34.0	5.4	
小売	128	39.8	7.8	32.0	7.8	0.8	46.1	5.5	
百貨	78	47.4	21.8	25.6	28.2	0.0	17.9	6.4	
運輸	54	46.3	35.2	11.1	20.4	1.9	27.5	3.7	
金融・保険	59	13.6	13.6	0.0	27.1	1.7	44.1	13.6	
通信・情報・ソフトウェア	117	53.0	20.5	32.5	11.1	2.6	24.8	8.5	
専門サービス	65	44.6	18.5	26.2	15.4	3.1	27.7	9.2	
その他の非製造業	195	49.7	20.5	29.2	8.7	1.0	31.3	9.2	

[注]①nは「無回答」を除く企業数。②網掛けは2019年度の回答比率から10%ポイント以上増加、網掛けは10%ポイント以上減少。

- 【海外進出の拡大を図る】**
- コロナ後を見据え、海外市場開拓は必須（商社・卸売ほか）
  - 複数地域にマーケットを持つことがリスク分散（飲食料品）
  - リアルタイムな営業支援（一般機械）
  - 既存顧客のアフターサービスの継続（商社・卸売）
- 【現状を維持する】**
- 現状では様子見。まずは足元の体制を固める（電気機械ほか）
  - リソースに限りがあるため、現状維持を重視（化学）
  - 各拠点の黒字化が優先事項（商社・卸売）
- 【今後とも事業展開はしない】**
- コロナ禍で海外事業展開が見通せない（飲食料品）
  - 越境ECなど、オンラインを活用、海外拠点は必須ではない（金属製品ほか）
  - 現状のビジネス規模であれば輸出で対応可（商社・卸売）

出所：ジェトロ海外調査部2020年度日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査



# 繊維／アパレルや小売、医療品・化粧品等でEC利用率が50%超

✓ EC利用率を業種別にみると、繊維・織物／アパレル、小売、医療品・化粧品、木材・木製品／家具・建材／紙パルプ、飲食料品でEC利用率が50%以上となった。

EC利用の有無（業種別）

業種	社数	EC利用の有無 (%)							無回答
		利用したこと がある	利用したこと があり、今後も さらなる利用を 拡大する	利用したこと があり、今後も 現状を維持す る	利用したこと があり、今後 利用を縮小す る	利用したこと がないが、今 後も利用を 検討している	利用したこと がない、今後 も利用する 予定はない	利用したこと はないが、現 在は利用し ていない	
全体	2,722	33.3	23.7	8.3	1.3	20.2	42.4	3.2	0.9
製造業	1,429	38.8	28.1	9.4	1.3	20.1	37.1	3.1	1.0
飲食料品	380	52.3	41.6	8.9	1.8	25.0	19.2	3.2	0.3
繊維・織物／アパレル	88	56.8	46.6	9.1	1.1	19.3	17.0	5.7	1.1
木材・木製品／家具・建材／紙パルプ	49	55.0	36.7	16.3	2.0	8.2	28.6	2.0	6.1
化学	59	22.1	11.9	10.2	-	15.3	57.6	3.4	1.7
医薬品・化粧品	47	55.3	48.9	6.4	-	29.8	12.8	-	2.1
石油・プラスチック・ゴム製品	56	42.9	30.4	12.5	-	16.1	39.3	1.8	-
窯業・土石	20	40.0	30.0	10.0	-	20.0	40.0	-	-
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	161	23.0	17.4	5.0	0.6	19.9	53.4	3.1	0.6
一般機械	92	23.9	17.4	6.5	-	18.5	52.2	3.3	2.2
電気機械	72	29.7	13.9	12.5	2.8	11.1	56.9	2.8	-
情報通信機械／電子部品・デバイス	32	21.9	-	21.9	-	6.3	53.1	18.8	-
自動車・同部品／その他輸送機器	69	11.5	5.8	4.3	1.4	17.4	66.7	4.3	-
精密機器	65	32.3	16.9	12.3	3.1	20.0	44.6	1.5	1.5
その他の製造業	239	38.2	26.4	10.5	1.3	21.3	38.1	1.3	1.3
非製造業	1,293	27.4	18.8	7.2	1.4	20.4	48.2	3.2	0.8
商社・卸売	584	31.3	22.4	7.4	1.5	23.8	40.2	4.1	0.5
小売	128	56.2	39.8	15.6	0.8	17.2	22.7	3.1	0.8
建設	78	1.3	1.3	-	-	23.1	73.1	2.6	-
運輸	55	10.8	3.6	3.6	3.6	5.5	78.2	-	5.5
金融・保険	62	6.4	3.2	3.2	-	4.8	85.5	-	3.2
通信・情報・ソフトウェア	118	27.1	16.1	9.3	1.7	17.8	50.8	4.2	-
専門サービス	65	13.9	7.7	3.1	3.1	21.5	63.1	1.5	-
その他の非製造業	203	23.2	15.8	6.4	1.0	21.7	51.7	3.0	0.5

〔注〕①nは本調査の回答企業総数。②横りつぶしはECを利用したことがあると回答した企業のうち「現在は利用していない」と回答した企業を除いた割合が、50%以上の業種。

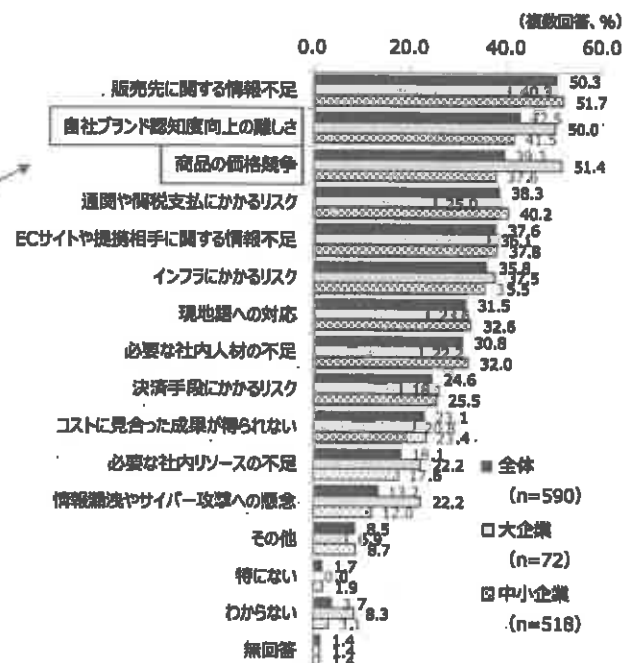
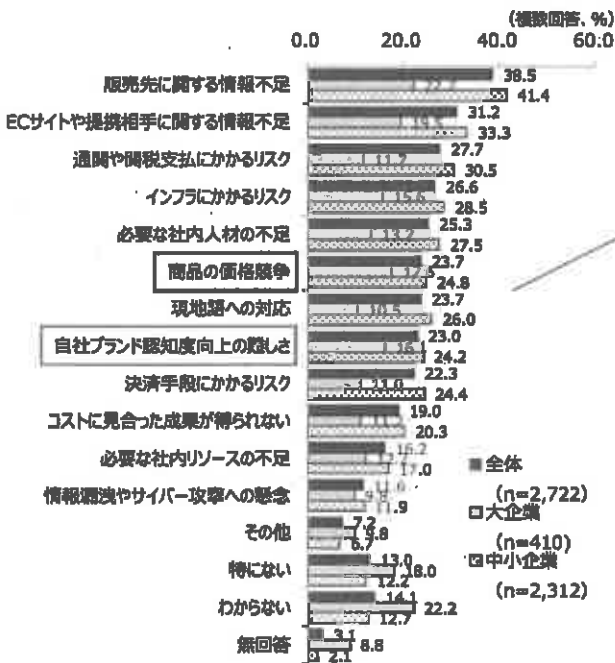
出所：ジェトロ海外調査部2020年度日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査

# EC利用企業から自社ブランドの認知度向上が課題との声

✓ EC利用の課題として、販売先に関する情報不足（38.5%）やECサイトや提携相手に関する情報不足（31.2%）が挙げられた。海外向けの販売でECを利用している企業では、販売先に関する情報不足（50.3%）に加え、自社ブランド認知度向上の難しさ（42.5%）や商品の価格競争（39.3%）を挙げる声が目立った。EC利用におけるプロモーションの重要性や価格競争の激しさが示唆される。

EC利用の課題（規模別）

EC利用の課題（規模別、海外販売でECを利用する企業）



〔注〕nは本調査の回答企業総数。

〔注〕nは海外販売でECを利用している企業数。

出所：ジェトロ海外調査部2020年度日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査

# 個別トピック

## 米国主要展示会情報

- ✓ 全てのイベントが中止もしくはオンライン講演会開催となり、認知度獲得に向けたイベントは開催されず。
- ✓ 2021年の計画も軒並み日程変更が行われている。

展示会名	開催地	開催期間	出展社数	来場者数	展示内容	6/17 中止	6/24 中止	7/7 中止	10/20 中止	11/13 中止	11/18 中止	2021年 予定
NASFT Winter-ファンシーフードショー	サンフランシスコ	1/19~1/21	1,400社	25,000人	中小食品メーカーのアイデア・ユニーク商品、特にガラム食品、菓子、飲料等	中止	中止	中止	中止	中止	中止	21/1/17~1/19 OL:1/19~1/22
NATURAL PRODUCTS EXPOEAST-ナチュラルプロダクトエキスポイースト	アナハイム	3/5~3/7	3,600社	86,000人	果菜・豆/豆、健康食品（オーガニック、自然食品）、栄養補助食品、各種サプリメント、飲料(機能性飲料、健康飲料)、野菜、冷凍食品、化粧品、衣料等	中止	中止	中止	次回予定	中止	中止	21/3/3~3/6 =>3/24~3/27
International Restaurant & Foodservice Show of New York	ニューヨーク	3/8~3/10	547社	15,281人	レストラン事業で成功するための要素（内装、備具、食材、シェフ）などに関する、現場スタッフには見逃しのない展示会	中止	中止	中止	次回開催予定	次回予定変更	中止	21/3/7~3/9 =>7/19~7/20
Supply Side East 2020 - アメリカ健康食品展	シカゴ	4/21~4/22	250社	3,500人	20年の歴史がある世界最大級の健康食品展。食品原料、オーガニック原料、機能性原料、食品添加剤	中止	中止	中止	次回予定	中止	中止	21/4/13~4/14 =>21/5/22~5/23 =>21/8/24~8/25
NRA SHOW-レストラン・ホテル・モータールー	シカゴ	5/16~5/19	2,300社	42,557人	毎年開催される外食産業最大規模の展示会-食材から調理器具、付属品まで展示	中止	中止	中止	次回開催予定	中止	中止	21/5/22~5/25
SWEETS & SNACK EXPO - 全米菓子専門見本市	シカゴ	5/19~5/21	830社	15,000人	毎年開催され、スナック分野が毎年成長しているアメリカ最大の菓子専門見本市 (IBALL CANDY EXPO)	中止	中止	中止	次回開催予定	次回予定変更	中止	21/5/24~5/27 =>6/23~6/25
NASFT Summer-ファンシーフードショー	ニューヨーク	6/28~6/30	2,550社	17,500人	ガラム食品を扱う中小食品メーカーのアイデア・ユニーク商品、特にガラム食品、菓子、飲料等	中止	中止	中止	次回開催予定	中止	中止	21/6/27~6/29
IFT-アメリカ食品展見本市	シカゴ	7/13~7/15	1,200社	17,000人	毎年開催される世界最大規模の食品原料展。機能性原料（ビタミン、ミネラル、糖）類・食物繊維類、食品添加剤（調味料、甘味料、膨張剤等）、天然原料（果実・野菜原料、トースト原料等）	中止	中止	中止	次回開催予定	中止	中止	21/7/19~7/21
NATURAL PRODUCTS EXPO EAST-ナチュラルプロダクトエキスポイースト	フィラデルフィア	9/23~9/26	1,300社	29,000人	果菜・豆/豆、健康食品（オーガニック、自然食品）、栄養補助食品、各種サプリメント、飲料(機能性飲料、健康飲料)、野菜、冷凍食品、化粧品、衣料等	中止	中止	中止	次回開催予定	中止	中止	21/9/22~9/25
Supply Side West 2020 - アメリカ健康食品展	ラスベガス	10/29~10/30	1,300社	18,500人	20年の歴史がある世界最大級の健康食品原料展。食品原料、オーガニック原料、機能性原料、食品添加剤	中止	中止	中止	次回開催予定	中止	中止	21/10/25~10/28
PACK EXPO 2020-包装展	シカゴ	11/9~11/13	2,300社	45,000人	Healthcare Packaging EXPOが同時開催される全米最大の包装展	中止	中止	中止	次回開催予定	中止	中止	21/9/27~9/29
PLMA-プライベートブランド製造業協会	シカゴ	11/15~17	1,400社	20,000人	PB専門の食品展。スーパーマーケット、ドラッグ・チェーン、量販店、卸売業者、ディスカウントとコンビニエンスストアなど/製品とその供給元を見つかる場として年2回開催されている	中止	中止	中止	次回開催予定	中止	中止	2021秋 (明確な日付 未定)
Japanese Food and Restaurant Expo - 共同興業	ニューヨーク	9/21			PB専門の食品展。スーパーマーケット、ドラッグ・チェーン、量販店、卸売業者、ディスカウントとコンビニエンスストアなど/製品とその供給元を見つかる場として年2回開催されている	中止	中止	中止	次回開催予定	中止	中止	-

# クルーズ再開へ米CDCの新指令

クルーズ船でのコロナウイルスまん延防止のために米疾病対策センター（CDC）は、大型客船の米国領海での全面運航停止令を3月に発令以来、すでに4度延期して最終的に10月31日までとなっていた。同時に業界団体クルーズライン国際協会（CLIA）も自主的な運航停止期間を何度も延長する異例な事態が続いていた。

10月末の期限決定時、一部メディアはCDCは来年2月までを主張したが、大統領府の介入で変更になったと伝えていた。この間、欧州では6月に小型船のクルーズ再開が始まり、8月にはCLIA会員会社の船客2000人超の大型船2隻が行政の協力を得て、イタリアクルーズを感染者なしに成功裏に実施している。

9月にCLIAは医療専門家を含めたパネルを立ち上げクルーズ再開のための74項目のウイルス対応と新しいクルーズのあり方の指針をCDCに提案した。10月30日、期限終了前日にCDCは運航停止令を解除、代わりに「条件付き運航指令」を発表した。安全で責任あるクルーズ再開までには4段階を通過しなければならない。第1段階は、現在待機中の船上にいるすべてのクルーの検体を採取し、認定された医療機関でPCR検査を行う。第2にクルーと船客として関係者やボランティアを乗せ、コロナ防止のための船客とクルーすべての行動を模擬演習する試運転航海を行う。

第3にCDCが試運転を通じて各クルーズ船の安全とウイルス防止対応を査定して合格なら航海許可証を交付。最後に通常の船客を乗せたクルーズ開始と、CDCが最後まで監視・監督する厳しさだ。特にクルーの健康管理と船客を含めての徹底したPCR検査を重視している。

CDCの、クルーズは狭い密閉空間で感染が容易で、しかもその検出が困難という基本理解は変わっていないようだ。運航停止令解除直前の10月末にも、全世界へのクルーズ旅行を当面控えて延期するよう国民に勧告している。

新指令の終了期限は21年11月1日。CDCはこの指令に、9月のCLIAパネルの74項目の提案の一部を取り入れたことを認めている。

条件付き運航指令の具体的内容はCDCの解説書に詳説されるがポイントは以下の通り。

- ・クルーズは最大7日間に限定されるが、感染状況に応じて短縮、延長があり得る。
- ・新たに乗船するクルーはPCR検査後14日の隔離を課せられる。下船時も検査を受ける。
- ・すべての船客は乗下船時に陸上の認定検査機関による検査を受け、結果は乗下船前に判明しなければならない。
- ・船上の医療体制を強化しPCR検査ができる設備と体制を確立。クルーは毎週検査を受ける。

新指令の求める多くの要請事項やCDCへの事前通告期間を考慮すれば、実際のクルーズ再開は早くても来年2月頃と専門家は予測する。すでに年末までの航海の多くは取り消されている。いくつかの業界アンケートによる来年以降のクルーズ需要展望は明るいようだが、今回の制度改定による多大なコスト負担、予想される船客数減少という厳しい環境下でのクルーズ会社の今後の経営構造がどう変わるか注目される。

出所：TRAVELJOURNALONLINE2020/11/30

## JETROの海外プラットフォーム

デジタルを活用したジェットロの新たな海外展開支援 —地域の中小企業が海外市場とダイレクトにつながる 新たなデジタル・プラットフォームを構築—

2020年07月08日

ジェットロは「デジタルを活用したジェットロの新たな海外展開支援」に於いて、専門家委員会を再編しました。変更は次のとおりです。

### デジタルへの切り替えが進む海外ビジネス

1. 新型コロナウイルスの影響により、「フェーストゥフェース」のビジネスが縮小を余儀なくされている。従来の海外展覧会や商談会、買取会場の減少が顕著である。日本企業のビジネス機会を最小限に食い止めるため、ジェットロは既存事業を順次オンラインに移行しはじめた。
2. 今後、ジェットロはカーブのデジタル化を本格的に進めることにより、出展・対面を代替とし、レタリメントな企業支援プラットフォームを構築する。「マッチング」や「情報提供・コンサルティング」など、企業ニーズを取り組み段階に応じて、迅速かつ柔軟なサービスを提供。場所を問わず海外市場にチャレンジできる環境を醸成し、より多くの企業が海外ビジネスで成功できるよう支援する。

### 海外の主要ECサイト、バーチャル展示会等と連携し付加価値の高い商談機会を提供

1. 拡大する世界のEC市場  
2020年の小売市場はマイナス5.7%成長が予測される中、EC市場は増収比18.5%成長、世界小売市場の約17%（約3.9兆円）を占める見込み。全地域でEC市場はプラス成長となり、日本（5.9%）以外の主要国は15〜20%成長。
2. Japan Mall事業の成果と拡張（B to C）  
食品、化粧品、日用品、生活雑貨等を中心に、海外の主要ECサイトによる日本商品の高い取り引きを支援し、輸出拡大を推進する「Japan Mall 伊勢」（19年稼働開始）は、2019年度は16ヵ国24都府県で事業を進展し、販入822社、3,011商品の輸出に成功（取引総額は89%増と）。新型コロナウイルス感染拡大も海外先約のECサイトが稼働している。2020年度は26ヵ国を対象に展開率を60以上に拡大、中国市場に向けては「中国デスク」を開設し、デジタル技術も積極活用して市場開拓を進める。
3. 支援対象をB to Bにも拡大しバーチャル展示会への新規出展を通じて輸出拡大を支援  
1. アリババ・チャイナとの連携により世界中のバイヤー企業にアクセス  
190カ国以上、1.5億人のバイヤーが登録するバーチャル展示会「Alibaba.com」に初出展。コロナ禍における中国・中小企業の輸出拡大のため、アリババ・チャイナと連携して400社を支援。データ分析なども活用し、参加企業の販路を強力にサポートする。
2. Alibaba.com以外にも日本企業のサイト運営企業との連携も検討中。バーチャル展示会への参加を通じて、コロナ禍における輸出拡大を支援する。
4. 業種のECサイトを立ち上げオンラインでマッチングを支援  
海外の有効バイヤー・EC事業者と、日本のメーカー・生産者の両者を繋ぐ業種別の業種マッチングサイト「ジェットロ・グローバルECカート（仮称）」を11月に開設予定。

### オンライン・コンサルティングで、海外情報の収集や戦略策定を効果的に支援

1. ジェットロは7月から「オンライン買取投資相談」「オンライン海外プリーフィング」をスタート。  
1. 買取投資相談では、従来の電話、ウェブ、メールに加え、オンライン買取での相談も受け付ける。オンラインの特性を生かし、必要に応じてアドバイザー、事業担当者、専任の調査員などをターゲットでサポートする。
2. 海外プリーフィングについても、ジェットロ・メンバー企業を対面し、これまで日本からの出展者に現地を提供していた現地情報や市場の最新動向などの情報を、オンラインを通じて日本にいるお客様にも提供する。
2. 「デジタルコンシエール」で海外ビジネスをきめ細かにサポート  
ユーザー企業が、ジェットロが提供するECサイト等を最大限に活用し、一件でも多くの取引成功につながるためのサポート体制として、新たに「デジタルコンシエール」を展開する。デジタルマーケティングやデジタルコンテンツ制作など、デジタルを活用した輸出のノウハウを提供する。情報アーカイブとオンライン相談により、事業期間下で企業に代わって支援が可能となる。

# 米軍基地精通者からの示唆

## 有限会社アンテナインタビューメモ（複数回）

### 【購買上のポイント】

- ・スーパーよりマーケット(市場)好きなのでそれを活かしたい
- ・基地の外へ買い物に行っても、英語での説明(そもそもそれが何であるのか、加工品であれば成分はなんであるか等)
- ・なかなか手に取って食することのハードルの高い商材がよいのでは(見たことない/食べたことない/食べてみただけ美味しくない)
- ・基地内ではヘルシーなものがない、テイクアウトだと経済的に厳しい
- ・基地の中のスーパーにはアメリカ食材があふれている
- ・基地ゲート外の空き地を活用してフリーマーケットを開催している(コロナ制限時は中止)
- ・海兵隊福利厚生機関と連携したバスツアーも催行していた(コロナ制限時は中止)

### 【商材選定】

- ・プロテイン等化学的なものを摂取しているので、ナチュラルなものがよい(スムージーもそういうものを好む)
- ・最近は海藻にも興味を持っている
- ・イモ類はポディービルダーのダイエット食であるが、紅イモ、さつまいも等日本の芋は糖度が高い印象を持っている

### 【訴求ポイント】

- ・栄養素と何故この土地でそうなるのかを伝えることが大事
- ・時期毎の食べ方を提案(例 シークワサー：青い時はこう、色がついたらこうか)
- ・長寿(ブルーゾーン)を軸にしたプロモーションはどうか
- ・価格では単純に負けてしまう
- ・米軍は昇進試験にも絡むのでPT(Physical Training)をやっている
- ・日本流の食べ方だけではなく、彼らの食スタイルに合わせたものが必要
- ・ミールソリューションに寄与するような調理器(例 インスタントポット)向けの調理方法などの訴求もよい

- ・現場を離れる年が若い(40くらいで定年)ので、ターゲットは健康に気をつかう将校クラスや軍属がよいのではないか
- ・過去基地内に茶道、華道の教室もあり、一定程度日本文化への関心はあると思われる

### 【訴求方法】

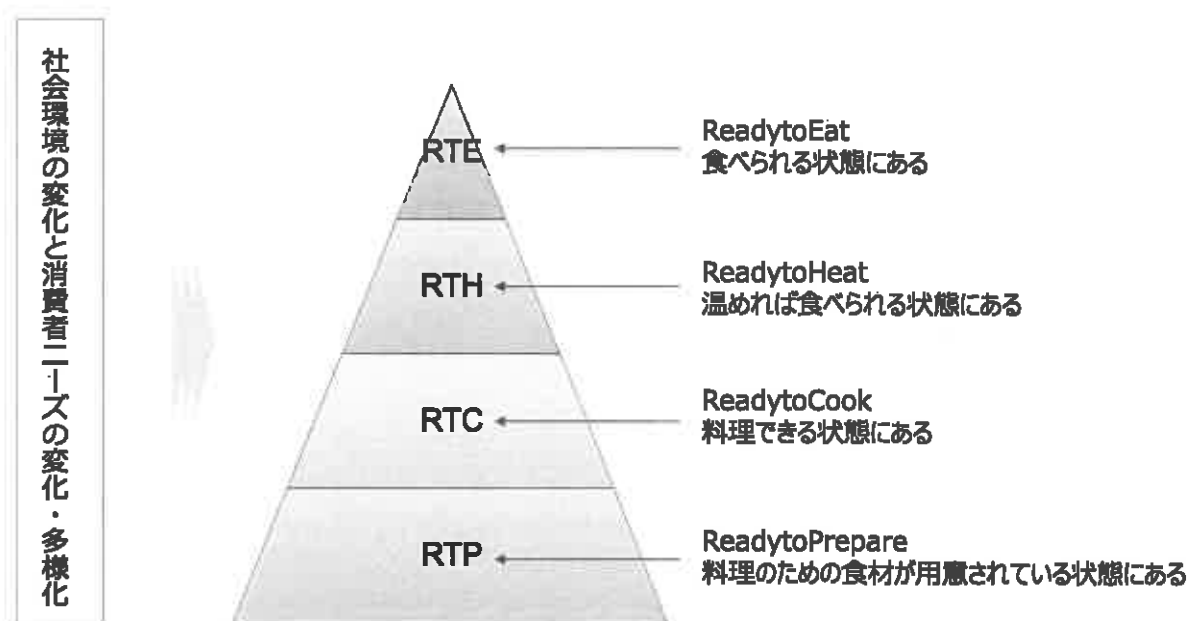
- ・動画を使った訴求においては、米Food Network(料理専門ケーブルチャネル)で行っている見せ方が、米国人が見慣れているのでよいのではないか

### 【その他】

- ・米軍だけではなく、OISTとの連携も有効

# ミールソリューション

✓ 米国におけるミールソリューション (FMI (米：フードマーケティングインスティテュート) )の考え方。



米国の成人女性(20~64歳)の就業率は、67%でそのうちフルタイムが82%を占める。外で一日働いていれば家庭で料理に費やす時間は「できるだけ短くしたい。」のが本音であり実際FMIの調査では、米国の主婦が夕食の支度にかかる時間は、15~20分にまで減っている。ミールソリューションとホームミールリプレイメントの動きは「おいしさはもちろんのこと、手作り感があって、栄養のバランスもいい。」という消費者ニーズの拡大を背景に市場を拡大させている。  
参考：日本成人女性(20~64歳)の就業率は70%、フルタイム比率63%

# ビジネスモデルキャンパス

✓ ビジネスモデルを俯瞰するためのフレームワーク。

<p><b>KP</b> Key Partners</p> <p>④<b>主要パートナー</b></p> <p>サプライヤーと 事業パートナー</p>	<p><b>KA</b> Key Activities</p> <p>⑦<b>主要活動</b></p> <p>企業がメインで行う活動</p> <p><b>KR</b> Key Resources</p> <p>④<b>経営資源</b></p> <p>事業に必要な資産</p>	<p><b>VP</b> Value Proposition</p> <p>②<b>価値提案</b></p> <p>提供する製品やサービス、 顧客価値</p>	<p><b>CR</b> Customer Relationship</p> <p>④<b>顧客との関係</b></p> <p>顧客に対してどのよ うな関係を結ぶか</p> <p><b>CH</b> Channels</p> <p>③<b>チャネル</b></p> <p>どのように顧客に価値を 届けるか、販売経路</p>	<p><b>CS</b> Customer Segmentation</p> <p>①<b>顧客セグメント</b></p> <p>ターゲットとする特定の顧 客グループ</p>
<p><b>C\$</b> Cost Structure</p> <p>⑨<b>コスト構造</b></p> <p>事業を運営するためのコスト構造</p>		<p><b>R\$</b> Revenue Streams</p> <p>⑤<b>収益の流れ</b></p> <p>生み出す売上の流れ</p>		