



RUSSIAN

BUSINESS
SUCCESS
GUIDE

ロシア
ビジネス
成功の秘訣

JETRO ジェトロ



はじめに

ロシア・ビジネスに 取り組んでみませんか？



一見、海外展開先として縁遠い印象を持たれるロシアですが、最近では消費者向けサービスの発展や日本製品の人気、日本の中小企業によるビジネス事例も生まれています。本書では、ロシア向けにビジネスを検討する中堅・中小企業の方々に向けて、ロシアの経済や市場概況に加え、ロシア・ビジネスに取り組む日本の中小企業事例や日本企業との協業に取り組むロシア企業事例をご紹介します。海外展開先の一つとしてロシアを捉える際の参考資料としてご活用ください。

ポテンシャルの ある大消費市場

2017年のGDP総額は世界第12位(11位は韓国、13位は豪州。日本は3位。)モスクワは人口が欧州第1位、サンクトペテルブルクは同3位(2位はロンドン)2017年の日本食レストランの数は2,400店(2015年比3割増) 出所:農林水産省

今後の新たな ビジネスの可能性

- 平均寿命の伸長に向けた健康・医療インフラの拡充
- 年間500万世帯以上の住環境改善
- 技術開発の加速、経済・社会分野へのデジタル技術導入促進

出所:2024年までの国家目標(2018年5月7日付大統領令)

世界のトレンドに乗った サービスがロシアでも拡大

- ショッピングモールやスーパー、DIYショップの充実。ファストフードの多様化
- 節約志向のニーズに沿ったファストファッションは店舗網を拡大
- Eコマース、タクシー配車アプリ、宅配サービス、シェアリングの普及



大型ショッピングモールが普及

高級ハンバーガーが定着

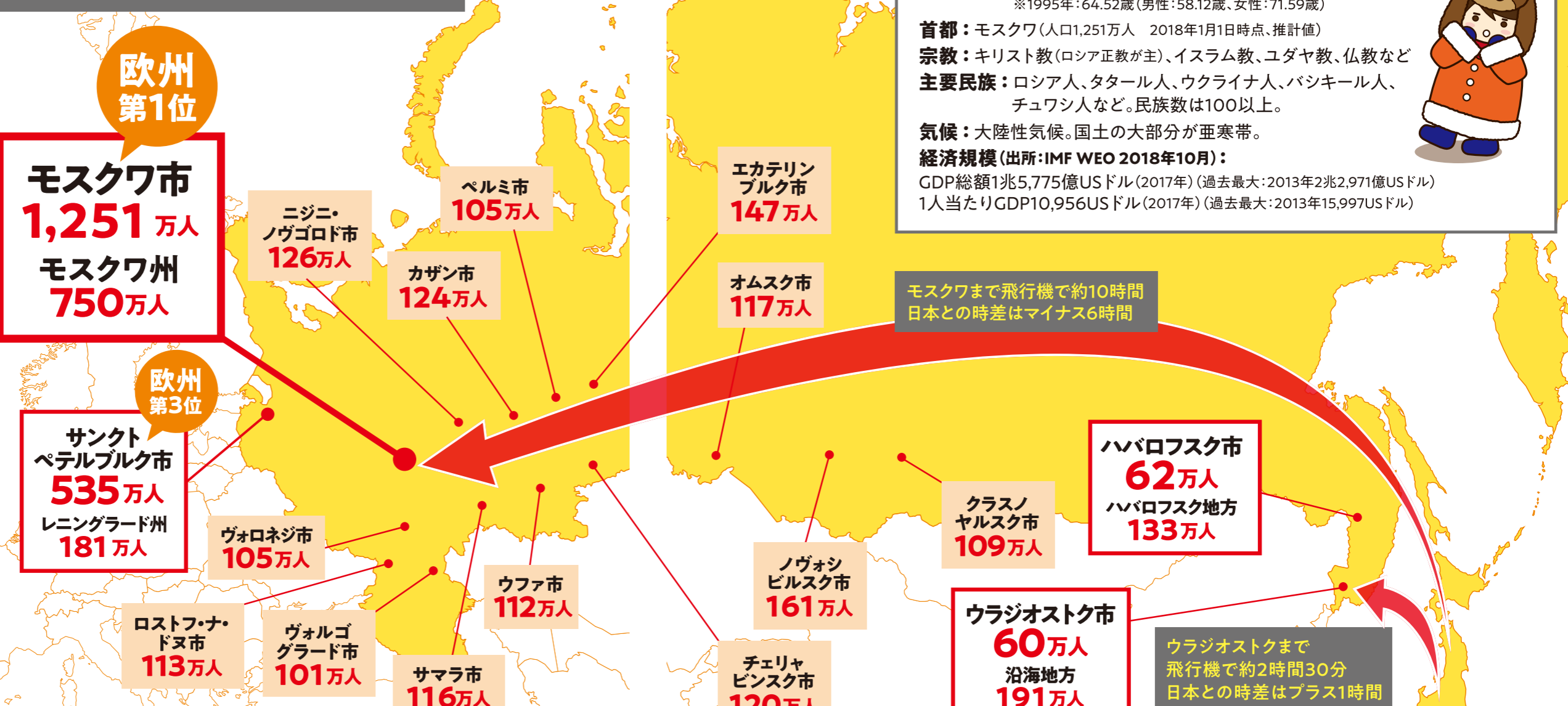
自転車シェアリングのスタン

目次 CONTENTS

- 03~04 ロシア・ビジネス 3つのポイント
- 05~14 日本企業例
 - フラット合成株式会社05
 - 和同産業株式会社07
 - 東日興産株式会社09
 - 東海運株式会社11
 - JAおおいた×大分県庁13
- 15~18 ロシア企業例
 - ブラルスコスメティクス (Brarus Cosmetics)15
 - ワサビグループ (Wasabi Group)17

人口統計(2018年1月1日時点)

出所:連邦統計局



ロシアってどんな国? ロシア連邦概観

面積: 1,712万5,200平方キロメートル

人口: 1億4,688万人(2018年1月1日時点、推計値)

平均寿命: 72.70歳(男性:67.51歳、女性:77.64歳)(2017年、速報値)
※1995年:64.52歳(男性:58.12歳、女性:71.59歳)

首都: モスクワ(人口1,251万人 2018年1月1日時点、推計値)

宗教: キリスト教(ロシア正教が主)、イスラム教、ユダヤ教、仏教など

主要民族: ロシア人、タタール人、ウクライナ人、バシキール人、チュワシ人など。民族数は100以上。

気候: 大陸性気候。国土の大部分が亜寒帯。

経済規模(出所:IMF WEO 2018年10月):
GDP総額1兆5,775億USドル(2017年)(過去最大:2013年2兆2,971億USドル)
1人当たりGDP10,956USドル(2017年)(過去最大:2013年15,997USドル)

百万都市が
15も!



ロシア・ビジネスに 精通した専門家が語る ビジネス事情



ロシア展開支援専門家
桑原 幸範氏
釧路市役所水産課にてロシアとの漁獲量割り当ての交渉を担当。その後、研究機関において20年あまり、ロシア・ビジネス調査や地域経済振興施策に従事。2013年に独立し、ロシア・ビジネスのコンサルティング等を行う。

先入観を捨て 怖がらずに向き合おう。

ロシアというと怖いイメージが先行しがちですがあまり構える必要はありません。もちろん外国の方々とのビジネスですから交渉は自ずとタフになります。ただ、ロシアは多民族国家。同じ国の人間同士でも信頼関係の構築には時間がかかります。初めからこんなものだとわかっていれば気負う事はありません。怖がらずにストレートに意見を交わしていきましょう。先方も日本人の誠実さや商品の品質・ブランド力などをよく理解しています。ですが日本流をあまり押し付けず、根気よく誠意をもって対応してください。互いの腹の内が分かれば今度は一気に距離が縮まりますから。相手を尊重して相互にウィンウィンな関係を構築できると長く良い状態を維持できます。もし現地人のパートナーを作ることができるのであれば初めての交渉からだいぶ楽になりますね。なかなか外国企業に相談する気質ではないので、ロシア人の仲介者を上手く活用することが近道であり肝心なコツと言えます。日本語の情報は少ないですが、ロシア語を機械翻訳することで意外と簡単に情報を得られることもあります。先入感を捨てどんどんチャレンジしてみると世界が拓けます。

ロシア・ ビジネスの 3つのポイント



1 情報収集や交渉の地道な努力忘れずに

- ロシア語が得意でなくても機械翻訳で大まかな情報は収集可能。
- 見本市出展は有用。イベントでの直接説明を営業のきっかけとして活用しよう。

日本商品の品質は理解されていますからロシア側がどうペイ出来るかも説明しましょう

2 ウィンウィンな関係の構築を心がけよう

- ロシア人との交渉はタフだが、日本流を押し付けず、相手側の事情も理解しよう。
- 現地ニーズにあう商材や条件を提示し、相手側のメリットを明示することが大事。
- 根気よく誠実に向き合うことで信頼関係が生まれる。

商談では当初厳しい条件を出されてタフな交渉となることもありますが、めげずに粘り強く交渉すれば互いの譲歩で着地点が見つかることも多いです。

3 ロシア人協力者の人脈は大事にしよう

- ロシア企業への初コンタクトはロシア人から行う方が有利に働く。
- 実際のロシア・ビジネス取り組み企業または、ロシア人通訳者などのコネクションを活用して協力者を見つけることが近道。

何とかトップにコンタクトし、直接営業できれば成功率が上がるように思います。

ジェトロのサービス

ジェトロを活用して ロシア・ビジネスに挑戦してみよう

ロシア市場を「知る」

ジェトロのウェブサイトではロシアの各種規制や制度情報を掲載しているほか、ビジネス・ニュースの配信や日本各地でセミナーを開催し、ロシアに関する情報を発信しています。

ジェトロ・ウェブサイト「国・地域別情報(ロシア)」
https://www.jetro.go.jp/world/russia_cis/ru

ロシア・ビジネスセミナー

写真で見る世界のライフスタイル「スタイルシリーズ」
モスクワ・サンクトペテルブルクスタイル(2017年3月改訂)
ウラジオストク・ハバロフスクスタイル(2017年3月改訂)



ロシアに「行く」

産業別の現地視察プログラムを企画し、現地市場調査の機会をご提供します。過去にはこんなミッションがありました。

ミッション派遣(開催実績)
ロシア・サービス産業ミッション

- ① 極東(ウラジオストク・ハバロフスク)
2017年6月14日～17日 21社が参加(うち、小売り、外食が約半数)
- ② 欧露部(モスクワ・サンクトペテルブルク)
会期:2017年8月24日～28日 外食産業に特化。7社が参加

ロシア企業と「会う」

ロシアで開催される産業見本市へのジャパン・パビリオン出展やロシア企業を日本に招聘した商談会を開催し、ロシア企業との商談機会をご提供します。過去の開催実績は以下のとおりです。

海外見本市(開催実績)

- ロシア最大級の産業総合博覧会「イノブロム2018」
開催地:エカテリンブルク 会期:2018年7月9日～12日 製造業を中心に26社・機関が参加
- ロシア最大級の総合食品見本市「World Food Moscow」
開催地:モスクワ 会期:2018年9月17日～20日 和牛、調味料、菓子、酒など扱う企業9社が参加

バイヤー招へい商談会(開催実績)

- ロシア外食産業パートナー候補との商談
開催地:東京・大阪 会期:2018年9月25日～28日 ロシア企業5社招へい、日本企業21社参加





ソ連時代から積み上げた経験が花開く

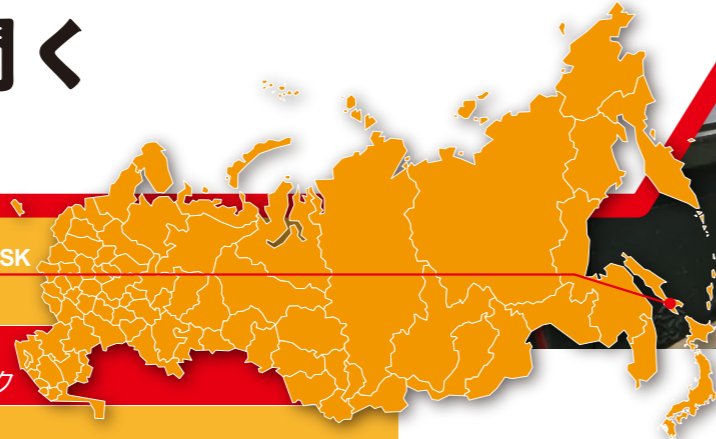
フラット合成株式会社

YUZHNO-SAKHALINSK

主な事業内容:草刈機・プラスチックの素材・製品の販売及びその加工・設計、施工

展開先 ユジノサハリンスク

本社所在地:北海道札幌市 設立:1981年 資本金:2,000万円 社員数:20名
URL: www.furatt.co.jp



 1981年9月 <small>会社設立</small>	 1989年2月 <small>海外ビジネス開始への取組み開始</small>	 2012年11月 <small>ロシア・ビジネス着手 サハリンに社員を常駐</small>
--	---	--

極東ビジネスのパイオニアである北国の雄

札幌市に本拠を置くフラット合成はかつてのソ連時代から水産業を支える技術で現地と交流を持ってきた。「私たちはプラスチック板等の製品販売とその加工、加えて施工が主要業務ですが、その技術をサケ・マス人工増殖事業に用い、捕獲から採卵・給水・孵化・飼育・放流までの総合的なシステムを提供しています。この増殖システムを導入したいと言う声に応えるべく、かねてから水産庁を通じてサハリン州の公団と取引実績がありました」。1980年代からすでに貿易実績を有している極東ビジネスのパイオニア企業とも言える。

自らを売り込む強みはどんなアピールをしたの?



卵・稚魚の自然生態を熟知し、日本独自で開発した機器(ハード)とノウハウ(ソフト)

「サケ・マス、特にサケのふ化は水温(6℃~10℃)が一定の湧水や伏流水を使用し、積算温度にて240℃発卵卵、480℃仔魚、1000℃で稚魚として管理している。「2014年に開発した浮上槽は、ふ化効率の向上・省エネ化、更にトータル建築コストの軽減が可能なアイテムです」。ふ化器への死卵混入率を少なくするには、ミズカビ発生リスクを極力抑えることが大切だという。「当社の検卵機は死卵混入率0.1%以下と非常に高い能力を有しますが、メンテナンスが必要となりますので技術指導も不可欠です」。機械設備でのシステム制作は欧州諸国がライバルになるが、サケ・マス増殖のノウハウが足りない事から、プラスチック設備による柔軟で細やかな増殖システムの構築が同社の強みとなる。

ロシア企業も価格だけではないってホント?



ニーズはあるが甘んじることなく高品質を意識して

「近年ようやくロシア企業も品質や効率性にこだわようになってきたと思います。以前は価格ありきだったものが、なぜ価格差があるのかを確認してくるようになってきています」。他国の安価な設備よりも生産性や安全性の高い日本製品の品質を理解して価格に納得する企業が多くなったという。「簡易な部材の製造は自ら進めているようですが、まだまだ品質は高くないので日本製品の高品質なものとの違いを理解する素地はゆくゆくできてくると思いますね」。安易に価格競争に走り品質を下げることなく、高品質なものを提供し続けることが大事なようだ。「20年前には17カ所だった日本からサハリン州への孵化器導入実績が現在は52カ所になっていますが、弊社のシェアは6割となります。品質への意識が高まっていることの現れです」。

ロシアとのやりとりで注意する事ってどんなこと?



代金回収と通関を見極めることがポイント

「弊社は間接取引を基本とし、為替リスクを負わないようにしています。製品・サービスの提供に注力する事を中心としていますから」。また、気をつけなくてはならないポイントは代金回収と通関です。代金は原則前払いとしたほうが良いですね。また、通関もまだまだ不安な点は多く、税関担当者によって適用税率が異なることもあるようです。徐々に整備はされていると聞いていますが、注意すべき点だと思っています」。

担当者が語る 進出成功のカギ

80年代からロシアが大きな興味を持っていたサケ・マス人工増殖事業に関するノウハウは日本が一番です。弊社が生産するプラスチック設備の孵化機器も効率化や現地ニーズに合わせたきめ細かい対応は他国には負けません。そのほか、コツと言えばやはり基本は腹を割って話す事でしょうか。先方の資金が無いなりに、こちら側が寄り添って対応することで後の展望が拓けることも念頭に置くのが望ましいですね。食わず嫌いをやめてどんどん話してみるときっと面白いビジネス展開になると思います。

代表取締役会長
海外事業担当

西崎 建夫 氏



1 ひとつひとつ丁寧な作業で製作されるサケ・マス増殖システムの機器類
2 新社屋の完成で、更なる飛躍を図る
3 現地での全自動検卵機稼働の様子

ロシアの市場はまだまだ拡がります
まずはロシアへ出向いて行き、
どんどんチャレンジすべきです



ロシア人も情が深いんだな… というのが裸の付き合いの 印象です

和同産業株式会社

主な事業内容:草刈機・除雪機械・農業機械の
製造販売・OEM供給

本社所在地:岩手県花巻市 設立:1941年 資本金:4,900万円 社員数:256名
URL:https://www.wadosng.jp

MOSCOW

展開先
モスクワ



インプロムへの出展風景 多くの人々が小型除雪機などに興味を持った



2



1

- 1 ロシア向けに輸出した小型除雪機
- 2 今後ロシア向けにも展開を検討する新開発の全自動ロボット草刈機
- 3 熟練の社員がライン上で手早く生産を行う
- 4 組付けを待つ除雪機のパーツ。次々と効率的に生産されていく



1941年
会社設立



2009年
海外ビジネス開始(韓国)



2017年4月
海外事業推進部設立



2017年
ロシア・ビジネス着手



2018年12月
ロシア向け初出荷

世界の「WADO」へ 生き残りを賭けグローバルな展開へ

和同産業は創業70余年。除雪機、農業機械の開発、生産、販売を一貫して行う。特に除雪機では大手メーカーのOEMを担い国内生産トップシェアを持ち、また自社ブランドの構築も行う業界のけん引役だ。新たな販路開拓をするべく2016年に海外ビジネス経験が豊富な矢内氏が入社。2017年よりロシア企業との交渉を開始した。「除雪機を中心に技術力を持つ我々ですが、将来の市場動向として、温暖化による降雪量の減少、ひいては国内市場の縮小が予測されます。気候に左右される企業体質は先々のリスクと見ています。雪は海外でも降りますので、積極的な海外展開はそういった対策の一つです」。2017年4月には海外事業推進部を新設し、本格的に海外展開へと乗り出した。

ロシアの人は
つきあいが
難しそうだけど…



どんなきっかけで
企業同士の交流
ができるのかな?



どんなことに気を
付けて進めれば
いいのだろうか?



腹を割った付き合いで信頼を深める

「つい先ごろもロシア企業の社長さんが3日間ほど来日され、花巻温泉に浸かりながら様々な事を語りあったんです。まさに裸の付き合いでしたが我々日本人と同様に誠実でとても情が厚いな…と感じましたね。違和感なく語り合え、忌憚のない意見を交わす事ができたのが収穫でした」と矢内氏は語る。現在、部の体制は矢内氏と課長の小野氏を入れ数名だが、全社を挙げて取り組んでいる。和同産業の現在の海外取引は、農業機械(草刈機)を韓国(2009年〜)と台湾(2017年〜)へ、除雪機をスイス(2018年〜)及びロシア(2018年〜)へと展開している。今後欧米を中心とした展開を検討しているが、重要市場であるロシアへの展開はこれから本格的な活動となるので期待も大きい。

きっかけは交流会からの出会い

もともと降雪量の多いロシアは海外展開をする上で有望な候補だった。きっかけはジェットロが主催した「日露中小企業交流会」への参加で、2017年秋の事である。ここでハバロフスクの企業と商談を経て、現在取引しているモスクワの企業の紹介を受けた。除雪機の代理店としてのパートナーシップを結ぶべくその会社と順調に話し合いが進んでいる。2018年7月にはロシア最大級の産業総合博覧会「INNOPROM(インプロム)2018」への出展も行った。「国内の展示会出展経験も無く、初めてづくしだったのですが、地元岩手の広告代理店とタッグを組み、展示会でも好評を得る事ができました」。多くの事前情報をジェットロから入手できた事も成功の一端だったと矢内氏は当時を振り返る。

自社製品を改めて見直し気づきを得る

「ジェットロなどの専門家の目で留意点を洗い出してもらいしっかりと検討する。それを現地のパートナーとなる企業と事業性を共有し、さらに商品性や価格など様々な観点から繰り返し検討して商品価値を共有していきます。ロシアの市場に対してどのようにアピールするか?これを現地企業ときちんと理解しあえば必ず道は拓けると思うのです」。様々な海外ビジネスに携わってきた矢内氏から見て現在、言葉の壁も含めて大きな違和感や問題には当たっていないという。「国土が大きい分、大市場の西側と小規模市場の東側では営業戦略やパートナー選びも変わります。一筋縄ではいかない…でもそこが面白い」。老舗が持つ誇りと斬新さを失わぬ先見性は、ロシアの地でも輝きを失わない。



3



4

担当者が語る 進出成功のカギ

現地パートナーは販売だけでなくアフターサービスにも力を入れています。それが我々の営業方針と合致したことがパートナーとしてお願いするポイントでした。お客様を守り育てること、それが大事です。売った後から本来の仕事が始まります。先方としても日本の生産シェア7割という弊社の実績に対して高い信頼感があったのではと感じています。品質面での優位性と現地が要求する価格面でのマッチングを見出すことも更なる成功に向けての課題かなと思っています。

グローバルCS本部 取締役
グローバルCS統括本部長
海外事業推進部長

矢内 伸幸 氏

優位性は必ず伝わりませんから
価格だけではない





積極的な売り込みと品質に こだわった柔軟な提案で 市場を開拓

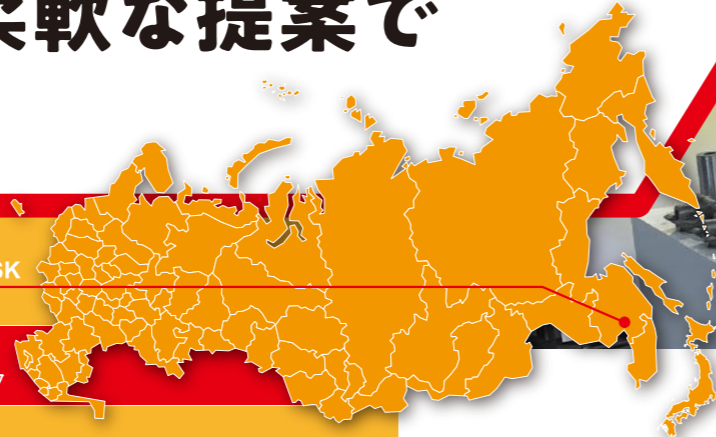
東日興産株式会社

主な事業内容: 建設機械部品販売 / 農業機械部品販売

本社所在地: 東京都世田谷区 設立: 1957年 資本金: 9,000万円 社員数: 99名
URL: <http://www.tonicon.co.jp>

KHABAROVSK

展開先
ハバロフスク



- 1 モスクワの建機専門見本市「bauma CTT RUSSIA」での商談シーン。専門家と共に積極的に営業をかける
- 2 実際に輸出したベトナムの日系企業の製品。「メード・バイ・ジャパン」もロシア市場での武器となる
- 3 商談終了後、笑顔で食事会。ロシア人の予想以上の「おもてなし」気質に驚いた



1957年
会社設立



2000年
海外ビジネス(輸出)への取組み開始
(当初は食品・電子部品がメイン)



2017年
ロシア・ビジネスへの取組み開始



2018年
ロシア向けに初輸出

新たな開拓先は北の大地 建機の活躍の場は我々が拓く

今年で創業62年、貿易経験も輸入を中心に30年近くの実績を持つ東日興産は、現在主に建機部品商社として約78億円の年商(2017年実績)を誇る。2014年からは建機部品の輸出に本格的に取り組み、東南アジアや中国の企業とも取引を行っている。現在年商に占める海外売上上の割合はまだ1~2%だが、今回のロシア・ビジネスをきっかけに海外売上を伸ばす展望も開けてきたという。今後も積極的な海外展開も視野に入れる代表取締役の鶴岡氏に話を伺った。

ロシア・ビジネスを始めたきっかけはどんなこと?



国内とは違う需要は魅力的更なる飛躍を求めて

「取引先からロシアの建機需要が伸びている情報を聞き可能性を検討しました。日本と違い国土の大きなあちは鉱山などの大規模な現場が多く大型の建機を欲する声が多くありますから販売とメンテの需要が期待できると思いました。実は弊社のウェブサイトにもロシアからの問い合わせも少なからずあったことも検討の基準となりましたね」。国内での販売は順調な同社が、国内とは違うカタチの需要へと目を向けたのがロシアだった。「東南アジアなども建設ラッシュで需要は多いのですが商社も多く競争が激しい。ロシアではまだまだ同業の話も聞こえておらず、そこへタイミングよくジェット口の支援事業を知り魅力を感じて応募しました」。

やっぱり現地を見て回るの大事なのかな?



気候が一番厳しい時期の現場を見ておくことが大事

「現地視察へと赴く前にもたまたまロシア企業からの引き合いがあったんです。また、一番気候の厳しい時期に現場を見た方が良いとジェット口の専門家からもアドバイスを頂いていたこともタイミング良く視察時期と重なりました」。建機の稼働状況は気候に左右されることもあるため、現場の環境を把握することは非常に大事という。「サポートしていただいた専門家が現地運転手に指示してどんどん関連しそうな企業をそれこそ飛び込みで回ってくれたんですよ。アポなしにも関わらず快く訪問を歓迎してくれる企業もありました」。積極的に動くことで現地企業とつながるチャンスは生まれるようだ。

ロシアでの商売で困ったことはある?



最低限のリスクヘッジは必要。最新の情報を知ろう

「実は商習慣や交渉で困ったことは今までありません。私たちの商品がそうなのかもしれませんが、要求される書類などでも特に厳しいものはありませんでした。もちろん事前に下調べなどはきちんとしていますからトラブルを未然に回避している部分はありますが、ジェット口ときちんと相談して必要な情報は事前に仕入れておけば心配はないと思います」。やはりしっかりとしたりサーチは必須だろう。「支払いに関しては基本前払いとしてリスクヘッジしており、それをクリアできなければ取引はしませんね」。ロシア以外の国々でも様々なリスクヘッジは必要。ロシアでも慎重を期すべきポイントを押さえれば商習慣でのハードルも下がることだろう。



担当者が語る 進出成功のカギ

我々が取扱う建設機械は24時間稼働させるものです。なので廉価な製品を使って故障するリスクは痛い。機械が止まってしまって作業が出来なくなる損失より、割高でも日本企業による高品質な製品を使用したほうが経済的です。当社はベトナム製の部品をロシアに輸出しましたが、日本企業による高品質・高耐久な製品だとアピールし、ロシア企業にもその良さを認識いただきました。「メード・イン・ジャパン」だけでなく「メード・バイ・ジャパン」も当社にとっての武器になります。あとはどの国でも共通する事として、顧客が求める商品をキチンと調達しどのように売っていくかを見極めればよいと思います。

代表取締役

鶴岡 耕平氏

それを活かしていきたいですね
日本ブランドへの期待は大きい



ロシアの方々は「がい」ですが、しっかりと答えると気持ちよく話が進みます

※阿波弁で「自己主張が強い」

東海運株式会社

KHABAROVSK

主な事業内容:内航運送業 一般貨物自動車運送業 倉庫業 通関業 港湾運送業 第一種利用運送業(内航・自動車)揮発油販売業など

展開先
ハバロフスク

本社所在地:徳島県徳島市 設立:1956年 資本金:9,000万円 社員数:193名
URL:http://www.azumakaiun.co.jp



本業を離れた新しい取り組みは徳島ブランド発信の先鋒として

創業から63年の歴史を誇る徳島市の東海運株式会社は主に船舶や車両による運送や倉庫業、通関業を生業とする老舗企業だ。2014年より新たに「商社機能物流プロジェクト」というチームを立ち上げ、海外への販路拡大を企図することとなった。様々な徳島の商品を海外へ紹介・販売する商社業務への初挑戦となる。「当時のトレンドとしては東南アジアを目指しましたが、購買層などの検討を重ねていくうちに極東ロシアが候補地として浮上してきました。調べれば調べるほど、もうここしかない!という感じでしたね」。企画チームコーディネーターの中野氏はそう当時を振り返る。

ロシアに決めた理由ってなんだろう?



購買力やライバル企業の有無などをしっかりと選定

「我々が想定している国民の購買力平均が東南アジアに比して比較的高いということ。それと大手の商社さんがまだあまり参入して来ていないことが大きなポイントでした。また、我々の本業である輸送にもメリットがあり、徳島からコンテナ船にて10日ほどで荷が送れることも魅力でしたね。流行に乗るのではなく、実利と自社の求めるものを照らし合わせての堅実な選択だったようだ。「極東地域は特にモスクワなどの西側と比較して日本のことをよく知っていますからやりやすいかもしれませんね」。これまでの輸出商品には、おしりふきやインスタント飲料、菓子原料などがあるという。

ロシアでの商売で難しい部分もあるのかな?



分かりづらい法令などは要チェック

「思い出深いのは法令に関してですね。誰が正しいのか、何が正しいのかで少々戸惑う部分がありました」。前述のおしりふきを輸出する際にもいくつかの問題が出たという。「国家登録が必要と言われてびっくりしたんですよ。仕入先メーカーの協力を得て成分などに関する法令や基準など洗い出し、必要なデータを揃えてクリアしました」。やはり現地の各種規制への対応が必要だ。「ただジェットロなどから情報や手助けを逐一頂けたことは大きな助けになりました。我々だけじゃ無理かな?と思っても専門家からの助言のおかげで大きなステップを超えられることもよくわかりましたから」。なによりも困ったら専門家に相談することが解決の第一につながるようだ。

ロシアへの情報発信のコツってなんだろう?



いかに魅力を発信できるかはアイデア次第で拡がる

「2018年の3月にモスクワで開催された『地域の魅力海外発信事業』イベントに徳島物産のブースを設置しました。現地のショッピングモールで消費者にアピールする機会を得たのですが、あれこれ知恵を出しまして紙芝居を作った日本独自の文化だよと商品紹介をやりました。会場には2日間で1万4,000人の来場者があり大盛況でしたが、とても珍しいものやっていると非常にウケたんですよ。同時通訳をしながらの紙芝居という独自の取り組みは、他の参加自治体との大きな差別化もできたという。「楽しませたい、伝えたいという熱意が通じたんですね」。当日はなんと金時のお菓子や胡麻ドレッシングなどが人気を呼びビジネスを望む名刺交換が後を絶たなかったという。アイデア一つで日本の魅力を伝える好例と言える。



1 商談会後、様々なスタッフの熱い尽力が法令の壁をクリアに導いた 2 展示会の紙芝居の様子。会場には常に笑い声があふれた 3 商談、通関、倉庫保管、流通加工、輸送、一連の事を外注する事なく、全て自社で担えることが強み



2



3

担当者が語る 進出成功のカギ

やはり事前のリサーチは欠かせないと思います。ただ、我々も経験なしからのスタートでしたからジェットロとの連携は非常に心強かった。情報を頂けることでなかなか決まらなかったことも決断できた。そこは大きなポイントとなるのでどんどん相談すべきだと思います。ロシアの方々は「がい」な方ばかりですが、それを理解してこちらもしっかりと伝えるべきことやはっきりさせたいことを率直に意思表示すると商談もむしろ早い。怖い感じではなく、意思の疎通がストレートなだけなんです。簡単な挨拶を覚えるだけでもグッと距離が縮まりますからロシア語を学ぼうとする姿勢は大事ですね。

企画開発チーム
コーディネーター

中野 浩二 氏

カタコトでも挨拶が話せれば距離が縮まりますよ





美味しいみかんをロシアの人々へ。大分から新市場への飛躍を担う

JAおおいた×
大分県農林水産部

YUZHNO-SAKHALINSK

主な事業内容:農協法に定められた事業の推進

展開先
ユジノサハリンスク

本社所在地:大分県大分市 設立:2008年 出資金:88億円 社員数:103,654人 URL:www.jaoita.net

- 1 広々とした清潔な選果場。様々な種類の果実を熟練の職員が手際よく出荷していく
- 2 重さ、大きさなどによる機械選別で効率化
- 3 サハリン向けの出荷風景
- 4 生産者の丁寧な仕事でロシアでの評価に繋がる

日本からの参入少ないフロンティア市場に挑戦

日本食品およびその食文化は世界各国で認知され、一層その熱を高めている。それは果物のジャンルでも同様で、アジアを中心に様々な果実が輸出されている。JAおおいたは大分県庁と共同で2018年から温州みかんのサハリン向け輸出を開始した。当初は北米への缶詰用みかんの輸出が占めていたが、現在は果実として主に香港や東南アジアなどへの出荷比率が多い。しかし国内他県との競争も発生しており、新たな輸出先を模索していた。



なぜ
極東ロシアを
相手に選んだの?



ロシアへの
輸出で難しかった
ことって?



これから更に
ロシアでの
展開は広がるの?



様々な角度からメリットを深掘りする

アジア向けの輸出は近年国内他県との競争が激しくなり、新たなニーズの掘り起こしが必要だったなかで、隣国ながら国内からの参入が少ない極東ロシアが候補地として浮上した。「アジア圏とは違った嗜好が魅力的でしたね」(後藤氏)。寒冷地のサハリンではかんきつ類の供給が少なく、また近隣地として交流の多い北海道からもみかんの商流がないことに着目し、提案を試みた。「大分県のみかんは他の有名産地にも味は劣らず、品種も多いですが、生産量は少ないです。当然ライバルが少ない市場が念頭にはありました」(藤原氏)。「植物検疫のハードルが他国に比べて低いという点も幸いでした」(後藤氏)。既にアジア向けの輸出経験があったことから、ロシアの規制への対応は難しくなかったという。

繊細な輸送に伴う様々な気遣い

「やはり英語が通じる局面がまだ少ないことは時間やコストの手間となって現れます」(後藤氏)。西側の大都市圏では英語話者も増えているが極東地域ではやりとりに慣れた会社以外ではまだ多少の言葉の壁が存在するという。「価格を抑えるために2Lサイズなどの規格外製品も提案したのですが、意外にも日本と同じように小さなサイズが好まれましたね。大きいとどうしても美味になってしまうことや小さい方が個数も多くてお得感があると考えたのかもしれません」(藤原氏)。「サンプルに対する評価を聴ければ提案も具体的になるのですが、メールだといまいち反応が掴めず、現地で直接確認するのを感じています。しかし、北海道などに比べて我々九州地域の人間からはまだ距離の問題はあると思います。貨物は問題ないのですが、人の移動手段には課題があるように感じます」(後藤氏)。香港、台湾はお隣感がある九州だが、こと極東ロシアになると人の移動はまだ一苦労のようだ。「大分県は北海道向けの船便が週に11便もあります。貨物輸送に関しては非常に恵まれています。今はまだ輸出港の小樽まで陸送ですが、物量が増えて船便が使えると一層価格を抑えることができると期待しています」(後藤氏)。

官民一体となった二人三脚が進化のポイント

「今後も更なる展開を考えています。かんきつ類の他の品種やジュースなどの加工品。切り花やお茶など、何が好まれるかを見極めて、安定した供給ができる体制も合わせて考えたいといけません。生産者の方に裨益するような商流が構築できるように様々な施策を練っています」(後藤氏)。「現地の声を聴くと大分県産のみかんは美味しいと評価を頂いています。JAおおいたの商品をきっかけとしてもっと大分産品の発信を強化していきたい」(藤原氏)。安全で高品質という日本ブランドの信頼は揺るぎないものがあるが、こうした官民一体のたゆまぬ努力がその地位を支えていることも忘れてはならない。

JAおおいた東部事業部
園芸課
杵築柑橘専任課長

藤原 圭三氏

大分県農林水産部
参事監兼
おおいたブランド推進課長

後藤 陽一氏

担当者が語る 進出成功のカギ

「やはり寒冷地である極東ロシアではみかんの流通が少ないということがポイントだったと思います。今や日本のみかんは世界各地に流通していますが、まだまだ極東

ロシアでも特にサハリンでは認知度も低いし参入県も少ない。寒い地域の方々は柑橘類がなかなか手に入りませんからニーズにうまく合致したと思っています」(後藤氏)「日本の農産物は安心、安全という信頼感も大きいと思います。我々のもつ様々な管理基準がこういった所で優位性となって働くのも嬉しい部分ですね」(藤原氏)

ロシアの可能性を
生産者の為に深めたい



世界中の良い商品をロシアへ 高品質の日本製品は もっと世界へ出るべき

ブラルスコスメティクス
Brarus Cosmetics

MOSCOW

主な事業内容:ヘアケア製品の企画・輸入販売

所在都市
モスクワ

本社所在地:モスクワ市 売上高:約42,500万円
URL:<https://www.brarus-cosmetics.ru>



世界から選りすぐった高品質の製品を広めたい

ブラルスコスメティクスはモスクワでヘアケア製品の輸入販売を行う2013年創業の新進企業だ。取り扱いはシャンプーやコンディショナーなどが主となり、ヘアサロンなどのプロ向け商品をアメリカ、スイス、イタリア、ブラジルなどから輸入、ロシア国内へ販売している。ヴィオレッタ・バカーニナ社長とエフゲニー・バカーニン営業部長は夫婦で、ともに元々はまったく別種の職業からの転身だが、世界中の素晴らしい製品をロシアに紹介したいという思いからの起業となった。以前から高品質と評判の高い日本製品の取り扱いに関心を持ち、JETROによる対日投資支援を受けて2017年2月に東京都内にオフィスを設置。日本からの製品調達やOEM生産先の開拓を行っている。

ロシアでも価格と品質のバランスは重要

同社の企業理念は世界中の優れた商品をロシアの消費者に紹介すること。そしてそれをさらに世界へと発信し広めることを目標としている。「モスクワ本社のほか、サンクトペテルブルク、クラスノダール、サマラ、ウファに営業拠点があり、サロンへ直接営業を行っています」。拠点が無い地域には代理店を置き、積極的に営業エリアを拡大しているという。「営業に際して最も気をつけていることは品質相応の価格への理解です。ロシアは経済危機などを経て高いものは売れにくい傾向にありますが、品質のよい製品はどうしても価格が高くなります」販売先のサロンや顧客には価格が高いだけの品質を説明し、正しい商品の使用方法なども徹底して説明しているという。さらに、輸入元のパートナーをロシアへ招聘し、顧客研修という形で商品知識や使用方法などをしっかりと習得させることで、施術の間違いによるトラブルなどを防ぎ、結果、顧客満足度の向上にもつながっているそうだ。創業から順調に売り上げは伸びており、2014年から15年にかけての経済危機の際にも売り上げを落とすことはなかったという。「現状も自己資本のみで経営を続けていますが、経営上気をつけているポイントは代金を前払いで回収することです」。仕入れ先への気遣いも重要視しており、初回の取引は信頼を得るために必ず前払いを行うという。

地道なコンタクトで信頼を積み重ね

「日本企業との仕事は大変です」。ヴィオレッタさんはそう笑う。「ロシアというだけで怖がるのか、対応が保守的ですね。最初はメールを送ってもなかなか返信をもらえず、契約に至るまでが大変でした」。他国の企業とはまた違った苦労があるようだが、ヴィオレッタさんはこうも分析する。「日本企業はブランド維持を非常に大切にしますので、それを損なわないようにとても気を使っています。ただその部分が強すぎると逆に障害となってビジネスチャンスを逃している事も多く見受けられますね」。日本でパートナーを探すことは今でも苦労が多いという。日本企業の海外ビジネスへの受容性やロシア企業に対するイメージ払拭が日口の企業間交流の課題と言えるだろう。



1 ヘアケア製品に関する講習会の様子 2 世界から選りすぐった商品が並ぶ 3 メイクアップ研修も販促の一つ 4 ヴィオレッタ・バカーニナ社長(左)とエフゲニー・バカーニン営業部長(右) 5 取引先メーカーからの販売許可証明書





ロシアでの日本食を新しいステージへ導くために

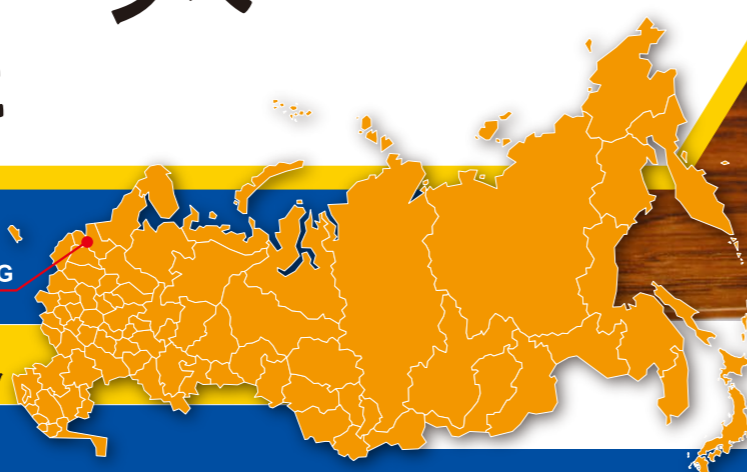
ワサビグループ
Wasabi Group

ST. PETERSBURG

主な事業内容:日本食レストランを市内16店舗展開

所在都市
サントペテルブルク

本社所在地:サントペテルブルク市 売上高:約173,000万円
URL:http://wasabico.ru



1

1店舗で提供される寿司ロールは見た目も美しい 2エフゲニー・クセノフォントフ社長
3周辺の小物にも気を配り日本らしさの演出を高める 4市内の店舗外観 5日本食がもつ見た目の美しさもしっかりと再現

日本食がもつ可能性を求めて

サントペテルブルクで2003年より寿司ロールを中心とした日本食レストランを展開する。日本食レストランのほかイタリアン・レストランなども展開している。エフゲニー・クセノフォントフ社長はロシアでの日本食の現状とその未来をこう分析する。「日本食の魅力はその美味しさだけでなくヘルシーさや美しさにあり、サントペテルブルク市内では非常に人気が高く市場を伸ばしてきました。しかし、近年競争が激しく、かつてのように寿司ロールをお店で出せばお客様が集まるような時期は過ぎたと思います。これからはメニューを充実させ、料理の質を上げていき、差別化を図る必要があるでしょう」。エフゲニーさんは日本食の次の一手を探するため、2018年9月にジェットロが開催した「外食産業パートナー候補商談会」で日本を訪れ、日本の外食産業の企業10社と商談を実施。そのうち、日本のお好み焼き企業と特に前向きな商談が進んでいる。「ジェットロの商談会では、我々だけではアクセスが難しい日本企業と商談をもつことができるとも満足でした」。10月には同企業がサントペテルブルクを訪れ、ワサビ経営のレストランを視察。活況に沸く市内のレストラン事情を確認し、相互に手ごたえを確認し合った。「お好み焼きはロシアにある食材でほとんど賄えますから、手軽に作れるところが良いですね。値段も手ごろに設定できそうです」。また多くの量を一度に作れる点にも魅力を感じたそうだ。

ポスト寿司ロールを求めて

お好み焼き以外でも引き続き日本食の調達への興味は尽きないが、そこにはロシア人の新しい料理への探求心が向上していることも関係しているという。「サントペテルブルク市内で人気が高まりつつあるのは麺類です。弊社も単品では難しいですが、今後のメニューとしては取り入れてみたいですし、とんかつも魅力的ですね。とてもユニークな料理ですがロシアでも受け入れられそうです。そのほかファストフードやストリートフード系はこれからますます需要が増える傾向にあるので、その見地からも日本の情報に触れいろいろな料理・食材を探したいと思っています」。

今後のトレンドはファスト・カジュアル

「ロシアの景気は回復に向かい、外食の市場規模も拡大していますが、消費者は節約志向で外食を行う頻度や1回の支出額を抑える傾向にあります。そこで、トレンドとなっているのが「ファスト・カジュアル」という業態です。例えば、高級ハンバーガーは既に市場に定着しています」。店員によるサービスや飲食スペースを簡略化してコストを抑えつつ、ファストフードよりも高級な料理を提供するサービスが人気だという。「外国ブランドとの提携で重要視すべき基準は信頼性とブランド知名度だと私は思います。日本で有名か?売れているか?が最も重要だと捉えています。あと商談の際は最低でも英語の資料をご用意頂けると嬉しいですね。日本語の資料だとすぐに判断が出来ず商談も進めづらい。また、日本人シェフによる指導の有無や日本側のバックアップ体制も気になる部分です」。料理の品質維持のためにも日本からの協力体制が重要だ。



2

3



4

5



JETRO ジェトロ

事務所一覧

国内のお客様は
最寄りの国内窓口にご相談ください。

ジェトロ 国内事務所

検索



国内各事務所お問い合わせ先

東京本部	03-3582-5511	千葉	043-271-4100	三重	059-228-2647	愛媛	089-952-0015
大阪本部	06-4705-8606	横浜	045-222-3901	滋賀	0749-21-2450	高知	088-823-1320
北海道	011-261-7434	新潟	025-284-6991	京都	075-325-5703	福岡	092-471-5635
青森	017-734-2575	山梨	055-220-2324	神戸	078-231-3081	北九州	093-541-6577
盛岡	019-651-2359	長野	026-227-6080	奈良	0742-23-7550	佐賀	0952-28-9220
仙台	022-223-7484	諏訪	0266-52-3442	和歌山	073-425-7300	長崎	095-823-7704
秋田	018-865-8062	富山	076-444-7901	鳥取	0857-52-4335	熊本	096-354-4211
山形	023-622-8225	金沢	076-268-9601	松江	0852-27-3121	大分	097-513-1868
福島	024-947-9800	福井	0776-33-1661	岡山	086-224-0853	宮崎	0985-61-4260
関東	03-3582-4953	岐阜	058-271-4910	広島	082-535-2511	鹿児島	099-226-9156
茨城	029-300-2337	静岡	054-352-8643	山口	083-231-5022	沖縄	098-859-7002
栃木	028-670-2366	浜松	053-450-1021	徳島	083-231-5022	埼玉からのお問い合わせは ジェトロ関東にお寄せください	
群馬	027-310-5205	名古屋	052-589-6210	香川	087-851-9407		



本部(東京)

〒107-6006

東京都港区赤坂1丁目12-32 アーク森ビル

Tel: 03-3582-5511

〈アクセス〉

東京メトロ 南北線「六本木一丁目駅」3番出口より徒歩1分

東京メトロ 南北線・銀座線「溜池山王駅」13番出口より徒歩3分

東京メトロ 日比谷線「神谷町駅」4B番出口より徒歩12分

東京メトロ 千代田線「赤坂駅」B5番出口より徒歩12分

ロシア各事務所お問い合わせ先

モスクワ	住所	5, Bryanskaya st., Moscow, 121059, RUSSIAN FEDERATION	サンクトペテルブルク	住所	Nevsky Plaza, lit. A, 55 Nevsky Prospect, St. Petersburg, 191025, RUSSIAN FEDERATION
	TEL	+7-495-580-7320		TEL	+7-812-677-52-15

お願い

ジェトロ海外事務所では、当該国以外に在住のお客様からの情報照会に対する直接のご対応はいたしておりませんので、お近くのジェトロまでお問い合わせください。当該国以外のお客様が訪問を希望される場合は、海外プリーフィングサービスをご利用ください。

本資料を通じて提供する情報、データ等の情報の正確性の確認、および助言の採否はお客様の責任と判断で行って頂きますようお願い致します。ジェトロがお客様に提供した情報や助言によって、万一お客様が不利益を被る事態が生じたとしても、ジェトロは責任を負いかねます。

禁無断転載 Copyright ©2019 JETRO. All rights reserved.