

2015年度アフリカビジネス実証事業実施報告書（要旨）

エチオピア連邦民主共和国

「切花（バラ、他花き類）輸入」アフリカビジネス実証事業

第1章 事業概要

1.1 目的・背景

- ① 現地生産技術を把握し、日本との比較を行い、適否の確認を実施。
- ② 現地生産品質を把握し、日本品との比較及び日本市場への適応性を確認したい。
- ③ エチオピア国内及び日本への物流を検証し、輸入後の品質（特に日持ち）を確認したい。
- ④ 現地生産品の日本市場への適合性を総合判断したい。

1.2 自社について

インパック株式会社（以下、「インパック社」又は「同社」とする。）のコアビジネスはフラワースリーブ（花の袋）の製造と花の自動包装機の輸入販売である。7年前から生花店も展開、又、ブーケメーカーとしてMPSの認定を受けたパッキング工場の運営も始めている（MPS：オランダに本部、環境負荷低減による切花の加工に対する認証制度）。

更に2015年8月以降工場の拡張を行い、国内大手のホームセンター、S社の加工を引き受けると共に、2016年2月開催のSMTS（スーパーマーケットトレードショー）に作成ブーケを展示してスーパーマーケット等への直接販売拡大を計画している。

1.3 海外事業戦略全体におけるアフリカ事業の位置づけ

国内での切花生産が減少している環境下、切花の調達先としてエチオピアのバラは大変魅力的だと認識していた。アフリカのバラは日持ちも長く、ヨーロッパではバラといえばアフリカというほど有名である。インパック社は、切花の中でも特に「バラ」についてはエチオピアと考えている。

同社がエチオピアから花の輸入を実施する時、花そのものの品質、物流の品質、更には生産されているバラの品種の受け入れなど、確認すべき内容が多くある。輸入された切花（バラ）が今後、継続発展し、物量的にも国内で多く販売されるためには、総合的に品質を確認する必要があると認識している。

1.4 ビジネスパートナーについて

現地ビジネスパートナー名

エチオピア 生産者

Et- Highland Flora Plc：エチオピアでのバラ生産のパイオニア農園

Sher Holland B.V./Afriflora：アフリカ最大規模の農園を有するバラ生産者

Yalkoneh Flowers Ethiopia Plc：品種開発、育種から栽培まで、ヒペリカムの専業農園

ケニア 品質管理

フラワーウォッチ：花の品質技術・サービス提供会社 本部 オランダ

1.5 該当分野・製品・サービスについて

①【エチオピア産切花の輸入ビジネスについて】

我が国の切花業界における生産面は生産者の高齢化、人手不足などの状況にある。現在ではまだ生産自給率が80-85%ほどあるが、上記理由により今後の減少は避けられないことは自明である。更に、販売面においても市街の生花店が減少の一途を辿っている。一方、全国のスーパーマーケットなどのチェーンストアでは花売場を拡大し、今後2倍、3倍の売上を目指しており、その際の花の調達には海外からの調達に頼らざるを得ない。他方、日本の生産者は3アール平均であるのに対し、アフリカでも南米でも一般的な規模は20ヘクタールを超えている。生産規模の観点からも、明らかに将来の調達先は海外にシフトせざるを得ない背景があり、アフリカで生産された切花が日本のスーパーの店頭と並ぶ事は一般的になると考えられる。したがって、切花（バラが中心）の栽培適地として、既に直行便が就航しているエチオピアは優れた産地と考えている。



②【付加価値化を目指すフラワーウォッチ活用型切花輸入について】

エチオピア等海外から輸入する花にフラワーウォッチが保有する品質管理技術を活用し、高品位な花を国内供給することを目指す。その為に、フラワーウォッチジャパン株式会社を設立し、品質管理・保持サービスを展開する。このサービスの国内展開によって、国内に流通する花の高付加価値化を推進し、花需要の喚起・花業界の活性化を図る。また、アフリカ支援の一環としての「フェアトレード」導入も検討対象としている。

③【切り花のパッケージ化（産地パック）ビジネスについて】

インパック社は花束加工関連機器（オランダ製）の輸出入・販売業務を行ってきた。日本国内での販売シェアは90%と大きく、購入者ごとに合わせた機械のカスタマイズ、据付などの技術力も持ち合わせている。将来は、エチオピア産切花の輸入において、単に切花を安価で輸入するのではなく、現地で取扱い機械を導入し最終商品（ブーケ）として付加価値を高め日本へ輸入する体制の構築を検討している。

ただ、現状では欧州市場向けの産地パックが広く一般的に行われており、インパック社も当面は既存方式を活用することとし、パッキングの機械化については、エチオピアの経済成長を待つことにしたい。

本取り組みはエチオピア国が目指す農業政策のみならず工業政策にも貢献できると確信している。

④【アフリカを輸出ハブ拠点とした欧州、アジアへの販売展開】

①、②、③のビジネスが軌道に乗った際には、エチオピアに現地法人ないしは駐在員事務所などの拠点設立はビジネス上必要であり、将来的には生産拠点から販売拠点への展望も視野に入れ

ている。上述の通り、インパック社は花束加工関連機器を取り扱っており、また、フラワースリーブ（花の袋）の製造を手掛け日本国内シェア 50%という高い評価を得ている。切花の産地パックに必須なこのスリーブを現地生産することの検討を行う予定である。高品位な生産素材であるエチオピア産切花とインパック社の有する機械・スリーブ技術を融合することで、巨大マーケットである欧州、アジア市場でも十分に競争できる商品を提供できると考えている。

⑤【補足：日本国内販路先の確保について】

①②のビジネス稼働後の販売ルートについては既に確保できる見通しとなっている。販売先は、ホームセンター、スーパーマーケットなどで具体的な検討を進めている状況。また、一般生花店や市場などにもエチオピア産切花のプロモーションを実施している。

インパック社は、上記①～④に掲げた、輸入・加工・販売（卸）という一連のビジネスチェーンを担うことが可能であり、本ビジネスモデルの実現可能性は高いものがあると確信している。

第2章 実証項目とスケジュール

2.1 実証項目（実証項目ごとの説明）

実証項目 1【調達先と商品の決定】

日本市場に見合った切花の調達先を決定することができるか実証する。

実証項目 2【物流・通関調査】

エチオピア国内での物流及びエチオピアから日本への輸送経路を調査し、品質保持可能な最適通関・物流ルートを見出すことができるか実証する。

実証項目 3【高付加価値化のための現地指導】

日本の市場ニーズ・規格に見合った生産・品質管理体制を現地に導入し、高品質・高付加価値の切花を生産できるか実証する。

実証項目 4【直接輸出】

日本市場のニーズ・規格に見合った品質保持可能な最適な切花を日本市場に直接輸出できるか実証する。

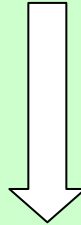
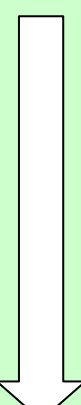
実証項目 5【日本市場販売】

開発輸入した切花を日本市場で販売できるか日本でのプロモーションを通じ、実証する。（実際の店舗での消費者に対するアンケート調査等）

実証項目 6【拠点設立】

現地拠点設立にかかる課題（手続き、法制度と運用面での乖離等）を抽出し、解決方法を見出すことにより、拠点設立の方向性（現地販売法人設立）を決定できるか実証する。

2.2 事業実施スケジュール

3. 事業の全体プロセスと実証スケジュール		
フロー	フロー	
<p>これまでの取り組み</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ・2014年3月、エチオピアのマルコス駐日エチオピア連邦民主共和国大使（当時）とエチオピアの切花生産及び輸出の状況を確認するため現地出張。そこで確認したものは展示会と巨大な生産者。多くはオランダ資本、インド資本の企業であり、マルコス大使からは生産者の一覧をもらう。 ・2015年4月にエチオピア大使館主催のセミナーに参加、現地生産者の紹介を受けた。 ・2015年6月、紹介を受けた現地農園の視察を実施。 	
<p>契約締結手続き後、契約締結（7月下旬～2016年2月）</p>		
<p>事業期間（実証中）</p> <ul style="list-style-type: none"> ●戦略立案 ●戦略検証 ●拠点設立準備 ●販路開拓 ●市場参入等 <p><例></p> <ul style="list-style-type: none"> ・現地出張 ・招聘 ・法、労、税務相談 ・分 ・モニタリング調査 ・拠点設立等 	7月	<ul style="list-style-type: none"> ・計画立案、契約締結 ・調達先、及び、調達先から輸入する切花（バラ、ヒペリカム）を選定した。
	8月	<ul style="list-style-type: none"> ・調達先からのサンプル（バラ、ヒペリカム）の輸入手配 ・入荷後の、社内日持ち検査準備に入る。
	9月	<ul style="list-style-type: none"> ・販売先候補の選択（ホームセンター、スーパーマーケット等）、及び、サンプル入荷の花の紹介実施 ・JETRO 本部職員同行で、第1回現地出張実施 大使館、JICA、エチオピア投資委員会、エチオピア航空訪問
	10月	<ul style="list-style-type: none"> ・第2回目のテスト輸入実施 ・入荷後、社内と平行して第三者機関（大田花き研究所）で日持試験実施 ・第13回国際フラワーEXPO（IFEX）出展（10/14-16） ・中間報告会にて報告実施（10/22）
	11月	<ul style="list-style-type: none"> ・第2回現地出張実施 生産農園を視察し、品質管理、出荷管理・体制を確認 現地 JICA 事務所訪問、植物検疫の現状について情報交換 ケニアのフラワーウォッチ社本社訪問、日本法人設立準備に向けて協議 年末に向けての輸入協議
	12月	<ul style="list-style-type: none"> ・1月にエチオピア花セミナー開催決定、JETRO に協力要請 開催日を1月20日として、講演者の招聘、開催要領の準備開始 ・クリスマスから年末の期間に、東京近郊に店舗展開するスーパーマーケットにて Et-Highland 社の店頭展示、試験販売を実施、好評を博した。
	1月	<ul style="list-style-type: none"> ・1月20日、JETRO との共催で「エチオピア花ビジネスセミナー」を開催 Sher・Yalkoneh 両生産者、フラワーウォッチ社の講演に加え、エチオピア大使館の挨拶もあり、多くのスーパーマーケットのバイヤー等に対してエチオピアの花、花の品質管理についての紹介を行った。

	2月	<ul style="list-style-type: none"> ・フラワーバレンタイン、良い夫婦の日にイベントを開催、エチオピアのバラで作ったブーケを配布 魅力的な商品は大いに喜ばれることを確認 ・SMTS（スーパーマーケットトレードショー）に出展、エチオピアの花を大々的に展示しスーパー、バイヤー等にアピール実施（2/10-12） 大手量販店の他に、大手ホームセンター等での試験展示の引合い獲得 ・大手量販店にて、Sher社のバラの試験販売を継続
事業終了、報告会開催、報告書まとめ		
事業終了後		<ul style="list-style-type: none"> ・様々な品種・茎長を有する Sher 社のバラは量販店の花売場の中心をなすものと考えている。実証事業終了後は販売先を拡大し、多くの量販店の花売場の定番商品として位置づけることを目的としている。 ・また、Et-Highland 社のバラは国内流通の定番品対応として、国内市場会社との提携でヒペリカムと共に国内市場での販売拡大を目指している。 ・日本国内でのビジネスが軌道に乗った際には、現地でのスリーブ生産拠点を設立し、アフリカを輸出ハブ拠点とした欧州地域への販売展開に向け事業を進めていく計画。 ・アフリカ支援の一環として、併せて国内でのフェアトレードの理解も深めていきたいと考えている。

第3章 実証項目ごとの検証方法と結果と考察（課題とそれらをクリアするための対策や提案）

3.1 実証項目の結果まとめ(一覧表)

実証項目	結果	課題
実証項目 1 調達先と商品の決定	<ul style="list-style-type: none"> ・エチオピアでの生産者として、Et-Highland、Sher/Afriflora、Yalkoneh Flowers の3社からの調達を決定し、国内市場評価用に輸入を実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・花の品位としての高評価を得た ・日本市場での浸透を図る為には花の取扱方法の改善に課題
実証項目 2 物流・通関調査	<ul style="list-style-type: none"> ・エチオピア航空による安定輸入を確認できた。 ・成田での検疫での燻蒸処理を数回実施している。 	<ul style="list-style-type: none"> ・エチオピアでの輸出代理店の活用の必要性を感じている。 ・生産者での害虫混入防止措置に課題を残している。
実証項目 3 高付加価値化のための現地指導	<ul style="list-style-type: none"> ・展示会等を通じて、花卉の擦り傷の指摘を受けている。 ・花の茎長による新規需要喚起の可能性を得た。 	<ul style="list-style-type: none"> ・生産者での花の包装・取扱方法の改善に課題を残している。 ・ホームユース用に最適な花の種類・茎長の絞込みが必要
実証項目 4 直接輸入	<ul style="list-style-type: none"> ・現状の試験輸入量では、花代よりも航空運賃のほうが高い状況。 ・生産者からの輸入関連書類の入手が遅れる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・輸入数量増加による輸送コストの低減が課題 ・現地での輸出代行業者の存在確認が必要

実証項目 5 日本市場販売	・展示会、セミナー開催によって大手スーパー、ホームセンターへの販路確保の目処を得た。	・既に検討を始めているスーパーマーケット、ホームセンターとの早期実商化
実証項目 6 拠点設立	・具体的進展なし	・現地でのスリーブ生産を含めての拠点整備が課題

3.2 実証項目 1 調達先と商品の決定

(1) 検証方法、活動内容

2 回の現地視察及びその後のサンプル輸入によって調達先を決定した。

品種バラ 調達先 Et-Highland 社、Sher/AfriFlora 社

ヒペリカム調達先 Yalkoneh Flower Ethiopia 社

(2) 結果

- ・ Et-Highland 社はエチオピアに於けるバラ生産のパイオニア。
丁寧なバラ生産農園であり、国内定番品に対抗し得る品質を確認。
- ・ Sher 社は、アフリカ最大規模のバラ専業生産会社。
豊富な品種、多様なサイズを有しており、量販店展開に最適。
特に、ホームユース向けとして 25~40cm 長さの市場展開が有望である。
- ・ Yalkoneh 社のヒペリカムは、国内では流通していない色も含めて 7 色の品揃え、実の大きさも国内品を凌駕している。

(3) 考察

- ・ 調達先 3 社共に、花の品位については十分なレベルにあると確信している。
品質については、出荷・輸送時の取扱についての改善を要すると認識。
- ・ 現時点での最大の課題は輸入コストにあり、大きなロットでの輸入時の輸送コストダウンの確認が必要となっている。

3.3 実証項目 2 物流・通関調査

(1) 検証方法、活動内容

- ・ Et-Highland 社、Yalkoneh 社についてはエチオピアからの直輸入、Sher 社については、オランダ経由の輸入経路となっている。
- ・ 輸入品の揚げ地は、全て成田空港。
- ・ 2015 年 9 月以来、各社からそれぞれ 5 回の輸入実績を上げている。

(2) 結果

- ・ 航空輸送におけるトラブルは、エチオピア航空の欠航に伴う延着を 2 回経験している。
最近、成田-香港間でも乗客輸送を始めたことから、欠航は減少するものと期待している。

- ・輸入通関に必要な船積書類の入手が遅れがちである。
通関業者との連絡を緊密にすることで、成田での滞貨防止を図っている。
- ・最大の課題は植物検疫にある。
輸出時の検疫検査はパスしていても、成田検疫で不可となるケースがある。

(3) 考察

- ・エチオピアからの空輸については、概ね安定していることが確認できた。
- ・輸入通関に関する船積書類の早期入手については、調達先との協議を重ねると共に、現地フォワーダーの再調査を行う予定。
- ・植物検疫についても、生産者と燻蒸回避に向けての協議を重ねる必要がある。
また、JETRO アディスアベバの他、JICA エチオピア事務所の専門家との情報交換を通じて、生産者への改善要請を行いたい。

3.4 実証項目 3 高付加価値化のための現地指導

(1) 検証方法、活動内容

- ・現地においては、欧州市場向けに現地パックを既に実施していることを確認。
- ・欧州スーパーマーケット仕様のスリーブにパッキング実施。
- ・農園にて採花後の処理・管理では、十分に低温管理がなされていることを確認
作業場は室温 (15℃レベル) だが、保管庫は飛行場倉庫も含めて 5℃レベルで管理されている。

(2) 結果

- ・展示会での評価、流通関係者の間での、花の品位の評価は高い。
従来から輸入されているケニア品に比べて遜色はない。
- ・また、低温管理の効果としては、当社内、第三者機関での日持検査で、2 週間以上の花持ちを確認している。
- ・国内での大量販売を考えると、一層の品質管理改善が必要。

(3) 考察

- ・品質管理を強化するポイントとして、花卉における擦り傷が挙げられる。
本擦り傷は、包装・梱包作業、並びに、輸送時の取り扱いに起因するものと考えられる。
本作業、取り扱いの改善については、現地での指導と共に、資材の改良も必要となる。
- ・実証事業期間でエチオピアの切花を扱ったのは主に秋から春にかけてであり、盛夏時期を経験していない。
本年夏期の品質、日持期間の確認を十分に行う必要がある。
- ・エチオピアにも雨季があり、当該季節には品質、並びに、生産量の低下が懸念されるとの情報があり、本件についても確認を要する。

3.5 実証項目 4 直接輸入

実証項目 2 に同じ

3.6 実証項目 5 日本市場販売

(1) 検証方法、活動内容

- ・展示会、開催セミナー及び顧客訪問によって、国内市場ニーズの確認、また、試験販売を依頼
展示会 IFEX（2015年10月）、SMTS（2016年2月）
開催セミナー エチオピア花ビジネスセミナー（JETRO 主催）

(2) 結果

- ・スーパーマーケットにて12月試験販売開始し2月以降も継続見込
- ・ホームセンターにて、3月以降試験販売を計画
- ・その他、展示会後に、多数の引合い有り

(3) 考察

- ・Sher社の豊富な品揃えは、スーパーマーケットでのホームユース販売用に大きな可能性があることを確認できた。
- ・Et-Highland社の大輪のバラは、従来の国内販売ルートで十分競合できるとの感触を得た。
- ・ただし、既述の通り一層の拡販には更なる品質改善・管理強化が必要。

3.7 実証項目 6 拠点設立

(1) 検証方法、活動

- ・今期は具体的な活動はできなかった。
- ・将来の拠点設立に向けての、情報収集を実施。

(2) 結果

- ・エチオピア投資委員会訪問
Director Mr. Aklilu Mariam 氏と面談、投資優遇制度情報入手
- ・JETRO ナイロビ事務所訪問
所長より、東アフリカ諸国情勢について情報入手
- ・S 大学院大学 O 教授との面談
エチオピアでの投資優遇制度の活用について情報入手

(3) 考察

- ・前項記載情報収集の他、適宜エチオピア大使館を訪問している。
今後も、訪問頻度を増やして、現地拠点設立に関する情報入手に努める。

第4章 現地への寄与

- ・日本への量的、価格面での安定輸出の実現
今までは、花輸入業者による不安定なスポット取引が主流であった。

第5章 今後の事業展開と課題

5.1 今後の事業展開

(1) 現地における活動

- ・ 現地生産者と取り組む品質改善
特に、包装資材・技術の改善による花品位の向上
- ・ 現地パックの実現
国内スーパーマーケット、ホームセンター要望の現地パック化
現地パック化に伴う、国内からのスリーブの供給
- ・ 現地での輸出代行業者の有無の再確認
国内フォワーダーとの提携会社の探索、活用
- ・ 航空輸送コストの低減検討
量的拡大が必須事項、エチオピア航空との価格交渉の余地の確認

(2) 日本国内での活動

- ・ スーパーマーケット、ホームセンターとの販売戦力の共同構築
販売品種の選定、安定販売に向けての戦略構築
購入ユーザーの嗜好調査、店頭展示パックの最適化
- ・ 市場会社との提携の推進
需要品位の確認、供給品質の改善
市場会社のサプライチェーンの活用検討

5.2 今後の課題

- ・ 現地生産者との緊密な情報交換、情報共有
定期的な現地訪問
生産・新種開発状況、国内市場情報の共有
現地生産技術の理解吸収
- ・ 現地生産品位の維持・向上
定期的な現地訪問
国内ユーザーの生産農地視察の実施
- ・ 現地パック化の実現
国内ユーザー仕様の確立
パック化に伴う、取扱手法の改善協力
- ・ 現地拠点設立準備
現地でのスリーブ需要調査
現地化設備計画の立案
進出に関するエチオピア国内法、規定等の調査

以上