

# 実証事業にかかわる最終報告

中堅・中小企業輸出ビジネスモデル調査・実証事業費補助金

## 対象地域

以下のアフリカ各国

ナイジェリア

ガーナ

ケニア

南アフリカ

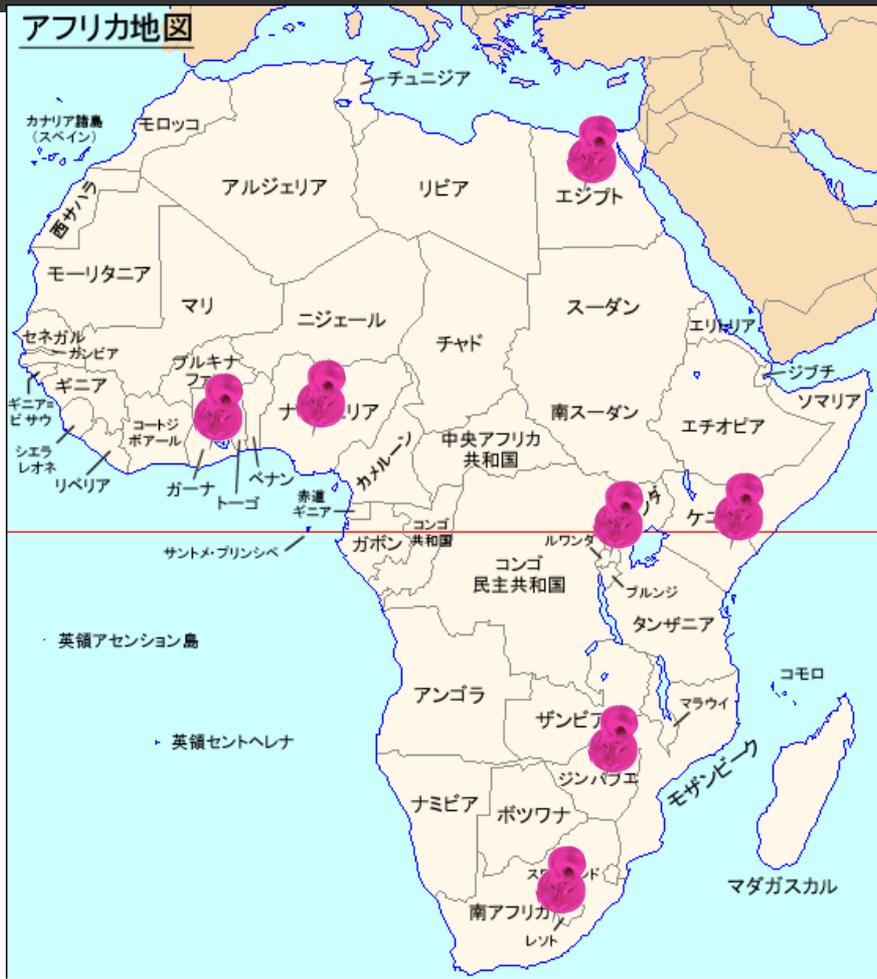
ルワンダ

エジプト

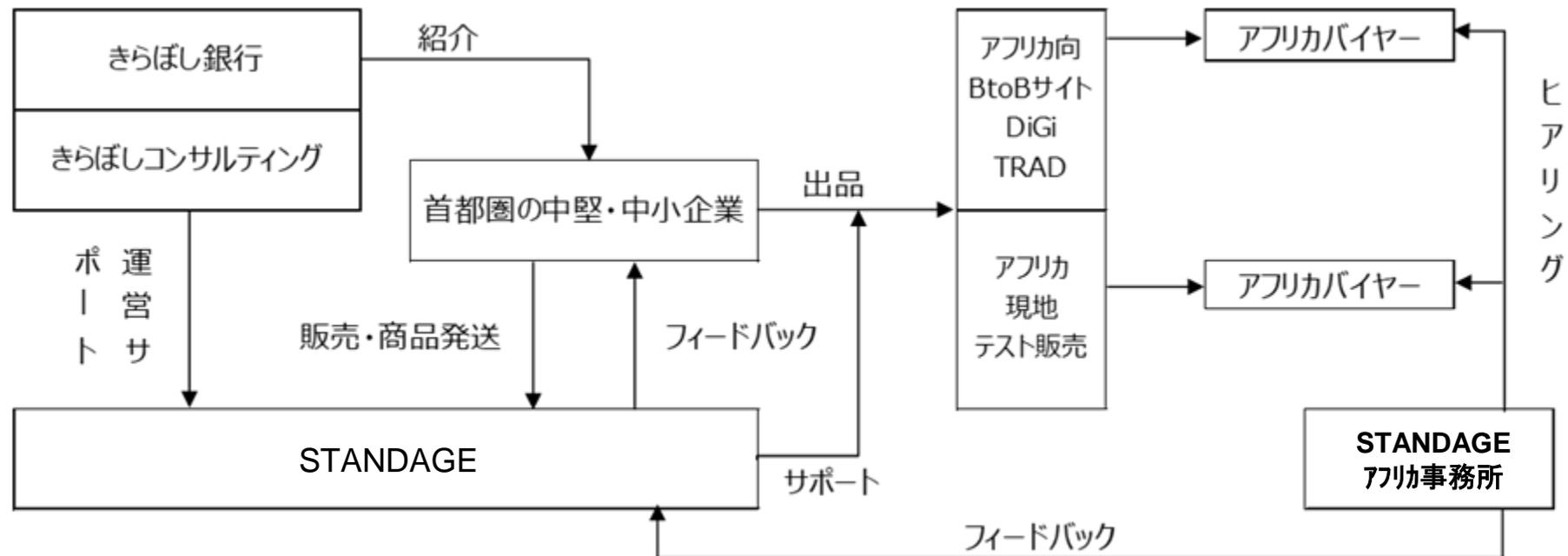
ジンバブエ

※補助事業推進過程により、

対象国が増加する可能性あり。



1. **中堅・中小企業にとって障壁が高いアフリカ向け輸出**について、デジタル総合商社パッケージを活用して**低コストでスタートできる体制を整備**。日本の中堅・中小企業のどの分野の商品がアフリカ市場で受入れられるか、企業ごとのアフリカ戦略を検討する為のテスト販売の場を提供する
2. 中堅・中小企業のフォローについては、東京を地盤とする地域金融機関のきらぼし銀行並びに同グループ会社のきらぼしコンサルティングと連携し、東京を中心とした首都圏所在の**中堅・中小企業の輸出拡大に貢献できるビジネスモデルを確立**する。
3. 殆どの中堅・中小企業が「アフリカを知らないこと」から**アフリカ市場開拓**を検討しておらず、**低コストでアフリカビジネスにチャレンジする環境を整え**、対象企業を増やすことを主眼に置く。
4. 今後アフリカで普及するであろう日本商品を3分野（食品、雑貨、電機機器）に絞り、実証期間中に参加企業向けにアフリカ戦略説明会を3回実施。その後、分野ごとのテスト販売をアフリカ現地で各1回リアル開催、並行してアフリカ向けBtoBサイト「DiGiTRAD（デジトラッド）」を活用してプラットフォーム上でもテスト販売を実施。弊社アフリカ事務所を活用し、**アフリカバイヤーへのアプローチ**だけでなく、バイヤーへのヒアリングを実施し、商品に対する印象などを集計して参加企業の日本企業へ還元し、**今後のアフリカ戦略**に役立て頂く。



## 実施目標計画

基本方針 : 未知数のアフリカビジネスを理解し、本格チャレンジする機会・動機付けを作る。

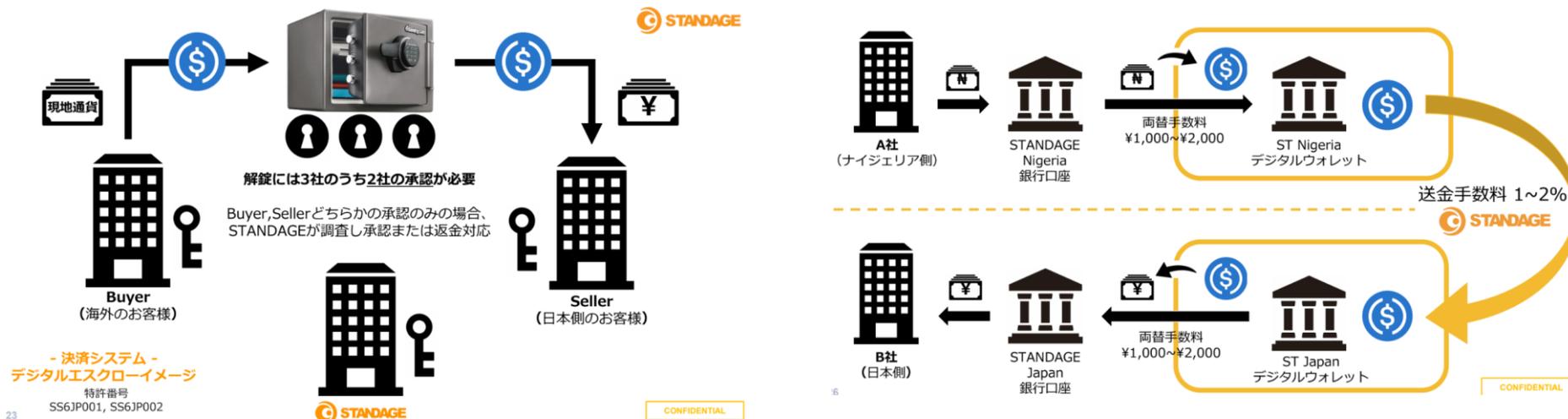
対象企業数 : 当初**30社程度想定** (1企業に対する適切サポートを考慮し、  
今回は対象者数を制限)

参加企業 : 首都圏の中堅・中小企業

参加費用 : 参加企業からは参加費用を徴収せず。サンプル品の提供や物流費などを負担。

**⇒30社以上の、中堅・中小企業製品のアフリカ向け貿易ビジネス構築を実現**

アフリカ諸国においては、深刻なUSDの供給制限がかかっている国が非常に多く、現地に進出済みの多くの日系企業も、USDが調達できないために円滑な貿易が実現できてない悩みを抱えている。そこで本事業では円滑な貿易実現のため、弊社が独自開発したブロックチェーン決済システムを全ての事例で活用した。



日本企業の製品の特徴や一般的な情報を、アフリカ当地の企業が効率よく確認できるように、DiGiTRADの製品掲載ページへ掲載し、貿易交渉の円滑な進行に努めた。



DiGiTRAD *Japanese Quality, Better Products*

EN | JA | 中文



## SHUN – Organic Roasted Tea (Tea Bags)

Kaga Corporation

Food/Drink

tea organic organic tea rainforest alliance fssc22000

### Product Description

Organic Bowcha Tea manufactured in small quantities with FSSC certified production. 6 tea bags of 3grams per pack.

### Reference Price

4.00 USDC (FOB)

In Stock New [Contact seller](#)

### Estimate Shipping Cost

SHIPPING COST PER BOX ⓘ It will take at least 3 working days to arrange logistics.



DiGiTRAD *Japanese Quality, Better Products*

EN | JA | 中文



## Organic Super Absorbent Polymer 5 kg

EF POLYMER Private Limited

Others

Natural Hydrogel

### Product Description

Fasal Amrit is an organic Super Absorbent Polymer made with blowaste from juice shops. It is useful to reduce the irrigation water & fertilizer requirement and help to get more yield without affecting the soil and crop. The product can enhance soil health by providing micronutrients and maintaining the moisture content along with helping the growth of microbe which is almost at zero level due to the high usage of chemical fertilizer.

### Reference Price

100.00 USDC

In Stock New [Contact seller](#)

### Estimate Shipping Cost

SHIPPING COST PER BOX ⓘ It will take at least 3 working days to arrange logistics.

多くのアフリカBuyer候補と貿易交渉を進める中で、特に以下の点が特徴的であり、日系企業が意識すべきと考える。

### ①交渉ツールは主にWhatsapp（スマホベース）

日本や他の先進国と異なり、日々移動しながらスマホでビジネス交渉を進める方が非常に多い。

弊社の確認でも、メール vs Whatsappでは、**10倍以上の返信スピードの違い**があった。

弊社はWhatsappにて貿易交渉を進める体制を整えているが、今後日系企業が独自に交渉をする際にも同様に**SNSコミュニケーションツールに慣れていくことも必要**である。

### ②貿易決済に暗号資産を活用できるのは強み

多くのアフリカ諸国では**深刻なUSD供給不足**に陥っているため、**現地通貨からUSDに両替し、貿易代金に充てる事が難しい状況**である。その点、**弊社の決済プラットフォームを活用することで、現地通貨⇒USDと1対1のデジタルコインに簡便・安全に両替出来る点は非常に好評**であった。

手数料の安さ、スピード、安定性等がメリットとして挙げられた一方、**入手の煩雑さがデメリット**として挙げられたため、この点に関しては現地に法人設立（銀行口座開設）及び現地パートナーとの提携を通じてサービスの更なるユーザビリティの向上に繋げていく。

### ③海外への輸出経験の有無

当たり前の話かもしれないが、海外への輸出経験を有する、既に海外（アフリカ以外の地域）向けに貿易展開している企業の方が、アフリカ向け貿易の成立までのスピードは早かった。

理由としては、

- 1) 海外向けの、英語の説明資料が既に揃っており、すぐにBuyerへ紹介できた。
- 2) 英語表記のパッケージが印刷された製品が既にあり、サンプル提供がすぐに可能だった。
- 3) 海外向けに特化した、価格を抑えた製品を有していた。
- 4) 海外での成功事例を知っており、ブランドの拡大方法に関してディスカッションできた。

一方上記点を有していない会社については、まず**途上国（アフリカ）でも売れる可能性があるという事を認識して頂く**事に1か月～2か月程度を要している。

**自社製品は高く売れない、という先入観を持つ中堅・中小企業が非常に強い**ため、この考えを改めるための貿易成功事例に関するウェビナーを定期的を開催し、認知を高める事が非常に大切と考える。

## ①日本企業の、アフリカ市場に対する認知度の低さ

⇒本事業の認知拡大のため、毎月ウェビナーを実施しているが、多くの日系中堅・中小企業にとって、アフリカ市場は「支援対象」であり、自社製品は値段が高く、売れないという先入観が強い。

## ②アフリカ企業の、日本製品・ブランドに対する認知度の低さ

⇒進出する日本企業が少ないため、多くのアフリカ企業にとっては、日本製品と中国製品の差が分かっていない状況（ただ価格が高いだけという認識）。

**官民一体となって、日本ーアフリカ両者の理解を深めるビジネスイベントの  
定期的な開催が必要不可欠 ⇒ ビジネス教育**

## ①貿易ビジネス構築に対する、予算確保が困難

⇒ほとんどの企業は、無償サンプルの国内提供に留まる。「日本製だから」を売りにする企業が多いが、類似品が安くある以上、販促活動なしでは売上構築までにかかなり時間がかかる。商社任せの考え方が強い。

## ②貿易ビジネス構築中の、相対する社内人材不足（担当者が意思決定者でない）

⇒貿易ビジネスの重要性に対する認識がまだ低く、意思決定出来ない、担当者レベルの対応が多い。結果、価格や販促予算等、各種条件決定に莫大な時間を要し、海外企業がシビレを切らし商談が上手く進まない。

## ③海外市場ニーズに即した製品カスタマイズが困難

⇒国内市場を最重要視するため、国内市場製品の展開の延長、として海外市場を見ている。

中国・インドは最初から海外市場を見据えた製品開発、及びカスタマイズの柔軟性を有している。

以下の3点を実現し、貿易創出計画を実現する。

## 1. 輸出先対象国の拡大

本実証事業を通じて確立した開拓手法を、アフリカ以外の地域へ広げる事で、輸出対象の日本製品カテゴリーの拡大に繋げる。

展開先目標地域は、2023年度：東南アジア 2024年度：中国&中南米 2025年度：全世界

## 2. 国内中堅・中小企業の開拓強化

株主（東京海上、山九等）、地銀、商工会議所、各自治体との連携を強化し、より多くの中堅・中小企業へ貿易ビジネス構築に関するセミナーを開催していく。

リーチ企業数目標は、2023年度：1,000社 2024年度：3,000社 2025年度：5,000社

## 3. 貿易支援サービスの有償化

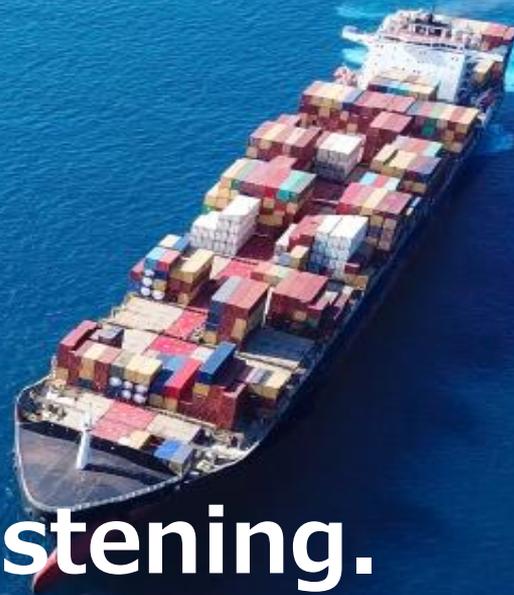
現状検証している貿易ビジネス構築支援をパッケージ化したサービスとして、課金モデルへ変更を検討。これによりキャッシュフローが改善し、より充実した貿易開拓サポートの提供を実現する。

2023年度：サービス価格決定 2024年度：外部パートナーが販売できる状態を構築



革新的なビジネスの創造を通じて  
世界のすべての地域を豊かにする

Thank you for listening.



貿易をもっと自由に、もっと簡単に

