

contents
ジェトロ山口
青島派遣レポート
YMFGアジアニュース

発行 (一財) 山口県国際総合センター

日本貿易振興機構(ジェトロ) 山口貿易情報センター

内容についてご意見、ご質問があれば、下記までお問い合わせ下さい。

(一財) 山口県国際総合センター

山口県下関市豊前田町3-3-1

TEL083(231)5778 FAX083(231)5787

メッセ海外通信
INTERNATIONAL NEWS
KAIKYO MESSE SHIMONOSEKI

(一財) 山口県国際総合センター・日本貿易振興機構(ジェトロ)山口貿易情報センター

MESSE

ジェトロ「ジャパン・イノベーション・ブリッジ(J-Bridge)」のご紹介 ～海外でビジネスパートナーを見つけるには～

年明けは全国的に厳しい冷え込みが続きましたが、少しずつ寒さも和らいできたように感じます。皆様いかがお過ごしでしょうか。

さてジェトロでは2021年2月、国際的なオープンイノベーションの創出を目指して、「ジャパン・イノベーション・ブリッジ (J-Bridge)」と呼ばれるビジネスプラットフォームを立ち上げました。本プラットフォームでは、日本企業の皆様と海外企業との協業・連携を支援しております。

新規ビジネス創出に向けて海外企業との協業に取り組む企業は年々増加傾向にあり、現在では国内約1,800社、会員数にして約3,000名の方々にご利用いただいております。今回はJ-Bridgeのサービスについてご案内するとともに、実際にJ-Bridgeを活用して海外企業との業務提携に至った事例をご紹介します。

■イノベーションとは？

昨今、ニュースや様々な場面で「イノベーション」という単語を耳にされる方も多いのではないのでしょうか。かくいう私も、山口事務所に転勤となる前は、東京本部の「イノベーション部」という部署に所属しておりました。所属しておきながら横文字の部署名に若干の違和感を覚えたものですが、改めてイノベーションの定義について確認してみましょう。

経済産業省の定義によれば、イノベーションとは「社会・顧客の課題解決につながる革新的な手法（技術・アイデア）」で、「新たな価値（製品・サービス）を創造」し、社会や顧客への普及・浸透を通じて、「ビジネス上の対価（キャッシュ）を獲得する」一連の活動を指すといえます¹。

さらっと読むには内容が左から右に流れてしまいそうな文章ですが、要するに①市場になんらかの新しい価値・製品・サービスを生み出し、その“新しい価値や製品・サービス”が企業にとってビジネス上の利益をもたらすことを、イノベーションと呼ぶわけです。

一般的には、イノベーション＝新規事業開発と連想される方も多いのではないのでしょうか。実際に大企業を中心にイノベーションへの関心は年々高まっており、またイノベーションを継続的に生み出すことで新規事業開発に成功して

いる企業も増えています。

¹日本企業における価値創造マネジメントに関する行動指針 | 経済産業省 (2019)

https://www.meti.go.jp/policy/economy/keiei_innovation/kodoshishin/pdf/20191004003-1.pdf

■自社だけでイノベーションを起こすのは難しい？

イノベーションの中でもジェトロが特に焦点を当てているのが、「オープンイノベーション」と呼ばれるものです。

ではイノベーションに「オープン」がつくと一体何が違うのか？簡単に言ってしまうと、イノベーションを生み出すために外部のリソースも活用しようというものです。

例えば今後企業として生き残っていくために、新しい技術を開発しようとする。もちろん自社の人材や技術だけで全てまかなえれば良いのですが、中々そううまくはいきません。

また例えば新しい商品を開発する場合。仮に商品自体は自社で開発できたとしても、それをどのような販路で売するのか、どういった客層にアプローチすればよいのか、販売戦略までのすべてを自社で賄いきるといふには、それなりのハードルがあります。

そこで自社内のリソースだけにこだわるのではなく、いっ其他社や大学、外部機関が持つ技術やリソースを活用して新たなビジネスを生み

出そうという動きが広まっています。

■J-Bridgeの支援内容

J-Bridgeではこの外部リソースの活用にはスポットをあて、日本企業と海外企業の協業・連携²をご支援しています。企業だけでなく、大学や研究機関同士の連携についても同様です。

分野としてはグリーン・デジタル、また地域としては一部の国・地域を除きほぼ全世界をカバーしています。

企業様によってフェーズは様々かと存じますが、それぞれのお悩みに応じた支援サービスをご用意しています。

<海外企業との協業に関心があるが、何から始めればよいか分からない企業様>

「海外企業との連携に関心があるので、まずは情報収集から始めたい」という企業様には、J-Bridgeサイトにてイベント動画のアーカイブや実証補助事業、イノベーション関連ニュースなどを提供しています。

また海外企業との連携を考えているが、何から始めればよいか分からない、といった企業様には、初期の戦略策定をテーマに、個別に外部専門家やジェトロ職員による相談対応を受け付けております。

<協業先に求める条件がある程度決まっている企業様>

もう少しフェーズが発展して、具体的に○○な技術を持っている会社と連携したい、アジア地域の○○に知見のある企業と一緒にビジネスをしたい、といった要望をお持ちの企業様には、ビジネスパートナーを探すところから、初回の面談アレンジ・同席までをジェトロが担当します。

ジェトロの海外事務所が厳選した、世界各国の有望企業のデータベース（約1,200社）もございますので、企業様ご自身で海外企業をお探

しいただくことも可能です。ご関心のある海外企業には、ウェブ上から面談申し込ただけです。その場合、ジェトロが海外企業への連絡や面談調整を行い、初回の面談には同席いたしますので、ご安心ください。また言語面にご不安がある場合は、通訳手配も無料で受け付けております。

ジェトロのデータベースの中で希望に合致する海外企業がなかった場合、企業様ごとのニーズやお探しの条件に応じてジェトロで海外企業をお探しし、企業リストを提供させていただきます。もしその中でご関心のある企業がありましたら、面談をアレンジ、初回面談に同席いたします。

<実際に海外でのビジネスパートナーが見つかったが、実務面で困っている企業様>

実際にビジネスパートナーが見つかり話を進めているものの、法務や労務、税務といった実務面で不明点が出てきてしまった、という場合。たとえば海外企業との秘密保持契約書（NDA）などの各種契約書作成のアドバイスが欲しいといったお問い合わせは、ジェトロ外部専門家（弁護士等）にご相談いただくことが可能です。

²販路拡大を目的とした代理店契約・販売契約や調達契約等は対象外です。

■J-Bridgeご活用事例

ここまでJ-Bridgeのサービスについてご紹介してきました。一方でよく企業様からは、「イノベーションといっても、やはり大企業だからできたことでは？（中小企業ではできないのでは？）」「海外ビジネスに関心はあるが、いきなりビジネスパートナーを見つけて協業、というのはハードルが高すぎる」といったご意見をいただくこともよくあります。

たしかに日本企業の海外展開への関心は少子高齢化により年々高まりを見せておりますが、それでもいきなり海外でビジネスパートナーを見つけて、更にうまく協業していくというのはハードルが高いことであることに変わりはありません。

しかし一方で、これまでJ-Bridgeをご活用いただき、実際に海外企業との協業・連携に至ったケースは数十件、その中には中小企業や設立間もないスタートアップ、大学など様々な方がいらっしゃいました。

また、海外にビジネス展開するにあたって、海外に拠点を持たないからこそ、むしろその土地に詳しい海外のビジネスパートナーを見つけることが必須条件であったという企業様も多くいらっしゃいます。

J-Bridgeご活用のイメージをもっといただくために、ここではJ-Bridgeを活用してベトナムの教育系スタートアップと業務提携に至った、教育サービス・出版大手の株式会社学研ホールディングス様の事例をご紹介します³。

○会社概要

日本企業：

株式会社学研ホールディングス

事業内容：教育・福祉サービス。教育分野では出版やコンテンツ事業に留まらず、教室・塾事業や、園・学校事業も手掛ける。

ベトナム企業：

KIDDIHUB EDUCATION TECHNOLOGY JSC

事業内容：2020年設立。幼児向けの園・習い事口コミサイトを運営し、保育園向けコンサルティングサービスを展開。

○協業内容

KIDDIHUBはベトナム最大級の教育プラットフォームを運営しており、保護者や園経営者、保育士に、教育情報やECサービス等を提供し

ている。

「KIDDIHUBは園や保護者との強いつながりを構築する一方で、今後の事業多角化に必要な幼児向けの教育系コンテンツが不足している状況でした。

今回の事業提携により、学研は教育コンテンツとビジネスモデルを、KIDDIHUBはベトナムでの顧客ネットワークを提供する形で、お互いを補完し合い、ベトナムでの教育事業展開を拡大し、両社の企業価値向上を加速できるものと考えております。」⁴

今後は両社で協力しながら、ベトナムにおける新たなビジネスモデルおよび商品の開発等を行う。ベトナムでの事業展開をさらに推進することで、幼児教育における最大手を目指す。

○海外企業との協業が必要だと感じた背景

少子高齢化によって国内市場の縮小が顕著であり、海外展開は必須であることから、2021～2023年の中期経営計画では、2030年時点の数値目標として、全事業収益に占めるグローバル分野を30%と掲げた。

これに合わせたグローバル戦略の見直しを行う中で、市場の成長性が見込めるASEAN、中でも人口が1億人にせまり、家庭の教育熱が高いベトナムに注目した。

しかしベトナムに拠点を持たない状況下で、自社単独での進出はリスクが大きいと、現地の市場に精通し、一定の顧客を持つ提携先を探していた。

○どのようにJ-Bridgeを活用いただいたか

ベトナムでの事業展開にあたっては、まずは学研様からジェトロ・ハノイ事務所に支援相談のお申し込みをいただきました。ハノイ事務所は、ベトナムについての一般概況等の情報提供の他、学研様がお探しの企業像を具体的に洗い出し、学研様とマッチしそうな現地でのパートナー探しを行いました。学研様には複数の教育

系スタートアップを紹介し、ジェットロで面談をアレンジ・同席まで行いました。

「パートナー探しに当たっては、ジェットロよりエドテックスタートアップを複数紹介してもらった。候補数社と面談した結果、幼児向けの園・習い事口コミサイトを運営し、保育園向けコンサルティングサービスも展開するKIDDIHUBを選定した。当社が所有する体系的な教育プログラム「STEAM 教育⁴」についても評価をいただき、両社の思いがマッチする形でMOU 締結となった。」

またKIDDIHUB社との協業にあたって、具



日越投資カンファレンスでチン首相、萩生田大臣を前に覚書を披露する学研（右）とKIDDIHUB（左）の代表者（ジェットロ撮影）

体にどのような課題を抱え、どのように業務提携が軌道に乗ったのか、詳細をインタビュー記事にて公開予定です。

J-Bridgeウェブサイト上で2025年3月に公開予定です。ぜひご一読ください。

<https://www.jetro.go.jp/j-bridge/>

³ジェットロ「ベトナムDX参入事例集-DXキーパーソンに聞く-」

https://www.jetro.go.jp/ext_images/biz/trendreports/2023/b2a82f3df71b9072/202304.pdf

⁴学研プレスリリースより

<https://www.gakken.co.jp/ja/news/news20211126103033.html>

⁵STEAM 教育とは、科学 (Science)、技術 (Technology)、工学 (Engineering)、アート (Art)、数学 (Mathematics) の5つの領域を対象とした理数教育に、創造性教育を加えた教育理念を指す。戦後間もなくの復興期から科学を学習に活かす取り組みを行ってきた学研の最大の強み。

■まとめ

今回はJ-Bridgeのサービス内容および、J-Bridgeのご活用事例として学研様の例をご紹介いたしました。

海外企業との協業・連携は容易なものではありませんが、一方で海外に拠点を持たない企業様にとっては、自社単独での進出リスクを考えると、むしろ現地の市場に精通したビジネスパートナーを見つけることは一つの有効な選択肢になるかと存じます。

また約3,000名の皆様にJ-Bridgeをご利用いただいておりますが、その中で海外企業と今すぐに協業できる体制が整っている企業様はほんの数パーセントです。まずは情報収集から始めたい、どんな海外企業がデータベースに掲載されているのか見てみたいといった関心からご利用いただいている方がほとんどですので、お気軽にご利用ください。

J-Bridgeは会員制サービスとなっておりますが、ご利用は無料、また法人単位でのお申し込みではなく、個人単位でのお申込となります。J-Bridgeの説明を聞いてみたいなど少しでもご関心をお持ちいただけましたら、お気軽にジェットロ山口までご連絡ください。

(TEL:083-231-5022)

(まとめ：ジェットロ山口 秋野)

青島派遣レポート

下関市総合政策部国際課
(青島市派遣職員)

吉田和矢

これからの人的往来は如何に～データでみる日中関係～

このレポートを書いている今は1月中旬、街に出ると帰省のためかキャリーケースを運ぶ人が増えたように感じます。1月14日より、中国国内の公共交通は、「春運」体制に切り替わりました。これは春節の大移動に対応するための特別輸送のことで、全40日間にも及びます。報道によると、春運期間に延べ9,000万人が航空機を利用すると予想され、1日平均18,500便が運航、また、鉄道は延べ5.1億人の利用が見込まれています。

さて、春運が始まった同じ日に、中国国家移民管理局の記者会見で興味深い統計が発表されました。

「2024年出入国者数延べ6.1億人、前年比43.9%増加」

この報道発表を深掘りしてみたいと思います。出入国者数が過去最高であった2019年と比較するため次の表にまとめました。

	2024年	2019年
出入国者数	6.1億人 (前年比43.9%増)	6.7億人
うち外国人出入国者数	6,488万人 (前年比82.9%増)	9,767万人

出典：中華人民共和国中央人民政府 HP^{1) 2)}

この表から分かるように、2024年における中国での人の往来は確実にコロナ前の水準に近づいています。特に、外国人出入国者数前年比82.9%増加は、急激な伸び率です。

昨年11月、中国外交部は日本を含む9か国に追加でビザ免除政策を試行すると発表しました。これにより、38か国の普通旅券保持者が、商用・観光・親族訪問・交流の目的であれば、30日間ビザなしで中国国内に滞在できるようになりました。しかし、当該政策は期間が定められており、2025年12月31日までとなっています。今後延長されるかどうか注視する必要がありますが、現状においてビザ申請に係る負担軽減が旅行者に与える影響は大きいと思います。ちなみに、2018年に中国に入国した日本人は269万人で、ミャンマー、ベトナム、韓国に次ぐ4位でした³⁾。2019年以降のデータは公表されていませんが、今後の動向が気になるところです。

余談ですが、福岡-青島間の直行便が復活したのをご存じでしょうか？この航空便の復活で、青島への渡航が随分楽になりました。参考ですが、春節後のオフピークだと往復航空券+ホテル3泊の旅行代金は5万円を切ります。現在この直行便は、週5往復程度で運行されていますが、4月以降の夏ダ

イヤが発表された際は、デイリーで運行されることを期待したいところです。

さて、前述の中国での報道発表があった翌日（1月15日）、日本国内においても注目すべきニュースが飛び込んできました。日本政府観光局（JNTO）によると、2024年における訪日外客数が3,686万人（推計値）となり、過去最高であった2019年の3,188万人を上回り、最高記録を更新しました。国別ランキング上位2か国を2019年と比較してみます。

	訪日外客数	
	2024年	2019年
1位 韓国	88.1万人 (前年比26.7%増)	55.8万人 (当時2位)
2位 中国	69.8万人 (前年比187.9%増)	95.9万人 (当時1位)

出展：日本政府観光局（JNTO）HP⁴⁾

1位の韓国は、2024年においてコロナ前の水準をすでに上回り、前年比26.7%増と順調な伸び率であることが分かります。2位の中国ですが、2024年は69.8万人で、前年比187.9%増は驚異的な伸び率です。距離が近く、観光ビザを必要としない韓国人旅行者が多いことは容易に想像できるのですが、所得要件等の条件が必要となる観光ビザの申請が必要な中国人旅行者が、昨年いきなり大挙して押し寄せたとすると、訪日旅行熱は全く冷めてないように感じます。コロナ前の水準には達していないものの、「中国人旅行者100万人突破！」や「中国1位に振り返り咲き」といったニュースが流れるのはもはや時間の問題なのかもしれません。

参考URL

- 1) "2024年6.1亿人次出入境 同比上升43.9%". 中华人民共和国中央人民政府. 2025-01-14. https://www.gov.cn/lianbo/bumen/202501/content_6998403.htm, (参照2025-01-17).
- 2) "2019年出入境人员达6.7亿人次". 中华人民共和国中央人民政府. 2020-01-06. https://www.gov.cn/xinwen/2020-01/06/content_5466869.htm, (参照2025-01-30).
- 3) "年度数据 按国别分外国入境旅游". 中国国家统计局. <https://data.stats.gov.cn/easyquery.htm?cn=C01>, (参照2025-01-17).
- 4) "訪日外客数（2024年12月および年間推計値）". 日本政府観光局（JNTO）. 2025-01-15. https://www.jnto.go.jp/statistics/data/_files/20250115_1615-1.pdf, (参照2025-01-17).

YMFGアジアニュース

山口銀行青島支店
平 田 理

中国ビジネスにおける挑戦者インタビュー

秋川牧園(常州)農業有限公司、張建友副総経理

株式会社秋川牧園（本社：山口県山口市）は、安心安全な食べ物づくりのパイオニアとして、無農薬無投薬の食品の製造・販売を手掛けています。同社は現相談役である秋川實氏が、ご実父の意思を継ぐ形で1972年に一念発起し創業。常に時代を先取る形で安心安全な食品と向かい合ってきました。今回は株式会社秋川牧園が現在進行形で挑戦している、中国国内向け無投薬鶏の展開について、その苦労や精神、中国での事業展開の魅力について現地、常州で責任者を務める張建友副総経理にインタビューさせていただきました。



張建友副総経理（常州事務所にて）2021年

1. 秋川牧園（常州）農業有限公司の設立について

戦時中幼少期を中国大連で過ごした創業者である秋川實(現：秋川牧園相談役)が、2009年12月（当時77歳）、香港の食品展示会へ参加し、市場価値を見出し、ゆかりある中国での事業展開を決意。中国における若鶏の無投薬飼育の挑戦がスタートしました。各関係先との調整、交渉のため頻繁に中国へ足を運びました。2011年には合弁協議の最終段階まで到達したものの、その時の中国では「安心安全な食への意識はまだ十分に高まっていない」との判断に至り、断念。その後2016年からの香港への輸出開始を経て、2017年2月、「機は熟した」と再挑戦を決意。同年4月より私もチームに加わり、夏には協力企業の選定を終え、12月には法人設立、販売開始に至りました。

中国進出プロジェクトチーム5名のうち私を含めた3名は、当時、山口大学に在籍する留学生で、秋川牧園でアルバイトをしていたメンバーでした。そのため、日本文化や秋川牧園の企業文化を理解していたため、アルバイト経験に基づき、日本本社の意思を、中国相手方へ、より深く伝えることが出来たのではないかと思います。秋川牧園が、日本で開発した無投薬飼育の技術を、安定的に中国で実現するには数多くのハードルがありましたが、3名のうち1名は、事前に日本の農場で研修した上で農場専属となり、現地採用したスタッフを教育しながら実現に向けて尽力してくれたことが成功につながったと思います。

2. 「秋川鶏（秋川牧園が飼育する無投薬の若鶏）」について教えてください。

鶏の飼育では病気などへの罹患リスク抑制のため、餌に抗生物質を混ぜての飼育が一般的ですが、当社では抗生物質などを与えずに飼育する方法を1980年代に確立し、中国でもここにビジネスチャンスを見出しました。現在、当社の若鶏は「秋川鶏」という名前で日本式飲食店を中心に販売しています。

(1) 温度管理と湿度管理の管理、鶏舎の清潔を保つ

「無投薬鶏」の生育にあたって、鶏が病気にならない環境を整えることが最も重要です。そのため温度と湿度の管理は非常に大切です。その他、鶏舎の床や1鶏舎あたりの飼育数などにも当社のノウハウを活かして、鶏にストレスが掛からないよう留意しています。

(2) 飼育全期間無投薬であること

当社の飼育過程では、中国においても、全期間抗生物質等を使用していないことを誇っており、当地における若鶏の無投薬飼育のモデル企業となっています。また「秋川鶏」は、特に旨味が凝縮されており、鶏油・肉の味はもちろん、料理の段階から香りが段違いであるとご評価頂いています。



張副総経理ご提供 スーパー陳列の秋川鶏

3. 販路拡大について肌感などを教えてください。

中国国内でも、民間認証会社による認証の下「無抗鶏（抗生剤は使っているが出荷基準はクリアしている商品）」の販売は行われています。現状、消費者にとって、無抗鶏と「秋川鶏」との違いは店頭では分からず、またこの2つの商品の間には、当然に店頭価格に差があるという状況です。消費者が、生産者やその背景（鶏肉の生育過程など）を調べて購入するケースはまだまだ少ない状況です。さらに、食文化という課題にも直面しています。中国の食文化では、強い香辛料と一緒に調理されることが多いため、素材の旨味と香りを覆い隠してしまいます。これでは秋川鶏の味の魅力を活かしにくいと思います。

現在の販売先の多くは素材本来の味を活かしやすいやきとりを取り扱う日本料理屋ですが、今後はネット販売にも力を入れる予定です。近年「TikTok」や「小紅書」ではSNSにて宣伝された商品を同ページ内のリンクから購入することができます。利用者が商品を深く知り、調理法なども関心を持ち、購入する一連の流れが、秋川鶏に特に向いていると感じています。まずは食べて頂かなければ最大の良さを実感してもらえませんが、インフルエンサーによるブランディングや冷凍加工食品にも挑戦していきたいと考えています。

4. 今から中国進出をお考えの企業へアドバイスはありますか？

まずは商品の商標登録を行うことです。中国では商品開発に先行して商標登録がされるため、開発した商品に希望する商品名付けられない可能性があります。真に展開したい商品に関連した商標も同時に登録すると良いと思います。その他、情報の集中度、行政の完成度などを考えれば、都市部の方が結果的に低コストで、成功率も上がると感じます。

中国という国は最近でこそ「脱中国」言われる通り、カントリーリスクは大きいと思います。しかし、14億人というマーケットは魅力的です。日本で人口が減少している状況を考慮すると、挑戦する価値は十分にあると思っています。自信と信念があればその道は開かれると思っていますし、そこに遅すぎるといふことはありません。我々の中国事業は今はまだ発展途上ですが、やはり今でも「私たちは必ず出来る」と思ってやっています。

5. 取材を終えて

強い自信と信念を持って中国無抗鶏市場に立ち向かっていく秋川鶏のご紹介が、応援の一助になれば幸いです。私たちは、お客様の海外事業展開を引き続き応援させていただきます。ご関心のある方はぜひお取引店へお問い合わせください。（山口銀行青島支店 平田）

株式会社秋川牧園HP <http://www.akikawabokuen.com>

