

北陸の農産物 輸出促進

ベトナムへ輸送実験 伏木富山港活性化狙う

有限会社 山文
取締役社長 松村光祥

今までのベトナム輸出の問題点

▶ 今までのベトナム輸出の問題点

- ▶ 混載は基本的に常温で、冷蔵・冷凍がない。
- ▶ そのため、海上輸送の場合は、冷凍品・冷蔵品はコンテナ単位になる。

▶ コンテナ単位の問題点

- ▶ ベトナムにコンテナ単位の営業販売をする必要があるので、営業が困難である。
- ▶ 日本の中小企業メーカーも、コンテナ単位の製造能力が必要
- ▶ 販売・生産も日本の中小企業とベトナム輸入企業では、企業規模のミスマッチがある。

▶ 販売先がわからない。

- ▶ 中小企業は、ベトナムに直接販売するルートがわからない。

大量生産なので、大手メーカーや商社が中心で、中小企業の生産能力では困難である。輸出するためには、設備投資が必要になる場合が多く、輸出に挑戦できない。ベトナム販売の為に、マーケティングする費用と時間がとれない。

伏木富山港から釜山経由 ベトナム・ハイフォンへ



出発港	経由	到着港	日数
伏木富山港	釜山	ベトナム (ハイフォン)	13日
東京(横浜) 港・名古屋港・大阪港	直行	ベトナム (ハイフォン)	9日

- ▶ 海上輸送時間は、4日程度の差はあるが、許容範囲である。
- ▶ ただし、釜山積替えのリスクはある。

結果

2温度帯（冷蔵品・冷凍品）の混載テスト輸送を行った結果、品質は良好である。

ベトナム

- ▶ ベトナムで、北陸発の新しい商品には興味を持った。
- ▶ また、小ロットで購入できる可能性についてもとても期待が大きい

日本

- ▶ 北陸のメーカーも、小ロットで輸出できるので、既存設備で輸出に挑戦できる。
- ▶ 注文が増えていけば、計画的に設備投資も行え、持続的に事業成長も可能性がある。
- ▶ 北陸物流会社の温度帯物流網を活用して、効率よく荷物を集荷することにより、中小企業もより多く挑戦・参加できる。

北陸の中小企業メーカーとベトナムマーケットと、door to doorで気軽につながる。

課題

▶ 物流コスト

- ▶ 東京(横浜) 港・名古屋港・大阪港と伏木富山港と比較して、海上運賃が割高である。
- ▶ 2温度帯混載の為、梱包コストが割高である。

▶ ベトナム商品登録費用及び登録期間

- ▶ ベトナムで商品を販売する場合は、商品登録が必要である。
- ▶ 登録には、費用がかかる。
- ▶ 水産加工品は加工場のベトナム国の登録が必要である。
- ▶ 肉加工品は加工場のベトナム国の登録が必要である。
- ▶ 食料品は、品目により工場登録が必要である。
- ▶ 上記以外に品目により、基本的に商品登録が必要である。
- ▶ 品目（薬・健康食品・化粧品・酒類など）により、方法・時間・コスト等がちがひ、登録待ちが多く発生している。

▶ ベトナムマーケットへのマーケティング

- ▶ 北陸エリアの知名度が低い。（知られていない）
- ▶ 北陸の商品が知られていない。

継続的なマーケティングが必要である。

課題解決のご提案

- ▶ 北陸発ベトナム輸出を育成するために、物流費・登録費用・マーケティング費用等の一定期間（3年～5年）参加企業に支援を行う。
- ▶ 物流費も、費用支援とともに2温度帯梱包のリユース等の工夫を行いコストダウンを行う。
- ▶ 物流を定期便にする。例えば、3か月に1回行う。
- ▶ 継続的・定期的にマーケティングを行う。
- ▶ インターネットを活用し、マーケティング・マッチング・商品登録・物流などの時間とコストを短縮する。