

フードテック分野でグローバルな成長機会を掴むために必要なこと

アグリ・フードニュースレター

2024年8月15日号

執筆者:

[片桐 秀樹](#)h.katagiri@nishimura.com

1. はじめに

フードテック分野に限られた話ではないが、昨今日本のスタートアップシーンが海外投資家の投資対象として認識がされるようになってきているといった話や¹、政府や行政機関主導で海外展開に際しての様々なサポートを受けられるプログラムが立ち上げられるなど²、イノベーションの分野におけるグローバル化については、引き続き注目を集める状況が続いている。ことにフードテック分野においては、食のサプライチェーンが世界中に広がっていること、あるいは気候変動・人権問題などフードテックが解決すべき課題が世界規模の課題であることなど、まさにグローバルな視点無くしては本質を捉えることが難しい分野であり、その意味でビジネスという視点でも、国をまたいだプレイヤー間での協業や、外国市場に向けたソリューションの提供など、国境をまたぐ動きが活発な分野といえる。また、そうであるからこそ、既存の食関連市場と比べてフードテック分野は大きな成長を遂げることが予想されているわけであり³、このような事業機会を捉えることは企業あるいは国家としての経済成長においても極めて大きな意義を有する。

このようなグローバルな成長の機会を取り込むためには、日本に軸足を置く身であるからこそ、日本以外の多様なプレイヤーとのネットワークを築くことが重要になる。この観点で、この6月～7月に掛けて、筆者は幸運にも、海外におけるフードテック関連のプレイヤーと対話をする機会を多数持つことができた。例えば、筆者がアンバサダーを務めるFood Hackのグローバル旗艦イベントである[Hack Summit](#)（6月13日、14日にスイスのローザンヌにて開催）へ参加し、また在日本オランダ大使館主催のAlternative Protein分野に関するシンポジウム（6月24日都内にて開催）にパネリストとして登壇する機会を得、また個人的に日本を訪れた海外のフードテック分野における複数のプレイヤーと話をする機会を得た。今回は、そこから得られた視座を基に、フードテックの分野においてグローバルな成長機会を取り込むための課題や今後の目指すべき方向性について所感を述べたい（あくまで個人的な感覚による部分も多く、何か明確な裏付けがあるものではない記述も多々含まれる点をご容赦いただきたい）。

¹ 例えば、Coral Capital のブログ記事（2023年6月7日付）を参照（[脱中国一、グローバル投資家が惹きつけられる日本の魅力を解き明かす | Coral Capital](#)）

² 例えば、政府が発表したスタートアップ育成5か年計画（内閣官房、2022年11月28日）においても海外に言及する箇所は多く見られ（https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/atarashii_sihonsyugi/kaigi/dai13/shiryoku1.pdf）、また東京都はX-hub Tokyoの仕組みを通じてスタートアップの海外進出支援に力を入れている（[【東京都主催】海外進出支援プラットフォーム「X-HUB TOKYO」](#)参照）。

³ 「令和2年度フードテック振興に係る調査委託事業」（株式会社三菱総合研究所、2021年3月）
<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/sosyutu/attach/pdf/itaku-15.pdf> p.33参照

2. 海外プレイヤーとの会話を通じて得られた Takeaway

(1) 問題の視座

まず、海外の事業者（といってもここでは主に欧米のスタートアップ、コーポレート、投資家などが中心となっている点に留意）から一様に聞かれるのは、日本のフードテックエコシステムはどうなっているのか、市場環境やプレイヤー層はどうなっているのかということである。このことは裏を返せば、これらの情報が外部から見てわかりにくいということを意味している（実際、直接的にそういわれることもよくある）。つまり、英語での情報源を基にして、どのようなソースを当たれば関連する情報に当たれるのか、誰に聞けばある程度網羅的にそういった情報に触れることができるのかがわからないということであろう。このことは、必ずしも国毎にキレイな形でフードテックのエコシステム情報などが整理、公表されているわけではないのが通常であると思うので、ある意味ではフェアではない疑問とも思えるが、一方で日常的に付き合いがあれば別段、普段接していない国については、まずはそのような形で大枠的に整理された情報を見てスタディをしたいというのが通常の考え方であることを考えると合点もいく。特に欧米のプレイヤーから見たとき、米国あるいは EU という括り以外は基本的に「その他のマーケット」という扱いになることが多いため、その中でどのような特徴があるのかという視点で検討を行うことが多く、例えばシンガポールであれば「マーケットエントリー及び初期的な R&D の拠点」として規制環境や事業環境が整備されている場所という確固たる位置づけがある中で、では日本はどうなっているのか？というのが彼らの思考になるものと思われる。実際、日本の市場やプレイヤーがあまりグローバルなプレイヤーの目に触れていないと思われる事象は多々あり、特にいわゆる APAC (Asia-Pacific) という地理的な括りでアジア地域も含めたフードテック分野を見る傾向が強い中でいうと、日本の企業（スタートアップや投資家など）が APAC の括りの中で言及されることが極めて少ないという現実がある。このことを裏付ける網羅的なデータはないが、例えば Forward Fooding という世界的に著名なフードテックエコシステムが 2024 年 7 月 26 日に公表した「Zooming in on APAC FoodTech Startups」という記事の中でも、50 以上のスタートアップが紹介されている中で、シンガポール、インド、中国などに加え豪州や東南アジアベースのスタートアップも多数言及されている一方で、日本のスタートアップは 1 つも言及されていない（但し、日本人がファウンダーであるスタートアップは存在する）⁴。

ここで重要なことは、「日本のマーケットに対する海外からの認識」という言い方をすると、どうしてもいわゆるインバウンド（対日投資）だけを視点に置いた議論であると捉えられることが多いが、実際には、アウトバウンド（海外進出）の動きとも密接に関連しているという点である。日本というフィールドに多様なプレイヤーの関心を集めることで、日本を消費市場として見るという動きのみならず、日本をハブにして、事業開発を行い、アジアを中心とする諸外国への展開を日本経由で行うという動きを加速させることができるはずである。もっといえば、そのような動きに繋げていくために、戦略的に日本マーケットの認知度を上げていく努力をすることが必要である。いずれにせよ、日本は他のアジア諸国が持つ、若くてエマージングなマーケットという特徴を持っておらず、一大消費地としてインバウンド投資を高めていくという戦略は（今現在は 1 億以上の人口を持っているためある程度は可能かもしれないが、少なくとも長い目で見れば）機能せず、日本の産業界がグローバルな成長機会を取り込むためにこそ、日本への投資も加速させ、それを起爆剤として更なる海外進出も進めていくという両輪で戦略の構築が求められる。

⁴ [Zooming in on APAC FoodTech Startups | Forward Fooding](#) (2024 年 7 月 26 日) 参照

(2) 具体的な課題

それでは日本のマーケット環境（市場及びプレイヤーを指す。以下同様。）をグローバルなプレイヤーに知ってもらうためには何が必要になるであろうか？論理的に導かれる大きな方針としては、①グローバルな文脈における日本のマーケット環境の特徴を把握し、②その情報を適切にグローバルなプレイヤーに届けることになるであろう。以下詳述する。

まず①についていえば、上記(1)で述べた「その他のマーケット」という大きな括りに入れることのできないどんな特徴があるかを（日本独自の視点ではなく）グローバルな視点を持って明らかにするということがある。これには、色々な角度での特徴付けが考えられるだろう（ある程度サイズがあり自然環境も含めて多様性のある日本では、シンガポールのように 1 国全体で〇〇という括りである必要は必ずしもない。地域的な多様性があってもよいはずである。）。1 つの解が必要なわけでもなく、誰か特定の人（政府も含め）が決めることでもない。1 つの視点として、日本が伝統的に強みを持ってきた領域で新たなソリューションが必要とされているエリア（例えば水田の脱炭素）などは、日本の技術基盤を生かしやすく、こういう角度での個別の特徴付けという視点もあるだろうし、もう少し横串的に特徴をつけるということもあるだろう。いずれにせよ、まず必要なのは議論である。日本のプレイヤー自身がまず日本のことをよく知らなくてはならない。私は、上記 1 で述べた Hack Summit に、FoodHack Tokyo のアンバサダーとして、日本のエコシステムを伝達する役割として参加をした。そのため、多くの参加者から、「日本はどのような市場環境なのか？」「サステナビリティは日本の消費者に行動変容を促すキーとなるのか？」「日本にはどんなスタートアップがいるのか？」といった質問を何度も受けた。これは抽象的に聞かれると中々答えるのが難しい質問であるという面もあるが（壮大な話なので、バックグラウンドの異なる人に短い会話の中で全てを伝えきれないわけでもない）、改めて聞かれると何と答えるのがよいのか、文脈次第で答えも変わるし、〇〇ですという簡単な解を与えることは残念ながら難しいと感じてしまった。そもそも自分自身に日本のマーケット環境を幅広く答えられるだけの知見が乏しかったのかもしれない（改めて聞かれるとそう思うこともあった）。読者の方々であればどのように答えるだろうか？

次に②についていえば、まず圧倒的に足りていないのは英語での情報量ではないか。これは、技術動向、事業動向、投資動向、法規制動向、文化的側面の動向いずれの角度をとっても間違いのない事実である。私の事業領域でいえば、規制動向の議論、もっと言うと、その前提となる法律や行政文書自体が英語になっていない（アップデートされていない）ものも多く、日本語を理解していない人が日本の規制動向を知ることはほぼ不可能な状態といってよい。逆に、EU、米国、シンガポールなどは全て英語で文書が公開されているため、情報の量・分かりやすさ共に比較にならない。一方で適切な情報を外部に発信するという意味でいえば、何も情報が整理されるのを待つ必要もない。そもそも情報を伝えるのに、美しい文書でキレイにまとまっている必要はない。断片的でもいい。あるいはそれを口頭で伝える人が沢山いるという状態でもいい。フードテック分野における規制その他の法律実務の一部を担っている筆者としても、もっと工夫が必要なところだと感じている。皆さんは自らの事業領域・専門分野について、どのような形で海外向けの情報発信をされているだろうか？

3. 今後の目指す方向性

以上については、そもそも海外の事業機会を取り入れる必然性や利害関係の度合いなどに人によってのバリエーションがあり、また感じ方や価値観、具体的な手法などについても様々なアプローチがあるだろう。それ自体にいいも悪いもないというのは事実である。ただ、筆者が過去のオランダでの留學生活の時期も含めて、危機感を強めているのは、日本の事業者が技術的あるいは専門性という観点で欧米の企業と同じ水準

にあるとしても、そもそもマーケットに乗ってこない、見られていない、という事実である。あるいは、日本での事業機会がすごく遠いどこかの話であるかのような反応を受けたり、日本企業はオープンではないからという入り口レベルの議論で関心が薄れたりといった話を何度も耳にしている。距離でいえば、他のアジアもそうだし、豪州などのオセアニア地域も同じく遠いのは間違いない。そもそも欧州と北米も地理的には近くない。オンラインミーティングがこれだけ容易になった今、問題は地理的要因ではないはずである（もっといえば、文化の違いによるものでも必ずしもなく、現状をどう認識し、それに対してどう手を打つかという戦略性の問題である）。一方で、個別に対話をする、日本のマーケット環境についてある程度の知見を持っていたり、関心、もっといってリスペクトを持っているプレイヤーは一定数いるという事実も存在する。このような潜在的な事業機会を逃すのはもったいないとしかいいようがなく、まずはこのような層にもっと情報を届ける必要がある。

そこで、筆者は、上記 1 で述べた FoodHack の仕組みを通じて、日本のマーケット環境について、グローバルな視点を持ってその特徴（強み）を議論し、加えてそのような機会を通じて得られた情報を世界各地に繋がる FoodHack のネットワーク（現在世界各地の 40 近い都市に展開をしており、地理的にも各大陸に進出を果たしている）を駆使して伝達し、グローバルな事業機会の構築に繋がりたいという思いがある。具体的にどのようにしてそれを実現するかは様々な可能性があるが、いずれにせよ何かをゼロから作るという形は志向していない。日本において既に存在する様々なフードテックのコミュニティ（筆者も色々な諸団体と関わらせていただいている）と連携しながら物事を進めていくことを考えている。ただし、経験上大切だと考えているのは、こういったことについて、例えば年に 1 回議論をするということではなく、もっと日常的に考えるきっかけを作ることが有用であるという点である。アイデアベースだが、例えば毎月、FoodHack が展開している世界の各都市とバーチャルで繋がり、共催でミートアップを行うことなどもあり得るだろう。ある日は日本のスタートアップがロンドンの投資家向けにピッチをしてもいいし、またあるときはダル・エス・サラームのスタートアップが日本の事業会社に連携の可能性を提案するセッションを開催してもいいだろう（いずれも FoodHack のチャプターが存在する都市である！）。可能性は無限大である。この稿が読者の皆様との連携のきっかけになれば幸いである。

当事務所では、クライアントの皆様のビジネスニーズに即応すべく、弁護士等が各分野で時宜に合ったトピックを解説したニュースレターを執筆し、随時発行しております。N&A ニュースレター購読をご希望の方は [N&A ニュースレター 配信申込・変更フォーム](#) よりお手続きをお願いいたします。

また、バックナンバーは [こちら](#) に掲載しておりますので、あわせてご覧ください。

本ニュースレターはリーガルアドバイスを目的とするものではなく、個別の案件については当該案件の個別の状況に応じ、日本法または現地法弁護士の適切なアドバイスを求めていただく必要があります。また、本稿に記載の見解は執筆担当者の個人的見解であり、当事務所または当事務所のクライアントの見解ではありません。

西村あさひ 広報課 newsletter@nishimura.com