

岡山県内の地域企業の「海外」市場での収益性向上の事例分析Ⅱ

共同研究報告 2026 年度（概要版）

1. 研究の背景と目的

グローバル化の反転や世界経済の分断、日本の産業空洞化といった外部環境の劇的な変化の中で、地域経済の維持・発展が求められています。本研究では、定着型産業（農業・酒造業・観光業）を起点とし、地域内の資源や活動を連携させる「ローカル・バンドリング」戦略と、生産者が自らの商品の「価格決定権」を確保することの重要性について、事例を通じて分析しました。

2. 環境変化の現状とその特徴

国際的な政治対立や異常気象、パンデミックなどにより、かつての最適生産・最適物流に依存した「安い世界」は終わりを告げ、サプライ・チェーンの分断リスクが高まっています。

また、日本の経済規模の相対的縮小と産業空洞化が進行しているため、国内市場の縮小を補う「海外」市場の開拓と、資源・エネルギーの地元化（地産地消）による新たな産業連関の再構築が急務となっています。

3. 事例研究からの示唆

■事例 1：桃・ぶどう農家による輸出体制構築の試み

県内の桃・ぶどう生産体制を再編し、多様な事業者と連携した新たな輸出の試みが進められています。

- **晩生品種の輸出：**通常よりも収穫時期が遅い晩生品種を活用し、中華圏の中秋節（9月）の需要を狙った輸出トライアルを行っています。これにより作業のピークを分散させ、生産の安定化も図っています。
- **冷凍果物の開発：**遠隔地への輸送を可能にし（空間的拡大）、季節を問わず消費できるようにする（時間的拡大）ため、冷凍桃・ぶどうの開発が進められています。これにより、農家自身が出荷時期を調整し、豊作時の値崩れを防ぐことで価格決定権を持つことが期待されています。

■事例2：地元日本酒醸造メーカー（C酒造）の戦略

倉敷市のC酒造は、高付加価値な純米酒・吟醸酒を中心に、熟練の職人技（アナログ）と機械化を組み合わせた酒造りを行っています。

- **新商品開発とインバウンド需要**：100mlの「ミニボトルセット」を開発し、羽田空港等の免税店で販売。海外からの観光客のお土産需要という「国内における『海外』市場」を的確に捉えています。
- **コト消費の提供**：蔵元での新酒祭りや見学の受け入れ等を通じ、地域の歴史や文化を体感できる「コト消費」「トキ消費」を提供し、ブランド価値を向上させています。

■事例3：沖縄県における観光と農業の融合戦略

島嶼県である沖縄は規模の経済が働きにくく物流面で不利ですが、それを乗り越えるための沖縄県の地域商社の活動が注目されています。

- **定着型産業の融合**：農業単体での収益確保が難しい中、農業と観光業を融合させることで関係人口（観光客や移住者）を呼び込みます。地域に「ヒト・モノ・カネ・情報」を集約させるローカル・バンドリングを構築し、地域経済を維持・発展させる構想が進められています。

4. 結論と今後の展望

地域企業が厳しい環境変化を生き抜くためには、デジタル技術等のプラットフォームを活用し、機能的・空間的な「ローカル・バンドリング」を構築して価格決定権を握ることが重要です。

今後の課題として、冷凍果物における風味を損なわない解凍技術の確立や、インバウンド産業化のさらなる推進、さらに2026年施行の「中小受託事業者取引適正化法（取適法）」を活用した生産者の交渉力強化による、持続可能な高収益モデルの構築が求められます。