

事業名: アゼルバイジャンとカザフスタンを日本産食品の加工と消費の相互ハブとする 物流・商流網の構築におけるMP策定事業

- 事業者名: 株式会社エイチ・アイ・エス
- 事業概要: アゼルバイジャンおよびカザフスタンを日本産食品の加工・消費の「相互ハブ」として再定義し、持続可能な物流・商流網を構築する。単なる「モノ」の輸出に留まらず、調理法、道具、文化、DX技術(≒観光振興)を一体とした日本の「食のOS」をパッケージとして輸出することで、一帯一路構想に伴う地政学的リスクを回避しつつ、ユーラシア市場における日本独自の戦略的優位性を確立する。

相手国の課題・ニーズ

- カザフスタン: 所得水準向上(一人当たりGDP 1.4万ドル超)に伴う、食の「量」から「質・ブランド・健康」への消費構造転換への対応。
- HoReCa産業の高度化と、即戦力となる実技教育・国際基準のサービス・衛生管理技術の導入。
- アゼルバイジャン: カスピ海西岸の「製造・加工・物流拠点」としてのインフラ整備・投資。
- 中間回廊(TITR)の活性化を通じた石油・ガス依存からの経済多角化、および周辺諸国(欧州・中東)への輸出ハブ化とブランド化。

日本が「選ばれる」要素

- 卓越した「食のOS」: 世界最高水準の衛生管理(J-Standard)、精密な調理技術、食文化産業、ホスピタリティの体系。
- 先端加工技術: 現地食材の価値を最大化し、賞味期限や鮮度の劇的な延長を可能にする急速冷凍・真空包装等の高度な加工機材。
- 経済安保上の信頼性: 中国・ロシアに依存しない中間回廊(TITR)の活用と、透明性の高いコールドチェーン構築による、強靱で強固なサプライチェーンの提供能力。

事業内容

- 日本式標準(J-Standard)の実装: 日本式の衛生・品質基準を現地の「営業OS」として内包させ、認証・認定制度を確立。
- ハイブリッド物流網の構築: 2026年の成田直行便就航(予定)によるスピード輸送と、TITR(カスピ海・黒海ルート)による安定大量輸送を組み合わせた双方向物流の定常利用化。
- DXによる教育・運営支援: デジタル技術(J-Module)を活用した遠隔調理指導、および現地大手飲食グループ(ABR社)の顧客基盤を活用した需要創出。
- ガストロノミーツーリズムの推進: 現地での食体験を入口とした訪日インバウンド誘致の促進。

事業期間中の成果および期待される裨益・今後の展望

【アルマティツーリズムビューロ(アルマティ市)とABR社とガストロノミーツーリズムに係るMOUを締結済み】

※アルマティ市は2026年1月に食分野産業で観光振興を行うガストロアルマティ戦略を発表

相手国裨益:

- 食関連産業(GDPの約8-12%を占める基幹産業)の高度化と高付加価値化の実現。
- 最新加工技術の移転による雇用創出と食品ロスの削減。
- 国際的な「美食の目的地」としての都市ブランド確立と観光振興。

日本国裨益:

- 輸出拡大: 食材、機材、DXシステム、教育ライセンスのパッケージ輸出による収益最大化(2030年目標: 機材・食材等食関連産業分野で100億円)。
- 経済安全保障: 特定国に依存しない日本主導の第三の物流網およびユーラシアへの「戦略的裏口」の確保。
- インバウンド振興: 食を契機とした高付加価値な訪日観光客の増大(2030年目標: 年間+5万人)。

Project Name: Project to formulate a Master Plan for establishing a logistics and commercial network that positions Azerbaijan and Kazakhstan as mutual hubs for the processing and consumption of Japanese food products.

- Company Name: H.I.S. Co., Ltd.
- Business Overview: Redefining Azerbaijan and Kazakhstan as 'mutual hubs' for the processing and consumption of Japanese food products, establishing sustainable logistics and commercial distribution networks. Moving beyond mere 'goods' exports, this initiative exports Japan's 'Food OS' as a package integrating cooking methods, utensils, culture, and DX technology (≈ tourism promotion). This establishes Japan's unique strategic advantage in the Eurasian market while mitigating geopolitical risks associated with the Belt and Road Initiative.

Partner Country Challenges/Needs

- Kazakhstan: Addressing the shift in consumption patterns from 'quantity' to 'quality, brand, and health' accompanying rising income levels (per capita GDP exceeding \$14,000).
- Advancement of the HoReCa sector and introduction of practical skills training, international-standard service, and hygiene management techniques for immediate deployment.
- Azerbaijan: Infrastructure development and investment to establish the western Caspian coast as a hub for manufacturing, processing, and logistics.
- Economic diversification away from oil and gas dependence through revitalising the Trans-Caspian Trade Route (TITR), alongside establishing an export hub and brand positioning for neighbouring countries (Europe and the Middle East).

Factors making Japan the preferred choice

- Exceptional 'Food OS': World-leading hygiene management (J-Standard), precise culinary techniques, food culture industry, and hospitality systems.
- Advanced processing technology: Sophisticated processing equipment such as rapid freezing and vacuum packaging that maximises the value of local ingredients and dramatically extends shelf life and freshness.
- Economic security reliability: Providing resilient and robust supply chains through the utilisation of the Trans-Indian Trade Route (TITR), independent of China and Russia, and the establishment of a highly transparent cold chain.

Business Activities

- Implementation of Japanese Standards (J-Standard): Embedding Japanese hygiene and quality standards as the local "business operating system" and establishing certification and accreditation systems.
- Establishing a hybrid logistics network: Regular utilisation of two-way logistics combining speed transport via the planned 2026 direct Narita flight with stable bulk transport via TITR (Caspian Sea/Black Sea route).
- DX-driven education and operational support: Remote cooking instruction utilising digital technology (J-Module), and demand generation leveraging the customer base of a major local food and beverage group (ABR).
- Promotion of Gastronomic Tourism: Enhancing inbound tourism to Japan by using local food experiences as an entry point.

Achievements during the project period, expected benefits, and future outlook

[Almaty Tourism Bureau (Almaty City) and ABR have signed an MOU concerning gastronomic tourism]

*Almaty City announced its GastroAlmaty strategy in January 2026, promoting tourism through the power of food

Benefits for the Partner Country:

- Achieving the advancement and high value-added transformation of the food-related industry (a key industry accounting for approximately 8-12% of GDP).
- Creation of employment and reduction of food waste through the transfer of the latest processing technologies.
- Establishment of the city brand as an international "gastronomic destination" and promotion of tourism.

Benefits for Japan:

- Export expansion: Maximising revenue through package exports of ingredients, equipment, DX systems, and educational licences (2030 target: ¥10 billion in the food-related industry sector, including equipment and ingredients).
- Economic security: Securing a Japan-led third logistics network independent of specific countries and a "strategic backdoor" to Eurasia.
- Inbound Tourism Promotion: Increasing high-value-added visitors to Japan through food-related initiatives (2030 target: +50,000 visitors annually).