

山口県海外ビジネスサポートデスク 通信

6月号



タイ・バンコク「ワット・プラ・ケオ（エメラルド寺院）」

個別相談をお受けしております！

中小企業の皆様、海外展開に関するお悩みがございましたら、ぜひお気軽にサポートデスクまでご相談ください！
現地の情報提供から販路の開拓など、幅広いサポートメニューをご用意しています。

【サポートデスクメニュー】

□海外展開に関する相談 □各種調査・情報提供 □セミナー開催 □販路開拓・商談サポート支援 □展示会出展支援

【2025年度のSIGEP Asia 出展予定の企業様と事前打合せを実施】

今年7月にシンガポールにて開催される展示会（SIGEP Asia）へ出展される予定の企業様へオンラインにて面談を実施しました。展示会出展内容、目的及び商談希望先の企業情報等のヒアリングと展示会に向けてお打合せをさせていただきました。展示会用の商談用資料の翻訳、事前マッチングの準備を進めています。

<SIGEP Asia & Restaurant 2025 概要>

- 日 程：2025年7月16日（水）～18日（金）
- 会 場：Sands Expo & Convention Centre（1階 Hall A/B/C）
- 出展企業：3社

【第1回 山口県海外ビジネスサポートデスク「海外展開支援セミナー」を開催！】

- 開催日時：2025年7月7日 13:00～15:20
- 会 場：山口グランドホテル(パールの間)山口市小郡黄金町1丁目1-1
※会場定員 30名
- 参加対象：山口県内の中小企業
- 参加方法：会場参加またはオンライン(Zoom)
- 参加費：無料

【山口県海外ビジネスサポートデスク利用状況】

2025年6月、2社の企業様に「山口県海外ビジネスサポートデスク」のサービスをご利用いただきました。

主な支援内容として、

- ・県内企業の海外展開に関する相談対応、コンサルティング、アドバイス、フォローアップ 1件
- ・販路開拓支援
 - 商談候補先とのリアルもしくはオンライン商談設定（マッチング、アポイント取得業務） 1件
- ・商談等サポート支援
 - オンライン商談時の同席によるサポート 1件

を実施しました。

下記、一部抜粋にてご紹介いたします。

事例 1. 飲料企業の海外展開支援

利用メニュー：県内企業の海外展開に関する相談対応、コンサルティング、アドバイス、フォローアップ

<背景・課題>

飲料企業様より「台湾で販売してもらえる代理店等を見つけたい」というご相談をいただきました。「自社商品が特殊な為、良さが伝わりにくい」との事情もお伺いしております。最適なアプローチ方法のご提案と合わせて、引き続きサポートしていきます。

<対応>

台湾デスクも含めて初回のご相談内容をヒアリングし、台湾市場での展開に向けた準備を進めております。

事例 2. 食品企業の海外展開支援

利用メニュー：販路開拓支援、商談等サポート支援

<背景・課題>

食品企業様より「過去に商談を行いお取引のあったバイヤー様と、最近はお取引がない状況が続いていたが、再度商談の機会を持ちたい」とのご希望をいただきました。

<対応>

シンガポール現地のバイヤー様へサポートデスクを通じてアプローチを行い、オンラインでの商談を設定・実施いたしました。商談終了後は、双方が直接ご連絡を取り合えるようご案内をさせていただいております。

【様々なサポートメニュー】

現地情報調査・提供の他にも商談マッチング、商談同席、現地職員同行など様々なサポートデスクメニューがございます。

「こんなことをしてみたいが、こういうことはできるか？」など、まずはご相談からでもお気軽にお申し込みください！

<利用方法>

- 利 用 料：無料
- 利用方法：やまぐち産業振興財団への申し込みが必要です。
- そ の 他：山口県海外ビジネスサポートデスクとの通信費や現地への渡航費、移動経費など、利用に付随して発生する経費は、利用者の自己負担です。

<申込み・問い合わせ先>

公益財団法人やまぐち産業振興財団 海外展開支援拠点
〒754-0041 山口市小郡令和一丁目1番1号 山口市産業交流拠点施設4階
TEL : 083-902-3722 E-mail : jigyo@yipf.or.jp

(文責：株式会社日本アシスト 大畑 満帆)

現地からお届け！ 最旬情報 -タイ編-

今回は、**タイ**に焦点を当てて、現地の経済や文化、そして最近のトレンドをご紹介します！

タイでも売れますか？

昨今、タイにいと「この商品をタイで売ってくれませんか」という問い合わせが多い。商品は様々で、加工食品、日本酒、魚のえさ、エコバック、錫製のおちょこ、腰痛ベルト、ゴルフのアクセサリ等々。その度に、いろんなヒアリングが行われる。東南アジア・タイの人々に好まれる味か？もっと癖が強い方がいいか？タイ人の趣味趣向は？何パーツで売れるのか？デザインはどうか？タイ人にはもっと派手で大きい方がウケるか？タイの市場はどうなっているか？そもそも既にタイに同じような商品があるか？タイ側で輸入は出来るか？将来的に現地生産ができるか？そしてタイ人にどう認知してもらい、タイでどう広めるか、どう宣伝するか。

POP MART

ちょうどそんなヒアリングを、バンコク市中心市街、アソークのターミナル 21 というショッピングモールのスターバックで行っていたのだが、そこに「POP MART」というロゴが入った紙袋を 1 人 10~15 袋くらい大量に抱えて、タイの若者が入ってくるテーブルの上にその袋を並べ、1つ1つ開けてワイワイやっている。スタバの後ろに、その POP MART のショップがあり、店内は入場制限されており、大行列ができていた。この POP MART というのは中国のフィギアメーカーでそのキャラクター商品、人形やキーホルダーなどがタイ人若者に絶賛大人気である。その大きな人形のキーホルダーを鞆につけて街を歩くのが流行っている。時には鞆より大きいフィギアをつけているのも目にする。既に鞆は本来の目的を忘れ、キーホルダーをつける為のツールになっている。

noon・ヌイ (タイ語でバターちゃん)

この POP MART の他にも、昨年 6 月、バンコクのエムスフィアというショッピングモールでは BUTTER BEAR (バターベア) のショップが入場制限され連日店前に行列ができていた。この件は日経新聞にも「アジア発ヒット」として記事になっていた。BUTTER BEAR はタイでは noon・ヌイ (タイ語でバターちゃん) と呼ばれ親しまれているタイの洋菓子店のキャラクターであり、ゆるキャラ的な見た目とは裏腹に切れのあるダンスを披露するという、日本で言うつば九郎のような意外性キャラである。今ではスワンナプーム空港にも、サイアムパラゴンにもショップがあり、またセブンイレブンや KFC (ケンタッキーフライドチキン) などは積極的にこのキャラとコラボをして販促に活かしている。エムスフィアのショップ第 1 号店オープンからちょうど 1 年経つが、その人気やセールスが継続しているのは、商品が本当にいい物だからこそだろう。

SNS + 人脈おぼけ

これらブームの発端は全て SNS である。タイ人と話していると、情報収集も情報発信もまた衣服などの買い物も TikTok で行っている人が多いことに気づかされる。インフルエンサーの SNS 発信を出発点に、瞬間的なブームを作り出し、本当に良いものは継続的にセールスされる。加えてタイでは、ハイツ系大学の同級生ネットワークが卒業後も続いており、学生仲間を中心とした幅広い人脈を持つ人たちが、“お互いに宣伝し合う”という手法を取って世の中に商品を広めている。仲間が売りたいものを宣伝してあげる代わりに、自分の売りたいものを宣伝してもらおう、という手法である。その中心には、やたらと友達が多い“人脈おぼけ”がいたりする。

タイで日本発のものを売るの簡単ではないが、インフルエンサーやその分野の“人脈おぼけ”などの力を借りて、少し強引に自らブームを作り出すという手法もあるのかもしれない。そこで生み出されたブームは瞬間的なものだが、本当にいい製品であればそれはブームに終わらず、タイで継続してセールスされていくと信じて。



(文責：FORUMTAURI 海外レポーター 中山雅夫)