

令和5年度

グローバル産地生産流通基盤強化緊急対策

(GFPコミュニティ構築支援加速化対策委託事業(GFP北海道))報告書

2025.3.17

令和5年度

グローバル産地生産流通基盤強化緊急対策

(GFPコミュニティ構築支援加速化対策委託事業(GFP北海道))受託コンソーシアム

株式会社ジェイアール東日本企画、株式会社メガ・コミュニケーションズ、北海道テレビ放送株式会社

■公表版■

目次

業務実施内容(1)

地方自治体や商工会等の経済団体と連携した輸出促進の取組

- 4 GFP北海道輸出セミナーについて
- 8 GFP北海道輸出セミナー 小樽開催
- 10 GFP北海道輸出セミナー 函館開催
- 12 GFP北海道輸出セミナー 名寄開催
- 15 GFP北海道輸出セミナー 札幌開催
- 24 海外現地テストマーケティングについて
- 25 シンガポールにおけるテストマーケティング
- 35 台湾におけるテストマーケティング

業務実施内容(2)

輸出に取り組む地域商社を育成する取組

- 49 輸出に取り組む地域商社育成プログラム 地域商社育成セミナー

業務実施内容(3)

伴走支援のための体制の構築・稼働

- 57 伴走支援業務

本事業の総括

- 61 本事業の総括

業務実施内容(1)

地方自治体や商工会等の経済団体と連携した輸出促進の取組

GFP北海道輸出セミナーの開催

道内4カ所においてGFP北海道輸出セミナーを開催いたしました。小樽市、函館市、名寄市、札幌市の4市で開催し、事前に地元自治体や関係機関への事業者参集依頼を行い各開催となりました。

- 8月6日 小樽開催
- 9月5日 函館開催
- 9月19日 名寄開催
- 10月4日 札幌開催(オンライン同時開催)

セミナーでは、台湾とシンガポールでのテストマーケティング開催を最終目的としており、両市場の輸出支援プラットフォーム、輸出商社、現地事情に明るいプロモーション会社による講演を行ない、輸出未経験の道内事業者でも理解してもらえるよう、両市場の特性や、輸出難易度、現地での日本商品の販売状況などを発信いたしました。

また、午後の部では参加事業者の商品魅力を深掘し、市場に対して提供できる価値、自社商品が生まれたストーリーなど、海外市場に売り込むための振り返りをワークショップを通して行いました。

次ページより、道内各地の事業者募集、各講演者の講演内容、セミナーの実施内容について報告させていただきます。

セミナー開催告知

セミナー開催にあたり開催地関係機関を訪問し告知の協力依頼をいたしました。



GFP北海道 輸出セミナー

農林水産省北海道農政事務所では、農林水産物・食品の

輸出拡大を目指した、輸出セミナーを開催します。

輸出ってどうやるの?将来的に販路をつくりたい!海外マーケットって?

輸出未経験の方にも分かりやすくご説明します。お気軽にご参加ください。

対象

- ・道内の生産者
- ・食品製造企業
- ・流通業者、商社
など

参加無料

小樽会場

2024/8/6(火) 10:00~18:00

会場 小樽市民センター3階研修室
住所 小樽市色内2丁目13番5号

函館会場

2024/9/5(木) 10:00~18:00

会場 函館コミュニティプラザ Gスクエア
イベントスペースB
住所 函館市本町24番1号 シェスタハコダテ4階

名寄会場

2024/9/19(木) 10:00~18:00

会場 駅前交流プラザ「よろーな」大会議室等
住所 名寄市東1条南7丁目1番地10

札幌会場

2024/10/4(金) 13:00~16:00

会場 HOKKAIDO×Station01コミュニティラウンジ
住所 札幌市中央区北5条西5丁目1番地5
JR GOGO SAPPORO6階

※札幌開催は道内全域対象のためオンライン併催によるハイブリッドです。
※札幌開催は第1部のセミナーのみ実施、第2部のワークショップは開催いたしません。

定員

小樽・函館
名寄会場

セミナー 30名
ワークショップ 15名

札幌会場

セミナー 30名
オンライン参加 100名まで

※申込状況により人数を調整させていただく場合がございます。
※当セミナーはGFP登録者を対象としております。未登録の場合は事前にGFP登録(裏面右下)をお願いします。

申込締切

小樽会場 2024/7/29(月) 15:00

函館会場 2024/8/26(月) 15:00

名寄会場 2024/9/9(月) 15:00

札幌会場 2024/9/24(火) 15:00

申込方法

特設サイトからお申込ください。(Web申込ができない方は問い合わせ先へお電話でお申込ください)

<https://>



留意事項

1. セミナー参加者の中から希望者を対象としたテストマーケティングを2025年1月中旬に台湾とシンガポールで実施します。詳細はセミナー当日ご説明します。
2. 本事業趣旨に沿わない商品・製品はお断りする場合もございます。
3. 第2部のワークショップにご参加の事業者様は当日必ずノートパソコンをご持参ください。
※電源タップ及びWiFiなどは事務局でご用意します。

主催 農林水産省北海道農政事務所 共催 小樽市、函館市、名寄市、Do★食輸出Platform

セミナー開催告知

セミナー開催にあたり開催地関係機関を訪問し告知の協力依頼をいたしました。

セミナープログラム	
第1部	①台湾セミナー ●台湾での北海道産品の市場について ●輸入規制と輸出書類作成のポイント～台湾編～ ●現地小売店における食品や日本商品の販売状況
	②シンガポールセミナー ●シンガポールでの北海道産品の市場について ●輸入規制と輸出書類作成のポイント～シンガポール編～ ●現地小売店における食品や日本商品の販売状況
昼休憩(約60分) ※小樽・函館・名寄のみ	
第2部	ワークショップ ●企業及び商品ブランディング講座 ●ブランドストーリーづくり ●企業/商品PR資料づくり(実践編)
第3部	参加者・主催者との交流会
セミナー登壇者	

台湾・シンガポールでの北海道産品の市場について

輸出支援プラットフォーム

「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」に基づき、輸出先国・地域において輸出事業を包括的・専門的・継続的に支援するため設立。在外公館、JETRO海外事務所、JFOODO海外駐在員が主な構成員。

輸入規制と輸出書類作成のポイント～台湾・シンガポール編～

株式会社STANDAGE
取締役副社長 COO

大森 健太 氏

東京大学大学院修了、元伊藤忠商事化学品部門・医療業界において7年の貿易・M&A経験。
「すべての国が、すべてのものに、平等にアクセスできる世界の実現」をVISIONにSTANDAGEを立ち上げた。輸出・販路拡大・開拓などワンストップで全国の企業を支援している。

[台湾]現地小売店における食品や日本商品の販売状況

桔想国際有限公司
運営総監 COO

網本 友加 氏

2012年台北に設立。台湾と日本をつなぐ様々なプロジェクト、特に日本の「食文化」PRを中心に携わっている。食品・飲食を中心に構築したバイヤーやグルメ・ニュース媒体、KOL等のネットワークを生かした、見本市や出張だけではカバーできない現地での営業・PR代行が得意分野。

[シンガポール]現地小売店における食品や日本商品の販売状況

Traverse Asia
代表

玉村 嘉崇 氏

中国北京の大学を卒業後、アジアを中心に日系企業の海外におけるマーケティング活動に長年従事し2021年にTraverse Asia設立。海外在住歴15年以上でインバウンド案件や東南アジアに進出する企業のプロジェクトを多数手掛けてきた。シンガポールでの販売戦略のコンサルティングが得意分野。

※記載内容は変更になる場合があります。

問い合わせ先

GFP北海道事務局

令和5年度グローバル産地生産流通基盤強化緊急対策
(GFPコミュニティ構築支援加速化対策委託事業(GFP北海道))受託コンソーシアム
〈代表者〉株式会社ジェイアール東日本企画
〈構成員〉株式会社メガ・コミュニケーションズ・北海道テレビ放送株式会社
株式会社メガ・コミュニケーションズ(担当:山田・続木・大味)

北海道農政事務所事業支援課 TEL/011-330-8810

GFP登録はこちら



<https://www.gfp1.maff.go.jp/>

セミナー参加事業者募集／申込受付フォーム

申込事業者の申し込みフォームを下記のように作成しました。フォーム内では事業者がテストマーケティングに出品を希望する商品、輸出経験や過去に輸出した相手先国などの調査も行いました。



6 セクション中 1 回目のセクション

GFP北海道輸出セミナーin小樽

※ 説明（省略可）

第1部では、台湾とシンガポールの商品事情や生活消費などの市場動向のレクチャーを中心に、また輸出の方法について質疑応答によりご説明いたします。

第2部は、海外で自社商品売り込みに際し必要となる、自社商品の魅力を深掘し、海外バイヤーに売り込むための資料作りを、ワークショップ形式にて行います。

開催日時：2024年8月6日（火）10:00～18:00
開催場所：小樽市観光センター
開催住所：小樽市色内2丁目13番5
募集定員：セミナー30名
ワークショップ15名

★ 申込締切：2024年7月29日（月）15:00 ★

◆ 小樽開催プログラム ◆

【第1部】
10:00～12:15 台湾・シンガポール輸出セミナー
12:15～13:15 昼休憩

【第2部】
13:15～17:00 商品ブランディング講座（ワークショップ形式）
17:00～18:00 参加企業・主催者との交流会

主催：経済産業省北海道経済振興局
共催：小樽市・Oa（有）東洋物産北海道
運営事務局：令和5年度グローバル産地生産流通基盤強化補助金（GFP北海道） 愛称コンソーシアム
コンソーシアム（代表者：株式会社エイデル・東日本企画）
コンソーシアム構成所：北海道テレビ放送株式会社 株式会社メカ・コムニケーションズ

お問い合わせ電話番号：（代表メカ・コムニケーションズ内 担当：山田・結木・大塚）
お問い合わせEmail：[メールアドレス]

メールアドレス＊
有効なメールアドレス

このフォームではメールアドレスが収集されます。 [設定を変更](#)

セクション1 以降 次のセクションに進む

6 セクション中 2 回目のセクション

お申し込みの方に伺います

※ 説明（省略可）

セミナーに参加されますか？＊

☐ 第1部、第2部の両方参加します

☐ 第1部の「輸出セミナー」だけに参加します

☐ 第2部の「商品ブランディング講座」だけに参加します

企業／団体名をお知らせください＊

短文回答

担当者名をご記入ください＊

短文回答

担当者様の部署名・役職をご記入ください＊

短文回答

担当者様の電話番号をご記入ください＊

短文回答

参加企業様の業種をお知らせください＊

☐ 生産者

☐ 商品加工会社

☐ 流通業者

☐ 商社

☐ 公的機関

セクション2 以降 次のセクションに進む

6 セクション中 3 回目のセクション

輸出経験の有無をお尋ねします

※ 説明（省略可）

いままでは輸出経験ありますか？＊

☐ 輸出経験ありません

☐ 輸出経験あります

セクション3 以降 次のセクションに進む

6 セクション中 4 回目のセクション

輸出経験有りの方にお尋ねします

※ 説明（省略可）

輸出先はどちらの国・地域でしたか？＊

☐ 中国

☐ 韓国

☐ 台湾

☐ 香港

☐ シンガポール

☐ マレーシア

☐ タイ

☐ ベトナム

☐ フィリピン

☐ インドネシア

☐ 中東

☐ オーストラリア

☐ ヨーロッパ

☐ 北米

☐ 中南米

☐ アフリカ

☐ その他

その他の輸出方法は？＊

☐ 直接輸出

☐ 直接輸出

輸出品目はなんですか？＊

短文回答

輸出時期はいつ頃ですか？＊

短文回答

セクション4 以降 次のセクションに進む

6 セクション中 5 回目のセクション

参加動機などお答えください

※ 説明（省略可）

参加動機を教えてください＊

☐ 情報収集をしたい

☐ 輸出で売上増を望む

☐ ちょうど輸出に取り組み中としていた

☐ 輸出を具体的に考えている

☐ 将来的に輸出をしたい

輸出を希望する商品名をお知らせください

短文回答

輸出を希望する商品の保存方法をお知らせください

☐ 常温

☐ 冷蔵

☐ 冷凍

輸出を希望する商品の調味料・消費期限をお知らせください

短文回答

セクション5 以降 次のセクションに進む

6 セクション中 6 回目のセクション

おたずねします

※ 説明（省略可）

このセミナーは何時で知りましたか？＊

☐ 行政機関からの案内

☐ 商工会議所からの案内

☐ GFPメール

☐ Web広告

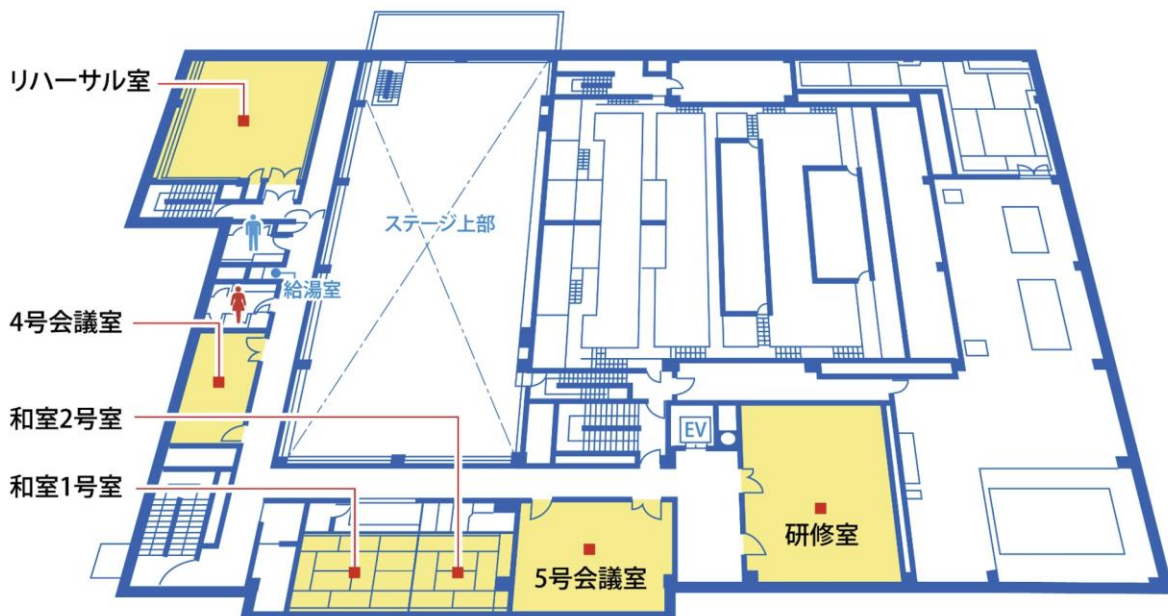
☐ その他

最後に事務局に質問等ありましたらお知らせください

長文回答

小樽開催概要

開催日時	令和6年8月6日(火)
開催時間	10:00～18:00 (9:00セッティング・調整／18:30会場撤収)
会 場	小樽市民センター/3階研修室
住 所	小樽市色内2丁目13番5号（無料駐車場30台有り）



小樽開催の様様



■高橋課長による開会の挨拶



■事務局もテーブルを回り進行の補助を



■会場はほぼ満席となりました



■ワークショップは2テーブルに分かれて実施



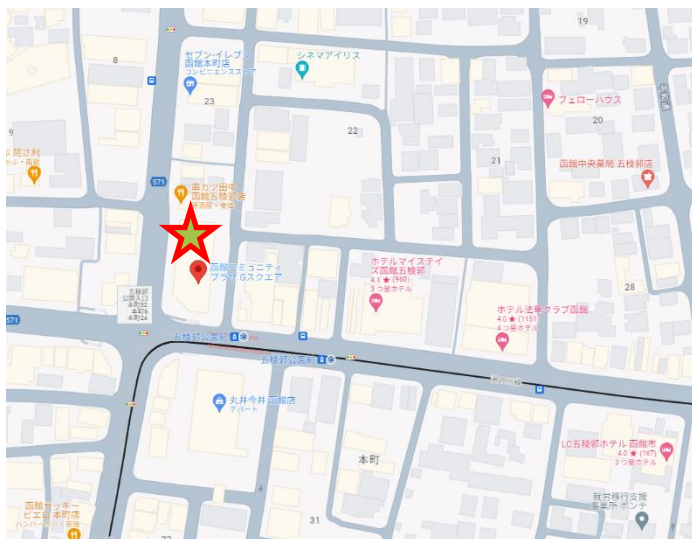
■短い講演時間で皆様の集中力も保てたようです



■ワークショップは各自思いのままに作成

函館開催概要

開催日時	令和6年9月5日(木)
開催時間	10:00~18:00 ※9月4日(水)15:30~セッティング・調整 ※9月5日(木)9:30開場/18:30会場撤収
会 場	函館コミュニティプラザGスクエア
住 所	函館市本町24番1号 シエスタハコダテ4階 (シエスタハコダテ提携駐車場有り/無料駐車場は無し)



函館開催の模様



■館内に案内サインを設置



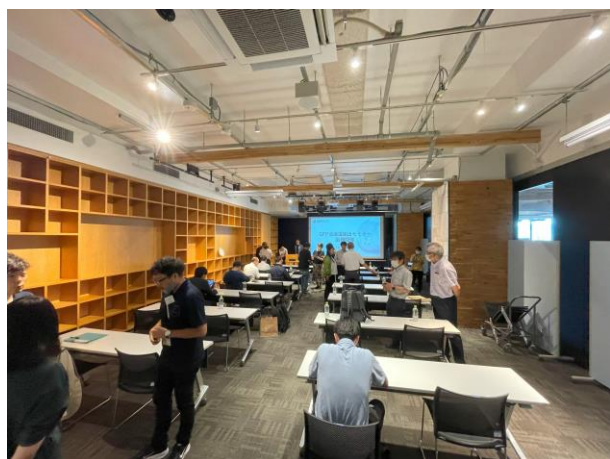
■ワークショップは2テーブルに分かれて実施



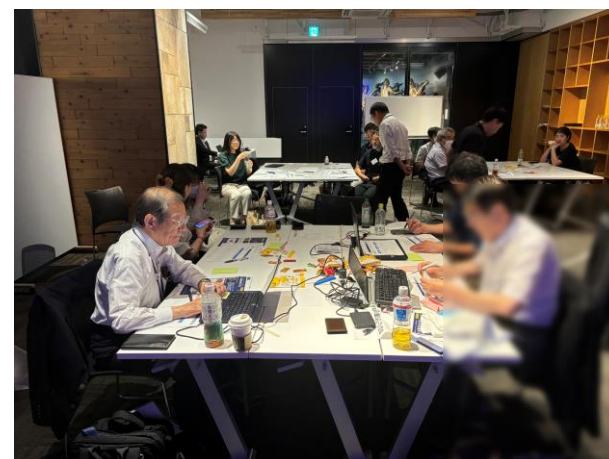
■午前中のセミナーの様子



■午後のワークショップの様子



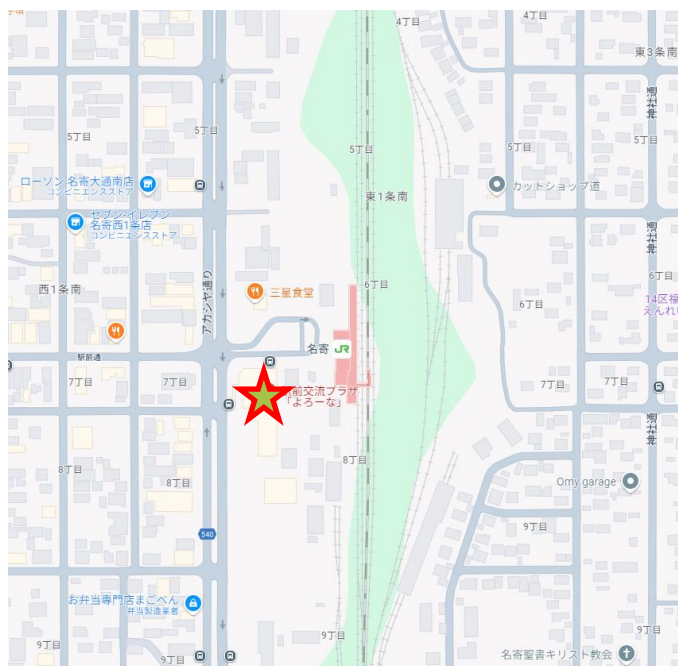
■午前中のセミナーの様子



■午後のワークショップの様子

名寄開催概要

開催日時	令和6年9月19日(木)
開催時間	10:00~18:00 ※9月18日(水)18:00~/セッティング・調整 ※9月19日(木)9:00集合/18:00会場撤収
会 場	駅前交流プラザ「よろーな」
住 所	名寄市東1条南7丁目1-10 (敷地内駐車場、SAIJO Qマート駐車場も利用可)



【館内セミナー案内表示について】

- ① 施設側と打ち合わせし、入口全3か所に「会場名」「催事名」を記した看板を設置。
- ② 大会議室前にも催事名札を設置をして対応しました。

名寄開催の様様



■伊澤部長による開会の挨拶



■事務局もテーブルを回り進行の補助を



■会場はほぼ満席となりました



■ワークショップの進め方は自由に



■短い講演時間で皆様の集中力も保てたようです

小樽・函館・名寄開催結果

GFP北海道輸出セミナー 小樽・函館・名寄開催

1. セミナーの概要と内容

第1部:市場理解と輸出実務

・台湾市場の現状

- 北海道産品のブランド力は高いが競争が激しく、差別化が重要。
- 参加者の声:「競争環境について知ることができてよかった。」

・シンガポール市場の現状

- 高級志向の消費者が多く、ブランドストーリーの訴求が有効。
- 参加者の声:「現地の消費者の傾向が学べた。」

・輸出手続きと規制

- 貿易会社が必要書類や規制を解説。
- 参加者の声:「具体的に学ぶことができ、今後の実践に役立つ。」

・現地小売店の状況

- 台湾・シンガポールの専門家による販売戦略や市場受容度に関する講演。

第2部:ワークショップ(ブランディング・PR資料作成)

・自社製品のブランドストーリーやPR資料を作成。

・参加者同士で意見交換。

・参加者の声:

- 「他社の取り組みを知ることで、自社の課題が明確になった。」
- 「ブランディングの重要性を再認識した。」

2. 参加者の声と成果

「輸出手続きや市場理解が具体的にできた。」

「他社の戦略を知り、自社の課題が明確になった。」

「台湾・シンガポール市場での競争戦略や価格設定の難しさを実感。」

「輸出に関する具体的な戦略立案のヒントを得た。」

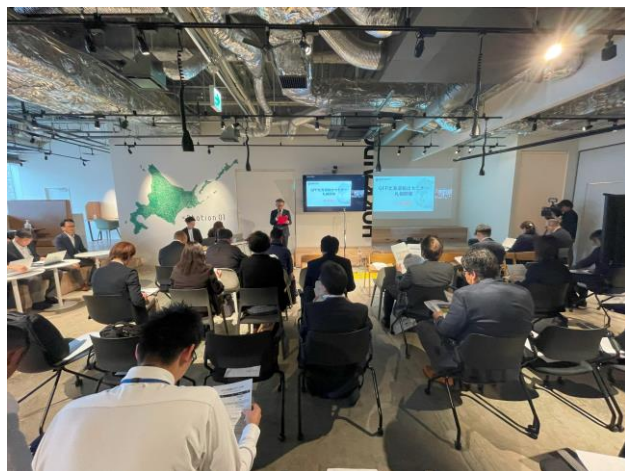
「北海道ブランドの強化が必要だと感じた。」

3. まとめ

今回のGFP北海道輸出セミナー(小樽・函館・名寄)を通じて、参加者は台湾・シンガポール市場における競争環境や消費者ニーズを具体的に理解できた。台湾市場ではブランド力がある一方で競争が激しく、差別化が重要であることが明確になった。シンガポール市場では高級志向の消費者に向けたブランドストーリーや適正な価格設定が求められている。輸出手続きや規制に関する具体的な知識を得たことで、参加者の輸出への理解が深まった。また、ワークショップを通じて自社製品のブランド構築やPR戦略を強化する必要性が再認識され、輸出に対する意識が「難しい」から「戦略的に取り組めば可能」という前向きなものに変化した。今後は、ターゲット市場に応じたブランディングやマーケティング戦略を強化した輸出促進を図ることが期待される。

札幌開催概要

開催日時	令和6年10月4日(金)
開催時間	13:00~16:00 ※10:00~11:30/セッティング・調整 ※17:00会場撤収
会 場	HOKKAIDO×Station01
住 所	札幌市中央区北5条西5丁目1番地5 JR GOGO SAPPORO 6階



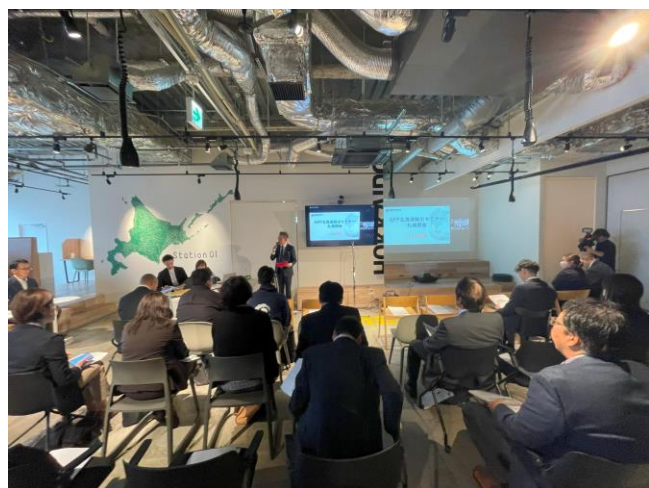
札幌開催の様様



■東川輸出対策推進官による開会の挨拶



■セミナーでは積極的に質疑が交わされました



■会場はほぼ満席となりました



■参加者同士の交流も盛んに行われました



■テレビ局(HTB)による取材も行われました

札幌開催結果

GFP北海道輸出セミナー 札幌開催

1. セミナーの特徴と考察

第1部:輸出市場の動向と戦略

・台湾市場の最新トレンド

- ヘルシー食品の需要が増加しており、ギフト市場も拡大傾向にある。

・シンガポール市場の分析

- 高級スーパーの展開や日本食品の売り場の特徴について、動画を用いて解説。

・輸出成功の鍵

- 現地でのパートナー選定が重要であり、事業者同士のネットワーク構築が不可欠である。

オンライン併催の利点

- 道内各地からの参加が可能となり、広範囲な意見交換が実現。

2. 参加者の声と得られた成果

「台湾市場での健康食品・ギフト市場への展開の可能性を感じた。」

「輸出市場の選定において、現地での販売ルートの確立が必要だと改めて実感した。」

「シンガポールの売り場の映像が実際の店舗展開のヒントになった。」

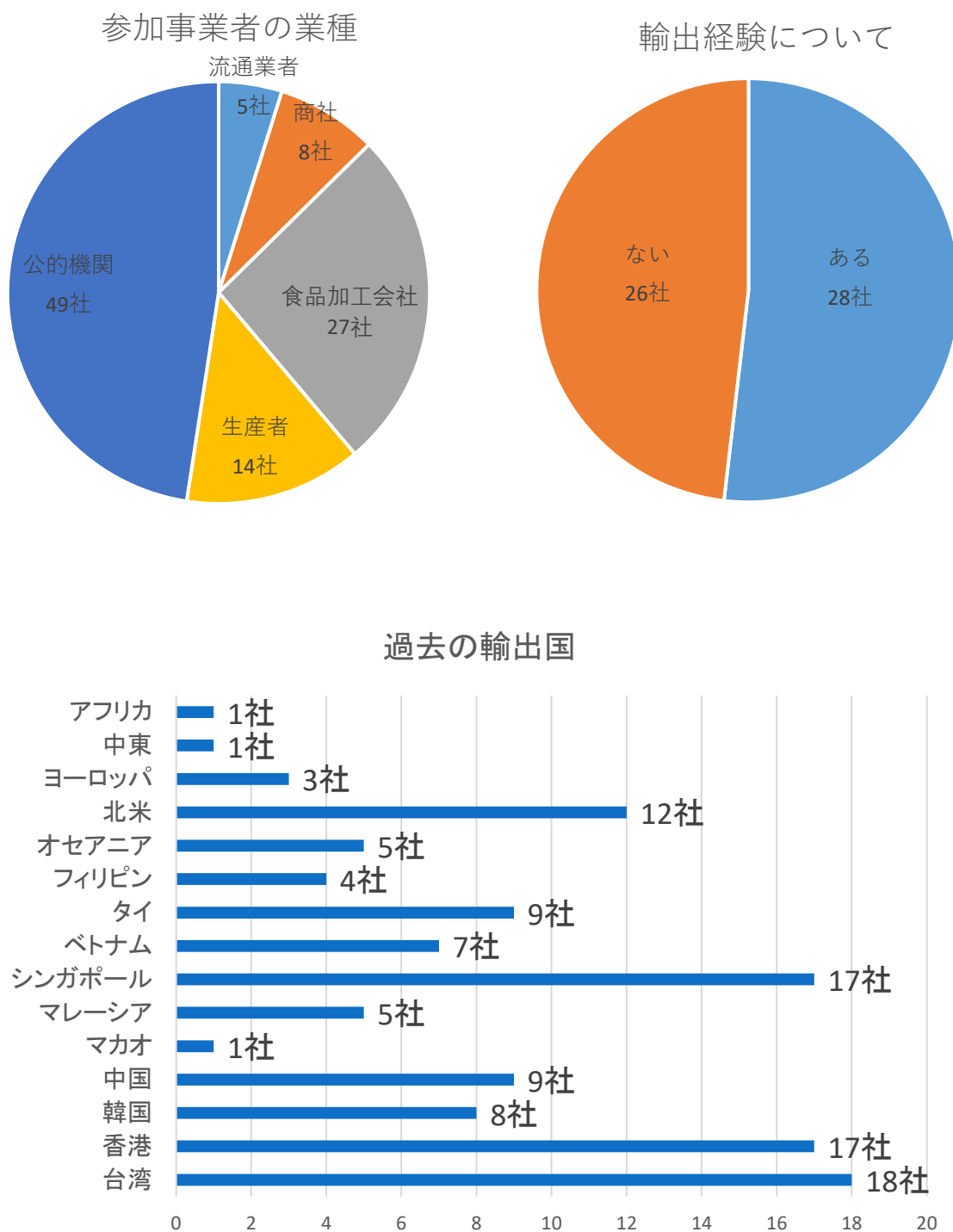
「オンライン併催によって、地域を超えて多くの参加者と情報共有ができたのが良かった。」

「行政機関との交流会を通じて、輸出に関する具体的な支援制度について理解が深まった。」

3. まとめ

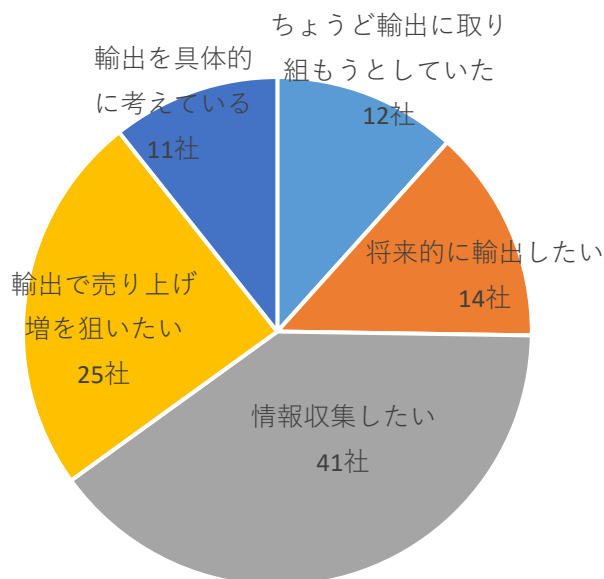
札幌開催では、オンラインとリアルハイブリッド形式で広範囲の事業者が参加し、各市場の具体的な売り場環境や消費者ニーズについて学ぶ機会となった。特に、輸出市場でのターゲット戦略の重要性や、現地パートナーの選定が事業成功の鍵となることが強調された。また、行政機関や輸出支援団体とのネットワークを活用することで、今後の輸出拡大に向けた実践的な取り組みが期待される。

輸出セミナー参加事業者プロフィール(4会場合計)

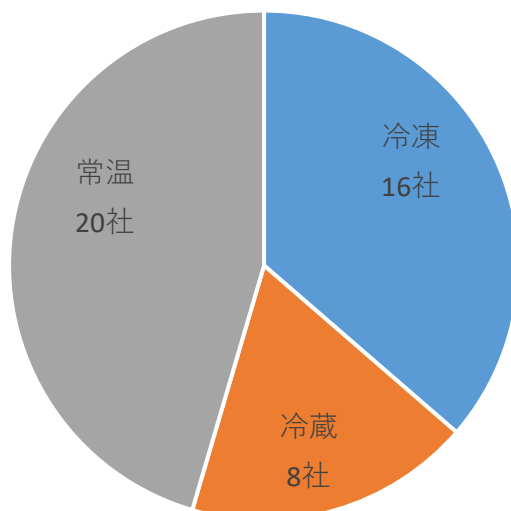


輸出セミナー参加事業者プロフィール(4会場合計)

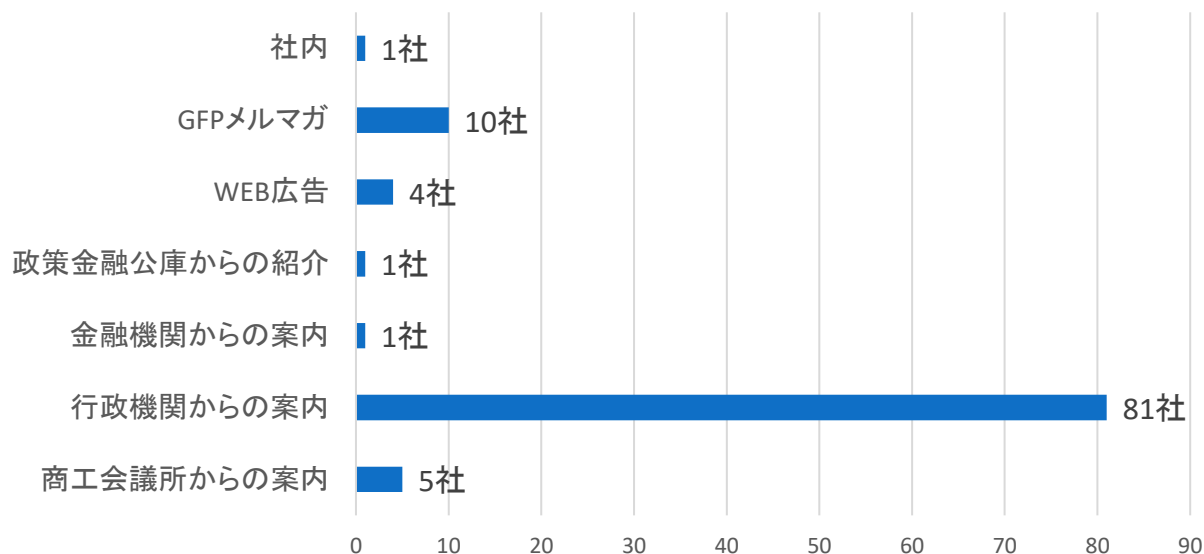
参加理由



輸出商品の温度帯



参加のきっかけ



【参加者について】

103社から参加者アンケートの回答がありました。参加理由としては、「情報収集したい」(41社)や「輸出で売上増を狙いたい」(25社)が多く、輸出に対する関心が高いことが分かります。輸出経験については「ある」が28社、「ない」が26社とほぼ半数ずつで、初心者と経験者が混在しています。

輸出商品の温度帯は「常温」が20社で最も多く、「冷凍」16社、「冷蔵」8社が続いています。参加のきっかけは、行政機関や金融機関の紹介に加え、GFPメルマガ経由も一定数あり、広範なチャネルからの参加が見られます。

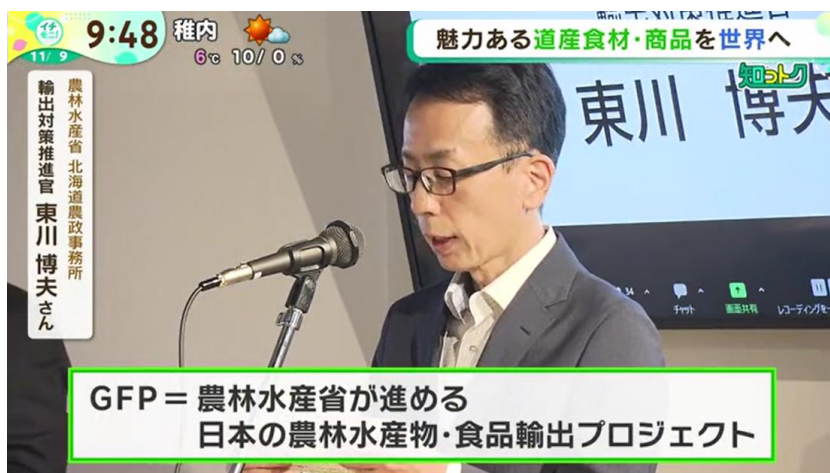
過去の輸出国は台湾やシンガポール、香港、タイなどアジア圏が中心であり、北米やヨーロッパ、オセアニアへの輸出も一部ありました。

GFP北海道輸出セミナー／マスコミ報道

■2024年11月9日(土)放送／HTB情報番組「イチモニ！」

2024年10月4日(金)に札幌で開催された輸出セミナーを取材。

11月9日(土)にHTBの情報番組「イチモニ！」(9時30分-10時40分)で放送し事業の概要、参加者の反応などを伝えました。またコーナーの最後には問い合わせ窓口の表示を行い、事業の訴求を行いました。



GFP北海道輸出セミナー／マスコミ報道

HTB報道番組の映像は、2次利用を可能とした仕様で制作しシンガポールの試食会会場でも放映しました。



GFP北海道輸出セミナー／マスコミ報道

■2025年2月18日(火)公開／HTBニュース情報サイト「sodane」記事掲載

北海道の“食”を世界へ！シンガポールで盛況となった食品輸出促進プロジェクトに迫る！
<https://sodane.hokkaido.jp/column/202502181800005087.html>

シンガポールでの試食会、商談会の模様を写真を交え詳報。合わせて函館での輸出セミナーなど今年度の事業概要についても伝えました。



現地参加者に向けた試食会の様子

GFP北海道輸出セミナー／マスコミ報道

シンガポールの試食会、商談会に参加したThe北海道ファーム株式会社 代表取締役 高野龍一氏に帰国後改めてインタビューを実施。参加の感想や今後の展望を記事にまとめ掲載しました。

(写真はHTBでのインタビューの様子)

**今回参加した事業者の方も手ごたえを感じたよう**

今回この事業に参加した、栗山町のThe北海道ファーム株式会社 代表取締役 高野龍一さんにお話を聞くことができました。

ー 今回の事業に参加してみての感想は？

高野さん：私は普段はトラクターに乗っている「農家のおじさん」でして、農家として「作る」ことに軸足があるのはもちろんですが、「売る」ということをより意識する機会となりました。実際にシンガポールに渡り、試食会で現地の皆さんに食べてもらったり、企業のバイヤーさんと商談することができた経験は非常に刺激になりました。

ー 参加したきっかけは？

高野さん：もともと輸出に興味があり伝手をたどって調べている時に、北海道農政事務所から紹介があり参加しました。私どもは様々な作物を扱っていますが、なかでも北海道のコメをアジアに売り出したいという思いがあって、シンガポールでのテストマーケティングに臨みました。

ー テストマーケティングで気づいたことは？

高野さん：実際に現地のスーパーマーケットを視察した際に日本のコメが店頭に並ぶのを見て、ビジネスとして成立させるためにはまだ工夫が必要とは思いますが「十分勝負できる」という感触が得られたのが大きかったです。

ー 必要になりそうな工夫とは？

高野さん：今回、シンガポールを訪れてみて農作物の産地としての「北海道」というブランドはすっかり定着していると感じました。しかし、それに甘えるのではなく他の産地との差別化のためにパッケージデザインに凝ってみるとか、ギフト商品としてのコンセプトメイキングなどの工夫が必要と思いました。

ー 今後の展望は？

高野さん：シンガポールの皆さんと触れ合うことで輸出への意欲がより高まったことは事実です。農家としてのモノづくりのストーリーが重要ということを再認識しました。また、単に輸出を目的とするのではなく、いかにビジネスとして成立させるか、慎重な検討が必要だとも感じています。今回つながりができた関係先と継続的にコミュニケーションを図りながら、輸出に向けての研究を進めていきたいです。「農家のおじさん」としては、北海道の土で自分の手で作ったものが、シンガポールのスーパーマーケットの店頭で、現地の人が手にする様子を見届けたい。そんな思いが強くなりました。

現地テストマーケティング／出品事業者申込受付

GFP北海道輸出セミナーに参加した事業者に対し、台湾・シンガポールでのテストマーケティングへの出品・渡航の呼びかけを行い、10月11日(金)までに下記のシートに自社商品の紹介と共にエントリーをいただきました。

■参加企業基本情報

GFP北海道/テストマーケティング参加申込書 (参加企業/団体情報等基本情報シート)	
フリガナ	
応募企業名	
フリガナ	
記入者名	
出品数 (1社あたり3アイテムまで)	
現地参加希望(市場) (※希望する方のみ回答)	台湾 ・ シンガポール ☐
出品に関して一言 (ブランド、商品価値など)	

■加工品商品エントリーシート

GFP北海道/テストマーケティング出品情報 【加工品等】						
※下記の商品が分かる写真(画像データ)も必ずご提供ください						
フリガナ						
応募企業名						
フリガナ						
品名						
商品情報記載URL						
JANコード						
内容量						g / ml
箱入数	1箱/袋あたり		個/包			
国内販売価格						
卸価格						
保存方法	常温	冷凍	←○で囲ってください ☐			
販売時の記載原材料 ※すべて記入ください						
アレルギー情報						
栄養成分	エネルギー		kc	脂質		g
	炭水化物		g	コレステロール		mg
	食物繊維		g	ナトリウム		mg
	糖質		g	食塩量		g
	内、添加糖		g	水分		mg
	タンパク質		g	カリウム		mg
カルシウム		mg				
賞味/消費期限		日				
記入日: 月 日						
送信先メールアドレス						
※シートが足りない場合タブを追加して入力ください						

■生鮮・非加工品商品エントリーシート

GFP北海道/テストマーケティング出品情報 【生鮮品、非加工品等】			
※下記の商品が分かる写真(画像データ)も必ずご提供ください			
フリガナ			
応募企業名			
フリガナ			
品名			
商品情報記載URL			
内容量			
卸価格			
現産地(市町村名)			
食品の特徴/ウリ			
日本での主な調理方法			
賞味/消費期限		日	←○で囲ってください ☐
保存方法	常温	冷凍	
記入日: 月 日			
送信先メールアドレス			
※シートが足りない場合タブを追加して入力ください			

A nighttime photograph of the Singapore skyline. The Merlion, a large statue of a lion with a fish tail, is in the foreground on the right, illuminated with blue and white lights. In the background, the Marina Bay Sands hotel is visible, with its three towers and the SkyPark on top, all brightly lit. The city lights reflect on the water in the foreground.

シンガポールにおける テストマーケティング 実施報告

シンガポール開催／開催概要

シンガポール市場にて、BtoB(商談含む)とBtoCマーケティング、
現地小売店の視察やセールスコールを実施し、商品プロモーションを実施。

シンガポール市場

一般消費者集客:302名

バイヤー等招待:10社

①BtoC/消費者向け試食試飲会

- 開催日 2025年1月19日(日)
- 開催時間 14:00~19:00
- 会場 JAPAN RAILCAFÉ

②BtoB/バイヤー商談会

- 開催日 2025年1月20日(月)
- 開催時間 10:00~14:00
- 会場 One&Co

③市内視察/セールスコール

- 開催日 2025年1月20日(月)
- 実施時間 15:30~19:00



店舗位置図

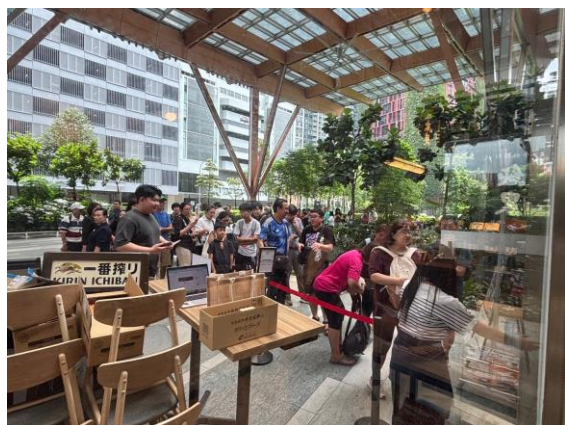
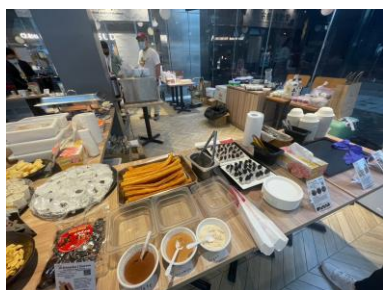
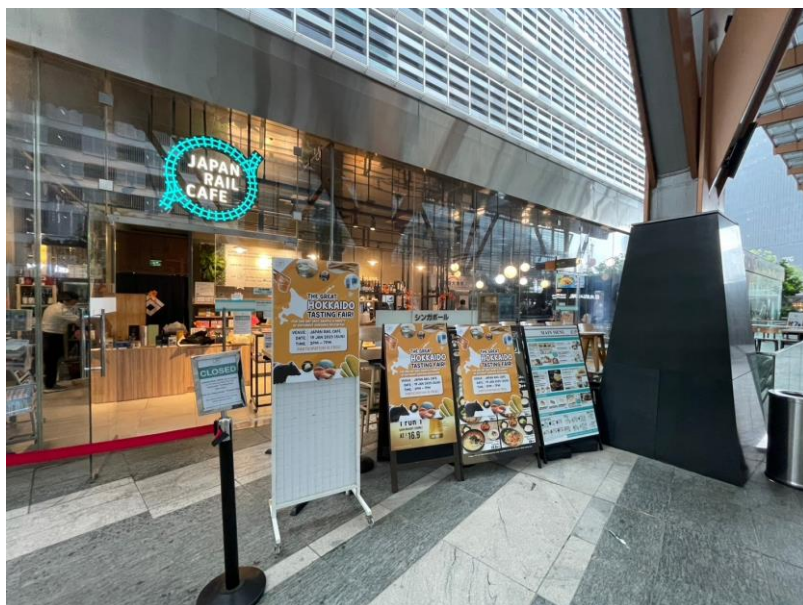


JAPAN RAIL CAFÉ へのアクセス (イメージ)

(シンガポール基礎情報)

- :人口約564万人(内、中華系74%、マレー系14%、インド系9%)
- :公用語は英語、中国語、マレー語、タミール語
- :料理は他民族ならではの、マレー料理と中華が融合した「プラナカン」が伝統的な料理で、その他中華、マレー料理、インド料理などがあり、基本エスニックなものが多い
- :法定通貨はシンガポールドル(SGD)
- :一人当たりの名目GDP114,165SG\$(約12,900,000円)
*2022年データ/出典・外務省
- :面積は720km²

シンガポール開催／消費者向け試食試飲会



シンガポール開催／バイヤー商談会

BtoB商談会には下記の企業、団体からの参加がありました。他にも日本政府機関からの訪問もあり、参加事業者は様々なチャンネルからシンガポールの情報を入手できました。

シンガポール商社	6社・9名
日本政府機関	1機関・1名
自治体	1自治体・1名
北海道民間企業	1社・2名



シンガポール開催／バイヤー商談会来場者

① 商社A

シンガポールで日本食品の卸売および流通を行う会社。日系食品メーカーの関連会社として運営されている。日本食を中心とした食品の販売を行っており、レストラン、ケータリング、ホテル、卸売店、小売店など、幅広い食品業界の顧客にサービスを提供している。

- ・食品サービス部門では、レストラン向けに日本から直接仕入れた最高品質の食材を供給している。
- ・消費者・小売部門では、シンガポール全土のスーパーマーケットや小売店に健康的で安全、高品質な日本食品を配送している。

② 商社B

日本産米を海外で販売する某お米ブランドの一部として、シンガポールで事業を展開している会社。2011年に設立され、シンガポールに精米所を持ち、現地で日本産米を精米して販売している。グループ会社の一員として、日本産米の海外普及と日本食文化の正しい普及に貢献することを目指している。主に北海道米を中心に、新潟、長野、山形県などの日本各地の米を取り扱っている。海外在住の日本人に故郷の味である日本産米を適正価格で提供することも目的としている。

③ 商社C

商社Cは、シンガポールを拠点とする大手食品卸売会社。72年以上の歴史を持つ老舗企業で、シンガポールの食品業界でトップの地位を築いている。主な顧客は高級ホテル、レストラン、カフェ、スーパーマーケットなど、約3000社以上に及ぶ。5,000トンの冷蔵室、加工施設、テストキッチンを備え、温度管理された一般食品やハラル食品を豊富に取り扱っている。日本産食品のPRと輸出拡大支援にも力を入れており、日本企業や自治体とも提携を進めている。

商社Cは、長年の実績と信頼性を背景に、シンガポールの食品卸売業界で重要な役割を果たしており、近年はオンライン販売やライブコマースなど新しい販売チャネルにも積極的に取り組んでいる。

④ 商社D

商社Dは、日系グループのシンガポール現地法人として設立された会社。日系グループ企業が100%出資している。

最近の取り組みとして、2024年3月から日本酒を中心とした日本の酒の小売・卸売販売をシンガポールで開始している。この日本酒販売事業では、1700年代創業の老舗酒屋とパートナーシップを組んでいる。日本の酒づくりの魅力をシンガポールから発信し、訪日客の増加や酒蔵の持続可能な環境構築に貢献することを目指している。

シンガポール開催／バイヤー商談会コメント

バイヤー商談会に来場いただいた担当者のコメントをご紹介します。各社取扱商品の守備範囲もございますので、全ての商品に対しコメントをいただくことは出来ませんでした。また滞在いただける時間も限りのある中それでも多くの商品説明に耳を傾けていただきました。

1. 商談会の概要

開催地はシンガポールで、9社・団体が参加しました。参加者は、シンガポールの食品輸入業者・小売業者、大手商社(現地法人)、政府関係者、日系物流関連企業など。

2. バイヤーの主なコメント・反応

・ワイン類

「価格が高い」「酸味が強い」などの理由から競合の多いヨーロッパ産ワインに比べて難しさがあるとの指摘あり。ただし、品質の良さを訴求できれば可能性があるとの意見もあり。

・ジュース・飲料

小さいサイズの方が家庭用やギフト用に向いており、大きなサイズ(700ml以上)は価格が高いため導入が難しいとのこと。

・スープ類

味に対する評価は高いが、シンガポールでは家でお湯を沸かす習慣が少ないため、調理の手間がハードルとなる。ただし、「出汁や調味料としての展開」に可能性があるとの意見。

・クラフトビール

賞味期限が短いことが課題、最低6か月以上の保存ができなければ輸入が難しい。また、クラフトビールは高価格帯でも需要があるが、競合が多いという指摘もありました。

・ラーメン

「栄養成分や原材料表示の対応が必要」との指摘があり、本格的な味付けや北海道ブランドの訴求により可能性があるとの評価。

・米粉商品・ホットケーキミックス

グルテンフリーの需要が高いものの、価格競争力が課題。グルテンフリー市場が成長しているため可能性はあるとの意見あり。

・アイスクリーム・スイーツ

高価格帯でも「北海道フェア」であれば販売可能性がある。抹茶フレーバーはすでに定着している。

・チーズ・乳製品

品質の高さを評価、高価格のため小売展開は難しい。ただし、業務用ルートは可能性がある。

・スイートコーン・さつまいも関連商品

高価格帯スーパーでの展開に可能性がある。北海道ブランドをアピールすれば可能性がある。

・野菜加工品(パウダー)

「家庭での使用方法が分かりにくい」との指摘、業務用・外食産業への展開が適している。

・アンチョビ・ソース類

「面白い」「冷凍保存できれば可能性がある」との意見があり、市場への新しい切り口としての展開が期待されている。

・日本酒

「現地に販売代理店がないことが課題」との指摘があったが、高価格帯でも品質の良さが伝われば可能性があるとの意見があった。

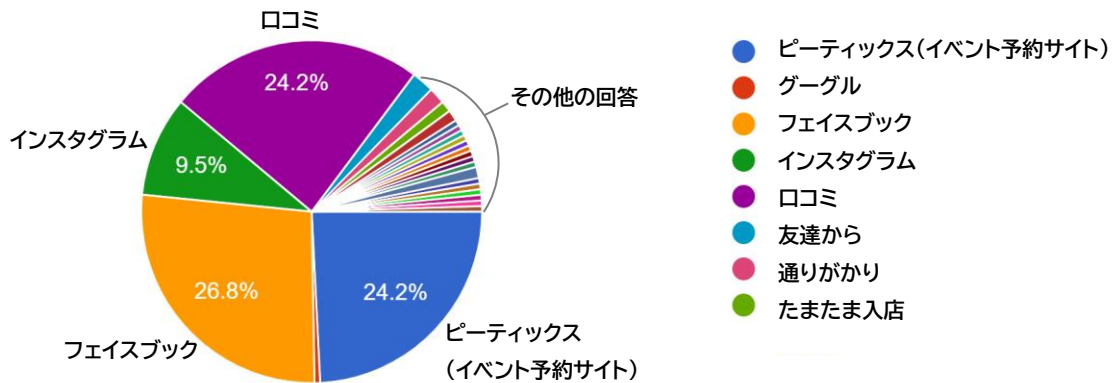
3. 総合評価・今後の展開可能性

シンガポール市場では「価格競争力」と「現地のライフスタイルへの適応」が重要なポイントとなります。高価格帯でも「北海道ブランド」や「品質の良さ」をアピールできれば需要があると評価されました。スープやクラフトビール、グルテンフリー商品、アイスクリームなどの特定ジャンルには今後の展開可能性が見込まれます。外食・業務用ルートへのアプローチが鍵となる分野も多く、ターゲットの明確化を進めていくことが必要との声が多く挙がりました。

シンガポール開催／消費者アンケート(WEB版)

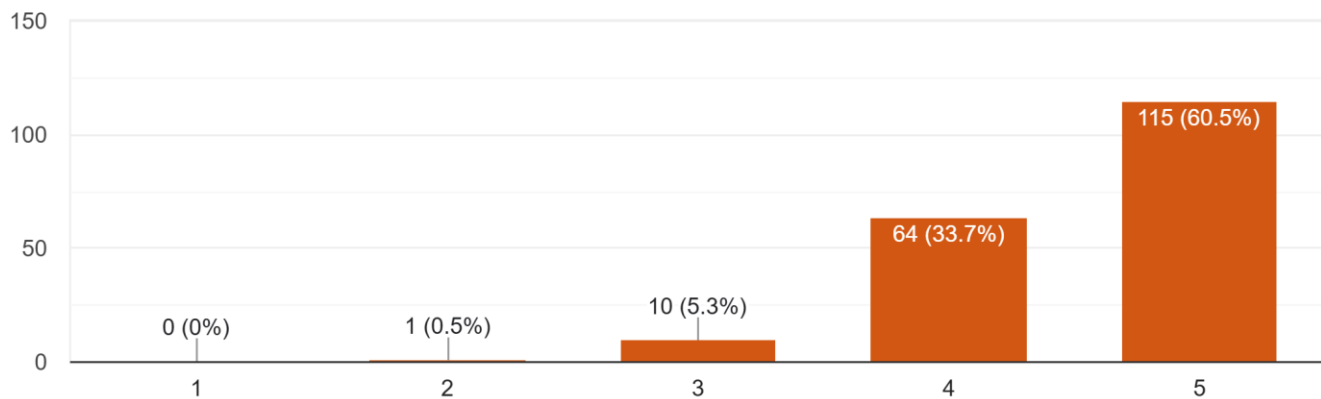
このイベントをどのようにして知りましたか？

190 件の回答



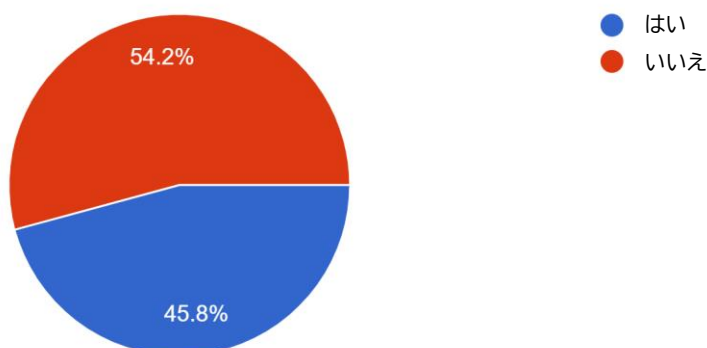
イベント全体の経験をどう評価しますか？ (1 - 悪い、5 - 素晴らしい)

190 件の回答



以前に北海道を訪れたことがありますか。

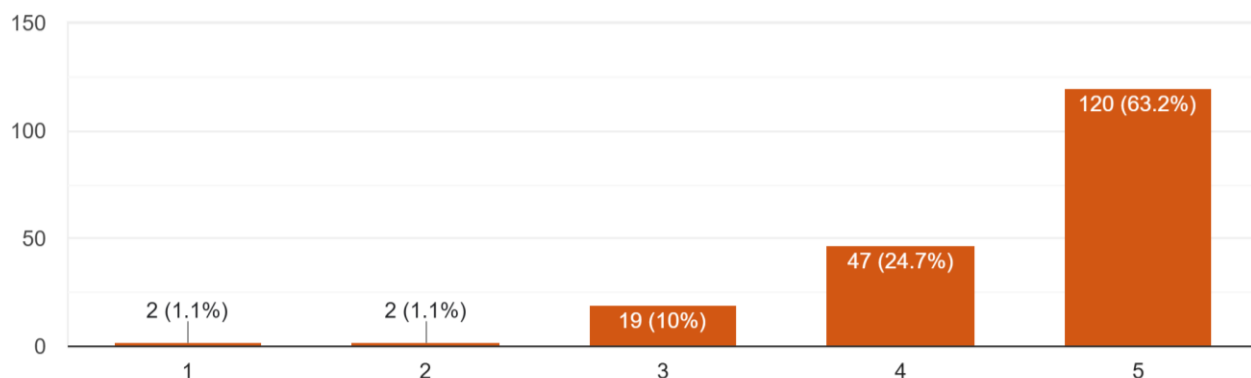
190 件の回答



シンガポール開催／消費者アンケート(WEB版)

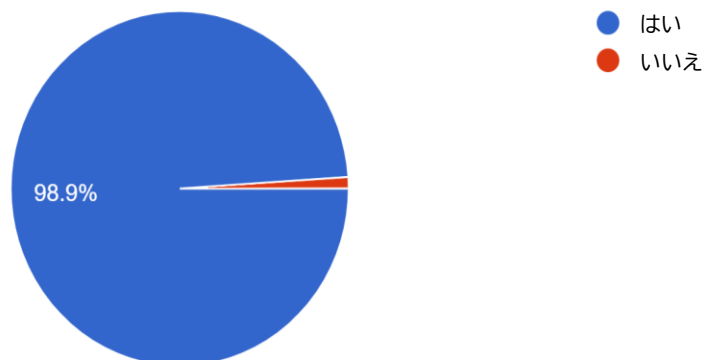
今後 1 ～ 2 年以内に北海道を訪れることにどの程度興味がありますか？
(1 - 興味がない、5 - 非常に興味がある)

190 件の回答



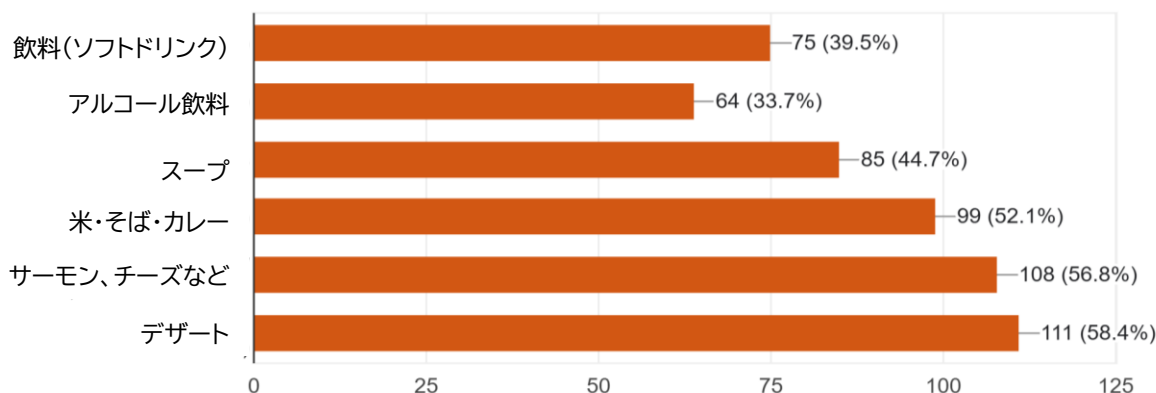
提供された食品および飲料のサンプルは満足のいくものでしたか？

190 件の回答



どのカテゴリーの食べ物が好きでしたか？

190 件の回答



シンガポール開催／消費者アンケート(WEB版)

1. イベントの認知経路と評価

参加者がイベントを知った経路には、イベント開催施設の予約ページとfacebookが約半数を占め、続いて口コミとなりました。

イベント全体の評価は「非常に良かった」「良かった」が大半を占め、満足度が高かったことが確認されました。

2. 試食品の評価

提供された食品・飲料については、「満足した」との回答が多数を占め、全体的に試食品への評価は非常に高い結果となりました。特にスープやラーメン、アルコールを含めた飲料が人気を集めました。以下にジャンル別の評価をまとめます。

サーモン

サーモンは最も人気が高く、50%以上の参加者が「気に入った商品」として挙げた。特に「新鮮」「脂がのっていて美味しい」との声が多く、素材の良さが評価された。

スープ類

スープ類は特に好評で、味のバランスや素材の風味が評価された。オニオンスープやほたてスープが人気で、「コクがある」「飲みやすい」といった声が多く寄せられた。

ラーメン

ラーメンも高評価を受けており、特にみそ味、とんこつ味が人気で「本格的な味」「スープが濃厚」といった意見が多く、現地でも受け入れられていることが分かった。

日本酒・ビール

日本酒やビールも比較的高い評価を受けた。日本酒については「香りが良い」、ビールについては「飲みやすい」との意見があり、北海道産の飲料が現地でも受け入れられていることが確認された。

米・じゃがいも

北海道産米やじゃがいもは素材の良さが評価され、「甘みがある」「食感が良い」といった声があった。

スイーツ

スイーツ類では大福のような和風スイーツが一定の人気を集めた。柔らかい食感や程よい甘さが評価され、食べやすさが好評であった。

3. 今後の北海道訪問への興味

今後1～2年以内に北海道を訪れる意向については、「非常に興味がある」「興味がある」と回答した参加者が過半数を占め、北海道への旅行への関心の高さが示されました。

4. お気に入りのアイテム

参加者に「今日試食したお気に入りのアイテム」を尋ねたところ、ラーメンやスープが特に人気で、ビールや日本酒などの飲料系も好評でした。

5. 総評

イベントの認知度・満足度ともに高く、北海道への旅行についても関心があり、試食品を通じて北海道産品への理解と興味が深まったことが確認されました。今後のプロモーションや輸出促進活動に向けて、サーモンやラーメン、スープなどの人気商品を中心に戦略を強化することが効果的と考えられます。

シンガポール開催／バイヤー商談、POP用ヒアリング

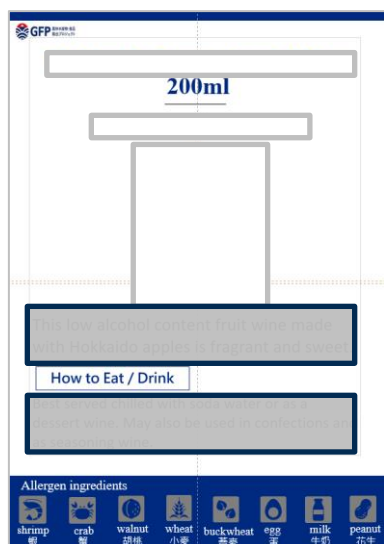
テストマーケティングに参加する事業者には、FCPシートと同一内容のシートに情報を記載いただき、翻訳しシートにした他、会場内の商品POPとしても展開させました。

■商品情報■	
商品名	
海外向け商品名(または海外表記)	
最もおいしい時期	
主原料産地	
内容量	
1ケースあたり入数	
発注リードタイム	
最低ケース納品単位	
賞味期限	
消費期限	
JANコード	
日本国内希望小売価格	
保存温度帯	
販売エリアの制限(条件明記 ●●国内のみ等)	
パッケージサイズ(縦×横×高さ cm)	
パッケージ重量(kg)	
瓶包サイズ(縦×横×高さ cm)	
瓶包重量(kg)	
認証・認定機関の許認可(商品・工場等)	
エネルギー(kcal)	
炭水化物(g)	
食物繊維(g)	
糖質(g)	
内、添加糖(g)	
タンパク質(g)	
カルシウム(mg)	
脂質(g)	
コレステロール(mg)	
ナトリウム(mg)	
食塩量(g)	
鉄分(mg)	
カリウム(mg)	

■商品紹介／PRポイント■ ※以下の回答文章は翻訳されPOPにも使用されます／平易な日本語にて記載ください	
商品概要	
商品キャッチコピー	
商品誕生の背景	
商品の客層	
利用シーン(召し上がり方、おすすめレシピ)	
消費者に支持されているポイント	

■会社情報■ ※複数商品出品の事業者様は下記項目を他のシートにコピーで対応ください	
出品企業名(正式名称)	
出品企業名(海外表記があれば)	
会社所在地	
工場所在地	
年間売上高	
従業員数	
代表者氏名	
設立(西暦)	
担当者名	
TEL	
FAX	
E-mail	

■会社情報■ ※複数商品出品の事業者様は下記項目を他のシートにコピーで対応ください	
商品検査の有無	
衛生管理への取り組み	
製造工程の管理	
従業員の管理	
施設設備の管理	
危機管理体制	
担当者連絡先(担当者名)	
担当者連絡先(連絡先)	
記録	



■A5判商品POP



■FCPシートと同一内容のシート

台湾における
テストマーケティング
実施報告

台湾開催／実施概要

台湾市場にて、BtoB(商談含む)とBtoCマーケティング、
商品プロモーションを実施。

台湾市場

一般消費者集客:200名

バイヤー等招待:10社

- 開催日 2025年2月27日(木)
- 開催時間 14:00~19:00
-14:00~15:00 ビジネスタイム
-15:00から一般入場開始
- 会場 WIRED CHAYA南港店
(TSUTAYA BOOK STORE内)

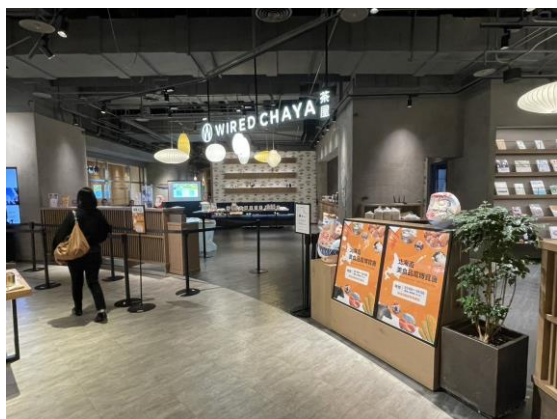
* BtoB及びBtoC同日開催



(台湾基礎情報)

- :人口約2341万人(内、台北市250万人)
- :公用語は中国語がメインで、年代によって台湾語も使用
- :料理は中華系だが独自文化が発達し、台湾家庭料理ともいわれ、数多くの屋台街がある。
- :共働き世帯も多く、平日は家族や仲間での外食が中心
- :法定通貨は元(TWD)
- :一人当たりの名目GDP32,756TW\$(約4,978,912円)
* 2022年データ/出典・日本台湾交流協会
- :面積は36,200km²

台湾開催／消費者向け試食試飲会



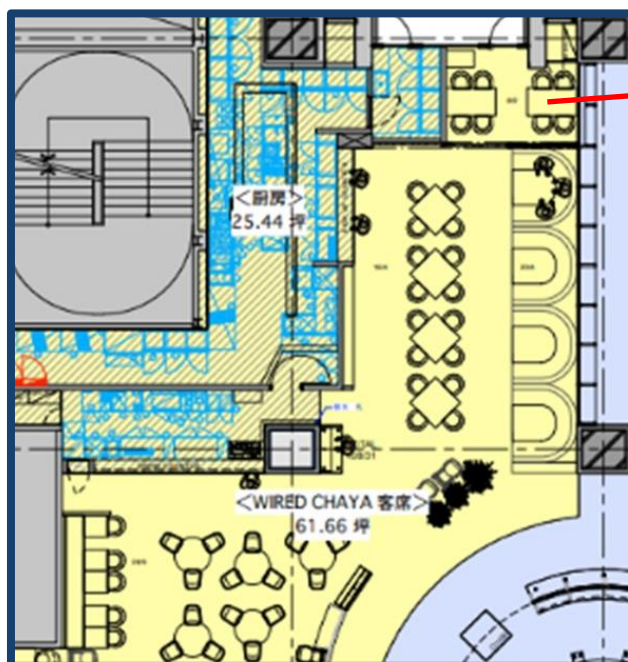
台湾開催／バイヤー商談会

- 会場／WIRED CHAYA茶屋 店舗奥個室を使用
- 商談タイム／25分の商談タイム＋5分間のブレイクタイムの30分×1セット
- 実施パターン／14:00～18:55(商談最大10枠)
- BtoB商談会／現地商社 13社が参加

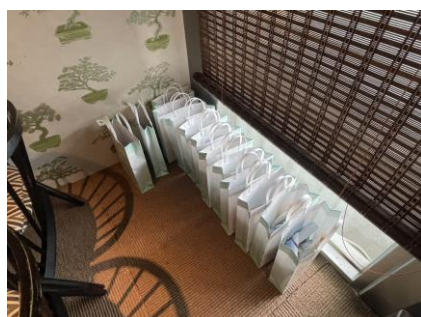
備考

商談用資料	中国語繁体字ファイルを用意(商談時はファイルをもとに商談実施しました)
	※バイヤーへは、商談時に使用する商品資料等データのダウンロード先QRコードを記載したカードをお渡ししました(商品紹介資料/規格書) ※カードにはアンケートフォームへ誘導するQRコードも記載しました
試食サンプル	試食サンプルは一般の試食コーナーから試食いただきました。 バイヤーお土産用サンプルは、紙袋に入れて商談時にお渡ししました。

台湾開催／バイヤー商談会



商談ROOM



台湾開催／バイヤー商談会参加企業①

① 商社A

テレビショッピング大手のTVショッピングでの日本食品販売の他、某スーパーをはじめとする台湾百貨店内などにテナントする高級スーパー、台湾大手スーパー等の小売店に調味料などを中心に卸販売している輸入商社。現在特に力をいれているのは水産品で、台湾大手スーパーへの卸しを行っている。

② 商社B

自社ECでの小売及び貿易商社として現在、レストランを中心とした販売ルートがある。(寿司屋、フレンチ、高級居酒屋、焼肉等単価高め)主な取扱商品は飲料、酒類。

③ 商社C

ECサイトや團購を運営、母体は自動車関連企業だが、倉庫業から発展し食品の販売を開始した。主力は豆製品だったが、2022年から日本の食材も取り扱いをはじめ、お菓子など複数の商品を正式代理している。現在台湾大手書店などリアル小売もいくつかの販路もある。

④ 商社D

親会社が日本の食品、食品原料や日用品をメインで取り扱う貿易会社。事業拡大するため、商社Dを設立し、日本の様々な商品について今後輸入を予定している。

⑤ 商社E

日本や他の産地から水産品とその加工食品を取り扱う輸入商社で、台湾内でECサイトを運営、他にもスーパーやレストランなどの販売ルートがある。青森県のホタテや鹿児島鰯など生鮮(冷凍)も台湾のスーパーに卸している。

⑥ 商社F

北海道の海鮮や冷凍食品などを扱っている卸売業者。神戸にある日本の商社と長年提携しており、20年以上の経営歴で輸入経験がある。日本の漁協や水産業者などとの取引も長く知見がある。日本市場の視察や企業訪問など積極的に業界と相場の情報を得ようとしている為、価格について非常に重視するシビアな一面も。

⑦ 商社G

食品専門商社。販路:60-70%は團購グループ、自社のECサイト、YOUTUBER、KOLと合作販売。30-40%は台湾の大手ECサイトで販売。日本のパートナー商社もあり、EXWでも対応できる。

⑧ 商社H

台湾の大手家電メーカー傘下のファミリーレストランチェーン。1993年(平成5年)4月に 日系レストランチェーンの台湾1号店となる店舗を台北に開店。(現在は提携を解消し自社ブランドで13店舗店舗展開をしている)洋食メニューだけでなく、近年は、日本料理、中華料理、イタリア料理等もグランドメニューとして提供している。定期的に各国の料理フェア等も行っており、中でも青森食材を使用したメニューを提供する「青森フェア」は、青森県庁の台湾交流事業の一環としてここ数年毎年定期的に行われており、りんごや加工食品、ホタテなどの青森県産食材のPRを積極的にサポートしている。

台湾開催／バイヤー商談会参加企業②

⑨ 商社I

オーナーは元台湾大手メディアグループに所属。主な事業内容は：①「文創(文化創意産業)」商品の開発、クラウドファンディング、マーケティングサービス②IPライセンスとそのIPへの商品開発、マーケティングサービス③海外商品選定や越境EC、オンライン・オフラインの販路運営、国際物流、倉庫管理など。現在、③について、積極的に取り組んでおり、国際市場の拡大を目指している。

⑩ 商社J

日本の酒類の輸入と販売を行う会社。現在も複数の日本酒ブランドを代理しており、自社ブランドを通じて直営店を展開する。また、多くの酒販売店、居酒屋、レストランにも販路をもつ。

⑪ 商社K

PR、統合マーケティング、コンテンツ制作をメイン事業としているが、新事業としてインフルエンサーの團購等の手配、日本商品やIPの台湾バイヤーへの紹介、コーディネートを行っており、まだ台湾に入っていない日本商品に興味を持っている。

⑫ 商社L

日本やチリ、オーストリア等の酒類、飲料、食品などの輸入と販売を行う会社。現在も北海道のアルコールメーカーを代理している。

⑬ 商社M

日本と韓国の食品輸入会社。物流は台湾の北部・中部・南部全域に広がり、主な販路は日本の大手スーパー、百貨店、中堅小売店、レストラン、小売店など。調味料、飲料、キャンディー、ビスケット、冷凍食品、チルド食品など幅広い食品を輸入しています。台北の高級ショッピングモールにも商品を卸しており、大阪の商社を介し台湾へ日本食品などを輸入している。

台湾開催／バイヤー商談会参加企業コメント①

商社コメント①

酒類を取り扱っており、焼酎、GINを中心に輸入しています。
お菓子とかの取扱はしていないが、つまみとなる商品は興味あります。ビールに興味があります。

●クラフトビール

味もよかったし、興味があります。ただし賞味期限が短いのが残念です。

商社コメント②

●海鮮

非常に興味があります。味も美味しかったし、まだ海外に流通していないことから取り扱いを試みたい。

●海鮮調味料

珍しい商品、賞味期限がもう少し長ければよいと思います。

●チーズ

この商品に一番興味があります。日本のコンビニで販売してみたい。今の賞味期限180日を365日に延ばす方法はないのか？(商談させて欲しい)

商社コメント③

残念ですが今回の商品にあまり興味を持てませんでした。

●その他の取扱希望について

果物類……興味があります。しかし果物の輸入が困難なので……
いも……台湾の日系メーカー下請け工場を知っている、北海道産いもでオリジナル商品を作れたら売れると思う。
たまねぎ……台湾のたまねぎ加工工場も知っているの、価格とか条件次第ですが。

商社コメント④

●スープ商品

この商品よかったです。味も美味しかったし健康的な感じがします。
台湾でスープを常温で飲むことに慣れてませんが、どうやって温められますか？ウォーマーに置ける商品なのでしょうか？

●ラーメン

ラーメンは取り扱ってみたいが、成分配合や添加物が色々入っているので手を出していない。
肉成分が入っていないのなら取り扱ってみたい。

●チーズ

この商品は美味しかったです。この会社で他にも常温商品あるのでしょうか？あるのでしたら興味あります。

台湾開催／バイヤー商談会参加企業コメント②

商社コメント⑤

当社は冷凍食品、水産物の取扱がメインとなっております。日本の水産物取扱が多く、北海道、青森、宮城、広島県をメインに輸入しています。台湾の飲食店、スーパーが販売チャンネルとなっております。

●海鮮

この商品に非常に興味があります。養殖と聞いて味が心配だったけど、食べてみたら臭みがない。こんなに美味しいとは思わなかった。イクラもあるのでしょうか？

商社コメント⑥

冷凍の水産品を取り扱っています。イクラ、かまぼこ、ホタテ、珍味など紹介して欲しい。

台北、台中、高尾の間屋を使って飲食店に販売しています。

いま一番輸入したいのは「エンガワ」で、3センチ～4センチサイズ、500g、1Kgのパックを輸入したい。カナダ、ロシア、アイスランドより輸入しており、日本では宮城県の水産品を取り扱っている。

●海鮮

味は美味しかった！値段どうなんだろうか？台湾の輸入海鮮は安い。ノルウェー、アイスランド産と比べて価格が安ければ…

商社コメント⑦

日系レストランチェーンの台湾代理店でしたが、いまは屋号はそのまま100%台湾ローカルのレストランチェーンになりました。串焼き店、クロワッサン専門店、中華料理店、ファストフード、料理スタジオなどをグループとして運営しております(元々は家電の会社でした)。

いま探しているのは、食品、スープなど加工してレストランに卸せる商品で、今回の商品ではスープ、和菓子を仕入れてみたいです。

※当社としては、輸出経験のある企業と取引したいです。良い商品を輸入したくても輸出手続きの段階で日本側企業の担当者が諦めて輸入できないことがよくあります。

※北海道は特に、水産物、農産物ともに美味しいし、良いイメージもあるので期待しています。

※レストランでは北海道フェアを毎年実施しているので、よい商品があればメニューにも入れたいです。

商社コメント⑧

●フルーツジュース ●野菜ジュース ●コーヒー飲料 ●野菜スープ

●海鮮スープ ●スープ ●ラーメン ●チーズ

全商品を試食した上で商談を実施。上記商品を仕入れてみたいです。

上記商品は美味しかったし良かったです。

商品概要は資料で分かったので見積や他の商品についても商談してみたいです。(オンライン商談希望)

台湾開催／バイヤー商談会参加企業コメント③

商社コメント⑨

北海道では2つの酒造から商品を仕入れております。日本酒ファンを連れて酒蔵めぐりのツアーも主宰しており、2025年は青森に行くことが決まっています。年に1回、蔵の収容人数に合わせて実施しているので人気があります。

●クラフトビールA

クラフトビールは高いので難しいのですが、百貨店などでは210TWD～220TWDで販売されているので、仕入れ価格次第です。

●クラフトビールB

取扱をしてみたいが卸値が高いだろうから難しそうです。

●日本酒

この日本酒は興味があります。5年前に訪問した際には輸出を考えていないと断られました。甘い飲み口の方が売れると思うのですが、卸価格は幾らくらいなのでしょう？

商社コメント⑩

食品、常温品がメインの取扱です。ヨーグルト、チーズ、ミルク製品、お酒に興味があります。百貨店、スーパーなどに商品を卸しています。他にもECサイトなどとも取引中です。

●ワイン

この商品に興味がありますが、WEBサイトに出ていた「果物ワイン」にも興味があります。

●チーズ

このチーズ美味しかったです。WEBサイトに「新しいコンセプトの日本酒」がありましたが、これは輸出する考えはないのでしょうか？取り扱ってみたいです(オンライン商談希望)。

商社コメント⑪

●海鮮調味料

世界初というのが良いが、ちょっと金額が高いです。希望としては1商品500円程度で卸してもらえると商談が可能です。

※ほか、海鮮調味料ソースの賞味期限もた商品と同じく365日あると良いです。

●クラフトビールにも興味あり

独特な香りがあって興味深いです。もう少し詳しい成分表や特徴を知りたいのでQRにて情報を見えます。

●海鮮

冷凍で2年間の賞味期限は魅力的だし、味も良いです。他の商品などは脂っぽいが、その辺りも丁度良いです。養殖の魚だと独特のにおいがあるがこれはないので良いです。検討して商談したい場合は連絡します。

台湾開催／消費者アンケート(WEB版)

一般消費者向けアンケートでは、参加者93名全員から回答を回収しました。設問内容は下記の通りとなり、Google Formを使用して実施いたしました。アンケートURLはQRコードにして、スクリーンに投影、POPとしてテーブルに設置し、ギブアウェイも用意。多くの方に回答いただけるよう対応いたしました。

質問1)

今日の商品で気に入った商品を全て選んでください。

(複数選択可)

質問2)

試食品で気に入ったパッケージの商品を全て選んでください。

(複数選択可)

質問3)

今回のイベントの評価は？

- 1、よくない
- 2、あまりよくない
- 3、普通
- 4、よかった
- 5、とてもよかった

質問4)

提供された食品は満足いくものでしたか？

- 1、よくなかった
- 2、満足した

質問5)

北海道に旅行したことがありますか？

- 1、有
- 2、ない



台湾開催／消費者アンケート(WEB版)

台湾開催消費者アンケート結果

参加者93名に対して全員から回答を回収しました。アンケートはGoogle Formを使用し、QRコードをスクリーンに投影、POPをテーブルに設置し、ギブアウェイを用意することで多くの方に回答していただけるように工夫しました。

1. 試食商品の評価

「気に入った商品」を複数回答可で尋ねたところ、サーモンとチーズ加工品が(各50.5%)、オニオンスープ(41.9%)、ほたてスープ(44.1%)、コーンスープ(36.6%)、とんこつラーメン(46.2%)、みそラーメン(44.1%)が特に人気を集めました。また、大福(塩豆・よもぎ・ごま)やバタジャガ、米なども好評で、スープやラーメンなどの即席系食品が特に人気が高いことが分かりました。

2. パッケージデザインの評価

「気に入ったパッケージ」を尋ねたところ、オニオンスープ(47.3%)、ほたてスープ(49.5%)、コーンスープ(30.1%)などが高評価でした。デザイン面でも、スープやラーメンが好評で、視覚的にも魅力を感じたことがうかがえます。

3. イベント評価

イベント全体の評価では、「とてもよかった」(50.5%)、「よかった」(35.5%)とポジティブな評価が全体の86%を占め、満足度の高さが確認されました。「普通」は12.9%、「あまりよくなかった」は1.1%で、「よくなかった」はありませんでした。

4. 試食品の満足度

提供された試食品については「満足した」が約90%を占め、全体的に試食品の味や品質に対する評価は高かったといえます。

5. 北海道への旅行経験

参加者のうち、約半数が「北海道に行ったことがある」と回答し、北海道産食品に対する親しみや関心がすでに高いことが分かりました。

6. 総評

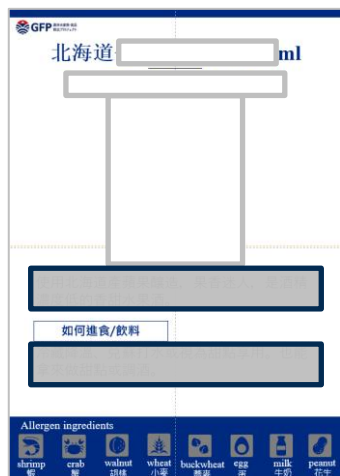
サーモンが一番人気でした。全体的にスープやラーメンなどの即席食品や、北海道産の素材を生かした商品への評価が高く、パッケージデザインの魅力も評価されました。試食品の満足度やイベント評価も非常に高く、台湾市場での北海道産食品の認知度や受容度の高さが確認できました。

台湾開催／バイヤー商談、POP用ヒアリング

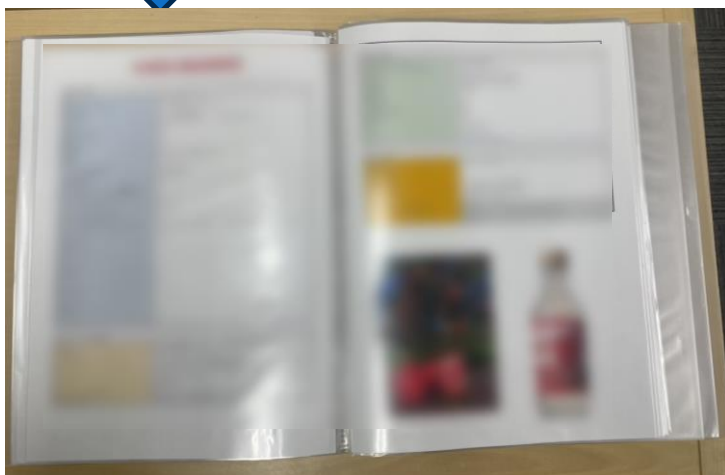
テストマーケティングに参加する事業者には、FCPシートと同一内容のシートに情報を記載いただき、翻訳しシートにした他、会場内の商品POPとしても展開させました。

■商品情報■	
商品名	
海外向け商品名(または海外表記)	
最もおいしい時期	
主原料産地	
内容量	
1ケースあたり入数	
発注リードタイム	
最低ケース納品単位	
賞味期限	
消費期限	
JANコード	
日本国内希望小売価格	
保存温度帯	
販売エリアの制限(条件明記 ●●国内のみ等)	
パッケージサイズ(縦×横×高さ cm)	
パッケージ重量(kg)	
梱包サイズ(縦×横×高さ cm)	
梱包重量(kg)	
認証・認定機関の許認可(商品・工場等)	
エネルギー(kcal)	
炭水化物(g)	
食物繊維(g)	
糖質(g)	
内、添加糖(g)	
タンパク質(g)	
カルシウム(mg)	
脂質(g)	
コレステロール(mg)	
ナトリウム(mg)	
食塩量(g)	
鉄分(mg)	
カリウム(mg)	
■商品紹介／PRポイント■ ※以下の問答文章は翻訳されPOPにも使用されます／平易な日本語にて記載ください	
商品概要	
商品キャッチコピー	
商品誕生の背景	
商品の客層	
利用シーン(召し上がり方、おすすめレシピ)	
消費者に支持されているポイント	

■会社情報■ ※複数商品出品の事業者様は下記項目を他のシートにコピーで対応ください	
出品企業名(正式名称)	
出品企業名(海外表記があれば)	
会社所在地	
工場所在地	
年間売上高	
従業員数	
代表者氏名	
設立(西暦)	
担当者名	
TEL	
FAX	
E-mail	
■会社情報■ ※複数商品出品の事業者様は下記項目を他のシートにコピーで対応ください	
商品検査の有無	
衛生管理への取り組み	
製造工程の管理	
従業員の管理	
施設設備の管理	
危機管理体制	
担当者連絡先(担当者名)	
担当者連絡先(連絡先)	
記録	



■A5判商品POP(中国語)



■FCPシートと同一内容のシート(中国語版)

業務実施内容(2)

輸出に取り組む地域商社を育成する取組

地域商社育成セミナー告知フライヤー(A4判/表)



令和6年度GFP北海道 輸出に取り組む地域商社育成プログラム実施概要

本プログラムは、小口でも輸出したい事業者を束ねてコンテナへの混載が行える地域商社を育成するとともに、生産者や食品事業者とのマッチングを進め、農産物や農産物の加工品を中心に様々な商品の輸出拡大を目指すために実施します。

実践の場として、台湾及びシンガポールでのテストマーケティングにご参加いただき、商品展示に向けた各種輸出業務にも取り組むほか、海外バイヤーとの商談スキルを磨いていただきます。

① 地域商社育成セミナー

日 時: 令和6年10月28日(月) 13:30~17:00
場 所: HOKKAIDO×Station01コミュニティラウンジ
(札幌市中央区北5条西5丁目JR55 SAPPOROビル6F)
参加社: 3~5社(団体)程度



【当日のプログラム】

1. 13:30~13:40
「開会のあいさつと実施方針の説明」
挨拶/説明: 農林水産省北海道農政事務所
2. 13:40~13:50
「台湾及びシンガポールで実施するテストマーケティングについての説明」
説明: 事務局(株式会社メガ・コミュニケーションズ)
3. 13:50~15:50(質疑応答含む)
「地域商社としての現地営業力向上及びより良い商品選定・声掛けのスキルアップ講座」
講師: 株式会社北海道開発グループ 代表取締役 高橋孝之 氏
(休憩)15:50~16:05
4. 16:05~16:40(質疑応答含む)
「ロジスティクスにおける適切な状況判断と輸送テクニック講座」
講師: 株式会社北海道開発グループ 代表取締役 高橋孝之 氏
5. 16:40~17:00
「全体質疑及び意見交換」

【講師紹介】

株式会社北海道開発グループ 代表取締役 高橋 孝之氏
<https://www.hdggroup.jp/>

2009年に北海道大学への交換留学生として来道。
東日本大震災から復興した北海道に多くのインバウンドが訪れるのを
目の当たりし起業することを決意。
「100の事業、100人の経営者、100年愛される企業」をビジョンに総合商社として
業務に邁進している。



地域商社育成セミナー告知フライヤー(A4判/裏)

② 海外輸出実践サポート

1月中旬に台湾及びシンガポールで実施するテストマーケティングに向けて、次の内容にてサポートします。(令和6年10月末から令和7年2月末までのサポートを予定)

【サポート内容】

- **GFP北海道輸出セミナー参加事業者とのマッチング**
テストマーケティングにおける商品選定の参考資料と事業者の紹介を行います
- **テストマーケティング時の現地商社やバイヤーとの商談調整**
現地の商社やバイヤーとの商談を調整します
- **現地商談への同行**
事務局スタッフ及び通訳が現地商談に同行します
- **事前ニーズ調査**
台湾及びシンガポールのコーディネーターによる「食のトレンド」や「嗜好性」について情報提供を行います

テストマーケティングについて

台湾市場

日時 令和7年1月17日(金)14:00~19:00

場所 TSUTAYA BOOK STORE南港店「WIRED CHAYA」

内容 ①BtoB試食試飲商談会

バイヤー等を招待し、試飲試食、ニーズ・嗜好・課題抽出アンケート、商談等を実施

②BtoC試食試飲会

一般消費者を集客し、試飲試食、ニーズ・嗜好調査アンケート等を実施

シンガポール市場

日時 令和7年1月19日(日)14:00~19:00/20日(月)10:00~20:00

場所 JAPAN RAIL CAFÉ@SINGAPORE

内容 ①BtoC試食試食会

一般消費者を集客し、試飲試食、ニーズ・嗜好調査アンケート等を実施

②BtoB試食試食商談会

バイヤー等を招待し、試飲試食、ニーズ・嗜好・課題抽出アンケート、商談等を実施

③店頭での販売状況の視察

シンガポール内の百貨店、ローカルスーパー等の視察

【事業実施・運営】

令和5年度グローバル産地生産流通基盤強化緊急対策

(GFPコミュニティ構築支援加速化対策委託事業(GFP北海道))受託コンソーシアム

代表者:株式会社ジェイアール東日本企画

構成員:北海道テレビ放送株式会社、株式会社メガ・コミュニケーションズ

(実施内容に関するお問い合わせ)

株式会社ジェイアール東日本企画 北海道支店 藤田 TEL 011-272-2102

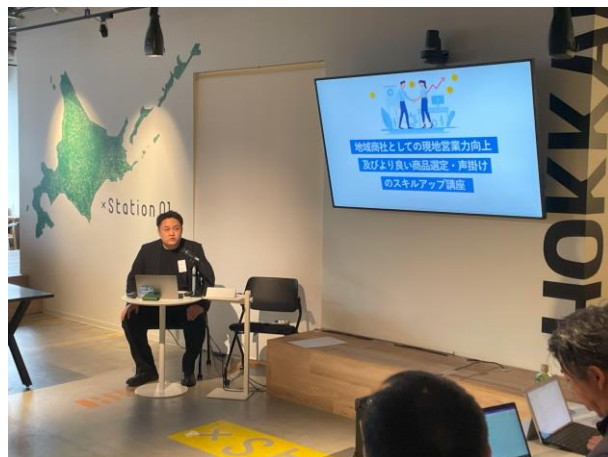
(事業全般に関するお問い合わせ)

農林水産省北海道農政事務所 生産経営産業部 事業支援課 TEL 011-330-8810

地域商社育成セミナー開催の様様



■東川輸出対策推進官による開会挨拶



■(株)北海道開発グループ 高橋社長



■相馬課長補佐による事業説明



■講演中に模擬商談も交えました



■参加した地域商社



■セミナー終了後の交流会の様子

地域商社育成セミナー／講演内容

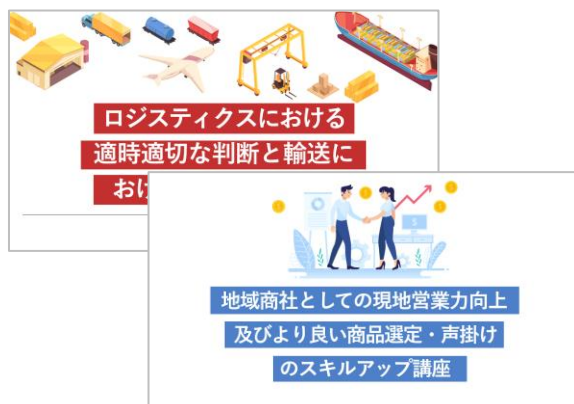
地域商社育成セミナーの講師は、すでに地域商社として道産品を越境ECなどで輸出を行っている(株)北海道開発グループの高橋社長が務めました。講演内容は「営業力・スキルアップ」と「輸出・ロジスティクス」の2つの分野に分けて講演いただきました。また講演途中ではロールプレイングを行い模擬商談を交えて進行いたしました。

地域商社としての現地営業力向上及びより良い商品選定・声掛けのスキルアップ講座

- 1 市場理解と成長機会について
 - 1.1 地域商社における輸出機会とその課題
 - 1.2 台湾及びシンガポール市場の輸出に掛かる文化的な背景とビジネスの慣習
- 2 商品選定のポイント / 需要に応じた商品開発について
 - 2.1 市場の消費トレンド(健康食品やインバウンド観光と連動した商品 PR)
 - 2.2 市場に向けた目利きと商品選定のポイント
 - 2.3 商品の品質基準や規制対応について
- 3 現地に向けた営業力の向上について
 - 3.1 現地パートナーやバイヤーとの信頼関係を築くコツ
 - 3.2 効果的なプレゼンテーションスキル
 - 3.3 具体的な事例を使ったシミュレーション
 - 3.4 営業において最も重要なポイント
- 4 商談手法のスキルアップについて
 - 4.1 好印象を与える初対面時のコミュニケーションノウハウ
 - 4.2 商談時の効果的な質問技術
 - 4.3 セールスピッチの準備と展開

ロジスティクスにおける適時適切な判断と輸送におけるテクニック講座

- 1 輸送規模や状況に応じたロジスティクスの検討
- 2 事前にやっておきたい通関のためのテクニック



地域商社育成セミナー／参加者

北海道内の輸出商社4社、9名の方に参加いただきました。

参加地域商社①／水産物の卸売・加工・販売会社

参加:1名

過去の輸出実績／あり

輸出先国／中国、韓国、台湾、香港、新嘉坡

輸出品目／各種水産物

出品想定／未定

保存方法／冷凍品

参加地域商社②／総合流通企業の食品部門

参加:6名

過去の輸出実績／なし

輸出先国／

輸出品目／

出品想定／水産物、農産物、加工品

保存方法／冷凍品

参加地域商社③／農産物の卸売・販売

参加:1名

過去の輸出実績／あり

輸出先国／台湾、香港、シンガポール

輸出品目／農産物

出品想定／未定

保存方法／常温品

参加地域商社④／農・畜産品の販売

参加:1名

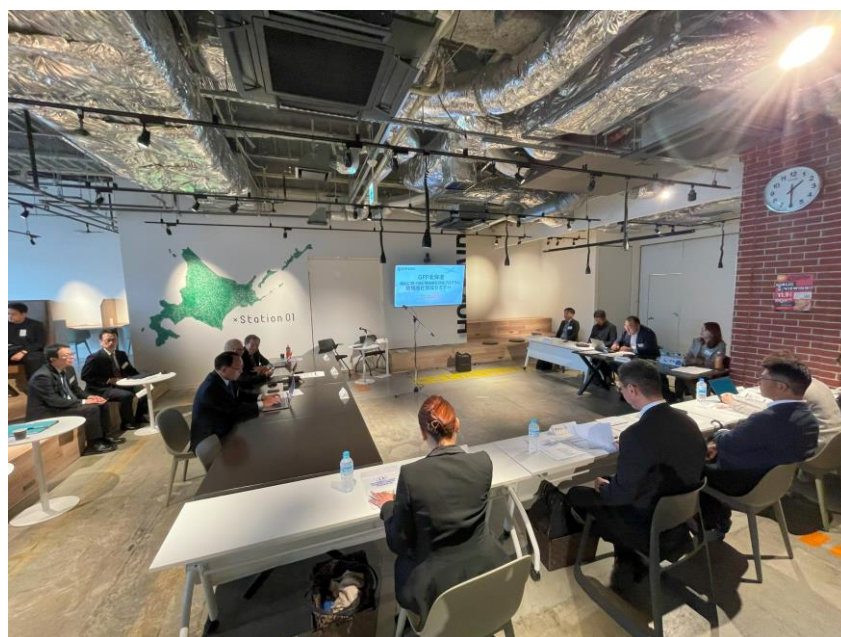
過去の輸出実績／あり

輸出先国／シンガポール

輸出品目／農産物

出品想定／未定

保存方法／常温品



地域商社育成セミナー結果

1. セミナーの特徴と考察

第1部:営業力向上と市場理解

- 地域商社における輸出の可能性と課題:**地域商社が担う役割や、輸出における競争力向上のポイントが解説された。
- 台湾・シンガポール市場の文化的背景とビジネス慣習:**現地市場での営業戦略のポイントについて、具体的な事例とともに紹介。
- 商談スキルアップ講座:**商談ロールプレイングを交え、バイヤーとの関係構築や効果的なセールストークの実践を行った。

第2部:ロジスティクスと輸送戦略

- 輸出における適切な物流管理:**海外輸送の課題や解決策について実践的な情報を提供。
- 適切な価格設定とコスト管理:**市場価格と競争力のバランスを取りながら、持続可能な輸出ビジネスを展開するための戦略が議論された。

考察

- 参加者の意見:**
「台湾・シンガポール市場の輸入規制や商習慣が具体的に理解できた」
「ロジスティクス面の課題を具体的に学ぶ機会になった」
- 商談ロールプレイングを取り入れたことで、より実践的な学びの場となり、参加者の満足度も高かった。**

2. 参加者の声と得られた成果

- 「地域商社としての輸出戦略を明確にするヒントを得られた。」
- 「商談スキルを実際に試す機会があり、今後の営業活動に役立つと感じた。」
- 「行政機関との交流会で、具体的な支援策についての理解が深まった。」
- 「物流と輸送戦略の重要性を改めて認識し、今後の事業計画に反映したい。」

3. 今後の展開

本セミナーの実践編として、台湾・シンガポールでの現地テストマーケティングを実施。現地バイヤーとの商談や試食・試飲会を通じ、実際の市場ニーズを把握する機会となる。特に、輸出における営業力と物流の両面からの支援が、地域商社の成長を後押しすることが期待される。

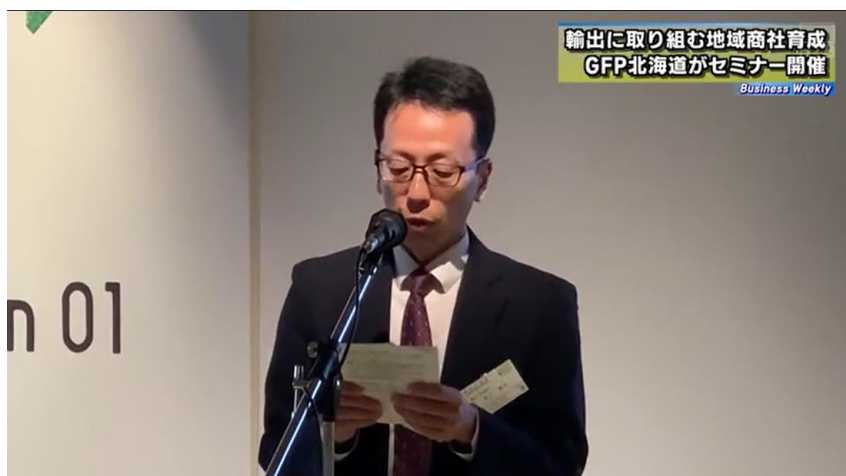
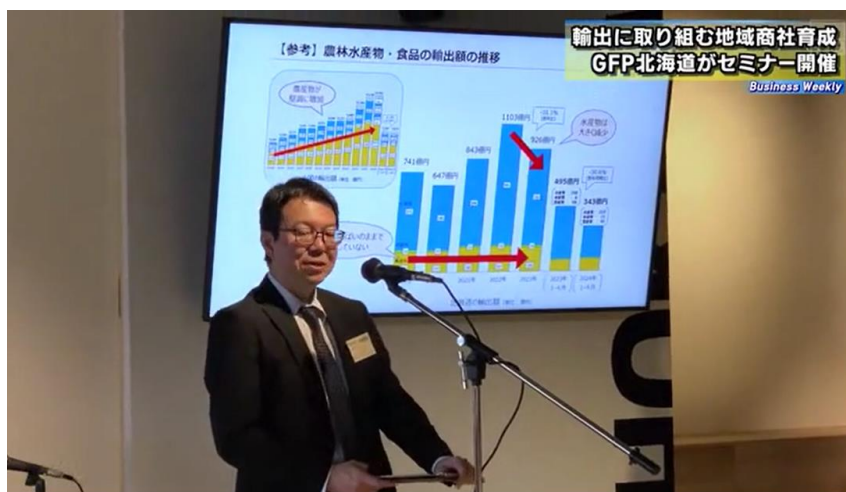
4. まとめ

地域商社育成セミナーは、輸出に取り組む地域商社にとって営業力強化とロジスティクスの理解を深める貴重な機会となった。特に、商談ロールプレイングや物流管理の講義を通じて、実践的なスキルの向上が図られた点が特徴的であった。今後は、実際の市場調査や販路開拓の具体策をさらに進め、地域商社の輸出ビジネスの発展を支援していくことが求められる。

地域商社育成セミナー／マスコミ報道

■2024年11月28日(木)放送／HTB報道番組「ビジネスウィークリー」

2024年10月28日(月)に札幌で開催された地域商社育成セミナーを取材。11月28日(木)にHTBの報道番組「ビジネスウィークリー」(14時15分-14時20分)で放送しました。



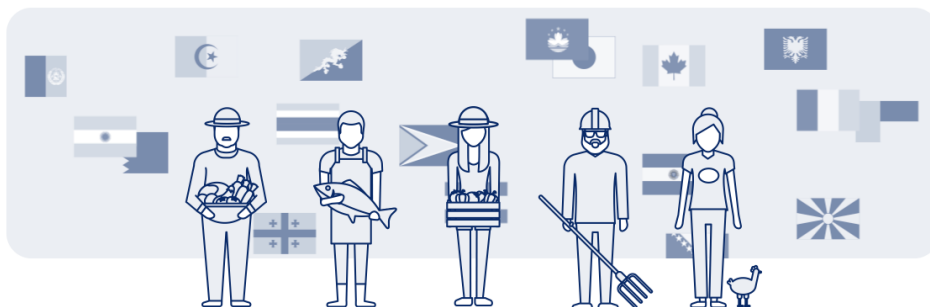
業務実施内容(3)

伴走支援のための体制の構築・稼働

伴走支援業務

支援実施体制

GFP北海道の取り組みを通じて掘り起こした輸出スタートアップ事業者(5社)への支援を前提にGFP事務局並びに戦略拠点と連携して実施



GFP北海道の取組を通じて掘り起こした 輸出スタートアップ支援事業者

- ① 総合流通企業
- ② アルコール飲料メーカー
- ③ 農畜産物の製造・加工・販売会社
- ④ アルコール飲料メーカー
- ⑤ 食品加工会社

伴走支援メニュー

海外規制対応、貿易実務、海外営業、マーケティング、
認証取得等に関する指導、その他輸出業務課題への支援

- ・必要に応じた輸出専門人材の派遣
- ・本省GFPの輸出専門人材との連携、
プロフェッショナル人材戦略拠点(北海道)とのマッチング
- ・GFP北海道伴走支援事務局設置

伴走支援業務

GFP北海道の取り組みを通じて掘り起こした輸出スタートアップ事業者(5社)への支援を前提にGFP事務局並びに戦略拠点と連携して実施

支援事業者	① 総合流通企業	② アルコール飲料メーカー
海外 規制対応	セミナーでの座学 <u>海外テストマーケティングのための輸出業務伴走</u>	セミナーでの座学 <u>海外テストマーケティングのための輸出業務伴走</u>
貿易実務	<u>海外テストマーケティングのための輸出書類作成伴走</u>	<u>海外テストマーケティングのための輸出書類作成伴走</u>
海外営業	<u>海外テストマーケティング(シンガポール・台湾)での商談会伴走(事務局)</u>	<u>海外テストマーケティング(シンガポール)での商談会伴走(事務局)</u>
マーケ ティング	セミナーでの座学 <u>海外テストマーケティング(シンガポール・台湾)での試食イベント・商談会伴走(事務局)</u>	セミナーでの座学 <u>海外テストマーケティング(シンガポール)での試食イベント・商談会伴走(事務局)</u>
認証取得等	—	—
その他	<u>シンガポール・台湾商社の紹介・商談発展の支援</u>	<u>シンガポール商社の紹介・商談発展の支援</u>
輸出専門 人材派遣	要望なし	要望なし

伴走支援業務

GFP北海道の取り組みを通じて掘り起こした輸出スタートアップ事業者(5社)への支援を前提にGFP事務局並びに戦略拠点と連携して実施

支援事業者	③ 農畜産物の 製造・加工・販売会社	④ アルコール飲料メーカー	⑤ 食品加工会社
海外 規制対応	セミナーでの座学 海外テストマーケティングのための輸出業務伴走	セミナーでの座学 海外テストマーケティングのための輸出業務伴走	セミナーでの座学 海外テストマーケティングのための輸出業務伴走
貿易実務	海外テストマーケティングのための輸出書類作成伴走	海外テストマーケティングのための輸出書類作成伴走	海外テストマーケティングのための輸出書類作成伴走
海外営業	海外テストマーケティング(シンガポール)での商談会伴走(事務局)	海外テストマーケティング(シンガポール)での現地での商品評価フィードバック	海外テストマーケティング(シンガポール)での現地での商品評価フィードバック
マーケ ティング	セミナーでの座学 海外テストマーケティング(シンガポール)での試食イベント・商談会伴走(事務局) マスコミPRへの伴走指導	セミナーでの座学 海外テストマーケティング(シンガポール)での現地での商品評価フィードバック	セミナーでの座学 海外テストマーケティング(シンガポール)での現地での商品評価フィードバック
認証取得等	輸出に関する認証取得の方法の伴走支援	賞味期限延長を含めた、輸出に関する認証取得の方法の伴走支援	輸出に関する認証取得の方法の伴走支援
その他	シンガポール商社の紹介・商談 発展の支援	クラフトビールの賞味期限延長への支援、農政事務所が伴走し食品加工の研究所への同行訪問等	—
輸出専門 人材派遣	要望なし	要望なし	要望なし

成果と今後の展開

本伴走支援により、5社の輸出スタートアップ企業は海外市場への理解と対応力を強化しました。セミナーや個別支援を通じて、海外規制や貿易実務に関する知識が深まり、輸出書類の作成や現地での商談への対応がスムーズになったことが確認されています。また、シンガポールや台湾での商談会や試食イベントへの参加(一部事業者)により、現地バイヤーや消費者の反応を直接確認できたことで、製品の改良やマーケティング戦略の見直しにつながりました。

特に、アルコール飲料メーカーにはクラフトビールの賞味期限延長に関する支援を行い、食品加工の研究所への同行訪問も実施しました。また、農畜産物の製造・加工・販売会社には輸出に必要な認証取得に関する支援を行い、海外展開に向けた準備が進みました。商談会で得たフィードバックを基に、現地市場に適したマーケティング戦略を検討しています。

さらに、輸出知識や経験を持つ人材とのネットワークが強化され、商社の紹介やマッチングも行われたことで、現地バイヤーとの関係が深まり、販路拡大の可能性が広がっています。全体として、各社が輸出に必要な知識やスキルを身につけ、海外展開に向けた基盤が整ったことが成果と言えます。今回の取り組みが、北海道産品の海外展開を後押しするきっかけになることが期待されます。

本事業の総括

本事業の総括

本事業を通じて、北海道産品の輸出促進に向けた基盤強化が実現されました。台湾とシンガポールというターゲット市場を設定したことで、輸出活動に必要な具体的な知識やノウハウを獲得できたことは重要な成果です。特に、輸出未経験の事業者が輸出プロセスや現地消費者の嗜好、競合状況を理解し、自社製品の強みをどう市場に訴求するかを明確にできたことは、今後の輸出活動に直結すると考えられます。

セミナー後のアンケート結果でも「輸出への理解が深まった」「輸出規制に関する知識が得られた」「自社のブランドストーリーを見直す良い機会になった」という前向きな声が多く寄せられており、参加者の意欲の高まりが感じられました。また、テストマーケティングを通じた実際の商談成立や輸出手続きの実践経験が、参加事業者の今後の輸出活動を後押しする成果となりました。

一方で、台湾市場では競争の激しさ、シンガポール市場では価格戦略の課題が浮き彫りになったため、今後のマーケティング戦略の強化が求められます。また、輸出に必要な書類や規制に関する知識をさらに深化させることも課題として残っています。このため、事業者が継続的に輸出活動を進められるよう、以下のような支援体制の強化が必要です。

- 市場動向や規制の最新情報の定期的な提供
- バイヤー商談会や現地プロモーションの強化
- 現地輸出支援機関との連携強化
- ブランド構築やPR戦略に関する継続的なサポート

本事業で得られた成果を基盤として、今後も事業者が持続的に海外市場に挑戦できる環境を整えることが求められます。