

資料番号	14
------	----

令和6年4月19日
課名 商工労働局県内投資促進課
担当者 海外ビジネス担当監 船石
内線 3381

台湾、シンガポールにおける広島県産かきの商談会等の結果について

1 要旨・目的

県産かきのアジア市場の輸出拡大を図るため、冷蔵かきのニーズが高い台湾及びシンガポールで、現地輸入業者と県内かき事業者との商流構築に向けた商談会、プロモーションイベント等を実施したので、その結果を報告する。

2 参加企業

かき	音戸海産(有)、(株)かきうち、濱本水産(株)、(株)ファームスズキ、fish waorks connect、マルコ水産(株)
日本酒	(名)梅田酒造場、馬上酒造(株)、旭鳳酒造(株)

3 イベント内容

(1) 商談会及びプロモーションイベント

	台湾	シンガポール
開催日	令和6年3月6日(水)	令和6年3月8日(金)
場所	レストラン「深紅鍋物 SOGO 敦化店」(台北市)	レストラン「Supply&Demand Esplande」
商談相手 (かき)	現地輸入卸3社	現地輸入卸3社、小売販売1社
商談相手 (日本酒)	現地輸入小売販売3社	現地輸入卸3社
商談方法	現地面談又はオンライン	
イベント内容	バイヤー、レストラン、メディアなど約40名の参加者に対し、県産かきの試食イベントを実施	

(2) 広島県産かきフェアの実施(実施期間: 令和6年3月6日(水)～10日(日))

現地での認知度向上を図るため、会場レストランにおいて、5日間、県産の活かきや県産かきを使った特別メニューの提供やPRポップの掲示、インフルエンサーやメディアを活用した発信を行い、一般消費者にむけたプロモーションを実施した。

4 商談会の実施結果

- 台湾
 - ・商談件数: 21件(かき12件、日本酒9件)
 - ・商談継続件数: 5件(かき2件、日本酒3件)
- シンガポール
 - ・商談件数: 13件(かき7件、日本酒6件)
 - ・商談継続件数2件(かき2件)

5 来場者（バイヤーなど）からの意見

- 台湾
 - ・台湾産のかきと比較して大きく、コストパフォーマンスは良い。
 - ・冷蔵かきの場合、輸入通関時に必要な保管や配送方法に課題がある。
 - ・日本酒は味も重要だが、台湾では、酒蔵の歴史や酒造りの環境、ラベルデザインを購入検討の材料にしている。
- シンガポール
 - ・弾力があり、噛み切りやすく味も濃厚である。新鮮で、美味しく、友人にも勧めたい。
 - ・日本に行かなくても日本のかきが食べられるのはよい。
 - ・広島県がシンガポール政府から（活かき）衛生管理プログラムの承認を受けていることを知らなかった。これを機に取引を始めたい。

6 日本側参加企業等からの意見

- 台湾
 - ・冷蔵かきのニーズは一定数あるが、台湾側の輸入を行える業者が限られており、既に取扱いを行う生産者との商流の整理が必要
- シンガポール
 - ・オンラインで参加した事業者からは、現地輸入業者が実際に商談中に試食してくれたので、商談しやすかった。
 - ・かきの恒常的な取引の課題として、最低発注ロットと価格とのバランス、大きさにばらつきがあると提供しにくい等、課題が明確になった。

7 今後の取組について

- 商談継続中の案件については、成約に向けたフォローアップを行う。
- 現地の市場ニーズ、流通状況、県内企業のニーズを踏まえて、実施地域を選定し、かき及び日本酒の商流が構築できるよう商談相手を選定し実施する。
- 商流、取引などの課題解決に向けては、関係機関と調整を行い取り組む。

8 予算（単県）

6,521 千円

商談会、プロモーションイベントの様子
【シンガポール】



【台湾】

