

平成 22 年度輸出総合支援事業のうち
マッチング対策実施報告書

台湾食材商談会

台湾 台北市
平成22年12月6日～7日

平成23年3月 11 日
(農林水産省補助事業)

株式会社近鉄エクスプレス販売

目次	頁
1、事業概要	2
2、事業業務内容	2
3、マッチング型商談会の実施状況	8
4、商談会後のフォローアップ状況	13
5、総括、今後の課題	14
附則	15

1 事業概要

(1) 事業の趣旨

台湾は現政権の親中国を基本路線とする政策により、リーマンショック以降の経済回復が目覚ましい中国の恩恵をうけており、国民ひとりあたりの所得水準も回復しているのが現状である。また、歴史的に「日式」という独自の日本食文化を持つ土壤に、本物の日本食、安全で健康に良い食材を求める志向が生まれている。しかしながら、すでに多くの日本産農林水産物・加工食品などが台湾の高級百貨店などに陳列されており、ありきたりの商品では成約に持ち込むことは困難であることも事実である。本事業を活用し、新しい日本の食材を現地需要者に紹介すると同時に調理方法や、消費者へのアピール方法を含めた商談を行うことで輸出の拡大を実現する。

(2) 商談会概要

- ・ 商談会の名称 : 台湾食材商談会
- ・ 開催日時 : 平成 22 年 12 月 6 日～7 日 午前 9 時より午後 5 時まで
- ・ 開催場所・会場 : CAESAR PARK TAIPEI(凱撒飯店連鎖)
- ・ 参加国内事業者数 : 15 社
- ・ 参加現地事業者数 : 37 社
- ・ 商談件数 : 161 件 (品目別商談件数 370 件)

(3) 商談会成果

- ・ 成約件数 : 40 件
- ・ 成約金額 : 64,100 千円

2 事前業務内容

(1) 現地市場特性等の事前把握の状況

事前調査基本方針

- ・ 現地市場特性調査と現地需要者への訪問調査を行うにあたっては以下を基本方針として実施した
 - 単なる商談会の案内にしない
 - ・ 台湾消費者動向および売れる食材の聞き取り調査

- ・ 参加者募集時に国内事業者へに伝達する
- 昨年度の商談会で構築した人間関係を活用する
 - ・ 昨年度の商談会で成約に至らなかった理由を聞き出す
- 2 回実施する
 - ・ 一回目は公募中に事業者への勧誘や参加を検討している事業者からの問い合わせに答えるための、最新台湾事情を調査する。その為に、台湾税関訪問、新しくオープンした百貨店舗などの視察、大手スーパーに訪問し、経済状況や消費者の動向を昨年との比較で調査する
 - ・ 二回目は参加事業者が決定し、販売希望品のリストを見せながら、台湾側需要者が参加者に対する具体的な希望を聞き取り調査し、マッチング商談会の開始以前にサンプルやカタログの送付、販売資料の変更整理、品目の追加などを日本側事業者へ伝える。
 - ・ 台湾で販売されている輸入日本食材や日本的なデザインの台湾製および他国製加工食品の購入。(事前説明会で国内事業者へ栄養成分表示ラベルの貼り方などの紹介することを目的とする。)

実施状況

- ・ 第一回事前調査出張
 - 実施日時 平成22年10月5日～8日
 - 第一回事前調査では、現地需要者から経済状況や日本食材の売れ行き、台湾側の検疫の現状、円高の影響などを聞き取った。
 - 出張人数:1名 出張者名: 井上 博
 - 訪問した現地需要者の数 10社
- ・ 現地需要者の声
 - 台湾経済はリーマンショック後、最大の回復を示した昨年度よりは悪く、今年の周年慶セールは昨年同等の売上を目標としている。消費者が昨年よりは冷静で厳しい。
 - 商談会は目的を持って参加する。我々にいまさら日本食材の品質の良さなどの一般情報の時間(セミナーなど)は不要。我々が買いたい商品を持っている日本側事業者を選んで欲しい。
 - 昨年参加したが、面白い商材を発見した。11月に発売を開始する。今年も是非参加したいが、商材次第である。展示会で無いので、とりあえず行くとの約束はできない。
 - 10月末、11月は周年慶でバイヤーは忙しい。だれも参加しないであろう
(注、周年慶とは、日本における「開店〇〇周年セール」のようなもの。実際の開店記念日が11月以外でも、殆どの百貨店や大手スーパーは11月に集中している。この時期は、入場制限を必要とするほど、賑わいを見せる)

- 調理方法(食材の活用方法)を広める努力が足りない。売り切りで終わっている。試食だけでは意味がないので、作り方を伝えるデモンストレーターを台湾に連れてくるべき
 - 「物産展」は効果が薄い。フォローアップが無いので、終了後に買いに来た顧客からクレームが出ている
 - 残留農薬や害虫の検疫で日本産の農産物が輸入できない事例が増えている。輸出する段階で生産者がきちんと管理して欲しい。台湾側も過剰な検査をしているのではないかと思われる。
- ・ 第二回事前調査出張
 - 実施日時 平成22年11月9日～12日
 - 第二回事前調査では、参加決定をした国内事業者が提出した販売予定食材情報を現地需要者に説明し、買いたいものがあるかの確認を行った。同時に食材リスト以外に欲しい食材についてのニーズ調査を実施した。
 - 出張人数: 1名 出張者名:井上 博
 - 訪問した現地需要者数:11社
 - ・ 現地需要者の声
 - 今年は果実が世界的に不作で、果実専門店や果実輸入業者にとっては辛い年である。生鮮果実の代替品を探していたが、リストにあるドライフルーツや野菜ケーキなどに興味がある。商品パッケージデザインの変更を要請して欲しい。サンプルを商談会前に送付して欲しい。商談会では具体的な話をすぐにしたい。 →帰国後国内事業者と打ち合わせ後、サンプル送付・事前商談を実施
 - 台湾の中間所得層とされる DINKS(子供のいない若い共稼ぎ夫婦)は外食組みとみなされていたが、最近の傾向として家で食べる傾向にある。ホームシアターを見ながらソファーで食事。外食に出る時間がもったいない。外食に飽きた。などの理由と考えられる。最近冷凍食品(おかず系)の売上が上がっており、来年から売り場面積を増やしたい。今回の参加事業者の販売品リストには無いが、冷凍の「惣菜」を商談できる人を連れてきて欲しい。
→帰国後、冷凍魚類を販売する目的で参加予定の 2 社と打ち合わせし、「惣菜」のカタログを事前に送付していただいた。
 - 料理学校の先生を商談会に連れてくるのは良いアイデアだ。作り方セミナーが良かった。(昨年参加者)

(2) 国内事業者募集

・募集方法

- ・ 募集期間 :平成 22 年 9 月 21 日～10 月 15 日まで
- ・ 参加者決定日 :平成 22 年 10 月 20 日
- ・ 募集方法
 - 募集数は国内事業者 10 社程度とした。
 - 弊社のホームページにて、募集案内と募集要項を開示。「申込書」はダウンロードが可能な作りとした。
 - 各地方農政局等を通じた募集
 - ・ 農林水産物等輸出促進全国協議会会員及び各地方農政局様を通して有望参加者の募集の働きかけを行った。(約500事業者配信)
 - ・ 地方自治体の輸出促進担当部門を通じて、有望参加者への情報伝達のご協力をいただいた。(約100事業者配信)
 - 地方銀行などの外国為替窓口にも募集要項を送付し、輸出を希望している国内事業者にも配布をお願いした。

・ 応募総数

- 16 事業者が申し込み。選定に当たっては、委託事業の評価方式を一部利用し、弊社3名で採点。応募者全員が品目、体制などに問題が無いことを確認。輸出促進室様の了承のもと、参加事業者は 16 社全員との決定をおこなった。
- 最終参加社数は15事業者*(昨年度と同数)
会場の都合上13 社が限界であったが、同ホテル内で広いホールを再手配し、申し込みされたすべての国内事業者が参加できるようにした。
*決定通知後1社が健康上の理由でキャンセル。参加辞退理由書を弊社あてに提出済。

・ 応募者の内訳

- 昨年度に引き続き参加した事業者数 :3社
- 台湾との商売がすでにある事業者数 :3社*
- 初めて台湾需要者を商談する事業者数 :9社
*自社では輸出していないが、商社などを活用して輸出する間接貿易を含む

参加事業者詳細

No	企業名	出展品目【分類】	都道府県	業種
1	男前豆腐店株式会社	①豆腐（風に吹かれて豆腐やジョニー半分）【加工品】 ②豆腐（やさしくとろけるケンちゃん）【加工品】 ③豆腐（3球勝負玉三郎）【加工品】	京都府	豆腐製造業
2	株式会社秀農業	①シフォンケーキ【Confe.】	愛知県	生産者
3	京都府農林水産物・加工品輸出促進協議会	東茶園： ①粉末清涼飲料（お濃茶美人シリーズ 抹茶スイーツティー）【飲料】 ②緑茶（東茶園のお抹茶 抹茶あまひ）【飲料】 田舎作： ①白茶（京都・丹後のこしひかり）【Veg.】 丹山清造： ①清酒 純米大吟醸（丹山 完熟720ml）【飲料】 ②清酒 純米大吟醸（丹山 天〔きわみ〕）【飲料】 ③清酒 純米酒（丹山 飯櫃〔ほんき〕）【飲料】 ④清酒 純米大吟醸（丹山 雪月花 嵐山720ml）【飲料】	京都府	生産者
4	月山清造株式会社	①清酒 純米大吟醸【飲料】	山形県	酒類製造販売業
5	福山黒酢株式会社	①米黒酢【調味料】 ②黒酢ドレッシング【調味料】 ③生フルーツ黒酢（ブルーベリー）【飲料&調味料】 ④生フルーツ黒酢（りんご）【飲料&調味料】	鹿児島県	製造業
6	株式会社 神戸	①帆立貝柱【海鮮】 ②秋サケ【海鮮】 ③市販冷凍食品（チーズが入ったじゃがいももち）【加工品】 ④市販冷凍食品（かにかま玉子ロール）【加工品】 ⑤市販用冷凍食品（海老のチリソース）【調味料】	大阪府	水産物の輸出入販売業
7	マリンフーズ株式会社	①冷し若布【海鮮】 ②うにほたて【海鮮&加工品】 ③味付もずく【海鮮&加工品】 ④味付イクラ【海鮮&加工品】	東京都	水産加工販売
8	(有) 平田観光農園	①自然のまにまに種入り干し巨峰【加工品&果物】 ②自然のまにまに種なし干し巨峰【加工品&果物】 ③自然のまにまに種なし干しピオーネ【加工品&果物】	広島県	生産者
9	丸山製茶株式会社	①有機栽培茶【飲料】	静岡県	生産者
10	広島海苔 株式会社	①幹-20 焼のり（8切 60枚）1缶、【加工品&海鮮】 ②佐伯醤油『宮島かきのしょうゆ』【加工品&調味料】 ③わさび味付のり【加工品&海鮮】 ④とうがらしのり【加工品&海鮮】 ⑤かき醤油味付のり ふりかけ【加工品&海鮮】 ⑥かき醤油味付のり 和紙12切10束【加工品&海鮮】 ⑦かき醤油味付のり 丸50枚【加工品&海鮮】 ⑧かき醤油卓上のり角60枚【加工品&海鮮】 ⑨味付海苔（かき醤油味付のり）【加工品&海鮮】	広島県	海産物製造卸
11	株式会社 ニュウス	①温州みかん【水果】 ②果汁100%温州みかんジュース【飲料】	愛媛県	生産者
12	太平総研株式会社	①キュウリ（宮崎キュウリ）【Veg.】 ②ナス（柳川ナス）【Veg.】 ③カボチャ（宮崎黒皮）【Veg.】 ④レタス（フリルアイス（T.G.Lの生鮮野菜））【Veg.】 ⑤タマネギ（白石タマネギ）【Veg.】	佐賀県	生産者
13	ユー・エス・オパック 株式会社	①乾燥野菜・パウダー【加工品&Vegetable】 ②乾燥果実・パウダー【加工品&水果】 ③大豆マヨネーズ【加工品&調味料】 ④大豆全粒粉抹茶バー【加工品&Confectioneries】 ⑤大豆粉（乾麺）【加工品】 ⑥黒豆粉（乾麺）【加工品】 ⑦こんにやくスイーツ【加工品&Confectioneries】 ⑧乾燥果物スナック菓子【加工品&Confe.】 ⑨乾燥野菜スナック菓子【加工品&Confe.】 ⑩焼き菓子【Confe.】	群馬県	食材・食品卸
14	株式会社 マルハニチロ水産	①冷凍帆立貝柱【海鮮】 ②冷凍ポイル帆立【海鮮】 ③冷凍ポイルペニー帆立【海鮮】 ④冷凍牡蠣【海鮮】 ⑤炙り秋刀魚スライス【海鮮&加工品】 ⑥カンパチ【海鮮&加工品】 ⑦塩秋鮭フィレ【海鮮&加工品】 ⑧塩紅鮭フィレ【海鮮&加工品】 ⑨冷凍秋刀魚ラウンド【海鮮】 ⑩冷凍サバララウンド【海鮮】	東京都	水産・食品
15	株式会社かも有機米	①米（加茂有機米特別栽培米コシヒカリ）【Veg.】 ②米（新潟県産コシヒカリ）【Veg.】 ③米（秋田白神産あきたこまち）【Veg.】	新潟県	稲作・米穀卸

(3)現地需要者募集

募集方法

台湾の輸入実績より輸入者リストを近鉄台湾法人通関部門が独自に入手、HS コードで食品類を選別した。DM や E-mail で告知をした。(3千需要者に発送・送信)

有望現地需要者として日本食材、参加者の提供できる食材から約百社まで絞込み作業を行ない、弊社で開発したマッチングシステムへの申し込み勧誘を電話や E-mail で実施。

また、大手百貨店、スーパー、ホテル、レストランなど優良現地需要者(来場目標20社)は事前調査出張時に直接訪問し参加を要請した。

《参考》弊社マッチングシステムの概要

現地需要者向けに HP で国内事業者が売りたい商材の詳細(写真、成分、消費期限、最低出荷単位など)情報を掲載し、マッチングを希望する現地需要者がどの事業者と商談をしたいかを Web 上で入力することにより、事前予約ができるシステム。直前(開催日前日)までの申し込みを可能にした。



(4)その他

- ・事前説明会について
- ・ 日時:11月16日(火)午前1時30分
- ・ 場所:(株)近鉄エクスプレス 特別会議室
- ・ 参加社数:13社 (2社欠席)
- ・ 説明会の概要

商談会の概要について、マッチング方法や試食会の活用方法、専用キッチンを使用する方法などを説明した。説明会会場に台湾事前調査時に購入した食材のサンプルを展示、加工食品の実態(包装の仕方、レバルの貼り方、日本文字も使い方)を見せる工夫をした。

説明会と同時に台湾事情の講演会と売り方勉強会を実施した。

(1) 台湾貿易センター東京事務所 泉 布希子氏による講演

「台湾事情について・日台食品ビジネスの最新動向」について、台湾の日本食文化浸透度について、歴史的背景から現状までをわかりやすく講演いただいた。

(弊社の企画提案書では積算上講師を招聘することが困難と判断したが、交流協会様から台湾貿易センター東京事務所を紹介いただき、交渉の結果、無償で講演をすることを承諾いただいた)

(2) 売り方勉強会の実施

全員での討論形式とし、どうすれば売れるか、国内事業者同士によるコラボレーションの可能性などを話し合った。

事前調査出張で購入した食材を紹介。食品ラベルや日本語の使い方などの紹介をした。他国産加工食品でも日本語で商品名を表記されている食材を紹介した。また日本産食品では日本語で書かれている成分表示をあえて隠さないで、中国語のラベルを貼ることで商品価値を上げる工夫をする事などを説明した。

事前説明会風景



・ 国内事業者への支援状況

弊社輸送担当者が輸出経験の少ない、または初めて台湾に輸出しようとしている国内事業者に対し、輸送方法や輸送コストのコンサルティングを行った。台湾での商談会では CIF 価格（運賃・保険料込価格）を提示すること要求されるのが通常であり、価格を質問された場合に答えられないと商談が成立しない。よって、輸送コンサルタントが価格設定の為の総輸送コストを輸送モード別（航空・海上輸送）や出港地別に細かく案内をした。また、事前調査出張での現地需要者からの要望のあった食材を各国内事業者に伝え、商談会前に商談が始まるように仲立ちをした。

3 マッチング型商談会の実施状況

- (1) 実施時期、開催スケジュール
- (2) 実施日 :平成22年12月6日・7日(午前10時から午後5時まで)
- (3) 場所 :CAESAR PARK TAIPEI(凱撒飯店連鎖)
- (4) 日本側参加者数 15社
- (5) 台湾側バイヤー参加数 総数 37社
- (6) 概要
 - (ア) 完全アポイントメント制で、各バイヤーには時間割を提示
 - (イ) 参加事業者によっては、昼食休憩が取れないほど商談数があった
 - (ウ) 12時15分より試食会と食材活用セミナーを開催
 - (エ) 商談25分経過時と終了時間に場内アナウンスによる時間管理の実施
 - (オ) 国内事業者の要請に応じて、弊社社員が同席して商談の手助けを行った



(7) 商談の状況

商談サマリー(会期中)

来場現地需要者数 : 37 社
 商談件数 : 161件 (品目別商談件数 370 件)
 成約件数 : 40 件
 成約金額 : 6,410 万円 (CIF 価格)

・国内需要者及び現地需要者のマッチング状況

商談数:161件 (マッチングをした回数)

マッチングの方法:

1商談時間を 30 分とし現地需要者にマッチング予定表を渡した。現地需要者は予定表に基づき、順次国内需要者を回った。試食会中も商談できるようにスケジュールを組んだ。

開始	終了	時間(分)	第一日目	第二日目	可能商談数
9:00	10:00	60 分	オリエンテーション・準備		
10:00	10:30	30 分	商談スロット 1-01	商談スロット 2-01	15
10:30	11:00	30 分	商談スロット 1-02	商談スロット 2-02	15
11:00	11:20	20 分	休憩	休憩	
11:20	11:50	30 分	商談スロット 1-03	商談スロット 2-03	15
11:50	12:20	30 分	商談スロット 1-04	商談スロット 2-04	15
12:20	13:30	70分	試食会・食材活用セミナー		30
13:30	14:00	30 分	商談スロット 1-05	商談スロット 2-05	15
14:00	14:30	30 分	商談スロット 1-06	商談スロット 2-06	15
14:30	14:50	20 分	休憩	休憩	
14:50	15:20	30 分	商談スロット 1-07	商談スロット 2-07	15
15:20	15:50	30 分	商談スロット 1-08	商談スロット 2-08	15
15:50	16:20	30 分	商談スロット 予備		15
16:20	17:00	15	休憩	休憩	
17:00	17:30	45	連絡会議		165

(8) 商談会の成果

商談総数: 572 件

成約総数: 52 件

成約総額:8,190 万円

	商談件数(件)		成約件数(件)		成約金額(万円)	
	商談会当日～平成23年3月1日	うち商談会当日分	商談会当日～平成23年3月1日	うち商談会当日分	商談会当日～平成23年3月1日	うち商談会当日分
米・米加工品	24	24	0	0	0	0
野菜・野菜加工品	68	68	10	10	1300	1300
水産物・水産物加工品	98	65	27	15	4900	3120
飲料類	25	15	1	1	80	80
菓子類	81	57	4	4	150	150
酒類	30	21	1	1	60	60
茶・茶加工品	45	27	1	1	50	50
調味料	48	30	2	2	400	400
果実・果実加工品	91	48	3	3	900	900
その他加工品	32	15	3	3	350	350
計	542	370	52	40	8190	6410

(注1)「商談会当日～平成23年3月1日」は、商談会当日を含むフォローアップ期間全体の実績である。

(注2)「成約件数」は「商談件数」の内数であり、各「うち商談会当日分」はそれぞれ、「商談会当日～平成23年3月1日」分の内数である。

(4) その他商談支援内容等

試食会・食材活用セミナーの実施

試食会概要

国内事業者が提供した食材を使用して、試食会を開催した。現地需要者は試食をしながら国内事業者からの説明を受ける方式にした。試食は約10種類で各50人分用意をした。商談テーブルに試食品を配り、試食しながらの商談も実施できるようにした。



試食会風景

日本食材活用セミナーの開催

事前調査でバイヤーの要望が多かった作り方セミナーを開催した。日本で料理学校を営んでいる小野綾子先生を採用し、参加者の食材を活用する方法を実演した。

日本側事業者提供の食材(米、酢、海産物などを使いちらし寿司を実演調理。米の炊き方、酢飯の作り方、冷凍魚の活用方法などを実演・解説をした。



日本食材活用セミナー

セミナー講師の紹介

氏名:小野 綾子
近茶流懐石料理学校卒業
料理学校 凛藤曄 経営



現地需要者アンケート

商談終了後に現地需要者にアンケート記入をお願いした。内容は、

- ・ 国内事業者の商品説明は十分であったか、資料・価格提示など準備されていたか
- ・ 味は台湾で受け入れられるか
- ・ 価格は妥当か

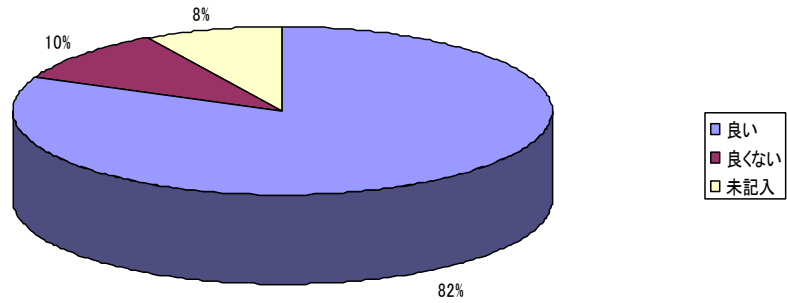
について、国内事業者ごとに評価をして頂いた。

商品説明が十分でなかったと答えた現地需要者が10%あった。弊社担当者がサポートするなどの支援をして、現地需要者の求める情報を提供できるようにした。

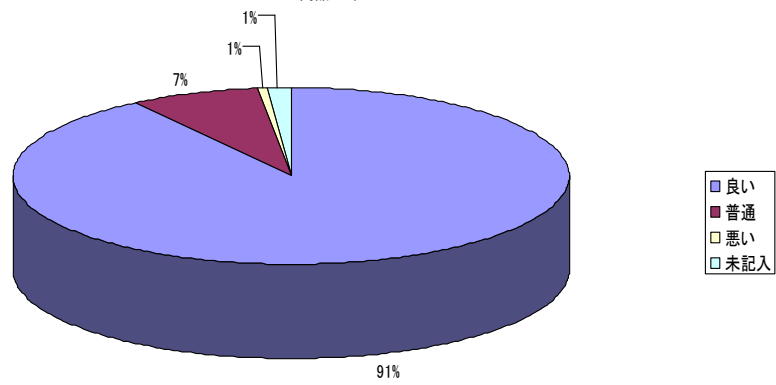
試食した感想では、おおむね好評であった。しかしながら、価格に関するコメントは白紙回答が多かった。商談途中であることや今後の交渉がある為に記入を避けたと考える。

現地需要者アンケート結果グラフ

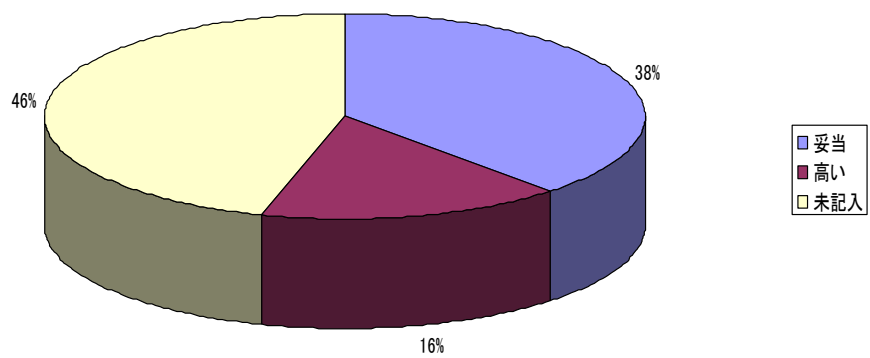
商品説明方法



商品の味



価格



4 商談会後のフォローアップ状況

・フォローアップ期間 :平成 22 年 12 月 8 日から平成 23 年 3 月 11日まで

・フォローアップ方法

- ・ 国内事業者の要請により、農林水産物の輸出方法について、国内事業者を訪問し担当者に解説した。FOB と CIF 価格の輸送モード別設定方法や、生産者から消費者までの輸送と流通ルート。今回の商談会で成約が取れなかった事の反省を踏まえた依頼であった。
- ・ 商談会で現地需要者からフェア（ホテル内レストランでのフェアと物産展）の開催を提案された国内需要者が、実施方法について相談された。企画について今後もフォローアップしていき、平成 23 年中には実現させたい。
- ・ 輸送コンサルタントによる情報提供
輸送費の算出や、現地輸入規制状況の調査を個別に相談をうけた。商材別、輸送ルート別、温度別に台湾側の費用を含めて、調査し報告した。
- ・ 成約状況報告書の集約
会期中、会期後から平成 23 年 3 月 1 日までの成約状況のフォローアップを調査表で提出いただき、集約作業を行なった。

・フォローアップ期間中の成約状況

会期後から平成 23 年 3 月 1 日までの成約状況

成約件数	:	14件
成約金額	:	2130 万円
成約キャンセル	:	2件
成約キャンセル額	:	350 万円
差引成約件数	:	12件
差引成約;金額	:	1780 万円

会期中に成約をした国内事業者は需要者の信用調査、支払い条件などを中心に契約内容の確認を行った。会期中に成約した事業者が追加成約をしている場合がほとんどであり、水産加工品が主役で成約金額も大きい。現地の寿司レストラン(3社)との商談が成立している。会期中に成約がゼロで、その後の商談で成約に成功した事業者は 1 社のみで、80 万円であった。成約をキャンセルした事業者は、現地需要者の信用状態と取引条件(支払い条件)で折り合いがつかず、商談会で成約の約束をしたが、契約書を交わすまでに至らず、断念した。

5 総括、今後の課題

- ・ 募集について
 - 10国内事業者程度を目標とし、13 事業者まで収容可能な会場スペースを確保したが、16 社が応募されて嬉しい誤算であった。
 - 昨年に引き続き参加された事業者は具体的な戦略を持っていたので商談がスムーズであった。
 - 初めて参加される事業者への個別コンサルティングを行ったことは、商談をスムーズに進める準備には役立ったが、成約には至らなかった。継続して参加する必要がある。
- ・ 現地需要者招聘について
 - 事前に商談したい現地需要者のリストを提出される意識の高い参加者がいた。
 - 弊社で構築した Web によるマッチングシステムは、昨年よりも多く活用され昨年度から Web (Taste Japan) を閉鎖せずに約一年間保持したことの効果があった。
- ・ 参加者説明会
 - 説明会の後、商談する品目を増やし、結果としてバイヤーの関心を引いた参加者もあった。
 - 昨年参加の事業者から成功事例を聞きだそうとしたが、具体的事例(本音)は言わなかった。
 - 昨年の反省から、地方参加者が参加しやすい時間帯でできるだけ短時間で終わらせるようにした
- ・ マッチング本番
 - 昨年の反省から、無断キャンセル、早退するバイヤー対策を行った。
 - ・ 前日、当日にバイヤーに電話をして確認。
 - ・ 弊社社員をバイヤー別に貼り付け、早退するバイヤーが出ないようにチェックした
 - ・ 昨年度よりはバイヤーのキャンセル数は減ったが、日本側事業者にとっては準備していたすべてのバイヤーと商談しなかったとの意見がでた。
 - 人気商材とそうでない商材で商談数の差が大きかった。
 - バイヤーが予約をしていない事業者にも、商談を勧めた為に、事業者として準備をしていなかった商談もあった
- ・ 全体として
 - アンケート結果では概ね、嬉しい評価を頂いたが事務局として反省すべき点が多々あった。反省点は;
 - ・ 事前に日本側事業者バイヤー情報を十分提供できなかった。
 - ・ 提供した情報の内容が優良現地需要者に偏ってしまった

- ・ 一般バイヤーのマッチング申し込みが 3-4 日前に集中した
- 今回の成約金額はすべてCIF価格であり、貿易統計(FOB)との関連性を明確にできない。今後の課題として輸出促進室様と成約金額の集約方法を検討する必要がある

以上

附則:

国内事業者終了後アンケート結果 (抜粋)

- 1) 説明会についてご意見・ご要望があればご記入下さい。
 - ・ チームジャパンの発想に基づき、まとまりをもったことはよかったと思う。
 - ・ 現地のリサーチが良く出来ており参考になった。
 - ・ 分かりやすい説明でした。
 - ・ もう少し早い時期の開催をして頂ければもっと良かった。
 - ・ 初心者であったため説明会を聞いてから『なるほど』と思うことが多かった。
 - ・ 参加者のコミュニケーションの時間があってよいと思います。
- 2) 今回の開催国(台湾)に参加を決めた理由をご記入ください。
 - ・ 以前から台湾に輸出を考えていたから。
 - ・ 御社事務局に誘われたのが縁です。
 - ・ 地元の物産が台湾では知られていないため。
 - ・ 日本酒の良さを海外にも広くPRしていきたいと思ったから。
 - ・ 日本に好意的な国と聞き初心者としては良いと思ったから。同時に日本食材、特に地元の食材に興味を持ってもらいやすいと感じたから。
 - ・ 言葉ができること。距離が近いこと。費用が掛からないこと。
 - ・ 市場の発展が大きく見込めると考えているため。
 - ・ 台湾において水産物の市場があると見込まれたから。
 - ・ 台湾は日本茶の市場として有望と考えたから。既存顧客も存在し、販路を拡大できそうと判断したため。
 - ・ 輸出をするためにやりやすい国と思ったから。
 - ・ 東アジア地域における日本産の食材供給に取り組んでいる。
 - ・ 日本の食材・食品のニーズがあり、今後も、更に大きな市場になると考えたから。
 - ・ 日本食文化が根付いている一方、現地で普及している日本食の幅の狭さを感じたから。
 - ・ 数年前より、商社経由での台湾での販売があり、現状の数量よりも増やしたかった。また現地の情報を得るため。
- 3) 本商談会における主だった成果を教えてください。
 - ・ 現地貿易会社3社、レストラン2社、小売店1社の取引依頼があった。
 - ・ 商談会場のホテル、1階にシフォンケーキの店がありました。その店のチェックができただけでも良いと考えている。日本製品台湾製品のシフォンケーキの比較ができた
 - ・ 台湾という国の実情に触れた、という点では大きな成果があったと思う。特に、残留農薬や

京都という都市としての知名度と商品（農産物）の生産地としての知名度のギャップは大きく、今後の取り組みを進める上では、対応策も含めて参考になった。また、当方の持っている商品と相手の欲しい商品が一致したとしても、価格的な問題が大きいことも良く理解できた。

- ・ 弊社の清酒を現地の方にわかってもらいアピールできた。
 - ・ 輸出をするため、いくつかの基本的な課題が見つけた。
 - ・ アンテナショップ的な売方提案ができそうなお話を頂いた。また現在の現場状況も聞けたのでそれに対する商品がどんな種類のものがよいのかが分かった。商談会により可能性が出てきたと感じた。
 - ・ 大手の企業・ホテルのバイヤーと面会し話す機会が持てたこと
 - ・ ホタテ貝柱、ブリ F のコンテナ単位での商談。まだ成約には至っていないが、具体的な商談をしている。
 - ・ 1件だけであったが、弊社特売商品が決まりそうである。今後の生鮪における販売可能性を感じた。引き合いを数件いただき、そのうち見積りの提出、現在のクロージングに至っている。
 - ・ 日系企業（レストラン）へ試験販売するようになった。大手商社より商社所有のコンテナに混載可能かどうか検討し、当社との取引が成立するかもしれない。台湾では栽培不可になった軟弱野菜について興味を持たれたり、日本の軟弱野菜の品質の良さに注目された。
 - ・ 代理店希望会社が数社あり、台湾企業の性格でしょうが、それぞれが独占契約を希望され今後の検討に少し大変な作業が予想される。これもありがたい成果。また商品の見積もり依頼が多く、ほぼお会いさせて頂いた方からは早急に価格はもとよりいつから納品可能かなど具体的なお話をいただいた。
 - ・ まだ具体的な成約は無いが、商談を継続している客先が数ヶ所あり。
 - ・ 現在の取引先との人的関係を強化することができた。また、新たな代理店候補と商談を開始できた。
- 4) 台湾でビジネスを展開する上で課題と感じられた点がありますか？
- ・ 商標の問題、物流及び物流コスト・通関の問題等。
 - ・ 台湾の商習慣が非常に複雑、ローカルでがんばってくれる業者を探す必要があると感じた
 - ・ 日本との価格差。信頼できるバイヤーの選択。
 - ・ 経営体力のない、農家でも対応ができるか？特に輸出事務にかかる費用負担は輸出量の少ない時には大きな負担になり、輸出をする上で競争できるか？良いバイヤーを見つけることができるか？この先、どのように進めばいいのか？など課題は山積みしている。
 - ・ 価格・残留農薬の国内基準と台湾基準の違い。
 - ・ 関税が 0 のウイスキーやワインに押されてしまうため工夫が必要だと感じた。
 - ・ もともと価格の面での問題があったが、運送費や関税を考えると、より徹底したコスト管理が必要と感じた。

- ・ コンテナ一本を埋めるための十分な商品数量が必要。
- ・ 日本国内でも高単価商品となるので、台湾のくだもの加工品輸出を検討するうえではさらに関税がプラスされるため、かなりの高単価商品となることをあらかじめ踏まえた PR 必要
- ・ 流通システムがまだよくわからない
- ・ 「鮮度」物流の低コスト化
- ・ 課題と言うことではありませんが、すでに弊社の台湾における代理店もあるので、すぐに新規顧客の要望に対応できるが、より代理店との信頼関係の構築や物流システムの構築をしっかりしたものになりたいと考えている。
- ・ ベースカーゴをそろえることができるかどうか。物流と貨物の保全。
- ・ 台湾通関での税金、通関コスト、販売許可、輸入数量 (IQ) の状況がまだわからない。台湾に通関から店頭または店舗 (業務使用) への販売価格の構成がわからないので研究したい。

5) 運営事務局の対応についてのご意見をお書きください。

- ・ KWE の方は大変教育も行き届いており、お世話になりっぱなしです。ありがとうございます
- ・ 気持ちの良い対応で良かった。
- ・ 全体としては非常に親切丁寧にいただき不安なく対応できた。わからないこと、疑問点に即日対応していただき助かった。
- ・ 準備大変だったかと思いますが、どうもありがとうございました。
- ・ 難しいとは思いますが、商談の時間等は前日より前に伝えていただけると予定を組みやすかった。複数人での参加だったので、時間に余裕があれば情報収集に外出するなど、時間に無駄のないスケジュールを組み立てられるため。
- ・ 急な要望に対しても、親切に対応していただきありがとうございました。
- ・ マッチング前の顧客事前情報が必要であった。商談会後の反省会など必要な気がする
- ・ 非常に熱心で取り組みの姿勢が良い。満足している。
- ・ 良くしていただいたと思う。
- ・ 事前に参加社の案内、具体的な商談先をご紹介いただきスムーズに商談できた。
- ・ 的確な準備、招待客の招聘等、大変よい運営でした。

6) 参加者各位の取り組みについて良かった点、反省点などありましたらご記入ください。

- ・ 商談会前日の複数の小売店を市場調査し販売価格、フェーシング等を確認した。事前に商標の確認をしていなかった。
- ・ 商談が入っていない時間のコミュニケーションの時間や場所を作られると良いと思った。
- ・ 台湾の現状の姿を事前に知っておくこと (反省)。思い切って飛び込んだが情報がわかった (良い点)。
- ・ 今回私は米を売りたいと計画し、米だけを持っていく予定でした。しかし、事前研修で「具体的な提案や組み合わせた提案が必要」と聞いて、急遽黒豆を持っていき黒豆ご飯を試食してもらったところ「珍しいし美味しい」と非常に好評だった。また、黒豆は「探していたところだ」というバイヤーに出会うことができた。他にも、京都から3業者がそろって商談したこ

とで、観光だけの知名度ではなく「京都の食材・京都の総合力」を強く提案できた。反省点としては、力不足であった。パンフレットや包装資材等の要望には全く応えることが出来ていない状況。

- 自己の反省点で商品について即回等できなかったこともあり勉強不足だった。
- 台湾での価格帯等を考慮してもう少し焦点を絞ったPRを今後してゆきたい(高級嗜好品取扱業者など)
- それなりの準備をして望んだので、これと言って良い点・反省点はない。
- もう少しアピールできるようなお米の提案方法を考えないといけない。PR 方法の工夫を考える必要がある。