

JAPAN SELECTION 2024

~ FOOD STYLE ~

実施報告書

主催:  dmk inc.  dmk Thailand

1.はじめに

御礼

2024年1月18日（木）・19日（金）・20日（土）の3日間にて『JAPAN SELECTION 2024～FOOD STYLE～』の第1回目の開催、無事終了致しました。この度ご後援、ご出展、さらにはご来場いただきました皆様には深く感謝申し上げます。

第1回目となる『JAPAN SELECTION』開催のきっかけは、
**「日本の農林水産品を“オールジャパン”で
海外諸国にアピールできる機会をつくれなにか？」
「日本は今後一体となり、オール韓国やオール台湾といった
タイで輸出を拡大を狙うライバルに勝っていかなければならない」**
という関係者様の声から、企画そして実施へと至りました。

また今回のように大規模で実施する海外でのオールジャパンのB2B展示会は、タイ国内かつ民間企業主催としては初の試みでありました。

今後も**日本の未来に向けた、強みとなる技術や文化を海外諸国に発信、さらには海外マーケットへの進出を目的としたB2Bに特化した“オールジャパン”見本市**として、より一層磨きをかけて参りますので、今後も皆様方のご協力をお願い申し上げます。

次回の第2回『JAPAN SELECTION』は、
2025年1月16日（木）/17日（金）/18日（土）の3日間、
今回と同様QSNCC（クインシーリキッドナショナルコンベンションセンター）
にて開催予定となっております。

尚、開催時期はタイ側バイヤーの新年度が1月であることからバイヤーの意見に合わせております。私たちはこれからも「マーケットイン」の考え方の元、バイヤー様が購買しやすいようまた出展社様の輸出拡大に繋がるよう、効果の高いマッチングイベントを目指して更なるレベルアップを目指します。

次回も是非ご支援、ご出展の検討を何卒宜しくお願い致します。

藤本 耕平
JAPANSELECTION 2024～FOOD STYLE～ 実行委員会 代表

目次

今回のご報告内容

今回の『JAPAN SELECTION 2024～FOOD STYLE～』（第1回）の実施報告書につきましては、以下3つの項目を元に会期中の様子や実施結果をご報告させていただきます。

« 2023年7月発表 »
開催発表と事前準備のご報告

« 2024年1月16日開催 »
レセプションのご報告

« 2024年1月18日～20日開催 »
会期当日のご報告 (B2B/B2C)

2.開催発表と事前準備のご報告

JAPAN SELECTIONの開催発表と後援/スポンサー

2023年7月『JAPAN SELECTION 2024 ~Food Style~』の開催を発表。
出展社の募集を開始、また後援やスポンサー募集を行いました。

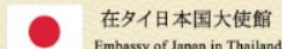
後援にはMAFF（農林水産省）をはじめ、在タイ日本国大使館、JETROバン
コク、中小機構、徳島県の各省庁よりいただきました。

またスポンサーとして、タイの財閥であるシンハーグループ、TCCグループ
（スターバックス）、エアアジア・エアアジアX、その他在タイの企業から
参画をいただきました。タイ側のバイヤーからJAPAN SELECTIONの開催へ
の意義に大きなご期待をいただいたものと考えております。
また、日本からも出展社様や都市銀行様を中心に、開催へ向け関係者様へ
周知をしていただくなどの厚いご支援を頂きました。

Sponsors/Partners



Sponsorship



2.開催発表と事前準備のご報告

タイ国食品医薬品承認局（FDA）への訪問

2023年7月、JAPAN SELECTIONの開催の報告にタイ国食品医薬品承認局（FDA）へ伺いました。

■FDA訪問

目的：イベントの食品登録のご協力

1. イベントの目的や意義を説明
2. タイムライン（物流スケジュールと年末年始対策の相談）
3. 食品登録（販売）及び輸入が想定される品目の相談
4. 現状、規制が厳しい輸入が困難な品目の相談
5. ご相談先の確認・その他

開催報告の様子



3.レセプションのご報告

開催の様

2024年1月16日（火）に開催致しました

『JAPAN SELECTION』 Reception in Bangkok 2024には、在タイ日本国特命全権大使 梨田和也 様をはじめ、タイ公的機関、スポンサーの出展社・バイヤーなどにご出席いただきJAPAN SELECTIONの開催をタイ現地へアピールしました。

■ 「JAPAN SELECTION」 Reception in Bangkok 2024

開催日時：2024年1月16日（火） 18時～20時

開催場所：在タイ日本国大使公邸（タイ/バンコク）

出席者数：86名

開催内容：① 主催者挨拶
② 梨田大使ご挨拶
③ タイレストラン協会の基調講演
④ JAPAN SELECTION のご紹介

開催の様子



3.レセプションのご報告

開催の様様

代表からの挨拶



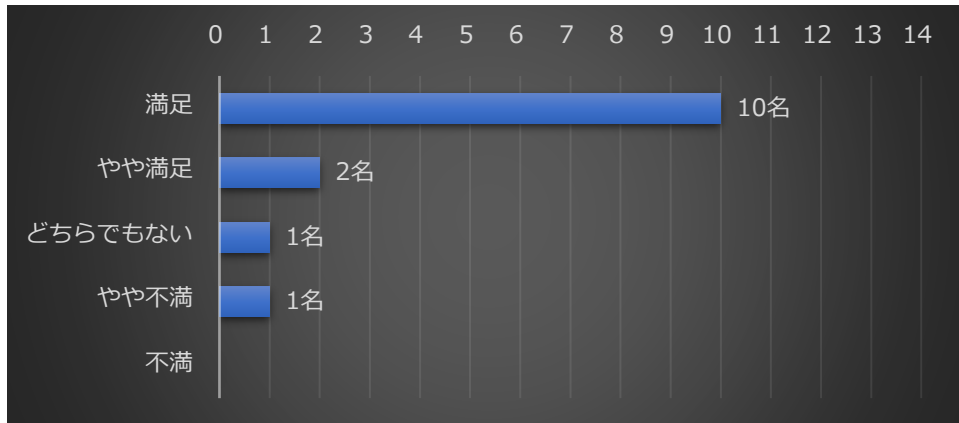
タイレストラン協会
基調講演



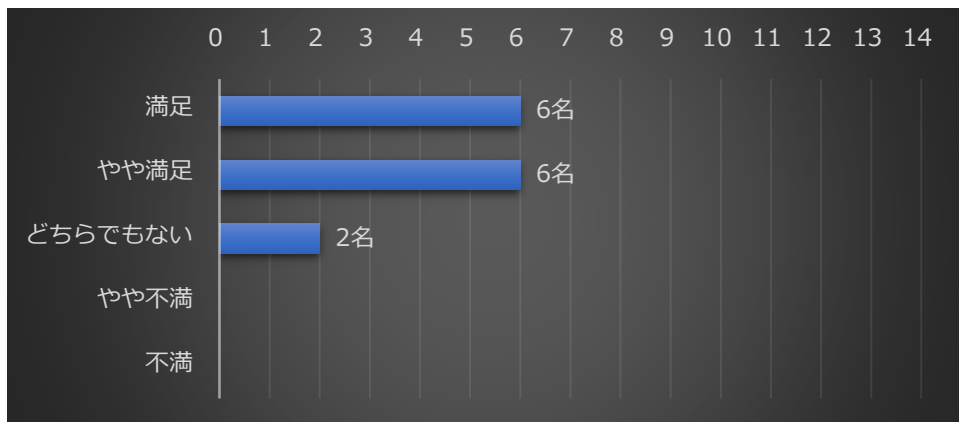
3.レセプションのご報告

アンケート結果（有効回答数14件）

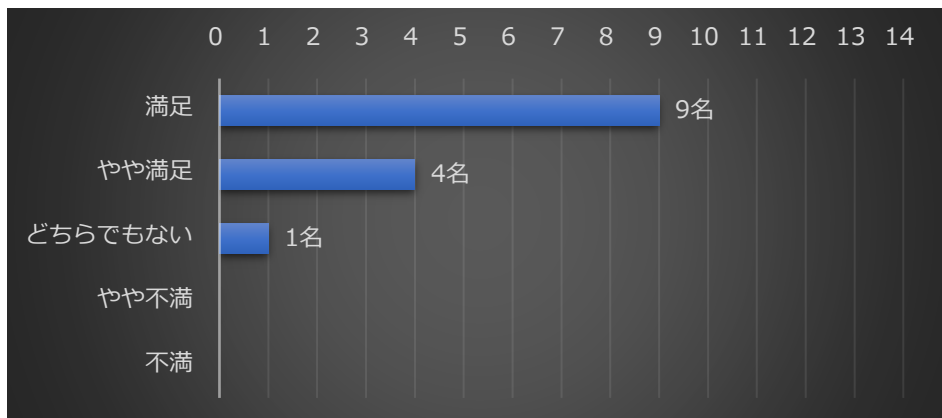
Q：当日のご案内やサービス全般についてご満足いただけましたでしょうか？



Q：基調講演やJAPANSELECTIONのご説明についてご満足いただけましたでしょうか？



Q：開催時期についてご満足いただけましたでしょうか？



3.レセプションのご報告

招待客の声



初開催ということで、受付などが少し混乱をしていたような印象は受けましたが、B2Bがメインの展示会ということでユニークな物品の展示が多く次回以降に期待が持てる内容でした。



とても素晴らしいレセプションでした。
ありがとうございました。



出展者側も参加あれば、事前挨拶もでき良かったかと思えます。



開催目的がやや不明瞭だった。出展者は招かれない一方で、スポンサーといったステークホルダー以外の参加者も散見され、参集範囲が不明確で、何を目的としたレセプションだったのかわきまわらなかつた。（関係者のネットワーキングなのか、スポンサーに謝意を示す場なのか、単に日本食品関係者の懇親の場なのか、等々。）



年末年始でバタバタ中（かつ取引先がお休みであることが多い中）、出張準備や訪問先調整をするのが大変でした。できればもう1週間、開催時期が遅いと、日本企業にとっても楽かもしれません

4.会期当日のご報告（B2B/B2C）

開催の様様

2024年1月18日（木）/19日（金）/20日（土）の計3日間で開催致しました。

■ 『JAPAN SELECTION 2024～FOOD STYLE～』 情報

開催日時：【B2B】 2024年1月18日（木） 19日（金） 10時～18時
【B2C】 2024年1月20日（土） 10時～19時

開催場所：QSNCC HALL5

出展企業：50社（26都道府県）

来場者数：3,045名（バイヤー約1,000名、一般約2,000名）

来場社数：364社

開催内容：① 各展示ブースでの試食、条件提示、販売
② 開会式（ステージ）
③ 企業紹介コーナー（ステージ）
④ 各種イベントパフォーマンス（日本舞踊/書道/ライブ）

展示会場受付



4.会期当日のご報告 (B2B/B2C)

開催の様様

会場外観①



会場外観②



4.会期当日のご報告 (B2B/B2C)

開催の様様

出展社の様子①



出展社の様子②



4.会期当日のご報告 (B2B/B2C)

開催の様様

出展社の様子③



出展社の様子④



4.会期当日のご報告 (B2B/B2C)

開催の様様

出展社の様子⑤



出展社の様子⑥



4.会期当日のご報告 (B2B/B2C)

開催の様様

開会式の様子①

ディー・エム広告社 【 DM KOKOKUSHA Co., Ltd. 】
ディー・エム広告社Thailand 【 DMK (THAILAND) CO., LTD. 】
代表取締役社長 【 President 】

JAPAN SELECTION 運営実行委員会 委員長
【 Chairman of the Management Executive Committee 】

Fujimoto

Kohei

藤本 耕平



開会式の様子②

梨田



4.会期当日のご報告 (B2B/B2C)

開催の様様

開会式の様子③



開会式の様子④



4.会期当日のご報告 (B2B/B2C)

開催の様様

開会式の様子⑤



開会式の様子⑥



4.会期当日のご報告 (B2B/B2C)

開催の様様

開会式の様子⑦



開会式の様子⑧



4.会期当日のご報告 (B2B/B2C)

開催の様様

梨田大使視察



商談の様子①



4.会期当日のご報告 (B2B/B2C)

開催の様様

商談の様子②



商談の様子③



4.会期当日のご報告 (B2B/B2C)

開催の様様

紹介コーナー①



紹介コーナー②



4.会期当日のご報告 (B2B/B2C)

開催の様様

紹介コーナー③



紹介コーナー④

ANDEIKO CO., LTD
栄屋乳業株式会社

16 : 25 ~ 16 : 35



4.会期当日のご報告 (B2B/B2C)

開催の様様

紹介コーナー⑤



紹介コーナー⑥



4.会期当日のご報告 (B2B/B2C)

開催の様様

パフォーマンス①



パフォーマンス②



4.会期当日のご報告 (B2B/B2C)

開催の様様

パフォーマンス③



パフォーマンス④



4.会期当日のご報告 (B2B/B2C)

開催の様様

パフォーマンス⑤



パフォーマンス⑥



4.会期当日のご報告 (B2B/B2C)

開催の様様

パフォーマンス⑦



パフォーマンス⑧



4.会期当日のご報告 (B2B/B2C)

出展会社一覧

(赤字が今回DMKで新たにタイでの販売許可 (FDA) を取得した企業)
(その他、自社でのFDA取得や既にタイで流通商品も数多く出展)

« スポンサー »

- ・株式会社アライドコーポレーション (青果物)
- ・株式会社丸富商店 (畜産物)
- ・クラウン製パン株式会社 (加工食品)
- ・株式会社福岡ソノリク (加工食品/水産物/畜産物)



« 加工食品 »

- ・TOPPE MEAT (THAILAND) CO.,LTD.
- ・株式会社イノウエ
- ・株式会社ジャムキチフーズ
- ・マルマン株式会社
- ・高橋物産株式会社
- ・株式会社泰興商事
- ・**大一興業株式会社**
- ・ジャパンフード株式会社
- ・株式会社日本未来農業
- ・株式会社未来政策研究所
- ・**赤穂あらなみ塩株式会社**
- ・イトク食品株式会社
- ・株式会社陣中
- ・株式会社鈴木屋
- ・株式会社Farmer's Manager
- ・株式会社タナカシヨク
- ・**ちゅらゆーな株式会社**
- ・**ブリリアントアソシエイツ株式会社**
- ・株式会社丸米製菓
- ・株式会社ラテラルアーク
- ・株式会社G-BIZ EAST
- ・株式会社Maazel Corporation
- ・Tregion株式会社
- ・ヤマモリ株式会社
- ・栄屋乳業株式会社
- ・株式会社TAKUMI & 株式会社大澤屋



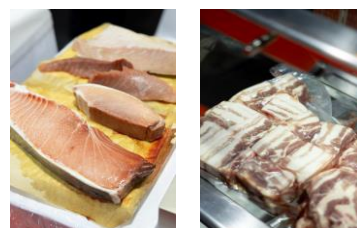
4.会期当日のご報告 (B2B/B2C)

出展会社一覧

(赤字が今回DMKで新たにタイでの販売許可 (FDA) を取得した企業)
(その他、自社でのFDA取得や既にタイで流通商品も数多く出展)

« 水産物 »

- ・株式会社魚力
- ・株式会社アグリコネクション
- ・株式会社オカムラ食品工業
- ・クニヒロ株式会社
- ・株式会社ショクリュー
- ・株式会社ゆみるめ
- ・一般社団法人全国養殖魚輸出振興協議会
- ・株式会社極洋
- ・日本石花株式会社



« 畜産物 »

- ・株式会社銀閣寺大西
- ・株式会社総合近江牛商社
- ・北海道産豚肉輸出拡大コンソーシアム
- ・**株式会社OGATORE**
- ・BULLS INTERNATIONAL CO.LTD.



« その他 »

- ・独立行政法人 中小企業基盤整備機構
- ・徳島県貿易協会
- ・Shizuoka Green Tea - ICHITAN Group
- ・株式会社ガーデン
- ・旭化成アドバンス株式会社
- ・パタインターナショナル



タイバイヤーとのB2Bでの取引拡大を目標に
延べ**50社**がご出展いただきました

4.会期当日のご報告 (B2B/B2C)

2023年度の出展プラン

« ベースプラン »

■基本プラン【1コマ 3m×3m】

41万円 (税別) …日本語N2レベルの専属紹介人 (1名)

■フルプラン【1コマ 3m×3m】

49万円 (税別) …FDA申請代行 (1種) + 日本語N2レベル専属紹介人 (1名)

いずれのプランも**基本のブース施工費込み**で、**施工は3種類**から選択可能。
また会場には**共同キッチン**も備え、試食用の調理の利便性を向上させました。

展示プラン

NEW ライトプラン

1社 16万円 (税抜き)

気軽に出展したい方へ
オススメ
ミニブース 1コマをご提供するプラン

- ・ 出展品目は3種までとなります。
- ※ 紹介人とFDA品目代理登録とEC出品サポートは別途オプションとなります。



1コマ 基本プラン

41万円 (税抜き)

社名パネル(900×300mm) 3,000mm

- ・ 電気使用料(コンセントは1,5Kw・2口)
- ・ 会議用テーブル(W1,800×600)1台
- ・ 折りたたみ椅子2脚
- ・ EC出品、管理、販売条件の翻訳
- ・ 専属紹介人*2
- *2. タイ人/タイ語と日常英語可



1コマ 現地販売許可 (1種) & 専属紹介人

49万円 (税抜き)

社名パネル(900×300mm) 3,000mm

- ・ 電気使用料(コンセントは1,5Kw・2口)
- ・ 会議用テーブル(W1,800×600)1台
- ・ 折りたたみ椅子2脚
- ・ 専属紹介人*3
- *3. タイ人/タイ語と日常英語可
- ・ FDA品目登録数 1種
- ・ EC出品、管理、販売条件の翻訳



2コマ 現地販売許可 (3種) & 専属紹介人&通訳

98万円 (税抜き)

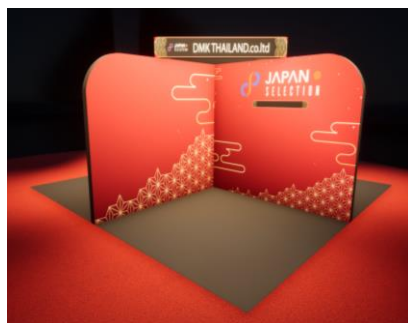
社名パネル(900×300mm) 3,000mm

- ・ 電気使用料(コンセントは1,5Kw・2口)
- ・ 会議用テーブル(W1,800×600)2台
- ・ 折りたたみ椅子4脚
- ・ 専属紹介人2名*4
- *4. タイ人+1名日タイ通訳可
- ・ FDA品目登録数 3種
- ・ EC出品、管理、販売条件の翻訳



« 施工デザイン »

3種類のデザインから、各社ニーズに即して選べるプランをご用意しました。



① ウォークインタイプ



② カウンタータイプ









③ MIXタイプ

4.会期当日のご報告 (B2B/B2C)

出展に伴うDMKのオプションサービスについて①

DMKでは展示会のオーガナイザーとして一歩踏み込んだオプションを数多く準備致しました。特に**専属紹介人は日本語も話せるN2レベルを準備し、その場での条件提示や交渉ができる人材を配置**しました。

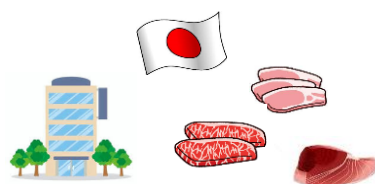
／ オプションプラン

 調理スタッフ 4万円~/1日	 イベントコンパニオン 4万円~/1日	 FDA申請追加 (+1品) ^{*5} 6万円~/1商品あたり <small>*5. 申請許可が下りない場合もございます。</small>
 現地通訳 6万円~/1日	 専属紹介人 ^{*6} 2万円~/1日 <small>*6. タイ人/タイ語と 日常英語可</small>	 EC出品 ^{*7 *8} 6万円/10品目まで <small>*7. 在庫管理・梱包・発送は別途費用となります。 *8. タイ語への翻訳は別途費用(1文字/15円) となります。</small>

DMKでは食品を販促商材としての輸出入代行をオプションとしてご用意。展示会では**輸出入代行、FDA取得代行（展示会用に一時的な販売許可）**を行い、試食と一部販売を行う出展社のサポートを行いました。また、出展をより効果的とするため、会場で使用するオプションとしての**什器（テレビなどの電子機器、調理器具、チラシなどの販促物）を一元的に発注できる**仕組みを作りました。

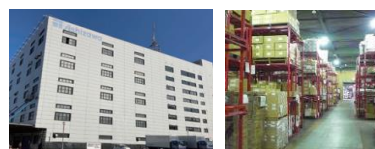
1

輸出書類の準備
輸出場所まで配送



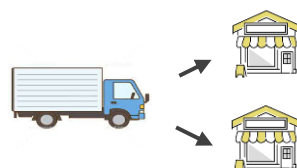
2

日本輸出・タイ輸入
(販売の場合のFDA申請)



3

展示会場やバイヤーに配送



4.会期当日のご報告 (B2B/B2C)

出展に伴うDMKのオプションサービスについて②

◀ 会期後の海外進出支援サービス ▶

会期3日間終了後も、現地進出支援サポートを行いました。

商談支援としての**Webミーティングのセット**や**通訳業務**をご用意。

その他、進出準備に伴う**事務局設置**、**SNSやインフルエンサーマーケティング**タイ国内のバイヤーへ向けた**個別イベントの開催**も対応可能です。

今後も、ご要望やお困りのことはDMKの営業担当者へ是非ご相談ください。

dmk inc. dmk Thailand

オペレーション&テクノロジーで
クライアントの価値を最大化する
セールスプロモーション
インテグレーター

私たちディー・エム広告社は、セールスプロモーション・ビジネスプロセスアウトソーシング・グローバルビジネスの3つの領域で事業を展開しています。

本展示会の会期後も、下記サービスメニューでお客様の海外マーケット進出をサポートします！
以下、サービスメニューと参考価格の一例です。



SERVICE 進出支援事務局

人的リソースが限定される“海外拠点の設立前段階”において、現地におけるさまざまなバックオフィス業務を代行いたします。

翻訳・通訳・契約書類/請求書作成・入力・現地調査など

[参考価格] 月額 32万円

※作業内容・想定時間を打ち合わせ後、正式お見積りとなります。

オプションとして、1回のスポット業務の形でご相談いただくことも可能です。



01 翻訳/通訳

- チラシ・ポスター・レターなど各種販促資料の翻訳
- Web 商談~リアル商談における通訳



02 販促物制作

- チラシ・ポスター・バナー・ウェブサイトなどの制作



03 インフルエンサーアサイン

- 日本/タイのインフルエンサーをアサインしたPR動画・SNS向けショート動画制作など



4.会期当日のご報告 (B2B/B2C)

来場者数の結果

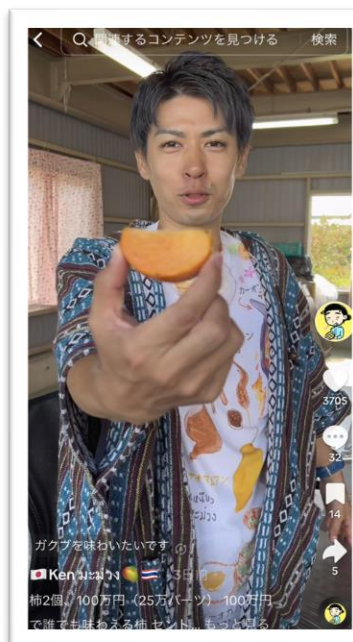
『JAPAN SELECTION』 入場者実績

Jan.2024	18 (Thu)	19 (Fri)	20 (Sat)	TOTAL
----------	----------	----------	----------	-------

入場者数									
Buyer	208	50%	265	49%	30	1%	503	17%	
Visitor	206	50%	273	51%	2,063	99%	2,542	83%	
Total	414	-	538	-	2,093	-	3,045	-	

3日間で
計**3,045人**が来場

うち**364社**の
バイヤー/卸企業が
本展示会に！



TVやインフルエンサーなどで開催
を拡散

4.会期当日のご報告 (B2B/B2C)

来場バイヤー/卸企業 (抜粋)

①タイ大手財閥企業

- CP ALL Public Company Limited
- CENTRALFOODS Co., Ltd.
- Central Food Retail Company Limited
- Saha Pathana Inter-Holding PLC
- The mall group
- Minor international PCL

タイの日・タイ
大手バイヤーを
中心に来場

②日本食材輸入卸企業

- DAISHO (THAILAND) CO.,LTD.
- KOBE-YA SHOKUHIN KOGYO CO.,LTD.
- Foods Classic Co.,Ltd
- UNION.P CO.,LTD
- ZEN FOODS CO., LTD.

③日系小売企業

- Siam Takashimaya
- DONKI THAILAND
- SUSHIRO GH (Thailand) Ltd.
- AEON (CAMBODIA) CO.,LTD. (カンボジア)

カンボジアやマ
レーシアなど
周辺国のバイ
ヤーも来場

④ホテルチェーン企業

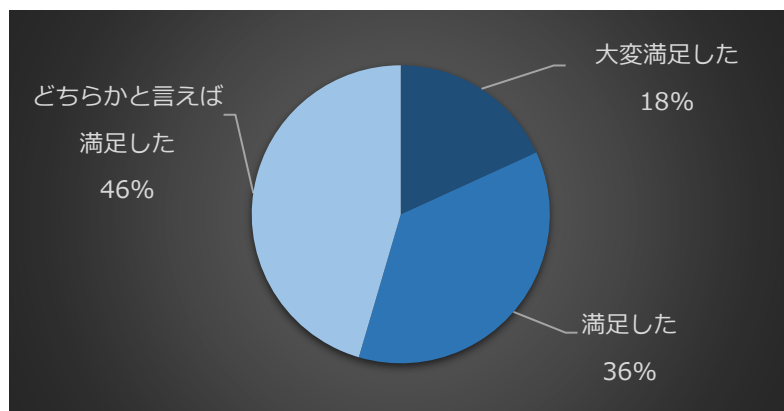
- Marriott International
- Royal Orchid Sheraton Hotel & Towers
- Pavilion Samui Boutique Resort Co.,Ltd.

etc.

4.会期当日のご報告 (B2B/B2C)

アンケート結果 (出展社11社回答)

Q : 本展に関してご満足いただける内容でしたでしょうか？

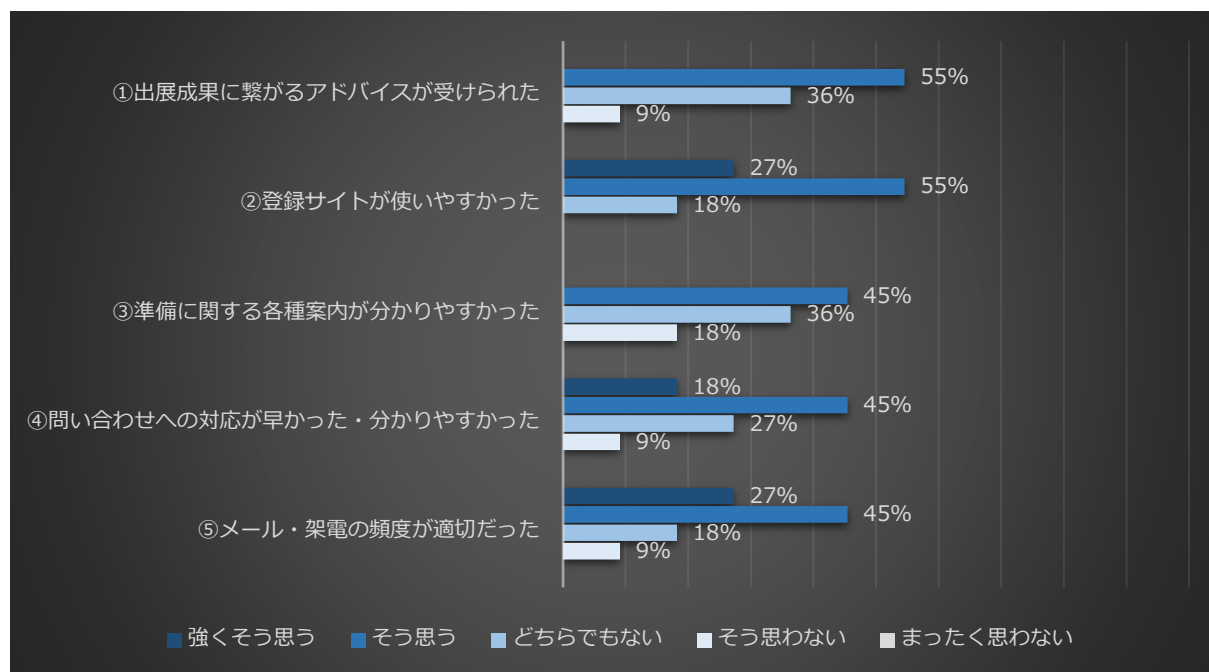


Thaifexに比べて立地が良く、専属紹介人 (DMKオプション設定) があるのが良かった。



会場の利便性がとてもよく、ブースの作り (DMK出展料に込み) も、他の展示会と比較してとてもよかった。

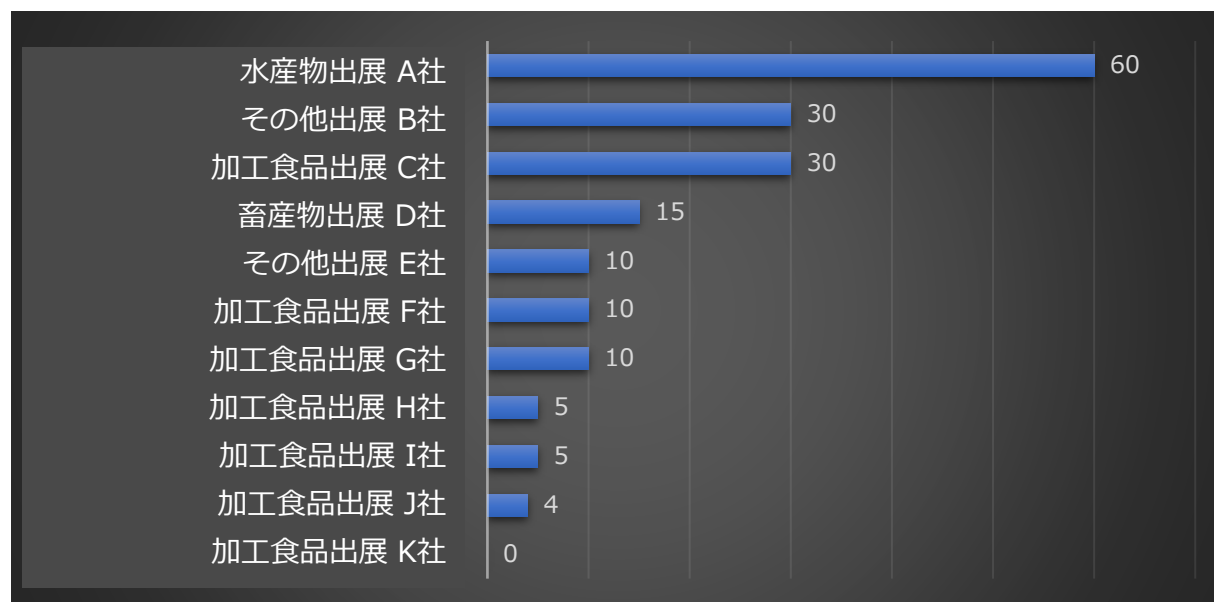
Q : 出展サポートについてご満足いただける内容でしたでしょうか？



4.会期当日のご報告 (B2B/B2C)

アンケート結果 (出展社11社回答)

Q: 【会期中の成果について】3日間での商談数についていかがでしたでしょうか？



今回は販売は無しで、海外で弊社を認知してもらおうという趣旨での参加だったので、商談数や金額に関しては、話が出来た点で良かったと思います。帰国後も数社メールをいただいたりしているので、今後を見据えたいと思います。



販売の準備をしっかりとっていくべきでした。弊社の反省点です。



今回、名刺交換程度でその後の取引や商談には、現在はまだとなっているので、次回以降につなげて行きたい。また、1日目・2日目の展示会でもう少しバイヤーさんが来ていただけたら、商談数増加に繋がられたかなとも感じた。

4.会期当日のご報告 (B2B/B2C)

アンケート結果 (出展社11社回答)

■ 具体的な商談結果 / 成果

また商談件数だけではなく、具体的にタイの卸/バイヤー企業と会期終了後、商談を行っている企業だけではなく契約が決まって既に取引実績の出ている企業もいました。



畜産物出展 A社

肉の卸企業、個人飲食店と商談中



その他出展 自治体B

外食チェーンへ伝統工芸品の販売契約済み



水産物出展 C社

大手財閥企業含め3社と商談中



加工食品出展 D社

大手財閥企業含め2社と商談中



加工食品出展 E社

大手財閥小売会社複数社と商談中、1社既に取引開始

アンケート以外でも折衝中の案件が有ることを把握。
また、バイヤーの質が良かったと口頭で回答を頂く事例もありました。

4.会期当日のご報告 (B2B/B2C)

アンケート結果 (出展社11社)

■ 販売金額 / 販売状況

『JAPAN SELECTION 2024～FOOD STYLE～』では、タイでの販売許可 (FDA) 取得による会期当日の現地販売を行いました。会期に販売したた企業の販売額の例です。

会場のQSNCCはバンコク中心部に近く、購買層が良いのでよく売れると出展企業からの意見をいただきました。

例①) 加工食品出展 A社 : 約60,000円

例②) 水産物出展 B社 : 約120,000円

例③) 加工食品出展 C社 : 約200,000円

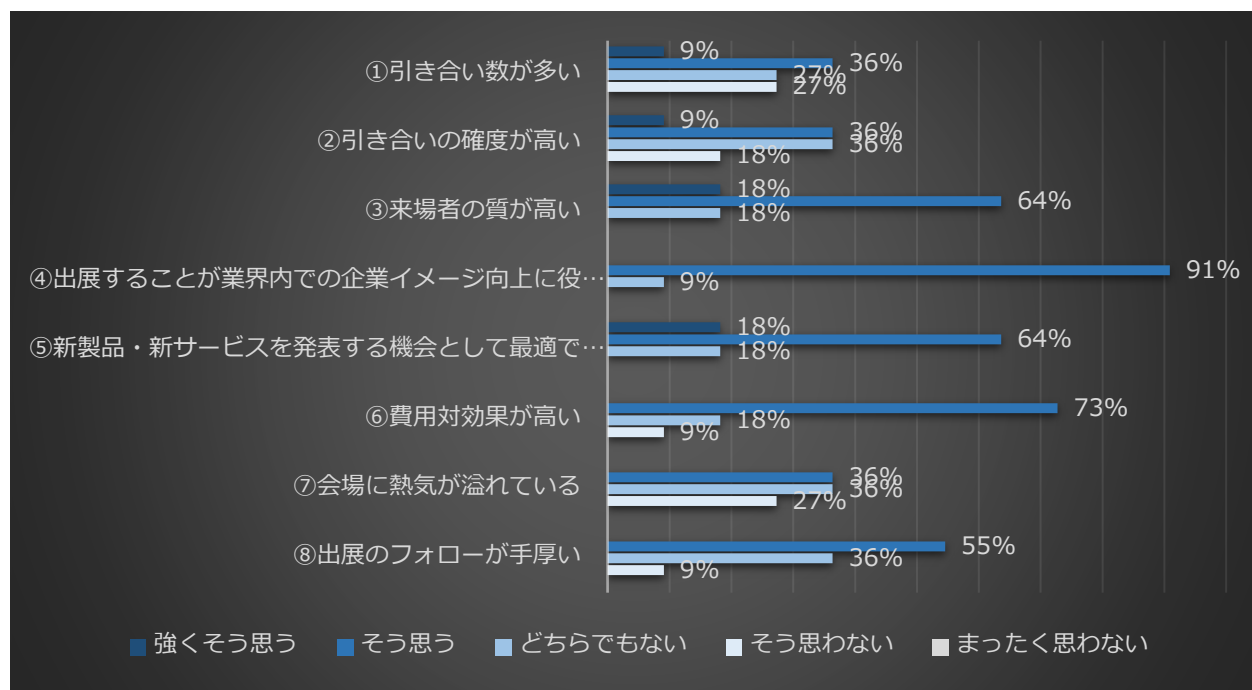
例④) 食品卸出展 D社 : 約320,000円



4.会期当日のご報告 (B2B/B2C)

アンケート結果 (出展社11社回答)

Q: 今回の出展の感想をお聞かせください。



会場もすばらしく、ブース間の距離も多く取っており、とてもスムーズな展示会場でした。



タイでの日本食の人気を感じることができました。今回の開催結果を踏まえ、来年度さらに良い展示会となるようご期待しております。



来場者が思っていたより少なかったのが残念。大手の会社の来場が多かったが、もっと多くの小中規模のレストランや小売店などが来て欲しかった。



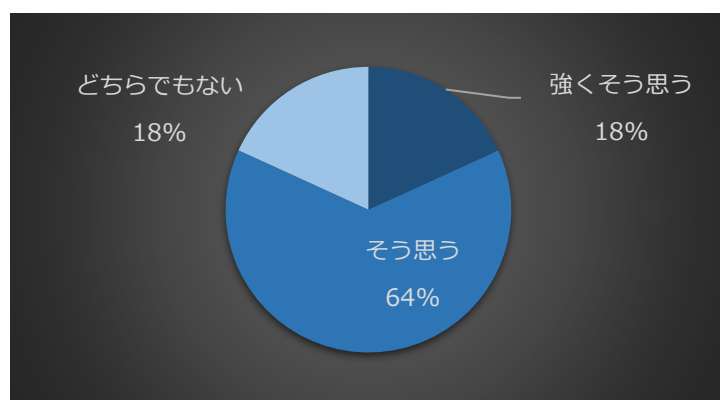
展示会と並行して商談の事前マッチングもあればよかった。またタイ国内だけでなく周辺諸国のバイヤーなどの来場があればさらに費用対効果が良い展示会になる。

4.会期当日のご報告 (B2B/B2C)

アンケート結果 (出展社11社回答)

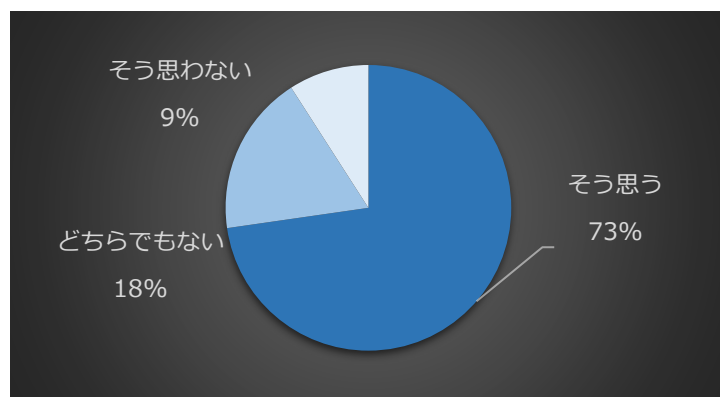
また出展の感想において、特質すべき回答もピックアップしてみました。

Q：今回の出展の感想をお聞かせください。【来場者の質が高いと感じますか？】



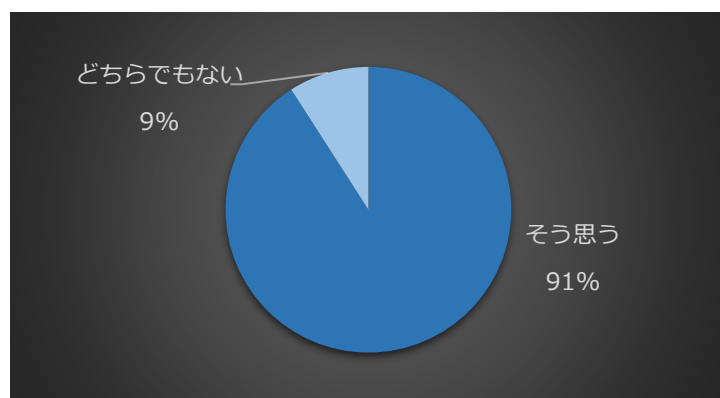
出展社の80%以上が来場者の質が高いと回答
前述から、本展示会をきっかけに具体的な商談に進むケースが見られました

Q：今回の出展の感想をお聞かせください。【費用対効果が高いと感じますか？】



出展社の73%が本展示会の費用対効果の高さを実感
国外（タイ）で初出展の企業様からも満足の声を多数いただきました。

Q：今回の出展の感想をお聞かせください。
【出展により業界内での企業イメージ向上に役立ちましたか？】

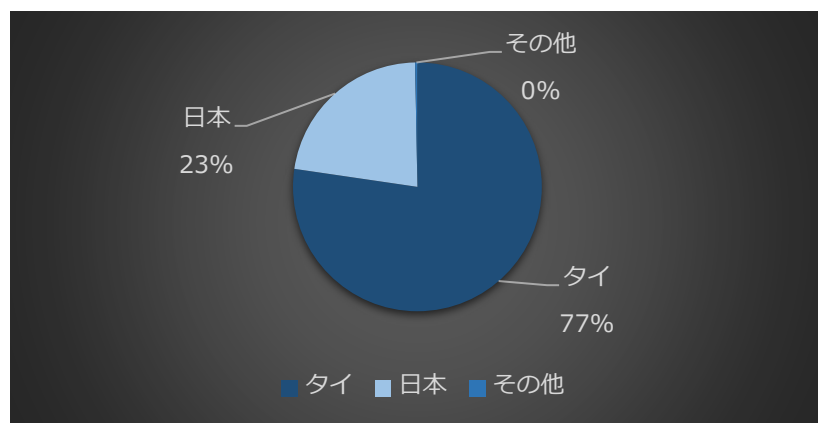


出展社の大半（90%以上）が向上したと回答
今回テストマーケティングとして出展した企業様も多い中で、その目的にも貢献しました。

4.会期当日のご報告 (B2B/B2C)

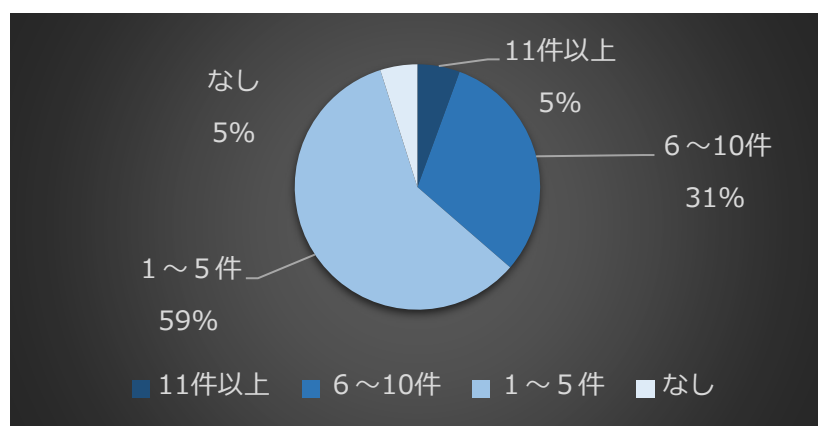
アンケート結果 (来場者335名回答)

Q: あなたの国籍を教えてください



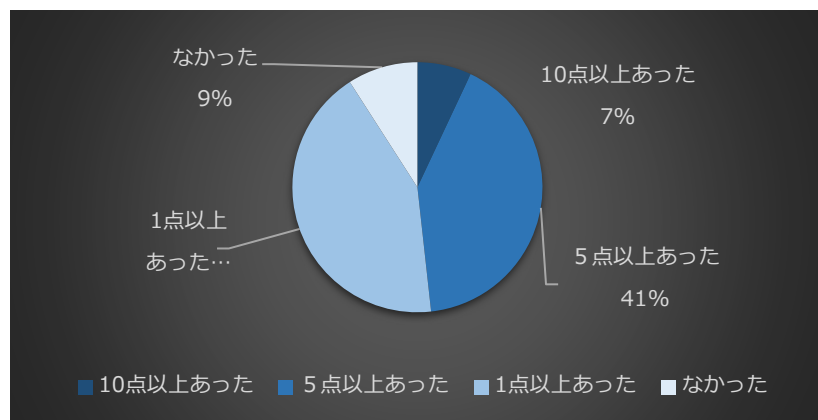
335人中259人
(約77%)が
タイ国籍
という結果に

Q: 【ビジネスのみ】会場内にて行った打ち合わせの件数は何件でしたか?



会期中に**142件**
もの商談実施。
ビジネス機会の
創出を後押し

Q: 【ビジネスのみ】導入をしたい商品はございましたか?

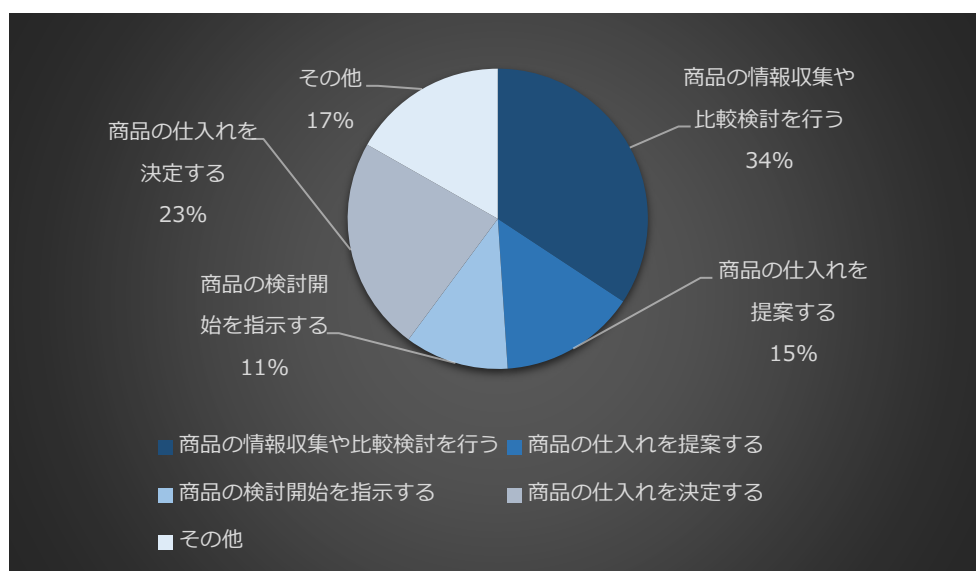


150件中
136件
(約90%)が導入
したい出展商品が
あった結果に

4.会期当日のご報告 (B2B/B2C)

アンケート結果 (来場者335名回答)

Q: 【ビジネスのみ】下記の中からあなたがやっている業務をお選びください。



最も多かったのが、「商品の情報収集や比較検討を行う」(52名)でしたが、続いて「商品の仕入れを決定する」(35名)が次点で多かった。

会場では**その場でサンプルで準備していたイチゴを買い占め、そこから継続的な取引が始まった**など、出展商品とバイヤー/卸企業とでのニーズが**その場で合致すれば迅速な商談に繋がる**ことも実績から判明しました。

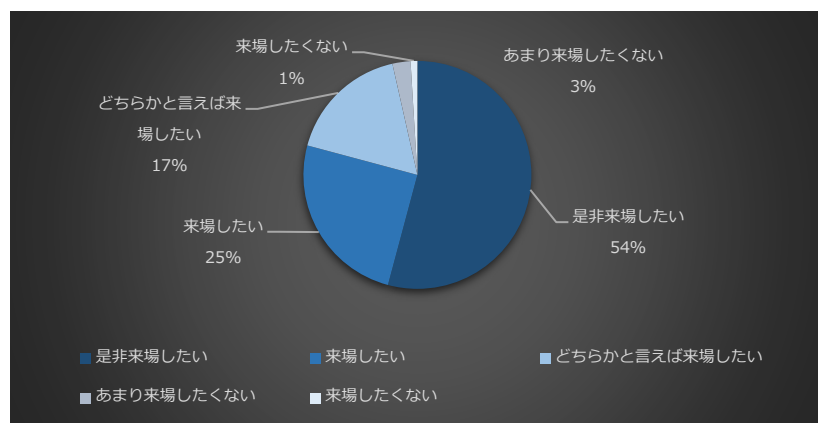
Q: 【ビジネスのみ】今後注目している、呼んでほしい日本商品は何ですか？

- ・デザート / 日本のケーキ / ソフトクリーム / チョコレート
- ・果物 / 海産物 / 畜産物 (和牛)
- ・日本酒 / 長野県産ワイン
- ・パン
- ・オーガニックフード
- ・乾燥和食材とレシピ
- ・各地の伝統珍味 / 調味料 (味噌)
- ・流通に役立つ素材・パッケージ (食品関係の技術)
- ・スタートアップなどの新しい技術 (投資候補となるような技術)
- ・ライフスタイル商品 (文房具、健康食品など)
- ・キャラクターなどのライセンス (コナンなどの日本のアニメ)
- ・旅行 (酒蔵見学などの商業旅行、特に地方で移動の交通機関が無い)

4.会期当日のご報告 (B2B/B2C)

アンケート結果 (来場者335名回答)

Q: 次回も来場したいと思いますか？



**335件中
324件**
(約96%)が
次回も来場したい
という回答に

来場者の声



バンコク在住のため、普段購入できないようなこだわりの日本食材、調味料を探しに訪問しました。結果としては気に入ったものをその場で買えたことが大変嬉しく、また次回も訪問したいです。



タイの人に、日本食を広める為にも、素晴らしい展示会だと思いました！普段中々食べられない美味しいお肉やリンゴなどを試食できたのも嬉しかったです。ただ、知名度が低いのか、思ったよりお客さんが少なく感じたので、SNSなどでもっと集客をした方が知名度も上がり、お客さんも増えるのかなと感じました。次回も是非参加したいです！楽しみにしております！



事前の告知を目にすることがなかったため、出展サプライヤー様の事前案内がなければ見逃していた。SNSやフリーペーパー等でも幅広い告知を期待する。

4.会期当日のご報告 (B2B/B2C)

メディア露出結果

■【日本】

世界は今 -JETRO Global Eye-

【常夏の国に日本の“サカナ”を！】タイで広がる“鮮魚需要”に商機



※各種動画のリンク先は予告なく掲載終了となる場合がございますのでご了承ください。

4.会期当日のご報告 (B2B/B2C)

メディア露出結果

■ 【日本】 [TBS / Nスタ](#)



■ 【日本】 [フジテレビ / めざましテレビ](#)



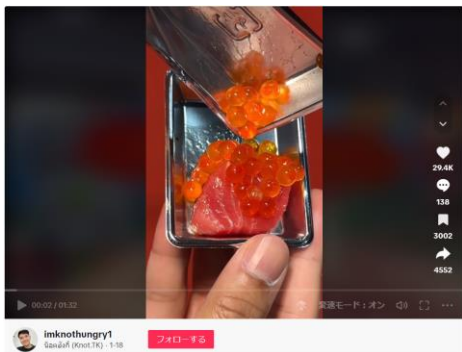
■ 【タイ】 [3PlusNews](#) (参照 : 1:12:42)



■ 【タイ】 [Gourmetand Cuisine](#)



■ 【タイ】 [Instagram](#)



■ 【タイ】 [X \(旧Twitter\)](#)



※各種動画のリンク先は予告なく掲載終了となる場合がございますのでご了承ください。

5.考察

今年度の結果を踏まえた次年度への方向性

- ① 「試食、その場で条件提示、一部購買」の高い効果を実証。
出展される企業様、自治体様の利便性や課題解決を高め
B2Bでの販路拡大に向けたJAPAN SELECTIONの付加価値
を日本とタイの双方で向上させる。
- ② タイのバイヤーへ「オールジャパン」での実施をアピール。
日本全国からの各社自信を持ってお勧めする商品が集まる
ことで、タイのバイヤーの購買を促進。
タイへの輸出拡大へ向けたきっかけを数多く作る。
- ③ タイのバイヤーからの新しい要望への対応を検討する。
また、日本側の課題解決に向けた今年度のFood Styleに
関連する新たなStyleの設立も含め
日本とタイの双方の課題解決に役立つイベントとする。
- ④ 来場者がタイの大手企業に偏ってしまった為
タイの中小企業や飲食店など、広く早い周知により
幅広い来場者を獲得する。また、バンコク郊外やタイ周辺国
への周知も含め東南アジアの中心となる日本の食品市を目指す。

■ 第1回『JAPAN SELECTION』 総評

オールジャパンかつB2Bに特化した展示会を実際に形にする
という名目のもと、第1回を遂行して参りました。

実際に日本とタイの架け橋として、具体的な商談や
取引が進んだ良い結果の一方で、
出展社様と来場者の双方で課題も出ました。

来年度へ向け良い開催内容となるよう改善を行い、効果的な
ビジネスマッチング機会を目指し企画と準備を行ってまいります。

6.ご質問への回答

よくあるご質問 (Q&A)

1) 来場者数、BtoB成約数など

約3000名（バイヤー1000名、一般2000名）。
B2B成約数は現在各企業様が交渉中で、情報はアンケート結果にて公開しております。

2) 特に反応のよかったブース、感じられたこと

和牛、魚介類、青果物などの原材料ブースは人気がありました。
また、甘いタイ人の味覚にもあったパン（冷凍から加工する日本でも地元で人気のパン）などの加工品なども同じくタイの財閥より評価が高かった商品です。
他、タイでチェーン展開を計画している企業様を、タイの財閥がタイでチェーン展開を検討している情報も入っています。
その他、伝統工芸品などのB2Bでの購買、輸出が拡大している日本酒などの酒類も、今後タイではニーズが拡大すると感じております。
どちらもタイのバイヤーへ向けた試食、条件提示、一部購買への対応ができていらっ
しゃった企業様が、商談の早期化に繋がっていると考えております。

3) どういった企業や自治体に今後出展を望まれるか？

まずは、輸出に本気、海外の方へ商品売る気のある企業様が良いと思います。
またよくあるのが、販売者の日本人が「これ売れるだろう、売れないだろう」とご自身で判断することです。商品についてはバイヤーであるタイ人が判断するので、気にされないで、是非自社の自信のある商品を出して欲しいです（タイ人バイヤーからの意見です）。
タイ人バイヤーからは食品以外にも、日本のライフスタイル商品（文房具など）、日本のキャラクター、スタートアップ、商業旅行なども、食品と合わせてB2Bマッチングして欲しいとの要望も有りますので、今後、日本の強みをお持ちの企業様、自治体様にご出展頂きたいと考えています。
出展社様は一部、自治体様、地元の地銀様、商工会議所様のご協力、また海外へのアピールを行う制度を活用されながら出展されていらっしゃいました。是非地元の制度なども活用いただければと考えております。

4) 今後のタイ市場における日本食品、日本食の市場について

今後は日本に旅行したことがあるタイ人オーナーがオープンする店が増えると考えています。またバンコクだけではなく郊外に日本食の店舗が増える（JETROバンコクでは2023年郊外で展示会を開催）、周辺国からの来場も有りましたので周辺国へも日本食レストランは増えていくと考えられます。
日本産食材は、日本食レストラン以外にもタイ料理で採用されれば、輸出は更に拡大する
と考えています。私たちはDMKは、B2Bへのマーケットインの考え方で、海外バイヤー
と日本の生産者を繋ぐことで、お客様の役に立ちたいと考えております。

DM KOYOKUSHA