

入国制限等緩和の進展に応じた 海外販路開拓支援の取組みについて

アジア経済交流センター部長 浅井 浩

2022年度は、国内外ともに、新型コロナウイルス感染症の感染拡大に留意しつつ、経済活動の正常化に向け、徐々に行動制限や入国制限の緩和に舵を切っていく動きがみられましたが、その緩和の度合いは各国の国内事情等により大きな差がありました。そこで当機構では、各国の入国制限等の緩和状況等に応じた形で、県内企業の海外販路開拓を支援するいくつかの取組みを行いました。その一部をご紹介します。

1. シンガポールにおけるプロモーション・商談会の開催

富山県と当機構では、昨年度、東南アジアの交易・経済拠点でありマーケティングリサーチに最適な環境であるシンガポールにて、食品、日用雑貨、伝統工芸品などの県産品のテストマーケティングを初めて実施しました。

その結果、米菓、麺類、日本酒などは特に販路拡大の可能性が高く、参加企業からも、これを機会に更に商品を売り込みたいとの声が聞かれました。

ただし、シンガポールの今年度当初の状況は、外国からの短期渡航は再開されたものの、日本帰国時には陰性証明や検疫所による入国時検査が必要であり、現地へ渡航しての活動は依然として難しい状況でした。

このため今年度は、昨年のテストマーケティングの結果から好調な売り上げが期待できる商品を中心に、同国で期間限定のポップアップストアを開設し、SNSによるプロモーションと合わせて、県産品の販路拡大を支援することとしました。

ポップアップストアは、シンガポールの中心地タンジョンパガー地区に位置し、休日には1日1万人が訪れる「100am」ショッピングモール内にあるHISシンガポール支店内に9月1か月間開設し、県内企業8社（食品5社、非食品3社 各社1～3商品）が参加しました。

会場には、「日本らしさ」や「歴史と伝統」を感じてもらえるよう、「富山城」の写真を前面に出し

た装飾パネルを用意しました。また、出品各社から、商品紹介のPR動画を提供いただき、会場に設置したモニターで放映しました。



ポップアップストアの様子

合わせて、Facebookにおいて、本プロモーションの告知や各商品の紹介などの文章や動画を投稿しました。

結果、食品類は引き続き好調であり、完売となる商品も多く出ました。中でも今回初めて冷凍で販売したホタルイカは、発売後わずか4日で完売となりました。購入客からは「富山に旅行した際に食べたホタルイカが美味しく、ここで売っていると聞いて思わず購入した。」という声が聞かれ、観光客がそのまま富山県産品の顧客となってくれることを改めて実感しました。

一方で、非食品については、動画やSNSで商品の魅力を伝える取組みも行ったものの、昨年同様、販売が伸び悩む結果となりました。来店客からは、

機能性や美しさを評価する声はあったものの、高額であるとの声が聞かれ、HIS 店舗からは、商品の魅力をより深く伝える工夫があると良いのではとのアドバイスをいただきました。

ポップアップストアでの販売終了後は、現地在住バイヤーと参加企業とのオンライン商談会も実施しました。現地に送った商品の一部をサンプルとして、ポップアップストアでの販売結果も PR 材料として織り込みながら、熱心な商談が繰り広げられました。

2. シンガポール経済ミッション団の派遣

6 月からは、日本入国時の水際対策が緩和され、シンガポールからの入国については、入国時検査や帰国後の自主待機が不要となりました（ワクチン 3 回接種者の場合）。当機構では、帰国前検査での陽性リスクを下げるため、短期間でのシンガポール経済ミッション団派遣の検討を開始しました。8 月末には、9 月 7 日から帰国時の陰性証明書提出が不要となることが発表されたことも、実施の追い風となりました。

県内企業からは 3 社 5 名の方から応募があり、9 月 26 日から 30 日にかけて、シンガポールへ、当機構としては 5 年ぶりとなる海外経済ミッション団の派遣が実現しました。

27 日から 28 日にかけては、現地で日本商品を扱っている百貨店やスーパーなどの小売現場の視察を行いました。

小売現場では、各店舗の店長や現場担当者の方に、売れ筋の商品や最近のトレンドなどについて、詳しく解説いただきながら視察を行いました。企業からの参加者は、販売価格や売れ筋商品の特徴、自社商品の販売可能性などについて熱心に質問されていました。この時聞いた意見をもとに賞味期限の延長など商品の改良に着手された企業や、売り込みが実を結び実際の取引につながった企業もあるとお聞きしています。



シンガポール小売現場の視察

28 日午後は、県産品ポップアップストアの視察と、現地店舗の運営責任者やプロモーション受託事業者の担当者を交えた意見交換を行いました。富山県観光課等での勤務経験がある（一財）自治体国際化協会シンガポール事務所の櫻井泰典所長にもご参加いただきました。

現地側からは、購入者には富山に旅行した時の思い出話をする人が多く、観光 PR（インバウンド誘致）とのコラボレーションを検討してはどうかとの意見がありました。櫻井所長からは、富山県が台湾で観光 PR を行った際、立山黒部アルペンルート「雪の大谷」を全面に出してプロモーションを行ったところ大きな反響があり、同じく雪が降らないシンガポールでも効果的ではないかとのアドバイスをいただきました。

29 日は、現地で日本の企業や自治体の活動を支援している各種機関を訪問し、現地の最新状況や、販路開拓を進めるうえでの助言等をいただきました。

ジェトロ（日本貿易振興機構）シンガポール事務所では、玉置仁 経済連携アドバイザーより、シンガポールの政治・経済状況や日系企業の動向などについてお話を伺いました。同国では物価高が進んでいて、8 月は前年比 + 7.4% と 14 年ぶりの高水準となっている一方、賃金はそれ以上に上昇しており、家計収入では月収 100 万円以上の世帯が約半数を占めるとのことでした。旺盛な消費を

見込み、日系企業も、ディスカウントストアや、ラーメン、回転寿司のチェーン店などが相次いで出店しているとのことでした。肉類や水産品などは、以前よりお金をかける傾向もあるとのこと、先に訪問した現地小売現場でも同様の話をお聞きしており、高級品や希少性のあるものに大きな可能性があると感じました。

北陸銀行シンガポール駐在員事務所では、訪問団にも同行いただいた上原清志所長から、活動状況や今後の販路拡大方策についてお話を伺いました。上原所長からは、展示会や商談会の数はコロナ前から回復しておらず、現地でのプロモーションやテストマーケティングが有効なお考えをお聞きしました。

(一財)自治体国際化協会シンガポール事務所では、櫻井所長からお話を伺いました。シンガポールでは日本の多くの自治体が駐在員を配置するなどして販路開拓活動に取り組んでおり、フェアの開催や地元メーカーへの売り込みなど息の長い取り組みを行っている地域が成果をあげているとのことでした。

3. SNS を活用した中国向け販路開拓の支援

東南アジア諸国に比べ、ゼロコロナ政策をとっている中国は依然として現地に渡航しての活動が難しい状況が続いていました。

当機構では昨年度、富山県から中国に向けたライブコマースの実施を支援し、伝統工芸品などを中心に県内企業5社が参加し、100万円を超える売上があるなど大きな成果があったことから、今年度はより規模を拡大して取り組むこととしました。

ライブコマースとは、SNSやECアプリ内でのライブ中継で商品やサービスを紹介し、リアルタイムで視聴者の質問やコメントに答えながら販売する新しい販売手法のことをいいます。中国においては、コロナ感染拡大の影響もあってライブコマース市場は年々成長を続けており、2025年には

ライブコマース市場規模は2020年の5倍以上となる6兆4172億元に達する見込みである※といわれています。(※ジェトロ地域・分析レポート「新たなEC手法として存在感を高めるライブコマース(中国)」(2022年2月16日)より)

今年度は、中国向けライブコマースの実績がある県内企業の協力のもと、中国で「独身の日」としてECの販売合戦が繰り広げられる11月11日から12日にかけて、昨年を上回る県内企業10社に参加いただいて実施しました。

ライブコマースでは、協力企業の司会者や、富山県国際課の経済貿易連絡員である中国遼寧省出身の孫肖さんが、企業からの参加者とともに商品の魅力を紹介。中国の視聴者からは、スマホアプリから「手作りなのか」「どんなふうにするのか」などの質問や、「社長ハンサム!」などの感想が次々に寄せられ、皆で同じ場所を共有し、楽しんでいるような一体感が醍醐味と感じました。

今回は、2日間で前回は大きく上回る2万7千人が視聴し、伝統工芸品や菓子など320点、約150万円相当の売り上げがありました。中でも約30万円相当の銀製の急須がその場で売れたのには驚きました。

出演した参加企業の方からは、コロナ禍の新しい販売手法としてライブコマースの有効性をあらためて感じたという声のほか、もっと綿密に準備して臨みたいという意欲的な声も多く聞かれました。



ライブコマースの様子
孫肖さんが米菓を紹介している。

また、中国最大の SNS アプリである WeChat に当機構のアカウントを開設し、孫肖さんが企業の事業所を訪問し、視察やインタビューなどを行った様子を写真・動画入りの記事にまとめ、中国語で6回にわたり発信しました。うち2回は、中国で俳優・タレントとして活躍し高い知名度を誇る日本人インフルエンサーの小松拓也さんにも登場いただきました。動画は気軽に見てもらえるよう、コンパクトかつコミカルに仕上がっており、多くの人に視聴されているようです。



WeChat フォロー用 QR コード
※フォロー、閲覧には WeChat アプリが必要です。

4. 結びに

本稿執筆時点で、中国でも入国後の隔離措置が撤廃されるなど、状況は大きく変化しています。当機構としては、引き続き各国の入国制限等について情報収集を続け、状況に応じた取組みを展開することにより、アジア地域等における富山県産品の販路開拓を支援していきたいと考えています。

2023年2月15日 記



TONIO 公式 YouTube チャンネルの QR コード
TONIO 公式 WeChat アカウントに投稿した動画も配信中です。



TONIO 公式 WeChat アカウント「日本富山企業商品推介号」の投稿内容