

*Singapore*



Akira Yasuda

Profile



## 【シンガポールNOW】

国際展示会の商談で成功するには!  
海外進出コンサル安田代表が助言 6

## 【特派員レポート】

新首相、変わらぬ強権姿勢  
カンボジア、外交ではしたたかさも 10

## 日銀、長期金利1%超え容認

植田総裁「副作用防ぐ」 18  
7月に続き政策修正・決定会合

## 一票の尊さ

シドニー 4



## マーケット情報

クロスレート 20  
為替・株価チャートハロウィーンの飾り付けや衣装を陳列した店の前を  
歩く子供たち=10月31日、ハノイ(EPA時事)

## 《トップニュース》 3

## 警察監視カメラ20万台超に増設へ

30年代半ばまでに.....3

国境連絡道路の混雑緩和へ取り組み確認=マレーシアとの首脳会議で.....3

24年の経済成長、下半期にかけて徐々に改善=通貨庁予測.....4

## 《産業》5

OCBC銀、顧客通知にアプリやメール活用=SMSから切り替え.....5

韓国系投資会社KIPSEA、90億円調達=東南アジアの新興企業に出資.....5

## 《経済》8

通貨庁長官、インフレ対策で「勝利宣言まだ」=金融緩和は時期尚早.....8

業況判断、製造・サービスともわずかに改善.....8

〔アジア外為〕 まちまち=FOMCに注目(31日).....9

〔東南アジア株式〕 大半が上昇(31日).....9

## 《政治》9

リー首相、2国間問題は解決可能と確信=マレーシア首相との会談受け.....9

各国は長期的利益の優先を=ヘン副首相が講演.....11

## 《社会》11

ファイザー、モデルナ製ワクチンを正式承認=中国ワクチンは未申請.....11

最高級一戸建て賃料が下落=逮捕のマネロン犯賃貸が影響か.....11

## 《各地のシンガポール関連ニュース》 12

オリコ、クレジットカードのオネストに追加出資=インドネシア.....12

8月の自動車販売台数、4.6%減=東南アジア7カ国—AAF.....12

中国スポーツ用品ANTA、タイ1号店オープン.....13

## 《マレーシア》 13

APEC首脳会議への出席、「検討中」に後退=アンワル首相.....13

ベルジャヤ・ランド、日系金融機関から494億円融資=沖縄のリゾート開発.....13



## 国際展示会の商談で成功するには！ 海外進出コンサル安田代表が助言

コロナ禍以降の日本企業の海外進出が本格的に再開している。他国にはだいぶ後れを取ったが、シンガポールで行われる国際展示会でも日本企業の出展が増えてきた。海外進出コンサルティングを手掛けるピンテージマネジメント代表取締役社長の安田哲（やすだ・あきら）氏は、日本企業の出展について、せっかくのチャンスでも商談に結び付かないケースが多い問題点を指摘し、勝率を上げるための準備の重要性を強調した。結果を出す出展にするにはどうすればいいか。安田代表に話を聞いた。

### ◇速いスピード感に準備を

「とにかくフレンドリーで熱い人」と紹介されて初めて会った安田さんは、その評判の通りの人物だった。NTTデータ、ドバイでの起業を経て、2014年にピンテージマネジメントを設立。「世界中に日本のファンを増やすこと」を目標に、日系企業の海外進出や海外企業の日本進出を支援しており、これまで450社以上をサポートした。

東南アジアのハブであるシンガポールは、各業界の国際展示会が頻繁に開催される重要拠点となっている。ただ、安田さんによると「日系企業は現地のディストリビューターからあきれられている側面がある」。シンガポールでは世界中のビジネスマンや決裁権者と商談できることが利点だが、一方でビジネスのスピード感が速く、少しの決断のためらいで商談に結び付かないケースが多いという。展示会でまず聞かれる「How much（いくら）？」に即答できない、サンプルがすぐ出せない、こうした対応では商機をみすみす逃すことになる。

さらに、プレゼン用の営業資料作りにもっと力を入れるべきだというのが安田さんの考え。「日本の技術やサービスは世界を支えていると思うが、アピールが極端に下手という課題がある。逆に海外は小さいものを大きく見せるプレゼン能力が高い。現地に合ったマーケティングが必要」と強調する。良いものを小さく謙虚に示すことが美德とする日本とは真逆の感性だが、この違いを「文化の違いと認識するだけで、商談の成功率はグッと上がるだろう」と指摘する。

### ◇現地での実績を

安田さんによると、どんな小さなところでも「現地での使用・販売実績」を作った上で展示会に臨むのがベストと話す。現地に1カ所でも販路があることで「バイヤーの食い付き方がまったく異なる」という。販売代理店が決まり、通関をパスし、仕入れ値や現地での卸値が判明しており、現地での一定の需要があるものということがすぐ判断できるためだという。こうした準備が展示会で商談を勝ち取る要因の一つになる。



インタビューに応じるピンテージマネジメントの安田代表

「日系企業は海外の展示会に出ることがゴールになってしまっている。しかし、展示会はあくまで手段」と指摘する安田さん。「支援する側、コーディネートする側も手を抜いているのでは。本気のプレーヤーが増えたらもっと変わると思う」と力を込めた。商談会を頻繁に取材する筆者も同じことを感じている。

#### ◇ニーズ引き出し、魅力的にプレゼン

さて、肝心の現地でのマーケティングのコツは何なのか。「相手が何を欲しているかを知り、いかに魅力的に伝えるかのプレゼン能力」が鍵と安田さんは考える。そのために必要なのは「ローカルの人達に飛び込み、現地の人たちのニーズを引っ張ってくる」と。安田さんが地元コミュニティを何より大切にしている理由だ。

安田さんは若手実業家が集うJCI（国際青年会議所）シンガポールCityチャプターで現在バイスプレジデントを務めており、来年度よりプレジデントを務める予定。「グローバルな課題もあるが、各国独自の課題もあり、それを見つけて商品に落とし込むのは難しい」。友人から関係をスタートさせ、積極的に動いて売り込むことで、次第にニーズが見えてくるという。

商品・サービスのローカル化についても同様だ。食品であれば、現地の業界関係者に食べてもらったアンケート調査の結果を参考にする場合もあれば、地元シェフと共同でメニュー開発するケースもある。こうした一見面倒な作業に相手が付き合ってくれるかは「人間関係が全て」と安田さんは言い切る。

シンガポール在住歴は10年を迎えた。「海外販路開拓では想定外のことしか起きない。最初は失敗の連続だが、ポイントはなるべく小さな失敗を積み重ねること」と話す。本人もドバイでの事業に失敗し、一文無しになった経験があると今では笑って振り返る。



JCIシンガポールでの活動の様子



安田氏の著書

#### ◇課題先進国の経験が生きる

安田さんは自著「日本人として世界に挑む」(カナリアコミュニケーションズ)の中で、日本の強みは「課題先進国」である点と指摘した。公害、技術発展とその規制、高齢化、少子化、介護問題など経済発展途上のアジア諸国が直面する課題を既に経験しているのが日本だ。

その経験を財産として生かすため、「経験の棚卸しと、対象国の事情に即した形で適切な提案方法を用意しておけるか」が問われる。これこそ日本が提供できる価値で、世界に貢献しつつ事業を成長させる方法ではないかという見解を述べた。

安田さんは宮城県出身。大学時代にはヒッチハイクで47都道府県を回った。「400台以上の車に乗せてもらうなかで、運転手の話を聞いて学ぶのが好きになった。今のマーケティングの仕事にも生きている」とはにかむ。今後もシンガポールを拠点とするという安田さんは日本企業の海外展開を後押ししつづける。(シンガポール支局 佐藤滯)

# 河北新報

2020年(令和2年)  
12月26日(土)  
河北新報社  
〒980-8660  
仙台市青葉区五橋1-2-28  
www.kahoku.co.jp

「東」は、未来



総合案内 022(211)1111  
読者センター(211)1447  
ご購入申し込みは  
オオク ミナヨム  
0120-09-3746

再生へ心ひとつに  
東日本大震災関連記事  
葛尾工場発 上質ニット 新ブランド 23

## シンガポール在住起業家の安田さん 「挑戦を」後輩へエール

### 母校富谷・日吉台中で講演



シンガポール在住で日本製の商品やサービスの海外展開を支援する「ピンテーシマネジメント」社長の安田哲さん(35)の講演会が17日、「日本人として世界に挑む」と題して母校の富谷市日吉台中(生徒330人)であった。

安田さんは北大大学院修了後、NTTデータ勤務などを経て「海外で日本のファンを増やしたい」とアラブ首長国連邦(UAE)のドバイに家族で移住。現地での起業は失敗に終わったが、帰国後にシンガポールとの接点を得て、現在の事業を軌道に乗せた。

安田さんは「失敗は、目標を持つ人や何かにチャレンジ

した人しか得られない果実。悔しい思いをすることで学び、成長する」と意義を強調。「目標を定めて全力で頑張ってほしい」とエールを送った。

7年目というシンガポール生活に触れ「日本人の誠実さに厚い信頼が寄せられる一方、自分の意見を言わない問題点も指摘される」と世界目の目を紹介した。

全校生徒が熱心に聴き、質疑応答もあった。終了後、氏家颯翔さん(15)が安田さんに花束を贈呈。本郷世菜さん(15)は「怖いと思っていた失敗への思いが変わった。未来を決めるため、さまざまなことにチャレンジしたい」と語った。

## 新型コロナで職場体験中止…代わりに ビデオアプリで社会に触れた！



飯田西中 海外邦人経営者を講師に

画面越しにシンガポールで働く安田さんの話を聞く生徒たち

飯田市の飯田西中学校の2年生が22日、シンガポールで会社を経営する安田哲さん(35)を講師に、ビデオ会議アプリを使って進路について考える授業を受けた。例年の職場体験が新型コロナウイルスの影響で中止になったため、普段会えない社会人の体験を聞くとうとう2年1組担任の桜田誠一教諭(35)が大学時代の同期だった安田さんに依頼した。

総合学習の時間を活用。「大人になりたくない」「今のままがいい」という生徒たちに、安田さんは「誰かに喜んでもらってお金がもらえる大人って楽しいよ」と説明。「毎日プラス1%を頑張ることで、長い目で見ると大きなプラスになる」と呼び掛けた。

生徒たちは熱心に話を聞き、メモを取っていた。熊谷順紀さん(13)は「遠いシンガポールとつながれるってすごい」。中村翔斗さん(14)は「少しの努力を続けることで人生に大きな差が出ることが分かった」と話していた。

[講演数]

小学校	3校
中学校	3校
高校	10校
大学	3校



# シンガポール青年会議所Cityチャプター



2024 President

# 支援先



北海道大学  
HOKKAIDO UNIVERSITY

北海道大学パートナー



Be a Great Small.

中小機構

中小企業アドバイザー  
(新市場開拓)



一般財団法人

自治体国際化協会

プロモーションアドバイザー

# 協業先



*Tonino Lamborghini*

## CONTENTS

### 巻頭言

- 1 志を一つに  
佐賀県知事 山口 祥義

### ZOOM UP

- 2 **自治体のeコマース (EC) 活用**  
2 世界のオンラインショッピングの利用動向  
(一財)自治体国際化協会シンガポール事務所  
4 **海外展示会と越境 EC の落とし穴**  
ピンテージマネジメント株式会社 安田 哲  
6 旅行業界における越境 EC への取り組み  
JTB Pte. Ltd. Asia Pacific Headquarters 高岡 秀樹  
7 EC を活用した長野県の海外販路開拓支援の取り組み  
長野県産業労働部営業局 宮下 直人  
9 自治体同士が連携した地域特産品の海外展開  
Reginaa Pte. Ltd. 大瀧 佑紀  
聞き手: (一財)自治体国際化協会シンガポール事務所 藤井 達也・久原 陽介  
11 フランスの E-commerce 市場  
JETRO パリ事務所 西尾 友宏・井上 尚貴  
13 米国市場における EC 活用状況  
フォーカスアメリカコーポレーション 鎌本 健  
15 中国 EC 市場のトレンドと参入にあたっての課題  
(一財)自治体国際化協会北京事務所 羽根 実咲

### CLAIR トピックス

- 16 イベント情報・活動報告

### 現場レポート

- 20 ご当地グルメレシピ集の作成など  
新たな PR 手法に取り組みながら日本各地の魅力を発信  
～「HYPER JAPAN Festival 2022」に出展～  
(一財)自治体国際化協会ロンドン事務所 所長補佐 西川 史聖 (石川県派遣)  
23 ニューージーランド地方自治体協会年次大会  
(一財)自治体国際化協会シドニー事務所 所長補佐 岡崎 昭子 (高知県派遣)  
24 「第5回日中韓ビジネス大会」への参加  
(一財)自治体国際化協会北京事務所 所長補佐 橋本 友彰 (愛媛県派遣)  
25 経済活動助成事業 2021 年度実績報告  
～2023 年度事業を募集しています～  
(一財)自治体国際化協会交流支援部経済交流課 主事 永井 貴子 (札幌市派遣)  
27 多文化コミュニティ政策交流プログラム  
～英国における事前視察の様子をレポート！～  
(一財)自治体国際化協会多文化共生部多文化共生課  
30 札幌市の国際交流・多文化共生の取り組みについて  
札幌市総務局国際部交流課

### JET 活躍の現場から

- 32 異文化の相互理解を目指して  
高知県四万十市企画広報課

### JET からの手紙

- 34 私にとっての日本  
福井県鯖山市教育委員会事務局 外国語指導助手  
Megan Duncan (ダンカン・メーガン)

### 驚クレアな体験談 ～World 見聞録～

- 36 オーストラリアの生活に見られる Showing Respect の賢習  
(一財)自治体国際化協会シドニー事務所 所長補佐 清水 スリカ (東京都派遣)  
37 世界とつながり、はばたこう！  
滋賀県職工観光労働部観光振興局びワイチ推進室 主査 大沼 翔司

表紙写真



世界各地で自治体がeコマースを活用する事例が増えています。

- 自治体国際化協会 (CLAIR クレア) とは  
自治体の国際化推進を支援すること等を目的とする自治体の共同組織です。  
東京に事務局・本部を構え、ニューヨーク、ロンドン、パリ、シンガポール、  
ソウル、シドニー、北京に海外事務所を設置しています。JET プログラム  
事業、自治体の海外活動の支援、語外国の地域活性化に関する情報収集、  
さらには日本の地方自治体制度の世界への発信などを実施し、自治体と世  
界各国の懸け橋となっています。
- JET プログラムとは  
JET プログラム (語学指導等を行う外国青年招致事業) とは、外国青年を  
招致して地方自治体等で任用し、外国語教育の充実と地域の国際交流推進  
を図る事業です。ALT (外国語指導助手)、CIR (国際交流員) 及び SEA  
(スポーツ国際交流員) の3種類があり、2019年7月1日現在 57 か国から  
5,761 人の青年が国内各自治体で活躍しています。
- 詳細はクリアホームページで! <http://www.clair.or.jp/>

海外展示会への参加、そして越境 EC への商品掲載が目的になっている自治体が多い。しかし残念ながら、準備のない海外展示会への参加と越境 EC への商品掲載は、時間と金を無駄にするばかりか、実施後に何の学びも得られないことがほとんどだ。これらは目的ではなく、日本の商品を海外に売るための手段の一つなのだが、その認識を持っている自治体職員は少ない。

## 日本の商品が売れる時代の終焉

筆者はシンガポールに移住し9年目になるが、この間に、驚くほどたくさんの日本の商品/サービスがシンガポールで気軽に手に入るようになった。なぜこれらの製品やサービスがシンガポールで受け入れられているのか？それは、一昔前と比べ、オフライン販売（海外に商品を輸出し商品を販売）量が増加したことと、それに加えオンライン販売（越境 EC、海外 EC で商品を販売）がより広く普及したからだろう。

その中でも売れている商品は、市場調査とマーケティングを行い、お客様に届けたい商品の物語（ストーリー）を明確にし、適切な値付けおよび必要なプロモーションを行い、最適な商流を構築し現地パートナーがしっかり儲けられる仕組みを構築しているからだ。一昔前、日本の商品が海外で気軽に入手できなかった時代には、「日本の商品」に現地パートナー/ディストリビューター候補が群がった時代があったようだが、今は違う。今では「日本の商品 (Made in Japan)」という要素は、商品の魅力を構成する数多ある項目の中の一つになっている。

## 準備の無い海外展示会は無駄

「海外展示会」は、お手軽なオフラインでの海外展開手法と認識されているが、準備をせず出展しても何も得られることはなく、時間と金が無駄になる場合が多い。なぜかという、理由は二つある。一つ目は、準備をしていない展示会には、本気で日本の商品を扱いたい現地パートナー/ディストリビューターはほとんど来場していないため、そして二つ目は、出展企業側および自治体

側の準備不足で商談につながらないためだ。

一つ目について、多くの場合、来場している現地パートナー/ディストリビューターは、現地主催者が懇意にしている仲の良い人、もしくは来場してくれたら費用を払う、という形で来場している頭数合わせである場合が残念ながら多い。商品に興味のある現地パートナー/ディストリビューターを展示会に招聘するためには、事前準備（国内類似商品との差別化、定量的かつ定性的ストーリーの作成、商流構築、商品価格（日本での卸価格と海外での卸価格）の仮設定、事前テストマーケティング、取引条件など）を行うことが必須となる。

二つ目については、先ほど述べた事前準備未着手の状態に出展する企業が多く、主催者（受託者）も自治体（発注者）も準備の大切さを伝えておらず、仮に運よく現地パートナー/ディストリビューター候補が商品に興味を持ってもらったとしても、その後商談が進展する確率はほぼゼロとなる。

残念ながら、上記二点を認識している自治体はほぼ皆無で、主催者も言われたからやっている、というのが実態で、展示会を行うことが目的になってしまっている。これでは、出展企業にとっても自治体にとっても、何の学びもなく、次年度に生かせる経験は得られない。ちなみにアンケートフォームをしっかりと準備し、現地の方の声を集めることを目的とした展示会や試食会は大いに意義があり、そのフィードバックをもとにローカライズを進めるとより売りやすい商品ができあがる。

## EC に出しても売れない

さて、これまでは海外展示会（オフラインの販路開拓）の話を書いてきた。しかし、EC にしろ展示会にしろ、商品を売るための本質は変わらない。繰り返しになるが、売れる商品は、「日本の商品」だから売れるのではなく、市場調査とマーケティングを行い、お客様に届けたい商品の物語（ストーリー）を明確にし、適切な値付けおよび必要なプロモーションを行い、最適な商流を構築し現地パートナーがしっかり儲けられる仕組みを構築してい

るから売れるのだ。

ここではまず、一般的な貿易（輸出）と越境ECとの違いを表1で簡潔に述べる。

項目	貿易（輸出）	越境EC
許認可	輸出対象国の許認可に準ずる	日本国内の許認可に準ずる
物流	輸出入業者を利用	対象国に個別配送
ラベル	現地語ラベル必要（B to Cの場合）	現地語ラベル不要
付加価値税	輸入者が支払う	購入者が支払う（\$400以上）

表1 Singaporeにおける貿易（輸出）と越境ECの違い

両者の一番の違いは、販売対象国の許認可を取得する必要があるかないか、である。

次に、越境EC（日本国内の商品を対象国の顧客に配送）と海外EC（対象国の倉庫にある商品を、対象国の顧客に配送）の違いについて以下表2で述べる。

項目	越境EC	海外EC
商品保管	日本国内の倉庫	対象国の倉庫
許認可	日本国内の許認可に準ずる	輸出対象国の許認可に準ずる
利点	対象国の許認可取得が不要 *例外もあるため要調査	すぐに配送が可能
注意点	配送に時間を要する	対象国の許認可取得が必要

表2 越境ECと海外ECの違い

国内ECと越境ECで同じ商品を扱う場合には、価格をすぐ比べられてしまうため、安易に「海外は高く売れる」と思い高値をつけよう留意すべきだ。どうしても似た製品で高価格帯の商品として売りたい場合は、パッケージを変えるなどの工夫が必要となる。

最後に、自社ECとECプラットフォームの違いについて表3で違いを述べる。

すでに利用者を多数抱えているECプラットフォームに商品を掲載できれば、既存プラットフォーム利用者に一気に商品を認知してもらえるという利点がある一方で、

項目	自社EC	ECプラットフォーム
顧客情報	入手可能	入手不可能
利益	大きい	小さい
物流	自社構築が必要	既存物流を利用できる場合あり *自社構築が必要な場合もある
集客	自社で一から集客が必要	プラットフォーム利用者にアプローチ可能

表3 自社ECとECプラットフォーム利用時の違い

顧客情報（性別や年齢など）は入手できないというデメリットもある。また、最近では各種ECに加えライブコマースも活況を呈しており、ぜひ販路の一つとして検討してもらいたい。

## どうやって日本の商品を売るか？

海外展示会も越境ECも、商品を売るための一つの手段であるということはこれまで述べてきた。では、どうやったら日本の商品が売れるのだろうか？

最初にやるべきことは、日本国内での商品の差別化ストーリーを作ること、そして、そのストーリーを伝えながら現地でテストマーケティング（試食会や試用）を行い、現地の消費者／顧客／販社の声を聴くことだ。

なぜなら日本で売れているものがそのままの見せ方や伝え方で売れるということとはまばなく、表記やデザイン、味を現地の人に受け入れられるよう現地化（ローカライズ）することで受け入れてもらえる可能性はグッと増すからだ。

### プロフィール



#### 安田 哲

ピンテージマネジメント株式会社代表取締役社長。  
シンガポール移住9年目。日本ファンを世界中に増やすため、シンガポールに拠点を構え日本の商品を世界中に販売する事業や食品製造業を営む。これまで400社以上の日系企業の海外展開支援実績を有する。北海道大学パートナーも兼務。

# 開拓者に聞く 代替肉の可能性と未来

-最前線シンガポールで創る新たな市場機会-

TOYO SEKAN GROUP  
Future Design Lab  
Chief Business Development  
瀧山 博典

Next Meats Singapore CEO  
Vintage Management Pte Ltd.  
Managing Director  
北条 浩太  
北条 浩太

株式会社ユーザベース  
SPEEDA執行役員  
東南アジア事業CEO  
内藤 隆雄

SPEEDA ×  × NEXT MEATS

# BeritaHarian.sg

eNewsletter

EDISI CETAK

ePaper BeritaHarian

Setempat Dunia Ekoniaga Sukan Berita Terkini Gaji Hidayah Soshiok Halall Kisah Zakat Kembara Lain

UFM  
100.3  
U选好歌, 听不可!

UFM100.3  
RADIO  
歌王  
SINGER

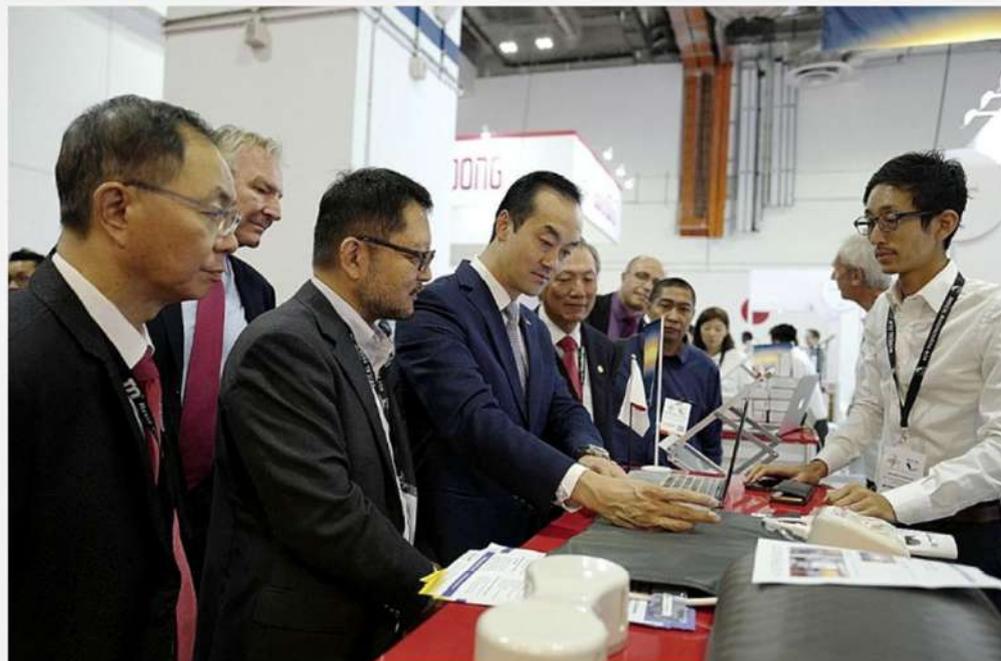
VOTE NOW ON  
UFM1003.SG

ON AIR

## Firma perlu bekerjasama demi kembangkan teknologi perubatan

Aug 30, 2018 | 05:30 AM

f 0   Kongsi



**GALAK PENGEMBANGAN SEKTOR:** Dr Koh Poh Koon (empat dari kiri) menyarankan syarikat teknologi perubatan supaya berinovasi dalam suasana Asia yang pesat pertumbuhannya. Beliau dirakam meneliti alat pembedahan dalam sesi tunjuk cara di reruai Pameran Perubatan Asia 2018 dan Pengilangan Perubatan Asia 2018. - Foto MESSE DÜSSELDORF ASIA

SYARIKAT setempat perlu bekerjasama demi mengembangkan industri teknologi perubatan, kata Menteri Kanan Negara (Perdagangan dan Perusahaan) Dr Koh Poh Koon semalam.

Berucap dalam Pameran Perubatan Asia 2018 dan Pengilangan Perubatan Asia 2018 - dua pameran yang kini berlangsung di Marina Bay Sands dan mempamerkan inovasi dan teknologi daripada 1 220 peserta 62 negara - beliau berkata:

Rabu, 12 September 2018

2 Muharam 1440

Waktu Solat	Subuh	Syuruk
	5:41	6:58
	Zuhur	Asar
	1:02	4:06
	Maghrib	Isyak
	7:05	8:14

3 HR PSI: 37

27° / 24°

Selasa

Rabu

Khamis

### BERITA PENGIKLAN

MUAT TURUN APLIKASI



Langgani pakej semua-dalam-satu Berita Harian serendah \$18.99 sebulan.

Allianz  
Global Investors  
Uniting youths through the greatest game known to man  
FIND OUT MORE →

自由をどう使うか  
Audi



## コロナ禍で企業 / 自治体がすべきこと

ピンテージマネジメント株式会社 安田 哲

「コロナ禍」という理由で思考を停止してはいけない。「コロナ禍」の今、何ができるか？を考え続けることが大切である。

シンガポールに移住し7年間、日本企業の海外展開を支援している筆者は、このコロナ禍が、これまで海外展開できていなかった企業が海外展開の一步を踏み出すキッカケになったと認識している。

まだ海外展開をしていない企業の多くは、資金、経験、海外人材等のリソースが少ない中小零細企業である。そもそもこれら中小零細企業はコロナ禍前から、従来の日本企業が行ってきた、現地法人を設立し駐在員を送り込み長い時間をかけ現地の販路を開拓する、ということができない状態にあった。

ところが、今回のコロナ禍で状況は一気に変わった。

リソースが少ない中小零細企業でも、オンラインを有効活用することで、現地に拠点を構えなくても、そして現地に足繁く渡航せずとも、商談できるようになったのだ。

しかし、この恵まれた環境は、企業の規模、そして拠点を問わず、全ての事業者に平等に与えられてしまったのも事実である。

この環境下で企業がやるべきことと、自治体が行える海外支援についてこれから述べていく。

企業は以下の3点について、今のうちに準備しておく必要がある。それは①国内競合品との差別化を行うこと、②インターネットを用い海外競合品の市場調査をすること、そして、③オンラインテスト販売を試みることである。

まず、①差別化について、実は多くの企業が、自社製品と日本国内の競合商品との差別化を行っていないのである。これまでは人間関係等で売れてきたかもしれないが、オンラインの世界では購入者はとにかく「比較」をする。その比較に耐えられるだけの定性的、定量的な差別化ストーリーを作ることがとても大切になる。自治体においても同じことが言える。自治体の名産品は、他地域の同じ商品と比べてどう差別化できるのか？この機会に是非考えて欲しい。

②海外競合品の調査については、翻訳機とインターネットがあれば誰でも調査ができる。検索キーワードにより出てくる商品が異なることもあるが、世界の競合製品の性能や金額感が見えてくる。そうすると、自社製品との「差」が見えてくるのだが、多くの商品で、競合が「日本国内の類似商品」になる。そのため、やはり①国内競合品との差別化はとても大切になってくる。

最後の③オンラインテスト販売については、海外でのテスト販売をこの機会にトライしてもらいたい。越境ECや現地EC、そしてライブコマースなど、展示会以外の販売方法が多数選べるようになっており、物理的な展示会より効果的にターゲット情報を入手できる。

上記3点を行う企業を支援するために自治体ができることは、①、②に関するプロを招へいた勉強会を主催すること、そして③についてはプラットフォームを有する事業者と提携し海外オンラインテスト販売機会を提供することである。オンラインテスト販売は、海外に赴き開催する展示会よりも開催予算を抑えられる。例えばシンガポール在住のシンガポール人対象に、スマホで日本の観光地をつなぎ、その観光地の商品をシンガポールのECで販売するという施策が実施できる。このように、渡航せずとも海外プロモーションができるということを知らない企業が多いため、情報および機会を提供することが大切である。



利用者がほとんどいないシンガポールチャンギ空港。国際的な人の流れは止まってしまったが、渡航せずに行える海外オンラインプロモーションを行う良い機会である

### プロフィール

安田 哲 (やすだ あきら)  
ピンテージマネジメント株式会社代表取締役社長。  
シンガポール移住7年目。日本ファンを世界中に増やすため、シンガポールに拠点を構え日本の商品を世界中に販売する事業を営む。これまで300社以上の日系企業の海外展開支援実績を有する。



シンガポールへの輸出にチャレンジ!



# シンガポール市場販路開拓支援事業 キックオフセミナー

「海外へ販路拡大を行いたい」「輸出に興味はあるが何から始めればよいか分からない」…など、輸出を検討している事業者様に向け、**シンガポール市場販路開拓支援事業**を実施します!

**現地専門家が「商品の選定」から「磨き上げ」までをトータルサポート!**

**現地企業への営業も代行!**

**事業参加料 無料! (定員10社)** ※一部必要な経費が発生します。

事業の詳細は  
チラシ裏面へ

事業について詳しく説明するキックオフセミナーを以下の内容で開催します。

## 日時・場所

6月22日(木) 14:00～ オーテピア 4階ホール  
(高知市追手筋2-1-1)

## セミナー申込

チラシ裏面「参加申込書」に必要事項を記入のうえ、メール又はFAXにてお申し込みください。

## 講師

ビンテージマネジメント株式会社  
代表取締役社長 安田 哲 氏

日本とシンガポールに日系企業の海外進出支援を行う会社を設立する一方、シンガポールで食品製造販売業を営む。

中華系・マレー系のシンガポール人スタッフを有し、現地人目線での販路開拓活動を行い、400社以上の日系企業の商品プロデュースを実施。

シンガポール、ベトナム、インドネシア、サウジアラビア、各国で、日本製の商品/サービスを拡販する事業を展開中。

国内外に有する強力なRight Partner (代理店・顧客候補) に対し、ビジネスプロデュースした商品/サービスを提案することで、支援先企業の売上増を実現している。



主催  
申込み  
問い合わせ先

高知県貿易協会 (県産地消・外商課 輸出振興室内) 担当: 西村・岡内

電話: 088-823-9752 FAX: 088-823-9262

E-Mail: export-120901@ken.pref.kochi.lg.jp



## 貿易記念日講演会×高知県海外ビジネス交流会 海外展開支援セミナー

高知県貿易協会では、6月28日の「貿易記念日」にちなみ、県の第4期産業振興計画にも位置づけられている「海外への輸出の強化」を目指し、貿易振興に係る講演会を開催しています。

今年度は、さらなる輸出拡大に向けた取組の一環として「高知県海外ビジネス交流会」が発足されたことを受け、同交流会と連携し、海外展開支援セミナーを開催します。

日時

6月23日(金) 15:30～(15:00受付開始)

場所

セリーズ 3階 マリンホール (高知市高須砂地155番地)

プログラム

15:30～17:00 海外展開支援セミナー  
17:15～19:15 懇親会

※海外展開支援セミナーは高知県貿易協会総会後に行います。

海外展開を  
検討している方  
必聴！！

### 海外展開支援セミナー (15:30～17:00) 定員80名

#### 海外進出をすべき理由！海外進出のポイント！

海外で活躍されるビンテージマネジメント(株)安田氏から、これまでの海外での活動における**成功例**や**失敗談**など交えながら、海外進出をすべき理由や海外における日本製品の**評価**、**ものづくり企業が陥る落とし穴**、**販売等のポイント**など様々な内容についてご講演いただきます。

講師

ビンテージマネジメント株式会社

代表取締役社長 **安田 哲 氏**

日本とシンガポールに日系企業の海外進出支援を行う会社を設立する一方、シンガポールで食品製造販売業を営む。  
中華系・マレー系のシンガポール人スタッフを有し、現地人目線での販路開拓活動を行い、400社以上の日系企業の商品プロデュースを実施。  
シンガポール、ベトナム、インドネシア、サウジアラビア、各国で、日本製の商品/サービスを拡販する事業を展開中。  
国内外に有する強力なRight Partner (代理店・顧客候補) に対し、ビジネスプロデュースした商品/サービスを提案することで、支援先企業の売上増を実現している。



### 懇親会 (17:15～19:15)

セミナー終了後に懇親会を開催します。(シリーズ 2階 筆山 (座敷))  
業種を問わず情報交換をしていただけますので、ぜひご参加ください。

●会費 1人あたり 一般 7,800円 貿易協会会員 5,000円 (なお1社につき2名様まで)

主催：高知県・高知県貿易協会 共催：JETRO高知

# 一般社団法人 越境ラボ オープニングイベント



越境ビジネスに関心のある  
皆さまのご参加をお待ちしております！

講演テーマ

## 『最短で海外展開を成功させる3つのポイント』

### 当日のスケジュール

受付 17:15 -

第一部 講演会 | 第二部 懇親会

18:00 - 19:00 | 19:00 - 21:00

### 日時

2023/11/29 (水) 18:00~21:00

### 会場

会場名 学士会館 201号室  
住所 〒101-0054 東京都千代田区神田錦町3-28  
電話 03-3292-5936

### 講演予定者



越境ラボ理事長  
安田 哲

ピンテージマネジメント株式会社  
代表取締役

自治体国際化協会アドバイザー、北海道大学パートナー、  
2014年よりシンガポールに居住。累計450社以上に及ぶ  
国内外の越境事業展開の支援実績がある。



ゲストスピーカー  
阿田 昇

株式会社コンパスポイント  
代表取締役

中小企業、JICA、複数の銀行や団体のアドバイザー、  
累計700社以上に及ぶ日本企業の海外展開の支援実績がある。

### 参加費用

12,800円 (税込)

## OPENING EVENT

本イベントは越境ビジネスに参入したい事業者の方と、その支援事業  
を行う企業や団体の方の双方を対象にしております。

参加することで、下記のようなメリットがご期待できます。

- 普段触れられない越境ビジネスの知見が得られる
- 同じニーズや悩みを持つ事業者に出会える
- 支援したい企業/団体と、支援を望む事業者間でのマッチングの機会

### 協賛パートナー一覧



お申込みはこちらから



公式HP

<https://ekkyo-labo.jp/>

イベントURL

<https://ekkyo-labo-opening-event.peatix.com/>