

JAPAN SELECTION 2025

実施報告書

主催:  dmk inc.  dmk Thailand

1.まずはじめに

今回の御礼

2025年1月16日（木）・17日（金）・18日（土）の3日間にて開催された『JAPAN SELECTION 2025』は、無事閉幕致しました。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。

昨年2024年に第1回を実施し、第2回となる今回は出展企業や来場者、さらにはイベントも前回以上に充実させることを目指しました。

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。

次回第3回となる『JAPAN SELECTION 2026』も来年同タイミングで開催予定となります。
また開催にまつわる各種詳細は、後日発表させていただきます。

是非ともご出展、ご来場を検討いただきますよう宜しくお願い致します。

藤本 耕平
JAPANELECTION 2025 実行委員会 委員長



2.会期当日のご報告 (B2B/B2C)

各種開催情報

2025年1月16日（木）・17日（金）・18日（土）の
計3日間で開催させていただきました第2回目となる

今回『JAPAN SELECTION 2025』には、

出展企業数：59社（14都道府県）、来場者数：3,169人となりました。

※出展企業、来場者数の内訳等は以降のページに記載

■『JAPAN SELECTION 2025』開催情報

開催日時：【B2B】2025年1月16日（木）17日（金）10時～18時

【B2C】2025年1月18日（土）10時～17時

開催場所：QSNCC HALL 7

開催内容：① 開会式

② 奥田シェフオイル寿司セミナー（横浜丸魚株式会社プレゼンツ）

③ ご当地キャラクターPRショー

（一般社団法人日本ご当地キャラクター協会プレゼンツ）

④ 商品紹介セミナー（ENGAWA株式会社プレゼンツ）



2.会期当日のご報告 (B2B/B2C)

スポンサー・パートナー・後援のロゴは開催のホームページ
出展に関するご案内のチラシにて広く配布させていただきました。
ご協力いただき誠にありがとうございました。

スポンサー・パートナー

スポンサー / パートナー

オフィシャルスポンサー



オフィシャルパートナー



後援

後援



在タイ日本国大使館
Embassy of Japan in Thailand



日本商工会議所
The Japan Chamber of Commerce and Industry



日本政府観光局



一般財団法人
自治体国際化協会



全国商工会連合会
Central Federation of Societies of Commerce and Industry



2.会期当日のご報告（B2B/B2C）

出展社の模様



2.会期当日のご報告（B2B/B2C）

出展社の模様



2.会期当日のご報告（B2B/B2C）

出展社の模様



2.会期当日のご報告（B2B/B2C）

開会式の模様



2.会期当日のご報告 (B2B/B2C)

開会式の模様



2.会期当日のご報告（B2B/B2C）

開会式の模様



2.会期当日のご報告（B2B/B2C）

商談の様様



2.会期当日のご報告（B2B/B2C）

商談の様様



2.会期当日のご報告（B2B/B2C）

商談の様様



2.会期当日のご報告（B2B/B2C）

奥田シェフセミナーの様様 (横浜丸魚株式会社プレゼンツ)



2.会期当日のご報告（B2B/B2C）

MOU締結の様様

（2025年度、地方創生へ向けた 日本ご当地キャラクター協会、パンクチュアル、DMKの覚書締結）



2.会期当日のご報告（B2B/B2C）

キャラクターショーの様様 (一般社団法人日本ご当地キャラクター協会プレゼンツ)



2.会期当日のご報告 (B2B/B2C)

出展企業一覧

« 寿司/水産物 »

- ・ 株式会社海老正
- ・ 鈴茂器工株式会社 / WORLD PACK SYSTEM CO.,LTD.
- ・ 横浜丸魚株式会社
- ・ 株式会社パンクチュアル

« 和牛/畜産物 »

- ・ 株式会社丸富商店
- ・ 株式会社銀閣寺大西
- ・ GSFood株式会社
- ・ 大和食品株式会社
- ・ 日鉄物産株式会社【Thailand】

« スイーツ/菓子 »

- ・ 株式会社アサヒテックコーポレーション【Thailand】
- ・ 株式会社イノウエ
- ・ 株式会社ミースフリー【OMOTENASHI Selection】
- ・ カネダ株式会社
- ・ 株式会社フラワー
- ・ 株式会社高橋総本店

« 青果物 »

- ・ JAハイナン(ハイナン農業協同組合)【静岡セレクション】
- ・ こと京都株式会社
- ・ 大成農材株式会社

« 加工食品 »

- ・ 株式会社トマトップ【静岡セレクション】
- ・ さとの雪食品株式会社
- ・ 株式会社日本海水
- ・ 株式会社サンライズグランドフーズ
- ・ 株式会社宝仙堂

2.会期当日のご報告（B2B/B2C）

出展企業一覧

« 調味料 »

- ・株式会社田丸屋本店【静岡セレクション】
- ・株式会社マルハチ村松【静岡セレクション】
- ・京都グレインシステム株式会社
- ・赤穂あらなみ塩株式会社
- ・マルマン株式会社

« お酒 »

- ・株式会社大村屋酒造場【静岡セレクション】
- ・Prumplum Umeshu【Thailand】

« 飲料 »

- ・マツバ製茶株式会社【静岡セレクション】
- ・株式会社トーエル

« ラーメン »

- ・西山製麺株式会社

« IP/キャラクターコンテンツ »

- ・株式会社BS日本
- ・一般社団法人日本ご当地キャラクター協会
- ・日本貿易振興機構 日本食品海外プロモーションセンター【Thailand】
- ・株式会社ディー・エム広告社【Thailand】

« 伝統工芸品 »

- ・株式会社ユーアイツ

2.会期当日のご報告 (B2B/B2C)

出展企業一覧

« その他 »

- ・ 有限会社ビディア
- ・ 株式会社千石【Thailand】
- ・ 一般社団法人 地域支援活用研究会
- ・ 株式会社NIL【OMOTENASHI Selection】
- ・ 株式会社ダイニチ・コーポレーション【OMOTENASHI Selection】
- ・ 株式会社STI-IR【OMOTENASHI Selection】
- ・ 合同会社303CATLAB【OMOTENASHI Selection】
- ・ 旭化成株式会社【Thailand】
- ・ OSP LABEL (THAILAND) CO.,LTD.【Thailand】
- ・ RX Japan 株式会社
- ・ タイ錦鯉協会 (TNPA)

« 屋台 »

- ・ Nanase Ramen / Y's Café【Thailand】
- ・ What We Found Kombucha【Thailand】
- ・ Devanom Premium Thai Rice Wine【Thailand】
- ・ AMATERU【Thailand】
- ・ Itsuki Ramen【Thailand】
- ・ Jamie's Burger & Hot dog【Thailand】
- ・ Sakeseeker【Thailand】
- ・ Asan Service【Thailand】
- ・ Nomihodai Izakaya【Thailand】
- ・ KALDI COFFEE【Thailand】

第一回目の50社から増え、
今年は延べ**59社**が出展する結果に！

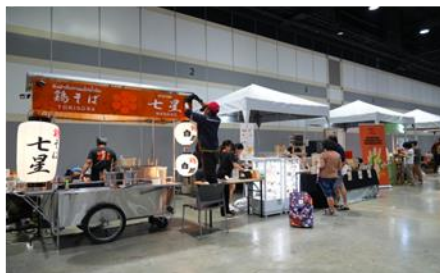
2.会期当日のご報告 (B2B/B2C)

出展企業 商品一覧



2.会期当日のご報告 (B2B/B2C)

出展企業 商品一覧



2.会期当日のご報告 (B2B/B2C)

来場者結果

『JAPAN SELECTION 2025』来場者実績

Jan.2025	16 (Thu)	17 (Fri)	18 (Sat)	TOTAL
	Buyer Day	Buyer Day	Visitor Day	Total
来場者数	566人	379人	2,224人	3,169人

3日間で延べ
3,169人が来場

うち**592社**の
バイヤー/卸企業が
本展示会に！

★前年比：104%UP!!

※昨年度3047名来場

★前年比：163%UP!!

※昨年度363社来場

■来場バイヤー/卸企業（※抜粋/ABC順）

- Aeon (Thailand) Co.,Ltd.
 - Central Group Company
 - CP ALL Public Company Limited
 - Daisho (Thailand) Co.,Ltd
 - DONKI(THAILAND)Co.,LTD.
 - KOBE-YA SHOKUHHIN KOGYO CO.,LTD.
 - Matsuda Sangyo Trading (Thailand) Co., Ltd.
 - OOTOYA HOLDINGS CO.,LTD.
 - Siam Takashimaya (Thailand) Co., Ltd.
 - The mall group co.,ltd
 - UFM Fuji super
 - Zensho(Thailand) Co., LTD
- And more.

3.出展社に関する情報

出展社の実績【その①】

本展示会をきっかけによる、タイでのビジネス展開の実績例



畜産物出展 A社

肉の卸企業、
個人飲食店と商談中



水産物出展 B社

大手財閥企業「C Pグループ」、百貨店
「モールグループ」有名大型スーパー
「Tops」など複数社と商談中



自治体 C団体

外食チェーンへ伝統工芸品の
販売契約済み



加工食品出展 D社

大手財閥企業「セントラルグループ」
取引開始ほか複数社と商談中



畜産物出展 E社

有名大型スーパー「Tops」と
取引開始



畜産物出展 F社

タイ版コストコ「MAKRO」、
百貨店「モールグループ」、外食
チェーンなど10カ所以上と取引開始



加工食品出展 G社

ショッピングモール「タニヤプラザ」
に今年オープンしたカフェ
「AMATERU」の商品に採用



加工食品出展 H社

大型ショッピングモール
「サイアム・スクエア」と取引開始



自治体 I団体

百貨店「モールグループ」より
わさびを利用した商品について
問い合わせが有り商談予定



製麺食品出展 J社

百貨店「モールグループ」より
麺に関する問い合わせにより商談中

3.出展社に関する情報

出展社の実績【その②】

本展示会をきっかけによる、タイでのビジネス展開の実績例



スイーツ出展 K社

タイの日本食レストラン
(日本亭)での導入検討中



その他 L社

百貨店 THE MALL GROUPの
飲料/乾物/生鮮食品の各仕入れ担当と
マッチ、具体的なビジネスへ



畜産物出展 M社

大戸屋/カルディと商談中
和牛の輸出に向け協議



水産物出展 N社

セントラルリテールより包丁の砥石を
定期的に仕入れたいとの依頼あり



青果物出展 O社

サイヤムパラゴンより商品の
問い合わせあり、提案継続中



IP出展 P社

日本販売商品の輸入打診あり
今後のライセンスアウトに手ごたえ



水産物出展 Q社

魚力/活みどり寿司との
コネクション、タイ輸出具体化へ



スイーツ出展 R社

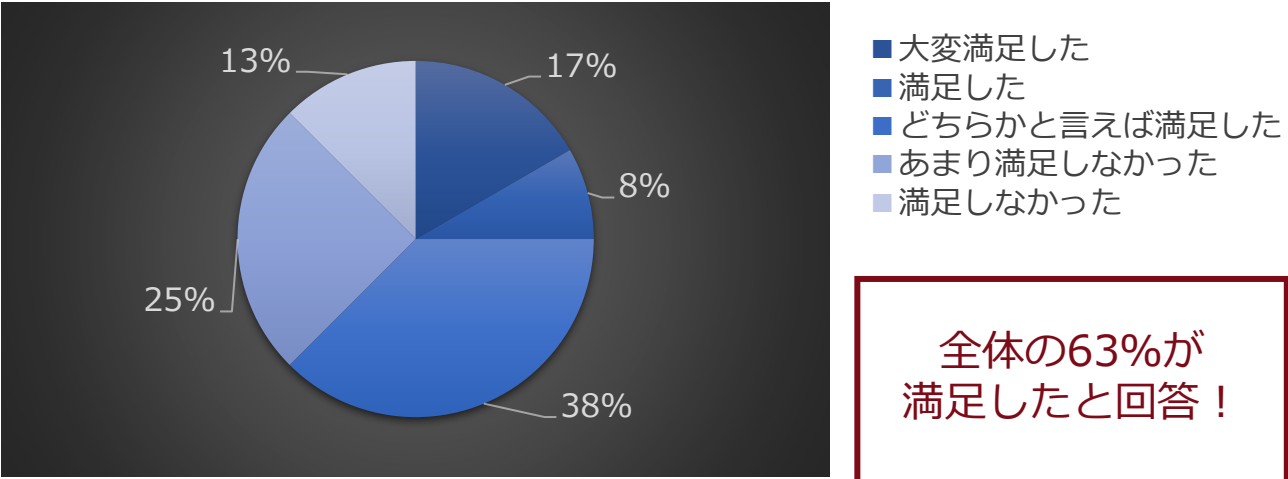
CPALL/THE MALL GLOUPとの
コネクション、タイ輸出具体化へ

『JAPAN SELECTION』にご出展いただいた企業様の中では
会期中での具体的な商談から、その後ビジネス展開された実績も
数多くございます。上記はその一例になります。

3.出展社に関する情報

出展社アンケート結果

Q：本展の満足度についてご回答ください



- 

予想以上に、中身のある商談を重ねることができました
- 

初めての出展だったのですが、
有力な財閥系バイヤーが数多く来てくれることは良かった。

ジャンル	商談件数
自治体（6自治体合同）	100件
スイーツ・菓子 K社	54件
事業会社（5社合同）	39件
その他 R社	35件
加工食品 S社	30件
寿司・水産物 S社	30件
加工食品 S社	30件
ラーメン N社	20件
スイーツ・菓子 T社	18件

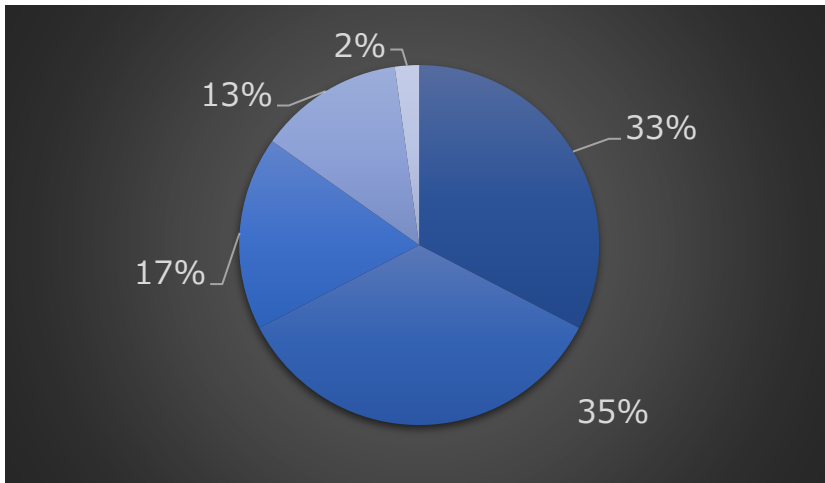
ジャンル	商談件数
IP N社	10件
スイーツ・菓子 I社	10件
和牛・畜産物 G社	10件
青果物 K社	10件
その他 V社	10件
IP B社	7件
加工食品 M社	5件
和牛・畜産物 D社	3件
和牛・畜産物 M社	2件

平均すると、1社あたり16件の具体的な商談が発生！

4.来場者に関する情報

来場者アンケート結果

Q：本展の満足度についてご回答ください



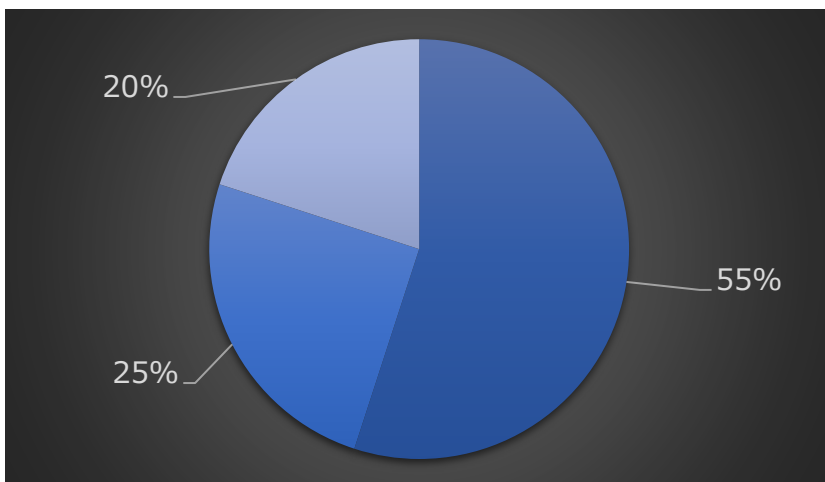
- 大変満足した
- 満足した
- どちらかと言えば満足した
- あまり満足しなかった
- 満足しなかった

全体の85%が満足したと回答！



本当に気に入りました。
日本からの商品や食べ物をもっと持ってきて欲しいです。

Q：導入をしたい商品はございましたか？



- 1点以上あった
- 5点以上あった
- なかった

全体の80%が導入したいと回答！

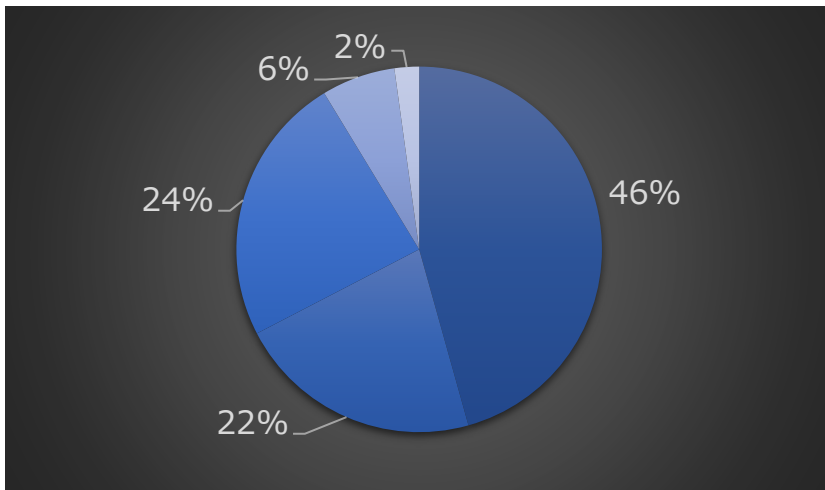


この展示会を通じて、品質の素晴らしい製品を
たくさん見つけることができ、知り合いにも紹介しました。

4.来場者に関する情報

来場者アンケート結果

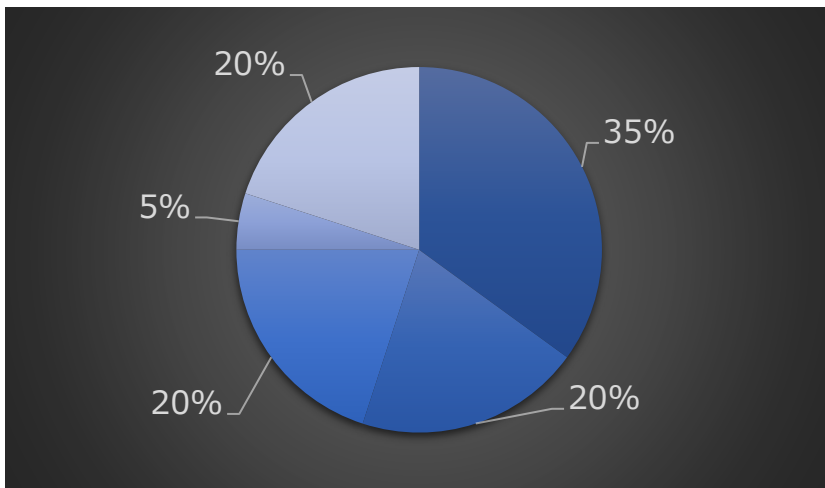
Q：次回も来場したいと思いますか？



- 是非来場したい
- 来場したい
- どちらかと言えば来場したい
- あまり来場したくない
- 来場したくない

全体の92%が
来場したいと回答！

Q：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。



- 商品の仕入れを決定する
- 商品の検討開始を指示する
- 商品の情報収集/比較検討を行う
- 商品の仕入れを提案する
- その他

全体の55%が
決裁権者に！

- ・ 調味料
 - ・ 飲料
 - ・ 酒類
 - ・ 和牛
 - ・ IP関連
 - ・ ペット用品
 - ・ 果物
 - ・ 健康的な食べ物
 - ・ 子供向け食品
 - ・ 出汁
 - ・ 消費材
 - ・ 文房具
- 等

バイヤー・卸企業の
希望する
日本商品一例

5.メディアに関する情報

掲載メディア一覧

■ 来場メディア一覧（※抜粋）

- ・ ASEAN NOW オンラインニュース
- ・ 東京新聞・中日新聞
- ・ NNA (THAILAND) Co.,Ltd.
- ・ JIJI PRESS (Thailand) Co., Ltd.
- ・ TNJC
- ・ Iconnex Thailand
- ・ NIKKEI Asia
- ・ CENTRE OF WISDOM Co., Ltd.
- ・ ITAR-TASS
- ・ Fuji Television Network, Inc.

And more.

■ リリース事例

フジテレビ

<https://youtu.be/6a8inn3KRVU>



Ch8 (タイ)

<https://youtu.be/5eQKjTiW8v4>



5.メディアに関する情報

掲載メディア一覧

時事通信

JJI-WEB | 時事通信社

<https://jijiweb.jiji.com/apps/contents/view/20250116/1000/v>

★ 最新ニュース > タイ > タイ・経済/マーケット

タイ・経済/マーケット

「ジャパン・セレクション」開幕＝日本の農林水産品展示会－タイ (2025/01/16-17:22)



【バンコク時事】日本の農林水産品の展示会「ジャパン・セレクション」が16日、バンコクのクイーン・シリキット国際会議場で開幕した。約50社・団体が出展し、タイのバイヤーが日本の特産品を直接買い付けることができる。18日まで3日間の開催で、最終日は一般客の入場も可能。

静岡県6市町の業者の出展を支援した静岡市経済局農林水産部の増田圭主査は「静岡にはワサビや茶などの特産品があるが、日本国内の市場では伸び悩んでいる。今回の出展を通して海外にチャンスがあるのかどうかを探りたい。生産者が海外市場に出るきっかけになれば良いと思う」と話した。

主催者は「日本の食材に特化した見本市は珍しい。今後はタイだけでなく東南アジア諸国連合（ASEAN）全域でこのようなイベントを開きたい」と話した。（了）



日本食材を試食するバイヤーら＝16日、バンコク（時事）

中日新聞、東京新聞

日本のおいしさ タイでアピール

販路拡大目指し見本市

【バンコク＝藤川大樹】タイの首都バンコクで16日、農林水産品を中心とした見本市「ジャパン・セレクション」が3日間の日程で始まった。約50社がタイ



16日、タイ・バンコクで、浜松餃子と浜名湖産のウナギを売り込む酒井啓司さん（左）＝藤川大樹撮影

での販路拡大を目指し、バイヤーらに日本各地の特産品を売り込んだ。

広告代理店「ディー・エム広告社」（東京都江東区）が主催し、在タイ日本大使館や日本貿易振興機構（ジェトロ）バンコク事務所などが後援。会場のブースには、近江牛やトマトジュースなどが並び、来場者は試食や試飲を楽しんだ。

2回目となる今回は、静岡県の5市1町が特設ブースを設けるなど、静岡の特産品が目立った。

食品商社「サンライズグランドフーズ」（静岡県磐田市）は、浜松餃子（ギョーザ）や浜名湖産のウナギを出品。常務取締役の酒井啓司さん（39）は「日本のおいしい食材を世界へ広めたい」と意気込んでいた。

5.メディアに関する情報

NNA (THAILAND) CO., LTD.

23/61 Sorachai Building 18 Floor, Sukhumvit 63 Road, North Klongtan, Wattana, Bangkok, 10110 Thailand
Tel : 02-392-0475 Fax : 02-392-0479 E-mail : sales_th@nna.asia

MC1(P) 097/03/2022

日本のソフトパワー市場開拓 首都でB to B見本市が開催

販売促進の企画・運営や調達・物流を手がけるディー・エム広告社（東京都江東区）とそのタイ現地法人「DMKタイランド」は16～18日、日本の食品や知的財産（IP）の見本市「ジャパン・セレクション2025」を開催した。タイでは唯一の企業間取引（B to B）に特化した日本製品の展示会で、今回が2回目。日本の新クールジャパン戦略やタイのソフトパワー振興による追い風を受け、日タイ双方が新たなビジネスチャンスを開拓する場となった。



16～18日、タイの首都バンコクで日本の食品や知的財産（IP）の見本市「ジャパン・セレクション2025」が開催された（NNA撮影）

「ジャパン・セレクション2025」は首都バンコクのクイーン・シリキット国際会議場で開催され、47社の日系企業が出展。一般開放された最終日を含めた3日間で3,169人が来場した。初回の24年は農林水産品のみを扱ったが、今年はキャラクターコンテンツを中心としたIP産業、日用品や美容関連製品にも裾野を広げた。ディー・エム広告社の藤本耕平社長はNNAの取材に対し、「（同社がタイに進出した）10年前は自動車産業が活況だったが、現在では需要が落ち着き、代わりに多様な製品が流入している。日タイの政府がソフトパワーへの注力を強めていることと顧客からの要望を受け、今回からオールジャパンをコンセプトとした」と述べた。

日本の内閣府は、和食やアニメなど日本文化の魅力を海外に売り込む「クールジャパン」の新たな戦略を24年8月に策定。33年までにクールジャパン関連産業（コンテンツ、伝統工芸品を含むファッション、食品、ビューティー、観光など）の海外展開を現在の2.5倍である50兆円に拡大し、各国・地域での「日本ファン」の割合を10ポイント増加させる計画を発表している。その中でも注力されるのはアニメ、ゲーム、キャラクターなどのコンテンツ産業だ。日本の同産業は輸出額などの海外

展開において、23年発表時点で半導体産業に迫る勢いのビジネス規模になっているという。

一方、タイのペートンタン首相は24年9月の施政方針演説で、コンテンツ産業などのソフトパワー振興を引き続き推進すると述べている。同氏は前セーター政権時代に、国家ソフトパワー戦略委員会の副委員長を務めたこともある。

日本貿易振興機構（ジェトロ）・バンコク事務所では24年9月からコンテンツの専門家を配した相談窓口を設置し、日本のコンテンツの海外展開を促進している。担当の山本翔太氏によると、半年足らずで日タイ双方の企業から複数の問い合わせを受けているという。タイのゲーム会社から、自社開発のゲームで日本のキャラクターを使いたいとの相談もある。山本氏は今後のIP産業について、「日本の良さを維持しながらビジネスを拡大していくために、慎重に仕組みを考えて信頼のおける業者につないでいく」ことの必要性を強調した。

ゆるキャラのライセンスビジネス



日本ご当地キャラクター協会とDMKタイランド、地方創生事業を手がけるバンクチュアル（高知県須崎市）による協力覚書調印式16日、タイ・バンコク（NNA撮影）

5.メディアに関する情報

[2]The Daily NNA タイ版[Thailand Edition] 第07344号

2025年(令和7年)1月30日(木)

会期中のイベントでは、滋賀県彦根市のマスコット「ひこにゃん」など3体のご当地キャラクターがバンコクデビューした。こうした日本のゆるキャラは以前から頻りにタイを訪れているが、目的のほとんどは町のプロモーションだ。その中で今回は、キャラクターそのものを売る「ライセンスビジネス」の機会を見込んでの来タイとなった。

日本ご当地キャラクター協会の荒川深冊代表理事によると、こうしたライセンスビジネスを狙っての海外展開は今回が初となる。最初の進出先としてタイを選んだ背景には、親日のイメージに加えて、マスコットの商業的活用がすでに受け入れられていることがある。会場を訪れたタイ人パイヤーによると、バンコクの大型商業施設「エムスフィア」や「サイアム・パラゴン」内にあるカフェのオリジナルキャラクター「バターベア」の人氣が国内を席巻する以前は、熊本県のPRキャラクター「くまモン」がタイで最も人氣のあるキャラクターの1つだったという。

別のタイ人パイヤーは、幼い時分からくまモンに親しんでいた若い女性が特にマスコットを好むと指摘。商品のプレゼンター就任、コラボ商品の開発などマーケティングへの利用だけでなく、アート玩具などキャラクターそのものの商品展開にも可能性を感じていると話した。タイ国内で子どもを持たない人が増えていることを受け、子どもらしさを感じさせるかわいらしく親しみやすいキャラクターが好まれるとの指摘もあった。

荒川氏はご当地キャラクターの今後について、「自分で稼ぐキャラクターになってもらうことが大事」と説明。その上で、人氣になったキャラクターのファンがその地方を訪れることで、観光業との相乗効果も期待できるとした。

食品は商談から市場調査まで

イベントではコンテンツへの注力が目立ったものの、出展企業の大半は食品関連が占めた。来場するタイのパイヤーからも、まだタイに紹介されていない日本の高品質な食品を求める声が多く上がった。

これまでもタイでの展示会に出展経験があるという高橋総本店（東京都台東区）は、業務用のかき氷機を出展。熟練かき氷職人に同行を依頼し、黒蜜やユズ、奈良漬など、氷の他に5種以上の材料を使ったかき氷3種の

試食を提供した。同社の高橋社長は「商品に自信があるので、試食をしてもらえれば商談も進みやすい」とした上で、「日本で提供するのと同品質の試食でなければ意味がない」と強調。来場者が多過ぎないB to Bのイベントだからこそのできる手の込んだ試食品で、パイヤーの関心を集めた。会期中に具体的な取引条件を提示するタイ企業もあったという。



高橋総本店のブースでは、熟練かき氷職人による試食が提供された。16日、タイ・バンコク（NNA撮影）

一方で、初期段階の市場調査を主な目的とする企業も目立った。

九条ねぎの生産・加工・販売を手がける農業生産法人こと京都（京都市）は香港とシンガポールに販路を持つが、東南アジアでのねぎの受け入れられ方には厳しさを感じているという。担当者はその上で、まずはタイの日本料理店で味に慣れてもらい、徐々に販売へ移行していく長期的な計画を語った。

日鉄物産のタイ現地法人ニッポン・スチール・トレーディング（タイランド）の食品事業部は、すでにタイで展開している北海道産の豚肉を出展。タイでの売れ行きが芳しくないと明かした上で、今後のマーケティングのヒントを求めて参加したという。担当者はNNAに対し、「自社商品は高い品質を売りにしているが、タイ産の豚肉も質が低いわけではない」ことが分かったと説明。地場製品との差別化に課題を認識したと話した。

アクセスランキング（全域）

- 1 食料・エネ自給重視へシフト ブラボウォ
政権発足100日（1）
インドネシア 独自 PICK UP 1月30日

- 2 日本のソフトパワー市場開拓 首都でB t
o B見本市が開催
タイ PICK UP 1月30日

- 3 IPO市場、3年ぶり回復へ 25年6件見
込み、利下げ追い風
フィリピン 独自 PICK UP 1月30日

■アクセスランキング、最終1位を獲得 （NNNタイランド様情報）

5.メディアに関する情報



タイの総合ビジネス情報紙 第2184号 | 2025年2月22日(土)発行

バンコク週報

創刊49年

ก้าวสู่ปีที่ 49 หนังสือพิมพ์บางกอกชูโฮ

タイのホットニュースは <https://bangkokshuho.com>

85 Baht

記帳
税務申告



SHU 会計事務所

B2B 向け食品見本市 JAPAN SELECTION

需要多様化にオールジャパンで対応

物流と広告を軸にアウトソーシングサービスを提供する「ディー・エム広告社」はオールジャパンで取り組む B2B 向け日本産農林水産物・食品試食見本市「JAPAN SELECTION」をバンコクのクイーンシリキット・ナショナルコンベンションセンターで1月16日から18日まで開催した。日本国農林水産省、日本国国税庁、在タイ日本国大使館、日本貿易振興機構（ジェトロ）などが後援した。



出展した日本企業および団体は約 50 社・団体でほぼ 9 割が初参加。多くがパイヤー（インポーター、問屋商社、食品メーカー）とのつながりを求めて出展した。今回は食品だけでなく、

シール貼り・冷凍保存ケース・日本製スチームトースターなど食関連機器や、日本のご当地キャラなどをタイ企業に紹介する事業を展開する企業もブースを構えた。



なかでも存在感を示したのが「静岡県中部ブース」だ。静岡県の中部 5 市 2 町（静岡市、島田市、焼津市、藤枝市、牧之原市、吉田町、川根本町）は圏域の一体的な発展を目指すため「しずおか中部連携中枢都市圏」を形成。観光 PR や環境対応など様々な取り組みを推進してきたが、今年度（24 年 4 月～25 年 3 月）から農産物輸出をスタートさせた。主要輸出市場であるタイと米国は並行展開しており、米国市場にはお茶、そしてタイ市場にはその他の産品を輸出することにした。緑茶市場の拡大しているタイであえてお茶を前面に出さないのは、静岡県内の茶農家の規模が縮小しているためだ。お茶の製造工程は複雑であり業態転換が難しい。そのため、茶農家の生き残りのためにも選択と集中が必要となった。

【第 2 面に続く】

1976年 創刊



日系企業の
海外事業展開をサポート

お知らせ

掲載広告をクリックでスポンサー様サイトにアクセスできるシステムを導入しております。ただ一部携帯端末で不具合の生じるケースがございますことご了承くださいませようお願い申し上げます。
(バンコク週報グループ営業部)



Bangkok Shuho International Co., Ltd.
Cham Issara Tower 1st Fl., 842/43 Rama 4 Rd.,
Suryawongse, Bangkok, Bangkok 10500
TEL: 02-632-9179
E-mail: info@bangkokshuho.com

法人登記(会社設立)

工場用地・貸工場

月次記帳代行・決算

バンコク週報コンサルティング事業部
consultant@bangkokshuho.com
TEL: (66 2) 632-9179

ISSN XXXX-XXXX (Online)



【第1面から続く】

静岡市の茶の栽培農家戸数であるが、1995年に約6000戸あったものが、2015年に約1500戸、2020年には約850戸まで減少している。1995年以降、減少傾向が続く背景としては、ペットボトル飲料が普及したこともある。そのため、急須を所持する家庭が減り、茶葉の需要が縮小した。企業でも平成に入ると「お茶くみ」という日本語を耳にする機会は無くなっていき、会議室にはペットボトル飲料が置かれるようになる。さらに、コーヒーショップの出店攻勢などで飲料の多様化も進んでいった。

静岡市経済局農林水産部農業政策課（お茶のまち推進係）の増田圭主査によれば、静岡県茶農家は比較的小規模なところが多いため、ペットボトル飲料の原材料となる茶葉を提供するのでは採算が合わないという。そのため、お茶の栽培からサツマイモの栽培への業態転換、もしくはお茶とミカンを並行栽培で生き残りをかける農家も出ているが、これには輸出が必至であり、農家単独では先行きの見通しが立たなくなっていた。そこで、前述の「しずおか中部連携中枢都市圏」が発足。お茶は単価が高くて売れる米国市場をメインターゲットとし、タイ市場ではそれ以外の製品のプロモーションを進めていくことにした。なお、今回ブースで紹介したのはそれぞれの市町の一押し産品であり、タイへの輸出実績がまだないものという。

吉田町

吉田町が紹介したのは海岸沿いの砂地で栽培した「さつま

第2184号 2025年2月22日(土)

バンコク週報

【第3面に続く】

総合 03

【第2面から続く】



の美味しさを味わうことができる。

静岡市では、タイのほか、シンガポール、韓国、中国、台湾への輸出を本格的に検討中。今後の展開であるが、わさびの輸出には制約があることから、タイ側のインポーターや問屋を発掘するのではなく、日本の商社に卸すルートを探索している。

焼津市

焼津市は3年ほど前から日本で販売している「パック入り液体だし」をタイで初めて紹介した。

同社は紙パックに濃縮だしを詰める新技術を開発。風味を損なうことがないため高級料亭でも使用でき、費用を抑えることができる。さらに、調理時の手間を省くことのできた



JAハイナン農協流通販売部時蔵課の沢田哲也課長代理

いも」だ。砂地で栽培すると糖化がゆっくり進むため、持ちがよくなる。また、果肉感が残るため、上品な味となる。バンコク市内では調理済焼き芋がショップで販売されており、そのたブース訪問者からは、「焼き芋販売までプロデュースしてくれるか」との質問が受けたというが、現時点では対応が難しく、販売方法の多様化も今後のテーマとなりそうだ。

静岡市

静岡市はタイで人気の日本食である寿司に欠かせない「わさび」を投入した。一般にチューブ入りのねりわさびは辛さの強いものが多いが、今回紹介された田丸屋本店のわさびは辛さがきつなく、お菓子に付けて食べてもわさびそのもの



め、仕込み時間の大幅短縮が可能であり、働き方改革にも合致する。

ラーメン店など国内外の外食産業、病院などの給食産業ではすでに導入されている。市販はせず、問屋にケース売りしているが、個人レベルでもネットスーパーを通じて注文できる。

藤枝市

藤枝市は小型ペットボトルの高級茶を試験的に出品した。僅かな苦みがありながらソフトな味わいで、舌に優しく転がる感覚が心地いい商品だ。ただ、この僅かな苦みを嫌うタイ人は多く、価格が2倍となる点も敬遠されるなど、タイ市場戦略を再考する必要もありそうだ。

【第4面に続く】

【第3面から続く】

ジャパンセレクトでは静岡市だけでなく、テストマーケティングのための産品が日本全国から集まった。

広島県



大成農材の杉浦明代表取締役社長

大成農材（広島県）は有機肥料を使用した旨みが多く、えぐみの少ない、適度な甘さのトマトを栽培。2020 年からは常温で1年半保存できるトマトジュースも販売している。ただ、他社の商品と比べて高価であることから贈答品として購入するケースが多いようだ。

今回、ブースでの反応がよかったのはタイ・韓国・台湾・香港からの業者。ベトナムの業者は「おいしい」という高評価と、「ソースのよう」とする低評価が混在した。食製品の味の現地化は今では大きなテーマともなっている。

第2184号 2025年2月22日(土)

バンコク週報

総合 05

【第4面から続く】

クにモノを詰める充填機などを製造しているが、防災対策として、飲料だけでなく豆腐にもこの技術に応用することにした。この紙パック豆腐は日本で防災食に認定されている。

札幌市

創業 71 年の西山製麺（札幌市）が販売する麺のコンセプトは「生麺に近い麺」。そのため工場内で 48 時間干して乾燥させる手間をかける。同社の麺の特徴は味がはっきりしていること。かんすいと塩の量が他社より多いため、そのバランスが秘伝となる。なお、日本の南部は「低加水」で粉っぽいが、日本の北部の麺は「多加水」でしっとりしているという。

また、西洋への輸出用商品として誕生したことから、輸出先国の規制を回避するため動物エキスを使用していない。

今回は商品 PR のために出展であるが、すでにシンガポール、フィリピンには提供しているため、タイへの輸出にも既

今回はテストマーケティング、およびタイでジュースを生産できる可能性を模索するための出展という。今後はタイにストックポイントを設けることから始め、駐在員を置くのではなく、現地企業に管理を任せる方針だ。

徳島県

大豆加工商品の製造・販売を事業とする「さとの雪食品」（本社：徳島県）は常温で1年保存できる紙パック豆腐を紹介した。同商品はこれまでに約 1100 パックを販売。内訳は日本 6 割、海外 4 割となる。24 年度に限定すると、EU を中心とする 50 カ国に対して約 470 万パックを輸出している。

同社のグループ企業である四国化工機（徳島県）は紙パッ



さとの雪食品東京営業部営業推進室・濱岡宏和氏（右端）

【第5面に続く】



西山製麺営業本部海外広域営業部の焼田大嗣ゼネラルマネージャー

存ルートを利用する考えだ。

一方、同社はラーメン屋の開業支援も行っており、すでに 35 カ国で展開。同事業は 30 年前にドイツで焼き鳥店を営業していた日本人から相談受けたことがきっかけという。（倉林仁記者）

DM KOXIOKUSHA