

contents
ジェトロ山口
釜山派遣レポート
海外ビジネスサポーター
財団国際部からのお知らせ

発行 (一財) 山口県国際総合センター
山口県日中経済交流促進協会
日本貿易振興機構(ジェトロ) 山口貿易情報センター

内容についてご意見、ご質問があれば、下記までお問い合わせ下さい。
(一財) 山口県国際総合センター
山口県下関市豊前田町3-3-1
TEL083(231)5778 FAX083(231)5787

メッセ海外通信
INTERNATIONAL NEWS
KAIKYO MESSE SHIMONOSEKI

(一財) 山口県国際総合センター・山口県日中経済交流促進協会・日本貿易振興機構(ジェトロ)山口貿易情報センター

MESSE

香港オンライン商談勉強会 ～バイヤーが欲しい商談資料とは～

ジェトロ山口は、「下関市有望地域に向けた海外販路開拓支援事業」の一環として、2021年6月3日に下関市と共催で、オンラインセミナー「香港オンライン商談勉強会～バイヤーが欲しい商談資料とは～」を開催しました。下関市内の食品企業を対象に、香港で食品・日用品バイヤーとして活躍されている（株）ジャランジャパン代表取締役林田新太郎氏（以下、林田氏）を講師としてお招きし、オンライン商談に必要な商談資料をバイヤー目線から語っていただくとともに、参加企業の商談資料をフィードバックするワークショップを行いました。今回は香港における新型コロナウイルスの現状や外食産業の動向およびオンラインセミナーで語られた、オンライン商談に必要な商談資料に関する内容をご紹介します。

■香港における新型コロナ対策状況■

新型コロナウイルスの対策として、各国で様々な政策や規制が行われています。まず初めに、香港の新型コロナウイルス対策の現状と食品業界に関連する外食産業の動向について簡単に説明します。香港の新型コロナウイルス新規感染者数は減少傾向にあり、ワクチン接種率については、初回接種者が5割に達しています。引き続き、4人を上限とする集会人数規制を維持し、屋内外公共施設でのマスク着用を義務付けながら経済活動制限は継続されていますが、さらなる緩和が進められています。こうした中、香港政府は、ワクチン接種を前提とした各種防疫措置を段階的に緩和していく「ワクチン・バブル」政策を実施しています。この「ワクチン・バブル」の下、飲食店については、感染対策の実施や従業員・来店客のワクチン接種状況等を踏まえ、A～Dの4種類に分けることで、店舗ごとにそれぞれ異なる営業可能時間やテーブル着席可能人数の基準が適用されています¹。

¹ジェトロ ビジネス短信

<https://www.jetro.go.jp/biznews/2021/04/68f60ec71ffb9497.html>

■コロナ禍の香港外食産業の動向■

2020年の香港における飲食店店舗数は18,100店、対前年比7.2%減となり、日本料理店のみについても、対前年比5%の減少となりました²。しかしながら、コロナ発生当初にあたる2020年1月～5月には飲食店の開業が閉店数を僅かに上回りました。特に、旅行客等の減少で人出が減った繁華街では閉店が相次ぎましたが、人出が変わらなかった住宅街を中心に開業数が増えたことによるものです。

感染拡大が落ち着きつつある今、コロナ発生以降相次いだ小売店や飲食店の撤退により賃料下落を受けた店舗物件もあり、積極的に店舗展開を進める小売・飲食関連企業もあります。また、海外渡航ができない中で、小売店や飲食店での日本フェア、県別フェアなども開催され、本物の「日本」を求める香港人によって好評を

²香港政府統計処（2021年4月16日）

<https://www.censtatd.gov.hk/en/EIndexbySubject.html?pcode=D5250008&scode=452>

³NNA ASIA、2020年7月8日記事、「飲食店の開業が閉店数上回る、1～5月」

<https://www.nna.jp/news/show/2065553>

博しているとのこと⁴。

香港政府統計局の発表でも、2021年第2四半期（4～6月）の飲食店の総売上高が前年同期比9.9%増の約233億香港ドル（約3,280億円）となり、反政府抗議デモやコロナ感染拡大の影響を受けて以来、9四半期ぶりにプラスに転じたと伝えられました⁵。経済の活性化を目的として打ち出された5,000香港ドル電子消費券計画も人々の外食消費を後押しするものと見られます。

■オンライン商談とリアルでの商談の違い■

ここからは「香港オンライン商談勉強会～バイヤーが欲しい商談資料とは～」でのトピックおよびオンライン商談において、重要な要素をピックアップしていきます。

まず、上記で香港の状況を記載したように新型コロナウイルスによって商談形式も大きく変わりました。今までは商談会や展示会は直接バイヤーと会って、サンプルや商品資料を片手に行うことが主流でした。しかし、コロナ禍において、リアルでの移動が制限された結果、今ではオンラインでの商談に移行しつつあります。オンラインでは、海外に直接行く必要がないので、コストや時間の面において効率的に実施することができます。一方で、情報は、どうしても対面での商談より情報量が少なくなってしまう。そのオンライン商談で重要視される項目として、①必要な情報が網羅的に記載されて

いる資料であるか、②商品や企業のストーリーをテキスト、画像や動画等で魅力的に企業や商品を伝えることができているかの2点が挙げられます。今回はこの2点を中心にセミナーの内容を編集してお伝えします。

■バイヤーの立場を想像する■

本題に行く前に、バイヤーがどのような状況で商談を行っているか想像してみましましょう。林田氏はバイヤーのイメージを、「机の上には企業や商品の資料が山積みになっており、一日に何百通もメールが届いていながら、その中で毎日のように商談をしている状態」と表現しています。そうした状況のバイヤーに対していかに自社の商品の良さを分かってもらうか、成約まで持っていくかを考える必要があります。忙しい中で、バイヤーの目を惹くためにインパクトのある画像や動画をイメージする方も多いかと思いますが、実は、商談をする前にバイヤーが欲しいと思っている情報があります。

■バイヤーが商談前に欲しい情報■

それが、商品情報やラインシートに記載される商品情報です。具体的には、下記の情報を求めています。

- ・販売価格、卸価格
- ・最低購入ロット（MOQ）
- ・各パッケージの写真（業務用、小売用）
- ・製造にかかる期間と生産量
- ・賞味期限、消費期限
- ・輸出条件（EXW,FOB,CIFなど）
- ・商品ごとの香港（海外）での販売実績
- ・OEM対応の可否
- ・産地証明、成分表の提供可否
- ・国内での販売場所
- ・販売代理店、指定商社の有無

⁴ジェトロ ビジネス活動正常化に向けた基本情報：香港（2021年8月9日時点）

https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/covid-19/china/matome/hk.pdf

⁵香港政府統計処（2021年8月4日）

https://www.censtatd.gov.hk/en/press_release_detail.html?id=4885

一見、当たり前と思われる商品情報ですが、意外にもこれらの情報を網羅的に記載できている企業はそれほど多くありません。たとえば、販売価格や卸価格については非常に重要ですが、記載がない場合が散見されます。特に卸価格については、数量などで卸値が変化するという理由で記載のない場合が多いですが、その場合でも平均的な卸値や数量ごとの卸値など記載した方がよいです。海外バイヤーにとって価格は、商品を選ぶ上で重要な要素であり、その数字がないと比較もできないため、商談に進むこともできない可能性があります。ですので、バイヤーと商談するために、できるだけ価格を記載することが望ましいです。

また、最低購入ロット（MOQ）や商品ごとの製造にかかる期間（リードタイム）と生産量についても記載することが重要です。バイヤーといっても様々で、レストランなどの業務用を扱うバイヤーと小売店をメインにしているバイヤーとでは、扱える量が異なります。そのため、バイヤーがどの分野で対応可能な商品なのかを確認するためにも上記の情報は、重要な数値になります。上記に掲載した情報については網羅的に記載できるような商品情報シートやラインシートを作成することをお勧めします。※商品情報の例については、下記に例を記載します（図1）。

■バイヤーの欲しい商品とは何か■

商談を行うにあたって事前に必要な情報について記載しましたが、次は商談資料を見ていきます。

商談資料の立ち位置は、各企業様によって異なりますが、ここでは、先程と同様に、バイヤー側がどのような情報が欲しいかを考えてから、資料の内容に移っていきます。

バイヤー側における意見として、昨年度、

ジェットロ山口とジャランジャパンとで実施した香港バイヤーとの商談会を例に挙げます。同商談会に参加した複数の香港バイヤーに対してアンケートを取った際、香港バイヤーが探している商品の基準として、「香港にない（まだ輸入されていない）商品がほしい」という意見が多く見られました。あくまで一例ですので、上記の基準がバイヤーの総意というわけではありませんが、このような基準がでてくるのは、香港特有の事情があります。

香港の貿易状況において、他国・地域の輸入規制と比べが比較的緩い規制となっており、輸入しやすくなっています。また、所得も他国・地域と比較して高いため（一人当たりGDP（2019年）：49,334（米ドル）⁶）、市場として有望な地域となっております。そのため、日本企業をはじめ、世界各国の商品が香港市場に参入してきており、競争が激しい地域となっています。その中で、バイヤーは未だ市場に出回っていない商品や差別化が明確な商品に対して関心が湧きやすくなっているという状況になっています。

上記のような状況を鑑みると、香港のバイヤーが欲しい商品とは、主に①未だ香港に輸入されていない商品、②他製品と差別化されている商品、という観点から商品を紹介することが必要になってくるかと思えます。

⁶ジェットロ香港概況・基本統計

https://www.jetro.go.jp/world/asia/hk/basic_01.html

■商品の差別化をどう表現するか■

しかし、香港に輸入されていないからといって、すぐにバイヤーが飛びついてくるわけではありません。既に多くの商品が参入している市場において、全く新しい商品を提案することは難しいからです。そのため、商談資料において、どのように差別化するのかを考えていこうと思います。

商品の差別化にはどのようなポイントがあるでしょうか。例えば、価格や賞味期限、栄養素などのポイントが挙げられるかと思います。ただ、上記のポイントだけで競争が激しい世界で生き残るのは難しくなっています。そこで、昨今言われているのが、商品のストーリーを魅せることです。商品のストーリーとは、企業の理念から作られる商品へのこだわり、商品が開発されるまでの秘話、商品が賞を受賞した理由など多岐にわたります。ここでは商談資料に落とし込むため、①企業理念、②商品開発ストーリー③商品説明（特長）の3点に絞って解説します。※本商談資料の例として宇部蒲鉾株式会社様より情報提供いただいた内容をもとに架空の企業を想定して説明します。

■商品の差別化をどのように落とし込むか■

企業理念はどの企業でも持っており、理念のもとに企業の方向性の判断や商品開発が行われています。その想いを形にした商品としてバイヤーに説明することができれば、より説得のある商品になりえます。ただし、注意が必要なきもあります。企業の中でよくある「未来を育む」など抽象的な理念を掲げている場合、英語や外国語にすると、至極当たり前の言葉となってしまう、相手に伝わらない文章になってしまう可能性があります。理念を伝える場合は、より具体的な言葉を使う必要があります。たとえば、「地域と食文化を守る」という理念であれ

ば、「地域伝統の味 130年かまぼこ一筋」というような、企業の歴史とその長い歴史を継承してきた味を表現していることが想起できるようなフレーズに変えていく必要があります（図2）。

一方で、商品の開発については差別化を具体化しやすいものの、各商品それぞれに開発のきっかけから工程や難易度まで幅広く語れる内容があるため、ポイントを絞って明確に説明する必要があります。例えば、初めてその企業がその商品を作ったと伝えたい場合、作るまでの過程は口頭で話す想定で、「アイデア」というキーワードから重要な要点のみを抽出して一文にまとめます（図3）。そうすることで、冗長な文章になることを防ぎ、資料上ではわかりやすく、口頭では熱量をこめた話ができるようになります。また、現在は工場見学ができないため、見せられる範囲内で生産工程のポイントになる部分や完成品の画像（解像度300dpi以上が目安）を挿入するとイメージがしやすくなります。

最後に商品説明（特長）では、できるだけ商品に関する情報をまとめる必要があります。例えば、①パッケージ写真だけでなく、中身の写真をできるだけ掲載する、②受賞歴と海外販売実績がある場合はアイコンと文字で表現して、詳細も記載する、③商品説明はキーワード（最大3つ）を提示して簡略化するなどが挙げられます（図4）。バイヤーは複数の商談資料を見て判断していますので、一枚のスライドで商品理解できるようにしておくことで、バイヤーが見返した際に、必要な情報をより覚えてもらいやすくなります。

また、食べ方や盛りつけ方を画像や動画で表現することも重要です。食文化は各国によって異なります。香港では、うどんのような麺類はよく食べられていますが、ロールキャベツやム

ニエルなどは意外と一般に知られていない可能性があります。日本での食べ方だけでなく、現地で食べられている料理なども確認できるとイメージがしやすくなります。さらに、同一商品で味や形などバリエーションがある時は、食感や味などの要素で4象限をとり、視覚的に見せる方法などもあります。


■まとめ■

今回のセミナーでは、バイヤーの観点から商談資料をみてきました。バイヤーが求める事前情報を予め準備すること、自社商品の差別化を明確にして、ストーリーとして魅せること、その差別化を資料に①企業理念、②商品開発ストーリー③商品説明（特長）を通じて落とし込

むことを見てきました。バイヤーに必要な情報を提供し、バイヤーとの商談を通じて日々試行錯誤しながら、改善を続けていくことが商談成約の確度を上げていく近道です。この方法だけで絶対にバイヤーと商談できると確約できるわけではありませんが、少なくともバイヤーに必要な情報を提示して、商談の一步を進む一助にはなるかと思えます。

ジェットロ山口では、今年度香港におけるテストマーケティング事業を予定しています。バイヤーとの商談機会がございますので、ぜひ本記事の情報をご活用いただけますと幸いです。皆様のご参加を心よりお待ちしております。

（まとめ：ジェットロ山口 阿部眞弘、関戸絵理香）

やまぐち水産食品株式会社 商品①		
蒲鉾 ひびき		
販売用パッケージ写真	業務用パッケージ写真	
		
香港での販売実績	シティスーパー ※2019年に販売開始。現在も販売中。	
日本国内代理店もしくは指定商社の有無	なし	代理店/指定商社
香港代理店もしくは指定商社の有無	あり	代理店/指定商社 HOW Food Import(香港)
実績ある商流	香港代理店（日本国内倉庫渡し）→店舗	
日本国内販売価格	1,000円	
掛け率	～60%	
最低購入ロット (MOQ)	1個～	
賞味期限	製造から3カ月	
消費期限	製造から6カ月	
製造にかかる期間	約1ヶ月（通常在庫なし）	
生産量	1,000個/1ヶ月	
産地証明、成分表の提供可否	産地証明提供	可
	成分表提供	不可
認証	FSSC22000	
OEM対応可否	可	
輸出条件	EXW	
国内送料	別途	

商品写真ご協力：宇部蒲鉾株式会社

図 1

思い

地域伝統の味 130年かまぼこ一筋



受け継がれてきた伝統の味を守り、
お客さまの元へ本物の味をお届けします。

社屋写真ご協力：宇部蒲鉾株式会社

図 2

商品開発ストーリー

蒲鉾ができるまで



アイデア

山口県下関市の小さな旅館
「藤久」を営んでいた
初代藤田久蔵が、魚団子
をヒントに1887年に発案。



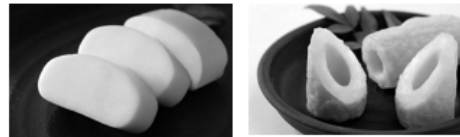
量産

二代目、栄蔵が1930年に
「焼き抜き」の機械化に
日本で初めて成功。
ここから蒲鉾の量産を開始。

●工場の様子



●完成品

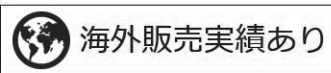
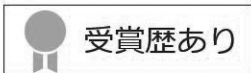


工場および商品写真ご協力：宇部蒲鉾株式会社

図 3

商品説明

蒲鉾 ひびき



- 素材、味にこだわった逸品。
- 山口に伝わる伝統技法「焼き抜き」で仕上げました。

2001年

山口県水産加工祭 農林大臣賞受賞

2015年

全国観光土産品連盟 推奨品認定

商品写真ご協力：宇部蒲鉾株式会社

図 4

釜山派遣レポート

下関市総合政策部国際課
(釜山広域市派遣職員)

渡 邊 繁

～ 釜山の地域通貨「トンベクチョン」～

アンニョンハセヨ！下関市釜山広域市派遣職員の渡邊です。早いもので私が釜山に赴任して半年が過ぎました。今回も私が感じた釜山市の魅力を皆さんに紹介していきます。

ご存じですか？日本ではここ数年急速にキャッシュレス化が進んでいますが、韓国は日本よりもキャッシュレス化が更に進んでいます。韓国は、クレジットカード決済やモバイル決済など現金を使わない世界でも有数のキャッシュレス社会といわれていますが、その韓国で近年導入が進んでいるのがデジタル地域通貨なのです。

今号では、釜山市が2019年12月に導入したデジタル地域通貨「トンベクチョン」について紹介します。

トンベクチョンとは、釜山市内で使用できるデジタル地域通貨で、「トンベク」とは韓国語で釜山市の花である「ツバキ」、「チョン」は「銭」という意味です。トンベクチョンは、クレジットカード決済システムを利用したプリペイドカードで、百貨店や大型マートなどを除く釜山市内の約19万の加盟店で使用でき、使用限度額と還元率は月毎に6～10%のキャッシュバックを受けることができるシステムです。2020年では約1兆2000億万ウォン（約1,200億円）のトンベクチョンの利用が記録されています。

トンベクチョンを使うには、まず専用のプリペイドカードの発行を申し込み、届いたカードと銀行口座を連携させ、専用機を使ってカードに使用する額をチャージし、支払い時に提示します。韓国人だけでなく、韓国内に銀行口座があれば外国人も使用でき、現在、加入者は約90万人に達しています。

新型コロナウイルスの影響で地域経済が厳しい状況の中、トンベクチョンは釜山の地場消費の起爆剤に一躍買っているといえます。2021年7月現在の一人当たりの使用限度額は50万ウォンで、還元率が10%に設定されていますので、トンベクチョンで月50万ウォンの買い物をすると、5万ウォン（約5,000円）のキャッシュバックが受け取れるという計算になります。

さらに、トンベクチョンは、使用した一部の金額で、なんと所得控除も受けることができるのです。

また、釜山市の調査で加盟店での不正取引がゼロ件であったことも、トンベクチョンの人気が高い一因となっています。

韓国では、釜山市のトンベクチョンだけでなく、済州島や仁川市など多くの自治体において、デジタル地域通貨の導入が進んでいます。地域通貨は、地域の消費を促し、地域内でお金を循環させる事を基本としており、地域住民、事業者、自治体が積極的に参加することで成立する仕組みです。キャッシュバックの原資となる事業費は自治体と国が負担しています。

日本ではあまりなじみのないデジタル地域通貨ですが、今後、キャッシュレス社会に対応した地域経済活性化の一つとして、脚光を浴びる日が来るかもしれませんね。



「トンベクチョン」カード



「トンベクチョン」加盟店表示

財団国際部からのお知らせ

令和3年度貿易実務セミナー受講者募集中です

(一財) 山口県国際総合センターでは、県内の貿易関係業務に従事する者を対象として、貿易に関する基礎的な知識の習得や貿易実務の能力向上を図るため、以下の科目・レベル別の貿易実務セミナーを開催します。新型コロナウイルス感染防止の観点から、例年より大きな会場を使用し、参加者間の接触を極力減らすよう対策を講じます。

1. セミナー実施内容

講師：(全科目) 西嶋 眞彌 氏 ジェトロ認定貿易アドバイザー試験合格者
(実践編(輸入)の一部) 門司税関下関税関支署職員

科目	内容	対象
基礎編	輸出と輸入のそれぞれの仕組みや国際的な取り決め(リスク、インコタームズ、取引交渉、売買契約、取引条件など)について、基礎的な知識の習得を図ります。	貿易実務の経験1年未満及び貿易未経験者
実践編(輸出)	輸出(輸出許可・承認、相手国の輸入規制など)に関する貿易実務の能力向上を図ります。	貿易実務の経験1年以上が望ましい
実践編(輸入)	輸入(輸入承認、輸入割当、相手国の輸出規制など)に関する貿易実務の能力向上を図ります。	
貿易実務書類(英語)の解説	貿易取引における実務書類(英語)について、取引交渉から決済までの書類の実例を確認し、書類の作成を学びます。	

2. 開催日程

科目	日時	定員	受講料	申込期日
基礎編	8月17日(火) 10:00~16:00	33名 ※会場定員104席	2,000円	講義終了
実践編(輸出)	9月14日(火) 10:00~16:00	33名 ※会場定員104席	3,000円	全科目受講の場合 9,000円
実践編(輸入)	10月19日(火) 10:00~16:00	33名 ※会場定員104席	3,000円	
貿易実務書類(英語)の解説	11月2日(火) 10:00~16:00	33名 ※会場定員104席	3,000円	

※申込期限を過ぎた場合でも各科目の定員に達していない場合は、受講を認める場合がありますので、当財団までお問い合わせください。

- 会場 海峡メッセ下関 8階会議室
- 主催 一般財団法人山口県国際総合センター
- 共催 山口県、下関市、山口県商工会議所連合会、下関商工会議所、日本貿易振興機構(JETRO)山口貿易情報センター
- 後援 公益財団法人やまぐち産業振興財団

受講申し込み等のお問い合わせは、(一財)山口県国際総合センター国際部
(電話083-231-5778)まで

ホームページからでも受講申込書をダウンロードできます。

<http://www.kaikyomesse.jp/zaidan>

皆様の受講をお待ちしております！

