

「広島の商品・日本酒ビジネスマッチング」

Taste of Hiroshima-を開催」

周辺アジア各国も含め、数多くの市場・企業等調査業務実績を持つ。グループ会社の Crossborder Pte Ltd と二人三脚で、日本企業の M&A、現地パートナーシップ構築を準備段階である川上の調査から実施段階である川下のコンサルティング/アドバイザーまでのサービスを提供。高い情報収集能力で企業の商談、進出、会社運営をきめ細かくサポート。



今年 10 月 2 日、広島県による令和 6 年アニマル・スピリッツをもつ企業の海外展開挑戦支援事業補助金事業で採択された、株式会社一心トレーディングの食品・日本酒商談会「Taste of Hiroshima」がシンガポールの中心部のレストラン、TIPLING CLUB で開催されました。レストランや輸入業者等の事業者に限って、およそ 55 人が商談に訪れました。



【商品の展示】

＜商材はお酒、調味料、冷凍牡蠣など＞

参加企業のうち 1 社は、2024 年にルクセンブルグとシンガポールの酒チャレンジで金賞を受賞した『いい風 花 純米吟醸』の山岡酒造。持ってきたのは、瑞冠純米大吟醸きもと 50 と、自社&契約栽培の幻の米“亀の尾”を使用した瑞冠こわっば純米吟醸です。シンガポールで幅広いお酒を取り扱い、広島のお酒の取り扱いでも実績のある The Art of Sake などが関心を示し、商談が続いているそうです。

一方、江戸時代より続く健康薬味酒の八田保命酒舗の赤たる保命酒は、ユニークな商品でポジショニングが難しいそうです。来場したバイヤーには良さが伝わっているのですが、それを顧客に伝える説明で、試行錯誤が必要になりそうです。



【保命酒の試飲】

シンガポール市場には 20 年近く前から参入しているアサムラサキも参加し、かき醤油やその関連品を紹介しました。ドンキや明治屋では販売されていますが、地元大手スーパーに入り込むには、販路を持つ代理店が必要です。地元大手は棚代も高額なので、ハードルは高いですが、拡販にはそうした販路も必要です。

また、シンガポールでも牡蠣は人気で、広島魚市場は冷凍牡蠣を紹介しました。課題は出荷できる商品の確保です。日本では牡蠣の生産量が下がっており、シンガポールで人気のある大粒の牡蠣は特に品薄。取引が決まれば月 50~60 トンの需要はあり、それを確保するハードルが高いそうです。

なお、参加した 9 社の商品は、いずれも小売りパッケージもあるので、2024 年 7 月に広島銀行が主導でオープンした瀬戸内アンテナショップ SETTO での販売も検討中とのことです。

＜輸出で重要なのは物流コスト＞

多くの輸出商材を扱っている一心トレーディングの三重社長によると、輸出で成功するために重要なのは、物流コストを最適にできるパートナーと組むこと。特にシンガポールのように規制が少なく輸出しやすい市場に対しては、中間マージンを排除するために自力で輸出を試みるケースも多いようですが、結局物流コストが高くて最終価格が高くなってしまいがちです。すでに多くの商材を定期的に輸出し、物流量を持つ商社であれば、新規参入のメーカーの商品をコンテナの一角に載せることも可能で、物流コストを抑えることができます。一心トレーディングでは、航空便、船便の両方の取り扱いがあり、冷蔵コンテナでの輸送も行っています。船会社と直接取引しているので、競争力の高い物流コストがオファーできると言います。輸出に慣れていないメーカーは、国内のどこかの倉庫に商品を届けて、そこからは物流会社、現地に到着してから代理店に任せ、最終小売価格も代理店任せとなりがちです。物流にコストがかかるため日本の 3 倍の価格になり、気軽に訪日できる昨今、買ってもらえません。海外での小売価格はいくらが適正なのか、いくらなら買ってもらえるのかを考え、その価格を実現できる物流を探すことが重要だと言います。