

(2021年7月15日追加)

## 令和3年度「シンガポールを中心とした東南アジア等向け食品輸出オンライン商談」

### Q&A

#### Q1 どのような商品が事業の対象か？また有望な商品はあるか？

A1 品目は幅広く募集しております。なお、これまでのシンガポールでの商談会では、日本酒、調味料、菓子、水産加工品、麺類などさまざまな商品の出品がありました。また、特定の有望商品はありませんが、現地では様々な日本製の商品が流通する中で、目立つもの、特色があるものがよいともいわれています。事前に㈱日本アシストがアドバイスを行いますのでご相談ください。

#### Q2 どのような現地バイヤーが参加するかは事前に分からないのか？

A2 お申込み企業のエントリーシートに記載の内容をもとに、㈱日本アシストにて調整します。なお、事前に申し込み企業様との打ち合わせを行い、ご希望についての聞き取りを行います。

#### Q3 シンガポールのバイヤーのみが参加するのか？

A3 シンガポールのバイヤーに加え、シンガポール及び複数国に拠点をもつバイヤーや香港・マレーシア等のバイヤーとの商談を各社の海外実績やご要望に応じてアレンジします。

#### Q4 参加が決定する前にサンプルを提供する必要はあるか？

A4 参加いただく企業の選定はエントリーシートで行いますので、参加決定前の段階でサンプルをご提供いただく必要はありません。参加が正式決定しましたら、必要な量を連絡しますので日本国内の指定の倉庫までの配送をお願いします。

#### Q5 海外への展開が殆どない初心者でも参加できるか？

A5 事前の相談からオンライン商談（通訳も含む）、アフターフォローまで、現地から一貫してサポートしますので、現在輸出の経験が少ない企業様でも安心して参加いただけます。

Q6 シンガポールの市場の特性は？

A6 東南アジアの中心に位置し、従来は東南アジアだけではなく世界中から人が集まるシンガポールは、初めての海外進出の地として魅力的な場所です。

- ・言語面：外国語に対し寛容である。日本人の英語でも優しい。
  - ・規制面：比較的クリアで分かりやすい。
  - ・立地：東南アジアの中心に位置
  - ・民族：中華系・マレー系・インド系
- ※国家政策として、観光・ビジネス含め世界中から人を呼び込む施策を行ってきたため、従来では外国人駐在員も多く存在。
- ・日本食の現状：既に沢山の日本食が輸入されており、他社との差別化が重要となります。

Q7 この事業はどのような流れになるのか



以上