

台湾活用型アジアビジネスの実践

第3回農業ITカンファレンス

農業活性化セミナー/台湾への農産品販売の実践

2013年11月25日(月)

スピーチのポイント

1. 台湾活用型ビジネス「成功事例」3つのスタイル
2. 農産品の海外市場開拓に関する「3つの提案」
3. TCAについて

農産品の海外市場開拓に関する「3つの提案」

1) 試飲/試食アンテナショップの活用

- ・台北/「天母」にある喫茶店を併設したコンビニ型の店舗
- ・日本人駐在員が多い地区、日本商品/食材を買い求める台湾人も多い
- ・一定期間「陳列棚」の無償提供、アンケート・モニター調査に活用

2) Websiteにて中国語版PRページを作る

- ・華人圏(中国/台湾/東南アジア)向けに中国語による情報発信
- ・コストをかけず商品の良さ(強み)を徹底的に情報発信
- ・ECブリッジサイトを構築、日本から現地へ商品販売を目指す

3) 展示会(現地キャンペーン) + アンテナショップ + E コマース

- ・展示会への出展を中心に6か月計画で取り組む海外市場の開拓
- ・TCA(協会)が可能性診断、現地視察のアレンジ、パートナー探しを支援
- ・ブリッジコーディネーター(通訳)が具体的な現地での活動を支援

農産品の海外市場開拓に関する「3つの提案」

日本各地の特産品/農産品の生産者 国内外の市場開拓

生産者の市場開拓を支援するIT企業

生産者を支援するIT企業の連携

農業支援をするIT企業の連携を支援
海外での市場開拓/販路拡大を支援

IT企業の連携を支援する「四国IT農援隊」

Taipei Computer Association

1) 試飲/試食アンテナショップの有効活用

- ・台北市内「天母」にある日本の商品を扱ったアンテナショップ
- ・試飲試食ができるテーブルと椅子を設けた喫茶店風の店舗
- ・日本の地域物産や農産品、食料品などを販売しているコンビニ型店舗
- ・「天母」地区とは日本駐在員や家族に人気がある台北市郊外の街
- ・近くに日本人学校、アメリカンスクールがあり、落ち着いた高級住宅街
- ・日系のデパートやスーパーがあり生活に便利、日本料理店も多い
- ・日本の商品や食材を買い求める台湾人も多い

1) 試飲/試食アンテナショップの有効活用

- 一定期間 商品を展示販売
- パネル掲示、ポスター掲示
- 中国語POPを制作
- 来店客向けの試飲試食
- アンケートを実施
- モニター調査を実施



- 商品の「可能性診断」を実施
- キャンペーン活動支援
- モニター調査レポートの作成
- 「卸し業者」を仲介
- 「代理店」探しを支援
- eコマース用商品の在庫管理

2) Websiteにて中国語版PRページを作る



御社のWebsite
(日本語)

御社のECページ



- ・華人圏(中国、台湾、香港、東南アジア)向けに情報発信
- ・「中国語」または「英語」のWebsiteにて海外向けに情報発信
- ・まずは自社で商品の「強み」、セールスポイントを徹底的に見極める
- ・商品の良さ(強み)A4一枚程度にまとめたPRページを提供(無料)
- ・自社Eコマースページと連動したPRページの作成(ECブリッジサイト)
- ・海外から受注システム、決済システム、物流システム
- ・台湾、中国からワン・クリックで商品が買える仕組み作りを目指す

3) 展示会＋アンテナショップ＋Eコマース

- ・海外の展示会に出展する計画のある企業や自治体が対象
- ・海外で物産展、商品キャンペーンを行う企業や自治体が対象
- ・イベントの前にアンテナショップを有効利用してモニター調査
- ・同時にECブリッジサイトにてイベントへの集客と商品PRを行う
- ・イベント、アンテナショップ、ECサイトで商品が「見れる/買える」体制
- ・イベント後にアンテナショップを有効活用して引き続き商品PR
- ・ECブリッジサイト、常設店舗、展示会(イベント)で三位一体型でPRを

試飲/試食アンテナショップ

コストをかけずに

Websiteに中国語版PRページ

ECブリッジサイト(越境ECサイト)

三身一体型で市場開拓

展示会+アンテナショップ+Website中国語版PRページ

農産品の海外市場開拓に関する「3つの提案」