

# 令和7年度のアジア経済交流センター事業について

アジア経済交流センター

## 1 はじめに

当機構では、県内企業の海外展開を支援するため、令和7年度も様々な事業を実施しました。当機構で実施した事業について、参加された企業の声も交えつつご紹介します。

## 2 海外販路開拓商談会

### (1) 実施概要

開催日	2026年1月20日(火)
会場	ウイング・ウイング高岡
参加企業	20社
対象商品	加工食品、菓子、調味料、 工芸品、生活雑貨等
参加バイヤー	6社
対象国・地域	アジア、欧州、米国等

### (2) 参加企業の声

#### A社(工芸品)

日本語の商談なので現地ニーズなどの情報もわかり良かった。今までは百貨店を通じた訪日客向けの販売が主体だったので輸出取引を増やしたい。

#### B社(調味料)

競合が少ない商品として関心をもたれ、前向きに検討してもらえる内容となった。商談相手の具体的なニーズや現地事情を直接聞き、サンプル提供を通じて関心を引き出したことで、次につながる手ごたえがあった。

#### C社(加工食品)

輸出を検討していた際にメールマガジンで商談会を知り、現地バイヤーの声を聴いてみようと考え、参加を決めた。今まで検討していなかった国の情報を得て販路を見出すことができた。まずは自社の製造工程の見直しなどをして輸出に向けた専用の商品を作りたい。

### (3) 参加バイヤーの声

参加バイヤーからは、本格的な海外進出を検討する県内企業に、注力してほしい具体的課題として以下のポイントが挙げられました。

- ・海外でのマーケティングや広告宣伝費といった予算の確保
- ・(食品企業において)輸出に耐えうる賞味期限の確保
- ・商品の独自性、ストーリーの明確化
- ・英語での商品説明資料の準備
- ・国内販売同様の現地での積極的なプロモーション



## 3 オーストラリアにおける 県産品プロモーション

令和6年度に引き続き、富山県産品の認知度向上及び販路拡大を図るため、オーストラリアにて期間限定のフェアを開催し、富山県産商品のテスト販売を行いました。

(1) 実施概要

開催期間	令和8年2月(1か月程度)
開催場所	・Tokyo Mart (シドニー) ・Fuji Mart (メルボルン、ブリスベン、ゴールドコースト、パース)
参加企業	12社
対象商品	調味料、菓子等 35商品

(2) 現地での感触

シロエビなどを使ったせんべいのほか、ゆずや昆布だしを使った味噌などの特徴のある調味料が人気でした。オーストラリアは多民族国家で、来店する顧客層も多様でしたが、塩味の多い商品を好む層や、海鮮系の特有の風味がある商品を好む層など、顧客層ごとに商品の好みが見られる傾向が伺えました。

また、全体的にアレルギーについて詳細に確認される場面が多い点も特徴でした。

参加企業からは、「なじみの薄い商品でも手にとってもらえるよう、パッケージやPOPの工夫が重要と感じた」との声が寄せられました。



4 北米オレゴン州富山フェア

11月には、アメリカオレゴン州での「富山フェア(主催:富山県)」の開催に協力しました。現地スーパーにて富山県産品の魅力を発信し、市場開拓の可能性を探りました。店舗では試食・試飲販売を行い、現地の反応も確かめられました。

(1) 実施概要

開催期間	令和7年11月12日(水)~25日(火)
開催場所	宇和島屋ビーバートン店
参加企業	18社
対象商品	コメ加工品・日本酒・水産加工品等 72商品

(2) 現地での感触

人気が高かったのは、シロエビを使った米菓や、ほたるいかななどの富山の海の幸を加工した商品等でした。特に、お菓子や調味料については、グルテンフリー、植物由来の商品を求める声が目立ち、健康意識の高さが感じられました。

現地でのなじみの薄い商品でも、「お麴の塩胡椒炒め」や「味噌マヨディップ」など、現地の嗜好に合わせたレシピを提示することで、新たな魅力が伝わり、購入へとつながりました。

参加企業からは「商品の特徴や調理法を記したPOPの必要性を感じた」「得られたデータを社内で共有し、対米向けの商品開発やプロモーション対策を再構築したい」など、今後の販路拡大に向けて戦略の改善を目指す、前向きな声も寄せられました。

