

JAPAN SELECTION 2024

~FOOD STYLE~



シンボルマーク

Japan の「J」と SELECTION の「S」を反転した文字をモチーフに「つながり」と「可能性」を表現。
つながり…日本（J）とタイ（S）、B2B
可能性…海外マーケットの可能性「無限大∞」を表現。

ロゴタイプ

JAPAN の「A」は上向きの2つの矢印を表現。日・タイ両国にとって Win-Win な将来性を示唆。
JAPAN の後ろ赤い丸により、より日本感を強調。

「JAPAN SELECTION」は、**日本の未来に向けた強みとなる技術や文化を海外に発信**。さらに海外マーケットへの進出を目的とした**「B2B（法人同士の取引）に特化した“オールジャパン”見本市**です。日本全国の官民が一体となったオールジャパンで、輸出を盛り上げてようというイベントです。

今回のFOOD STYLE（農林水産品カテゴリー）は日本の農林水産品をバンコクヘー堂に集めたタイ現地食品見本市で、デモンストレーションや試食をメインとしたイベントです。また、試食だけではなく、輸出のロットや価格などの条件提示だけでなくその場で購買手配までができる**「世界初！タイ発！オールジャパンでの農林水産品の“体験型購買会”**」を目指します。**「デモと試食」「取引条件が明確」「その場で購入可」という3つの特性**を持ち、**“取引の即効性”**を狙ったイベントです。

農林水産省、在タイ日本国大使館、JETROバンコクの後援の元、自治体や地方銀行より地元の自慢の特産物を出展することで、**タイのバイヤーは日本の北から南まで特産品を食べながら旅をしている感覚になる食品市がコンセプト**です。

本展示会は、**タイのバイヤー決裁者・担当者とのマッチングに特化**し、タイの大手財閥、バイヤー経営者や役員、調達の責任者や小売・飲食店の店舗などを多数集客。**タイ企業の責任者が、日本との取引拡大や自社の課題解決のため多数来場**します。時期は1月、会場はバンコク都内、交通の便でバイヤーも来場しやすい会場です。**リアル展示商談会、365日開催B2B向けEC、1か月限定開設B2C向けEC、の3つのシームレスなハイブリッド開催**により、多数のマッチングを生み出し、貴社や自治体へ絶好のビジネスチャンスを提供します。

バンコクの世界初のB2B特化型オールジャパンイベント。日本の強みとタイ側のニーズにマッチした商品で海外へマーケットイン型で輸出し、**日・タイ双方のWinWinを目指します**。日本の未来に向けた本イベントに、是非ご参加を検討いただきますようお願い申し上げます。

タイの日本食市場について①

日本貿易振興機構（ジェトロ）バンコク事務所の調査（店舗数調査の期間は21年9～11月）によると、21年のタイの日本食レストラン数は前年比約7%増の4,370店舗と**コロナ禍にありながら増えている**ことが確認された（図表1）。～中略～21年に新規開業した店の約4割が寿司店で、安定した人気の高さがうかがえる。業種別で見ると、もっとも新規開業が多かったのは寿司（342店舗増）だった（図表2）。

ジェトロバンコク事務所・農林水産・食品部の谷口裕基氏は「調査を進めるなかで関係者からは、**タイにおいて日本食は特別な日の利用から日常食としての利用まで、楽しみ方が多様化**してきているとの声が聞かれた」～中略～「今後は、よりタイ人の嗜好・タイの食文化に合わせてアレンジされた日本食が増えるとともに、より日本を感じられる本物志向の日本食を提供する日本食レストランも増えていくとする意見が多い」（同・谷口氏）

図表1 タイにおける日本食レストラン店舗数の推移



図表2 日本食レストラン店舗数調査 業種別

新規店舗は889店舗（2021年）

寿司と日本食（総合和食）の増加が多く、この2つのカテゴリーで新規店舗の61%を占めた。

※ 新型コロナウイルス感染症拡大の影響から、休業中の店舗数は231店舗と前年の70店舗から大幅に増加。



出所：ジェトロバンコク事務所「2021年度タイ国日本食レストラン調査」
※「減少」には閉店・休業した店舗、恒久的なアライバーへの業態変更、メニュー変更、座席設備除外等により対象外となった店舗が含まれる。

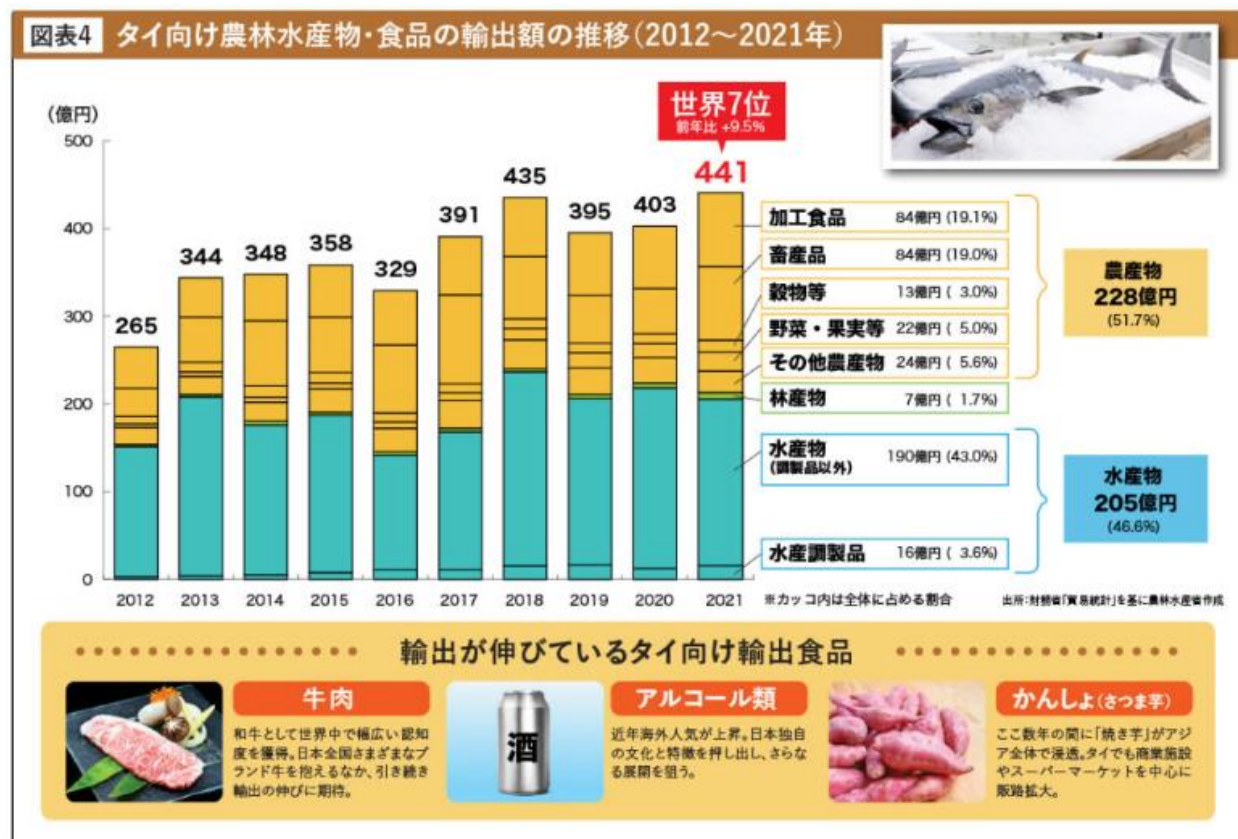
業種	2019	2020	2021			
			増	減	合計	増減率(%)
寿司	688	1,038	342	184	1,196	15.2
日本食	945	1,015	197	141	1,071	5.5
ラーメン	429	420	80	41	459	9.3
すき/しゃぶ	428	336	32	36	332	-1.2
居酒屋	283	285	51	61	275	-3.5
焼肉	243	268	37	41	264	-1.5
喫茶	149	205	56	34	227	10.7
井専門	133	146	28	22	152	4.1
洋食	95	101	20	7	114	12.9
カレー/オムライス	85	91	26	11	106	16.5
揚げ物	60	93	12	11	94	1.1
鉄板お好み	55	67	6	13	60	-10.4
蕎麦うどん	44	29	2	11	20	-31.0
合計	3,637	4,094	889	613	4,370	6.7

ArrayZ ONLINE 2022.07月号より抜粋
https://arrayz.com/column/features_202207/

タイの日本食市場について②

タイ商務省によると、同国における21年の貿易総額（食品以外も含む）は前年比23・1%増の5387億7400万ドル、輸出総額は17・1%増の2711億7400万ドル、輸入総額は29・8%増の2676億ドルと、いずれも過去最高額となった。輸入を国・地域別でみると、主な相手国・地域は中国（構成比24・9%）、ASEAN（17・1%）、**日本（13・3%）**、欧州（7・6%）、米国（5・4%）の順であり、**日本は28・9%増の356億8500万ドルと拡大**している。

日本における農林水産物・食品の輸出先として見てもタイは7位に入っており、大事な輸出先国の一つと言えるだろう。なかでも前年を大きく上回っていた品目が、牛肉・アルコール飲料・かんしょ（さつま芋）であった（図表4）。

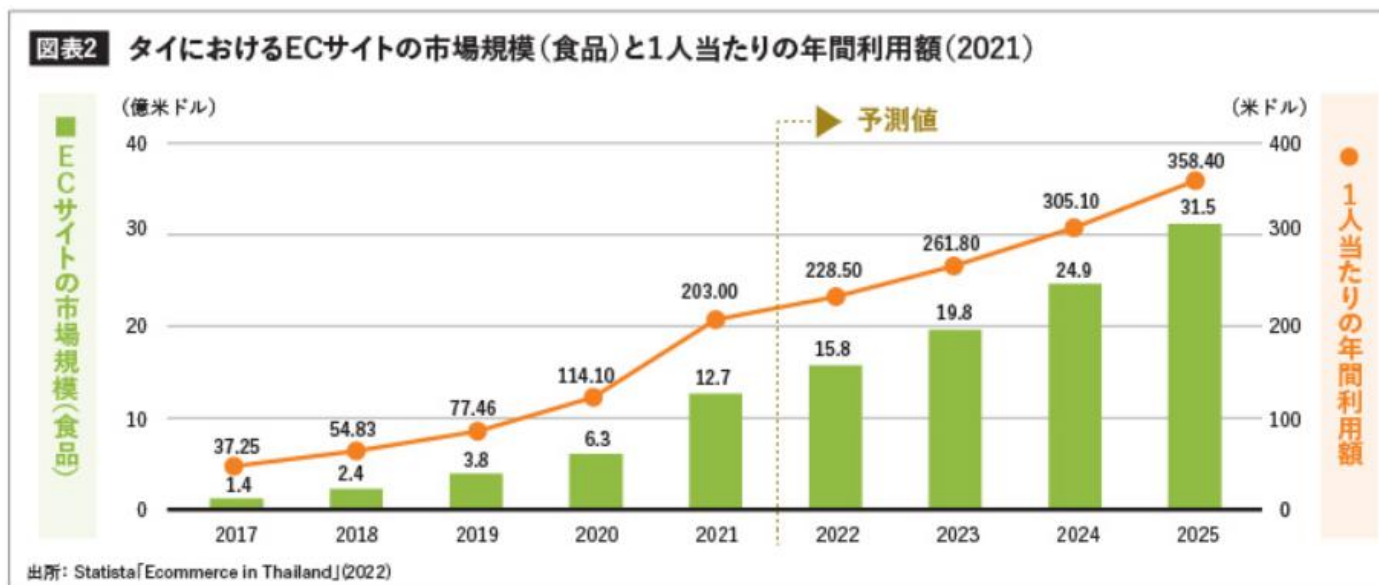
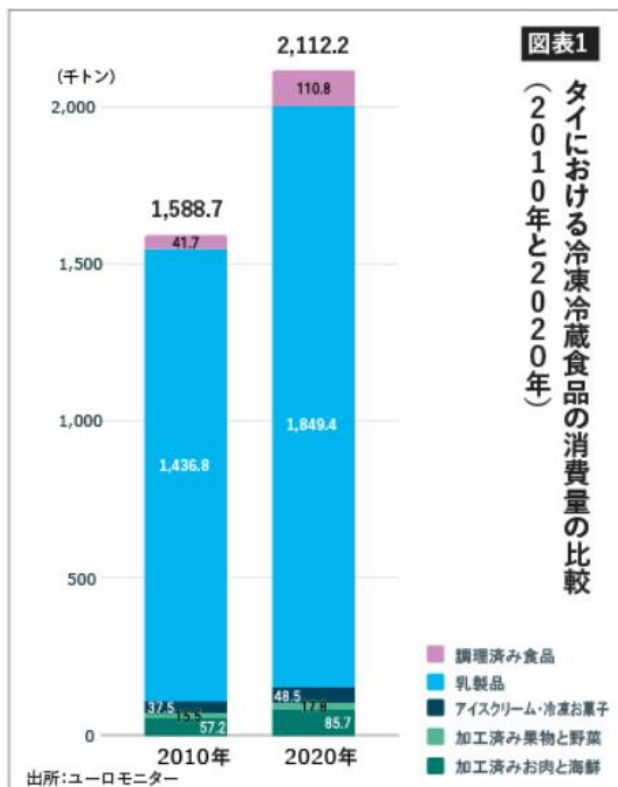


ArrayZ ONLINE 2022.07月号より抜粋
https://arrayz.com/column/features_202207/

タイの日本食市場について③

ここ5年ほどで大きく整備が進み、**存在感を強めているのがコールドチェーン（低温／定温物流）事業**である。その要因の一つとして、タイ国内における冷蔵・冷凍食品の消費量の増加が挙げられる（図表1）。「近年、フードデリバリーやEコマース（以下EC）を通じた飲食料品の需要増を背景に、日系・地場企業が低温度帯の倉庫を建設する動きが相次いでいます。また、大型の低温倉庫内でのロボティクスを用いた自動化の取り組み、リーファー（冷凍・冷蔵）コンテナの増強など、企業の活発な投資も進んでいます」とジェトロバンコク事務所・広域調査員の北見氏は話す。

カシコン銀行傘下のシンクタンク、カシコン・リサーチセンターによると、2022年のB to Cにおける**コールドチェーン事業は、前年比15～20%増の29億～30億バーツ規模**になるとの予測を示しており、バンコク都内はもちろん地方配送の安定化も一層進むことが予想される。また**EC市場においても、行動制限が課されたコロナ禍にその市場規模が急拡大**（図表2）。



ArrayZ ONLINE 2022.07月号より抜粋
https://arrayz.com/column/features_202207/

開催経緯

本イベントは、各方面で上がった課題/ご要望をもとに実現させたイベントとなります。
特に日本からの「オールジャパン」と現地バイヤーからの「購買を効率化したい」
という要望に特化したB2B向け商談会を企画いたしました。

開催経緯 その①

『農林水産省様』 の課題/ご要望

開催経緯 その②

『日本大使館様』 の課題/ご要望

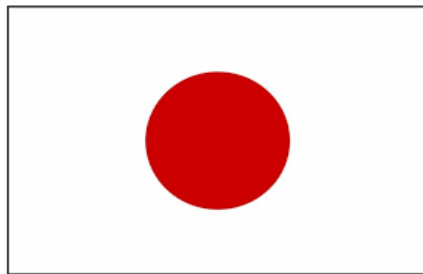
開催経緯 その③

『タイ現地バイヤー様』 の課題/ご要望

タイ国内での日本商品の需要は非常に高く、また近年では円安も進んだことから
日本としてさらなる輸出の動きが活発化、日本の輸出拡大方針企業は追い風となっています。

また農林水産省は2020年に「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」を掲げ
2025年には2兆円、さらに**2030年に5兆円**の達成に向け動いている。

(※令和3年の農林水産物・食品の輸出額は、初めて1兆円を突破)



①錦鯉の輸出
(農林水産省)

②新規輸出1万社支援プログラム
(経済産業省)

直近
トピック

上記目標を達成するためにも、農林水産物/食品の輸出拡大に寄与する
施策があれば前向きに検討できる、とのご意見を頂きました。

現状、日本の各都道府県全体での統一された国外プロモーションが実施できておらず
各地方自治体ごとで個別予算により物産展等の開催を行っています。

地方自治体個別での施策展開は実施されている。



千葉物産展



福井物産展



北海道物産展

しかし…！
「日本全体」での
国外プロモーション
は行えていない



同じくアジア圏の韓国は
「ALL KOREA」としてすでに
タイでプロモーション活動を実施！！

自治体ごとでバラバラな施策を統一させ、かつ「オールジャパン」として
日本の魅力を国外に強く打ち出せるような最適な施策がないか？

③タイ現地バイヤー様からの課題/ご要望

弊社2023年受注案件、中小機構「ヒットをねらえ in Thailand」を実施した際、
タイの現地バイヤー様からのオールジャパンでの施策ニーズに関する意見が出ました。

(※日本企業約30社参加の商談会を実施)

日本物産展はバラバラで
実施されているため
時間を取られる。

日本商品はタイ富裕層向けから
ニーズが高いため、一気に
体験できるような機会がほしい。

取引条件として
各種要件を満たしたものを
前提に用意してほしい。

例) 賞味期限10ヵ月~1年/価格/内容量等
/トランス脂肪酸なし/タイ人の味覚

事前に商談可能なリスト
をご提示いただいた上で、
検討したい。

食品だけではなく、
食品以外のイベントも
やってほしい。

日本食品であれば条件と
共に試食や見た上で
検討させてほしい。

気になったその場で
購入したいため、条件や
卸価格も提示してほしい。

日本企業の海外進出をより促進するためにも、タイ現地のニーズを
重視した上での効率的かつwin-winなマッチング機会を創出できないか？

日本の未来に向けた、強みとなる技術や文化を海外に発信
さらには海外マーケットへの進出を目的とした

『B2Bに特化した“オールジャパン”見本市』

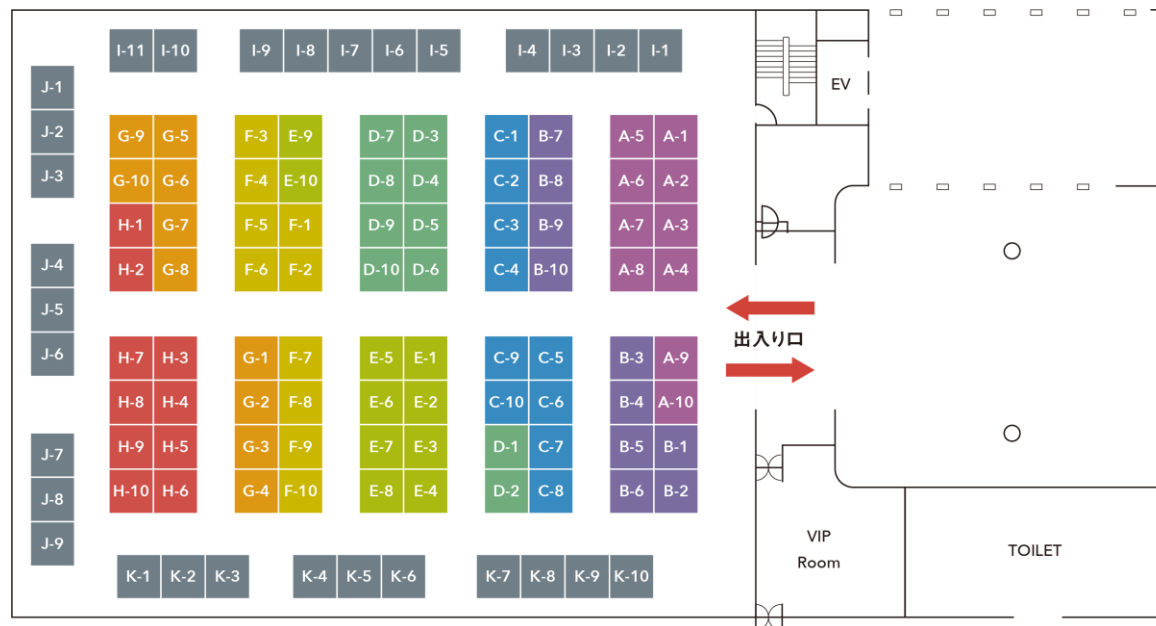
FOOD STYLE（農林水産物カテゴリー）は
世界初！タイ発！オールジャパンでの
農林水産品の“体験型購買会”です

オールジャパンについて

出展を個別に検討される企業様はもちろん、全国の地方自治体様、都市銀行様、地方銀行様、品目団体様、農協様などの協力を得て出展者を募集。来場者にはコンセプトとして『**日本各地の素晴らしい食材を旅する**』ように、日本全国の特産物を体験していただくことを目標にします。



日本全国を
横断的にカバーした
商品ラインナップ



この体験型こそ「**オールジャパン**」として日本が海外に
自国商品売り出す最適解の施策となります。

本イベントの強みは**“体験型購買”**にあります。

試食



詳細確認



- ロット数
- 卸価格 等々

購買



“その場でバイヤーは購入手配できる”という**“即効性”**が強み！

～FOOD STYLE～とは？

今回の～FOOD STYLE～における出展品目/範囲。

※MAFF＝農林水産省

加工食品



水産物



錦鯉

(MAFF輸出強化)



伝統工芸品



畜産物



ペットフード

(MAFF輸出強化)



飲食店

(タイバイヤー要望)



食器



※タイで展開したい日本産食品のマッチングニーズ

※タイでのチェーン展開を希望する
飲食店のマッチングニーズ

「農林水産省様」が農林水産物/食品として定める品目が
FOOD STYLEの出展範囲。

本イベントの特徴・魅力。

魅力
その①

日本全国の農林水産品がタイ・バンコクの1カ所に集まる！

魅力
その②

バイヤーが数多く来場し、その場で試食体験してもらえる！

魅力
その③

バイヤーは試食と売買条件により、その場で購買検討できる！
(※FOB価格の提示)

魅力
その④

バイヤー・個人ともにEC経由でも購入できる！
(※販売許可のFDAを主催者でも取得可/ECサイトへの出品)

今回初の民間主導での「オールジャパン」展示会の実施となります。
以下、公共機関様にもご賛同いただき、後援いただいております。

1

農林水産省 様

2

在タイ日本国大使館 様

3

JETROバンコク 様

And more...

日本の公共機関様からご後援とご支援をいただくことで本当の意味での
「オールジャパン」を実現し、海外市場へのアプローチを図ります。

参加バイヤーについて

タイのバイヤーは、オールジャパンに集約されたイベントに高い関心を持っています。
各社タイに進出したい日系企業との商談を望んでいます（バイヤー要望より事前に出展一覧を送付予定）。
即効性の高いタイの中堅中小のバイヤーや周辺国（ラオス、カンボジアなど）のバイヤーも広く招待します。

CPALL Group



タイで現状、約15,000店舗を構える
セブンイレブンの運営～数多くの製品の
卸業を行っているタイの大手財閥グループ。



CENTRAL Group



ZENなど入居するタイ最大のショッピング
モール「セントラル」やロビンソン/Big C
などを運営するタイの大手財閥グループ。



SINO-PACIFIC
Group



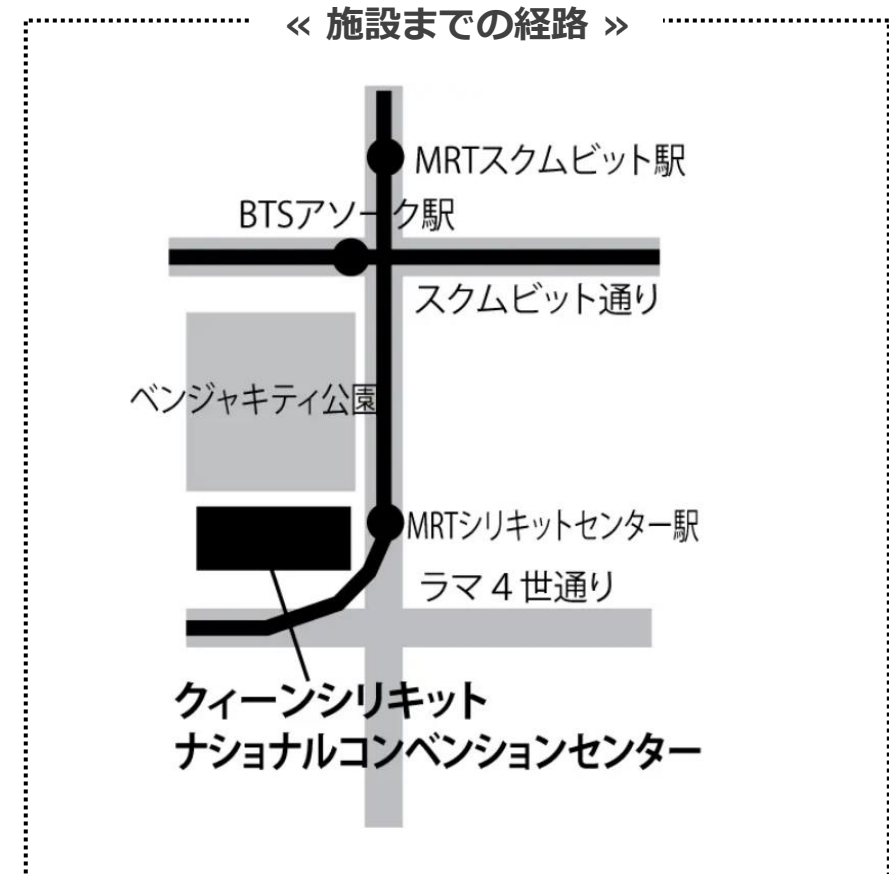
世界中の約70ブランドの食品/スナック/
キャンディー/飲料類を幅広く
輸入しているタイの大手財閥グループ。



And more...

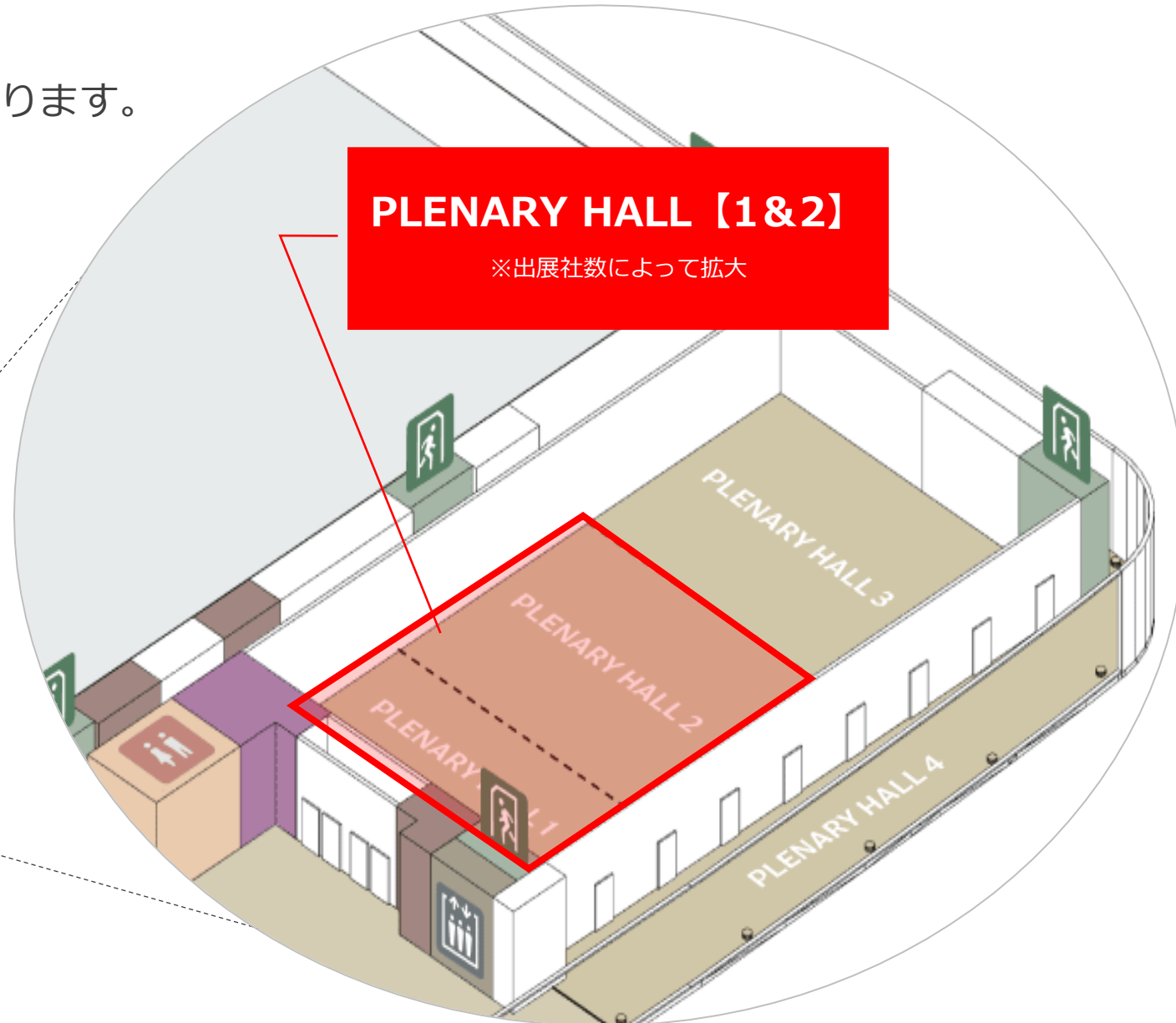
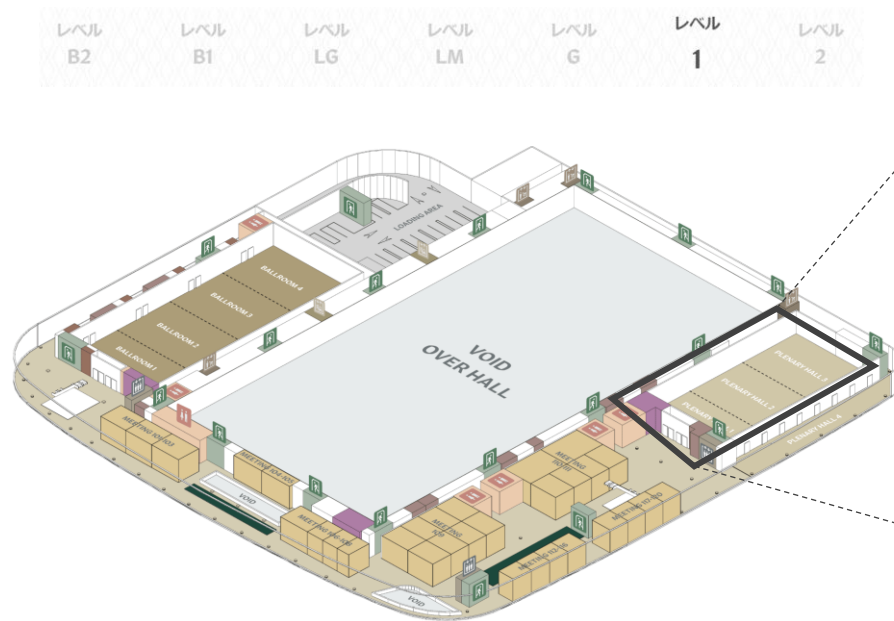
開催場所

第1回となる実施場所は、タイ(バンコク)の「クイーンシリキット・ナショナル
コンベンションセンター(QSNCC)」。2022年9月にフルリノベーション。
第29回APEC首脳会議（サミット）が2022年11月18日から19日にかけて開催されました。



PLENARY HALL【1&2】での実施想定になります。

（※HALL位置が変更となる可能性もございます）



入ロイメーヅ



各ブース連続イメージ

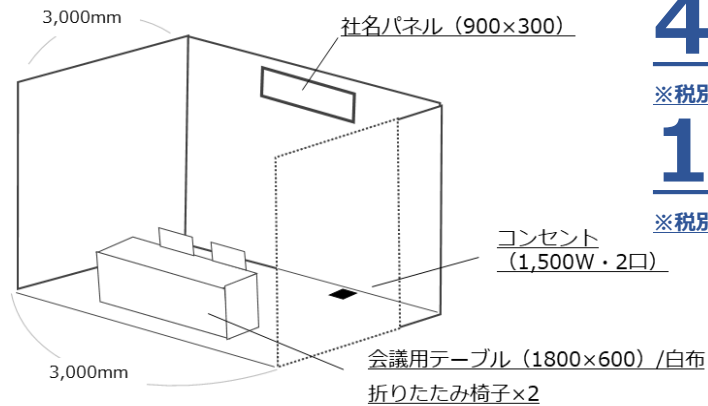


ブース概要（基本プラン）

本イベントの基本プランです。タイに進出済みやパートナーがいる企業向け。
ブースの基本施工まで含んでいる価格設定となります（日本円、タイバーツいずれかの決済可）。

1コマ

※ブースの大きさは変更になる可能性があります



41万JPY
※税別
10万THB

※税別

コンセント
(1,500W・2口)

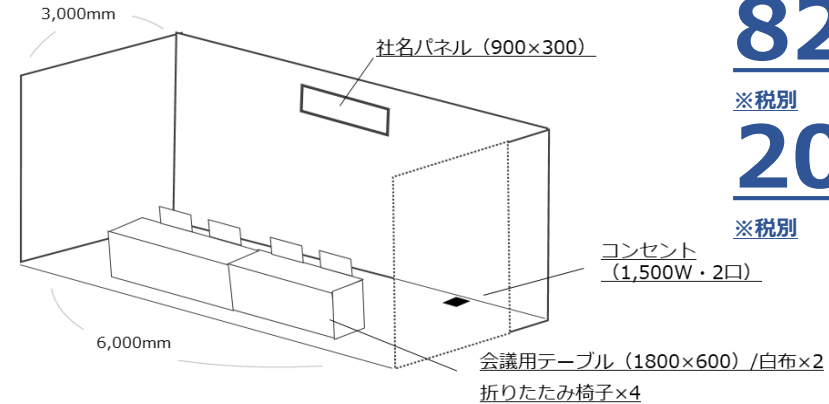
会議用テーブル (1800×600) / 白布
折りたたみ椅子×2

« その他 »

- ・電気使用料（コンセントは1,5Kw・2口）
- ・会議用テーブル（W1,800×600）1台
- ・折りたたみ椅子2脚

2コマ

※ブースの大きさは変更になる可能性があります



82万JPY
※税別
20万THB

※税別

コンセント
(1,500W・2口)

会議用テーブル (1800×600) / 白布×2
折りたたみ椅子×4

« その他 »

- ・電気使用料（コンセントは1,5Kw・2口）
- ・会議用テーブル（W1,800×600）2台
- ・折りたたみ椅子4脚

ブース概要（FDA、タイ人スタッフ コミコミプラン）

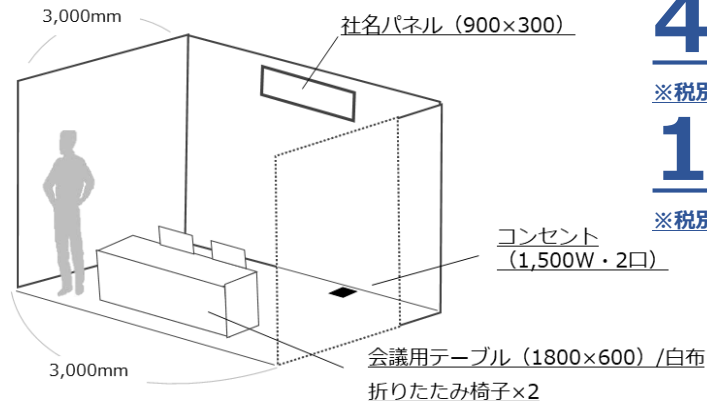
人や許認可が含まれるプランです。地方自治体様などまとめたの出展の際は個別ブース施工も可能です。
商談に必要なタイ人スタッフ、FDA取得などの諸経費を出展費に含めています。

※FDAを短期で取得できない商品の出展も可能です

※国・地方補助金をご案内致します。是非事務局へお問い合わせください

1コマ / 専属紹介人

※ブースの大きさは変更になる可能性があります



49万JPY
※税別
12万THB
※税別

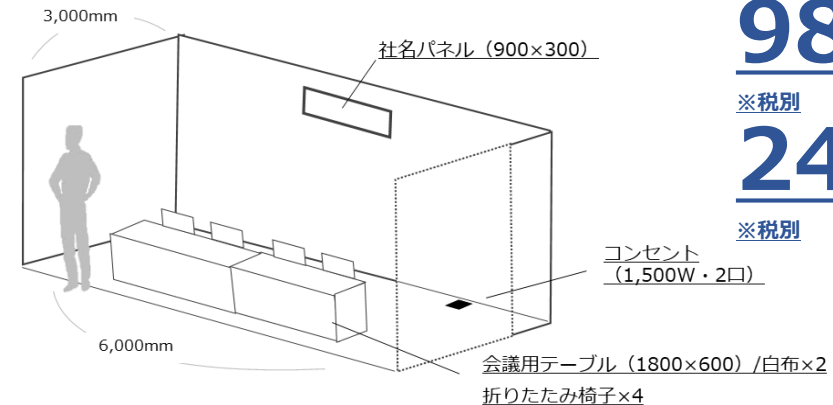
« その他 »

- ・電気使用料（コンセントは1,5Kw・2口）
- ・会議用テーブル（W1,800×600）1台
- ・折りたたみ椅子2脚
- ・専属紹介人（※タイ人/タイ語と日常英語可）
- ・FDA品目登録数 1種 ・EC出品、管理、販売条件の翻訳

お得!!

2コマ / 専属紹介人&通訳

※ブースの大きさは変更になる可能性があります



98万JPY
※税別
24万THB
※税別

« その他 »

- ・電気使用料（コンセントは1,5Kw・2口）
- ・会議用テーブル（W1,800×600）2台
- ・折りたたみ椅子4脚
- ・専属紹介人2名（※タイ人+1名日タイ通訳可）
- ・FDA品目登録数 3種 ・EC出品、管理、販売条件の翻訳

オプション費用

また本イベントに関してその他オプションサービスのご用意を主催者で行います。
装飾や什器などのブースオプションは仕様書にてご案内いたします（タイバーツ決済も可）。

現地での
調理が必要！

調理スタッフ

4万JPY～/1万THB～

/1日(※8:00～17:00)

現地で
華を添える！

イベントコンパニオン

4万JPY～/1万THB～

1日(※8:00～17:00)

タイでの
商談の言語
フォロー！

現地通訳

6万JPY/1.5万THB

1日(※8:00～17:00)

自社商品をもっと
登録したい！

FDA申請追加 (+1品)

6万JPY/1.5万THB

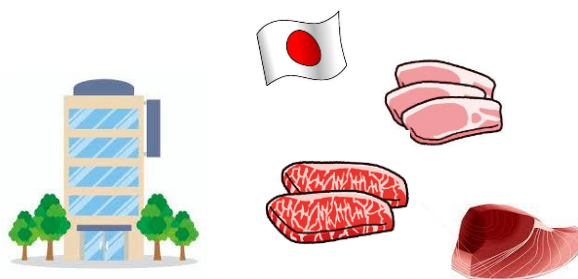
※ 1商品あたり

※申請許可が下りない場合もございます。

商品の輸入と展示会場までの直接配送を、主催者側でもご用意します（出展者様での独自配送も可）。
出展者様は**試食とその場での販売がテーマ**となりますので、極力輸出量のご協力いただければ幸いです。
輸出手続きは日本側でサポート、輸入に関しても主催者が手続きを行います。
※輸送費と関税は別途ご請求させていただきます

1

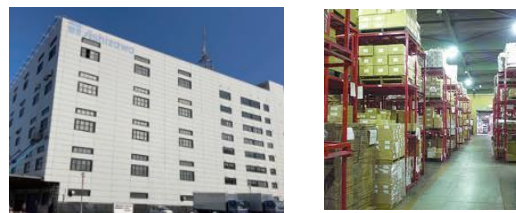
輸出書類の準備 輸出場所まで配送



商品の輸出手続きについてWebでのリモート面談にてヒアリングを行います。輸出に必要な書類関係を確認します。また、現地での販売許可が出るかの確認を行います。日本の弊社指定倉庫まで配送いただきます。
FDAが取得できない商品でもサンプルとして出展可能です。

2

日本輸出・タイ輸入 (FDA申請・サンプル申請)



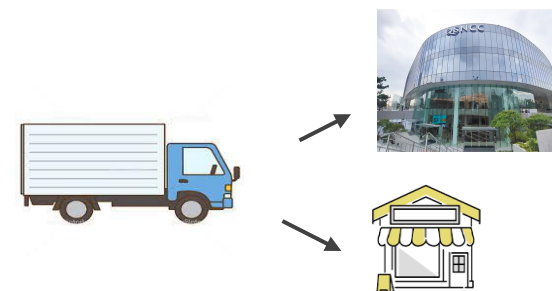
日本からタイへ輸出。タイの輸入手続き、FDAの申請は主催者にて行います。

※商品カテゴリー

- ①FDAを取得しやすい商品
- ②FDA取得が困難な商品
- ③FDA取得に1年以上かかる商品

3

展示会場・EC（個人）に配送

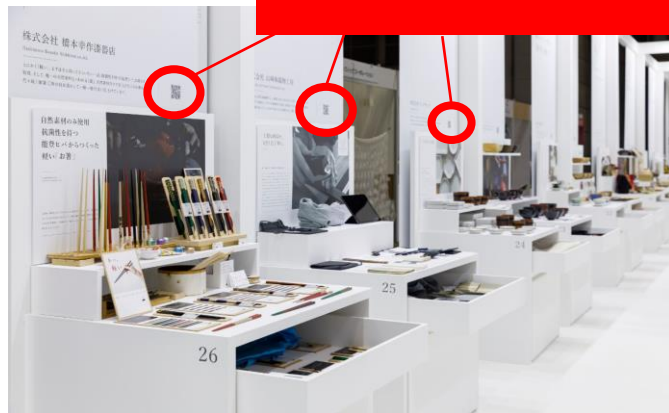


タイ国内の倉庫へ納品。
展示会前日に展示会場へ配送いたします。
また、EC向け商品は倉庫より直接配送を行います。
残った商品は別契約で倉庫を借りてのサンプル保管もしくは廃棄（寄付）となります。

ブース/購入導線イメージ

B2B開催日（1日目、2日目）は「[卸価格・ロット記載のB2B向けEC](#)」のリンクへ飛ぶQRコードを用意。
B2C開催日（3日目）現地販売に加え、QRコードで「[B2C向けEC](#)」への導線確保を想定。
バイヤー・一般顧客向けに、それぞれECサイトを用意して対応します。

ECサイト導線となるQRコードを
目立つように掲載する
ブースデザインに！



B2B向け
ロット、
卸価格などの条件

B2C向け
EC販売先

※参考イメージとなります。



MAFFプロジェクト
出展マーク
の取得検討
ページの表記など

**B2B向け/B2C向けECサイトを2軸でご用意。
購入導線を強化し店舗や自宅までの配送を手配します。**

展示会の効果を高めるため、B2B向けECサイトの構築を同時並行で実施します。
FOB価格でのロットと購買価格を事前に設定することで、バイヤーが輸入を検討するまでのスピードを加速させます。またECサイトでのバイヤーとの取引が継続的に行えるよう、年間を通じてECサイトを継続運用することにより次回展示会に向けての準備や商品実績が継続的に行うことができます。

B2B向けに展開するECサイトはクローズド型



« クローズド型の長所 »

- ① 卸価格とロットをECサイト展開
- ② バイヤーのみに利用制限
- ③ 個人と区別したECサイト運用

« 運用体制について »

- ① 基本的にクローズドECのみで展開
- ② ログインにはID/パスが必要に！
- ③ ID/パスは招待券発行時に同時配布

B2C向けECサイトでの販売を現地EC業者（もしくはSNS）と連携し約1ヵ月限定の特設ページを開設します。
一般消費者が小ロットでもECで購入できる仕組みを作ります。

ページTOPイメージ
タイ現地ECサイトと連携



ページ
遷移

日本各地の特産品が
ひとつのECサイトに集約！



消費者
メリット

来場者は試食したその場でも、ECでも購入可能

来場できない方も日本の商品を購入できる

出展社
メリット

サンプル・商品をその場で売り尽くせる

パッケージや商品のテストマーケティングができる

開催スケジュール

2023年度、第1回の実施会期は、2024年1月18日(木)/19日(金)/20日(土)の3日間。
2024年度、第2回の開催も予定、(仮) 2025年1月16日(木)/17日(金)/18日(土)の3日間。

1 January 2024

SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
31	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
				18	19	20
				25	26	27
28	29	30	31	1	2	3

2 February 2024

SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
28	29	30	31	1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	1	2

【開催時間】 9:00~17:00

18日 19日

B2B DAY

20日

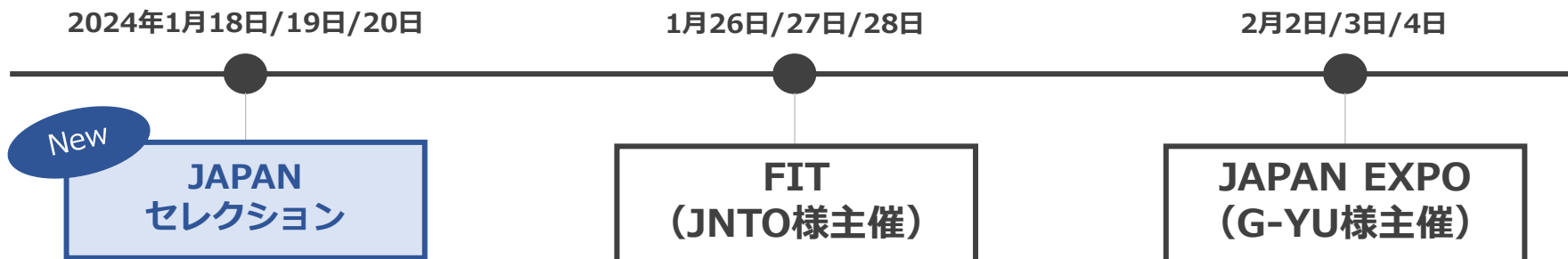
B2C DAY

さらに全体プロモーションも実施

現在、タイにて実施されている「FIT」 & 「JAPAN EXPO」と連ねて「JAPANカルチャーウィーク」として実施することで更に大きな“オールジャパン”を全面にプロモーションする期間とします。

JAPAN Culture WEEK

既存の「FIT」「JAPAN EXPO」という大々的に日本をテーマとした展示会は1月下旬～2月上旬にて実施されている。日本文化プロモーションとしてより規模感や露出度が高まることに加え、この時期タイは乾季により過ごしやすい気候である点、また各国の春節に近く外国人の集客がより見込める点など別軸でのメリットもある。



スポンサードについて

スポンサー企業様も募ります。タイのバイヤーへアピールしませんか？
「ロゴ掲載」「ブースの出展」「サンプリング」などを行うことができます。

« スポンサーご提供イメージ »

ゴールド スポンサー様

特典①:ロゴの掲載
特典②:ブースの無償提供
特典③:日本/タイ通訳人(1名)の手配
特典④:入場時サンプル配布
特典⑤:ステージでのPR

※各種費用、特典内容は適宜応相談となります。

シルバー スポンサー様

特典①:ロゴの掲載
特典②:ブースの無償提供
特典③:日本/タイ通訳人(1名)の手配
特典④:入場時サンプル配布

※各種費用、特典内容は適宜応相談となります。

ブロンズ スポンサー様

特典①:ロゴの掲載
特典②:ブースの無償提供
特典③:日本/タイ通訳人(1名)の手配

※各種費用、特典内容は適宜応相談となります。

弊社会社概要

創業 1974年11月

資本金 5,000万円

代表者 代表取締役社長 藤本 耕平

従業員数 100名(2020年4月現在)

事業内容

- 1.プロモーション・プランニング事業
- 2.プロモーション・マネージメント事業
- 3.ビジネス・プロセス・アウトソーシング事業
- 4.マーチャンタイジング事業
- 5.グローバル・プロモーション事業
- 6.D2C セールス事業
- 7.ロジスティクス事業
- 8.ダイレクト・マーケティング事業
- 9.IT サービス事業

関連事業

タイ食材・調味料の輸入・卸事業

ECサイト運営

海外進出支援事業



株式会社 ディー・エム広告社

資格 ISO 27001、ISO 14001

関連会社 DMK (Thailand) Co., Ltd.
DM KOKOKUSHA VIETNAM Co., Ltd.

所在地 【本社】
〒136-0072 東京都江東区大島1-9-8 大島プレールビル2 階
TEL:03-3637-9311 FAX:03-3637-9300

【江東センター（物流拠点）】
〒136-0076 東京都江東区南砂7-12-4
（日通東東京流通センター内4 階）
TEL:03-3699-6712 FAX:03-3699-8425

【習志野センター（物流拠点）】
〒275-0001 千葉県習志野市東習志野8-30-15
TEL:047-493-0908 FAX:047-493-0906



DM KOKOKUSHA.

JAPAN SELECTION 運営事務局

【受付時間】10:00～17:00 ※土・日・祝日・年末年始は除く

担当:津田 / 梅山

TEL : 03-6744-6536

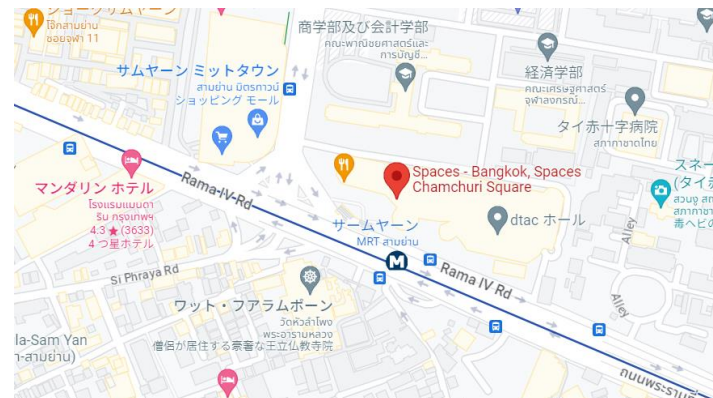
support@js-dmk.jp

出展のお申し込み・
お問い合わせはコチラ



OFFICE Spaces Chamchuri Square

24th Floor, Chamchuri Square Building, Spaces
Chamchuri Square, Pathum Wan, Bangkok 10330



DM KOKOKUSHA.