

独立行政法人 中小企業基盤整備機構

令和8年度海外市場開拓トライアル
タイ・シンガポールにおけるテストマーケティング企画
事業者募集説明会



本日のアジェンダ

中小機構様からのご挨拶	p.4
事業概要	p.6
支援概要	p.12
募集概要	p.24
お申し込み時点の注意点	p.30
留意事項	p.33
お申込み方法	p.35
エントリーシート記載方法	p.37
タイ・シンガポールの基礎情報	p.39
質疑応答	p.44

事業概要

事業概要

はじめに

Point ①

- 本事業では、タイまたはシンガポール市場への進出を検討している中小企業者の皆さまを対象に、自社商品の現地でのテストマーケティングを実施いたします

Point ②

- タイとシンガポールはアジア地域の中でも日本ブランドに対する受容性や関心が高く、日本製品に対する信頼感や品質イメージがすでに一定程度浸透しており、現地での商品評価やニーズ把握を行ううえで、非常に適した環境があります

事業概要

こんな方におすすめ



タイまたはシンガポールの市場への販路開拓を検討するうえで、**下記のようなお悩みをお持ちの方は、本事業にぜひお申込みください**



タイまたはシンガポールの市場で自社商品が受け入れられるか試したい



海外展開を何から始めるべきか悩んでいる



タイまたはシンガポール向け販路開拓を検討しているが、海外経験が少ない



輸出実績はあるが、タイまたはシンガポールの市場での反応を確認したい

事業概要

事業の特徴

本事業は、販売を目的とするのではなく、展示や試用・試食などを通じて、市場での反応やニーズを把握します

1

一般消費者や流通関係者へアンケート・ヒアリング調査を実施

2

現地では販売は行わず、展示・試用・試着・試食・試飲を実施

3

現地運営は事務局が対応するため、参加企業の渡航は不要

4

調査後は各社ごとに結果をフィードバック

事業概要

参加対象事業者

対象事業者

■ 中小・小規模事業者

■ 中小企業・小規模事業者の定義

(詳細はこちらをご参照ください：[中小機構法上の中小企業・小規模企業者の定義 | 中小機構について | 独立行政法人 中小企業基盤整備機構](#))

参加条件

■ タイまたはシンガポールへの販路開拓を希望している、全国の中小企業・小規模事業者で、以下の条件にすべて該当する方

✓ 採択後、本事業に係る調査ヒアリングや説明会・セミナーへの参加、
ならびに事務局からの連絡に対応可能である方

✓ 自社商品をお持ちの方


※ 自社商品とは、自社ブランドとして自社または委託先企業で製造したものを指します

事業概要


採択事業者数

採択事業者数は**各国35社程度**を想定しており、**商品数と比較できるSKUの種別に限度**があります

採択 事業者数 	タイ	35社程度
	シンガポール	35社程度

商品数


- 1社につき1商品となります
- 1商品あたり最大3つのバリエーション（以下「SKU」といいます）となります

比較できるSKUの種別


- 比較できるSKUの種別は主に「機能／香り／味／サイズ／形状／デザイン」等を想定しています
- SKUは1種別に限り（香り違い2SKU＋サイズ違い1SKUのような複数種別の組み合わせは不可）

支援概要

支援概要

受けられる支援

本事業では、事業後の参加企業様のタイまたはシンガポール市場への進出への足掛かりとなるよう、現地調査を行うだけでなく、**調査前の仮説整理から調査後のフィードバックまで、一連のプロセスを事務局と専門家がサポート**します。

支援内容

1

ターゲットや訴求ポイントの仮説整理を専門家が支援

2

アンケート設問の作成を事務局がサポート

3

現地会場でアンケート調査を実施

4

調査結果レポートを提供

5

結果を踏まえた今後の海外展開のアドバイスも受けられる

初めて海外テストマーケティングに取り組む企業でも、**安心して参加できる支援内容**となっています

支援概要

支援の流れ

支援項目	内容
1 アンケート設計	<p>□ アンケート調査は、共通質問および商品別質問で構成されたアンケート設問に基づき実施します。本アンケートの設計にあたり、以下の仮説立案サポートおよび設問作成サポートを行います。</p> <ul style="list-style-type: none">• 仮説立案サポート: 中小機構の専門家によるサポート• 設問作成サポート: トライアル事務局によるサポート
2 アンケート調査	<p>□ 上記「仮説立案サポート」「設問作成サポート」で整理・作成した内容をもとに、タイまたはシンガポール現地の会場にてアンケート調査等を実施します。</p>
3 フィードバック	<p>□ 調査結果を報告書としてまとめ、トライアル事務局が各社にフィードバック面談を実施いたします。</p>
4 フォローアップ	<p>□ 調査結果を踏まえ今後の海外展開に向けて、中小機構の専門家がアドバイスをを行います。</p>

今後のタイまたはシンガポール市場への進出の足掛かりとしてご活用いただけるよう、
調査結果のフィードバックや中小機構専門家によるアドバイスをご提供します

支援概要

フィードバック

個別フィードバックの実施

- ✓ テストマーケティング終了後、**参加事業者毎に現地でのアンケート調査結果をフィードバック**します。
- ✓ 本フィードバックは**オンラインにて実施し、フィードバックシート**を使用します。

フィードバックシートの構成(現時点の想定)

1

基本情報

(調査対象商品/調査期間・有効回答数等の調査実施概要)

2

調査結果サマリー

(商品に関する総合評価/アンケート回答者の反応/審査員や現地調査員等からのコメント)

3

バイヤーの反応※商品によっては回答が得られない場合がございます
(バイヤーの連絡先/商品へ関心を持った事項/要望・質問)

4

ターゲット顧客

(顧客像の仮説/実際の顧客属性)

5

商品の評価

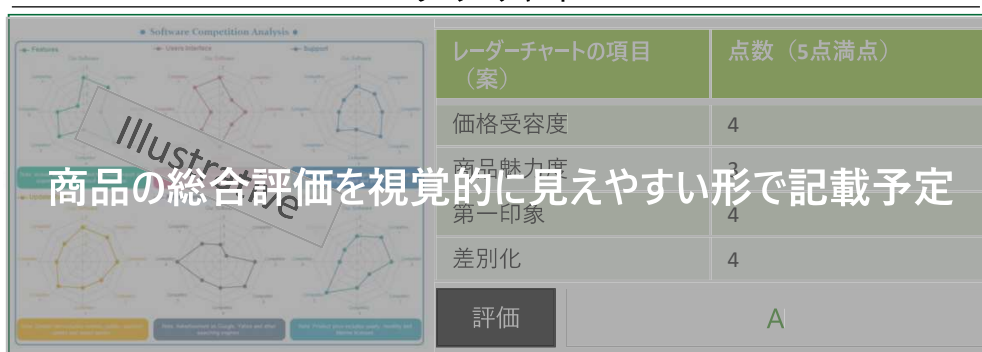
(購入意欲、第一印象等複数観点から整理した評価結果)

支援概要

フィードバックシートのイメージ（サマリーページ）

総評 • 味のおいさと差別化の観点で好意的な反応が見られた。総評を記載予定
 価格受容性には改善余地があり

レーダーチャート



商品への反応

■ アンケート回答者の反応

ポジティブ

- 味がおいしい (10人)
- 価格が安い (5人)

現地で一般消費者にアンケート調査をした結果を記載予定

ネガティブ TOP3

- 何の商品なのかわかりづらい (10人)
- 表示がわかりにくい (5人)
- 価格が高い (2人)

■ バイヤー/現地調査員等からのコメント

- 既存の類似商品とくらべて差別化できそう
- フィナンシェを知らない人も多いようでした
- とはいえ、タイ市場で販売するには価格をもう少し下げた方が良さそう
- ※バイヤーからコメントを受けた場合はバイヤーコメントも記載
- タイの市場に合いそう

レーダーチャートの評価に関するコメント

商品の総合評価内容を詳細に伝えるための文章を記載予定

- 一方、商品魅力度は相対的に低い

評価の基準

総合評価基準に関する説明を記載予定

支援概要

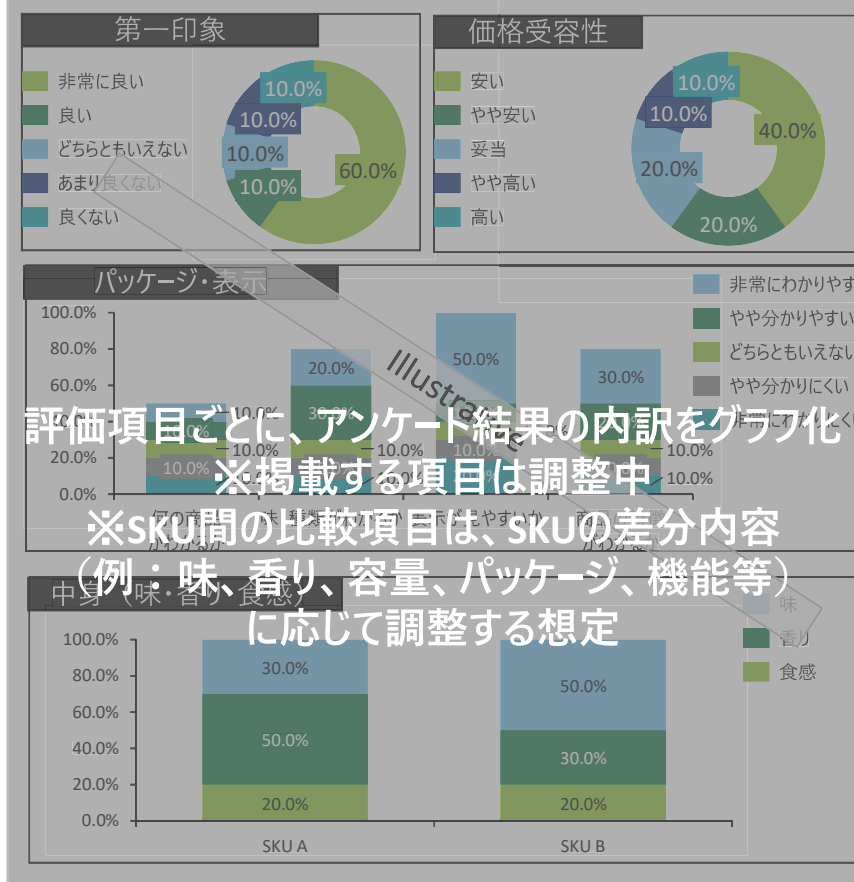
フィードバックシートのイメージ(2/2)

総評 本商品は、第一印象やパッケージ・表示面では比較的良好な評価が得られた。価格受容性と中身評価には課題が見られた。特に、価格が高く感じられる点や、味が好みに合わない点が購入阻害要因として挙げられている。SKUごとに評価傾向には差が見られる

対象SKU	評価項目	特に多い評価内容
■SKU A 宇治抹茶フィナンシェ ■SKU B 柚子フィナンシェ	第一印象	<ul style="list-style-type: none"> 第一印象は概ね良好 日本らしさが視覚的に伝わりやすい
	価格受容性	<ul style="list-style-type: none"> 価格は高いと感じる ただし、ギフト用として一定の受容性がある
	中身(味/香り/食感)	SKU A <ul style="list-style-type: none"> SKU Bと比較して、香りが好きな人が多い SKU B <ul style="list-style-type: none"> SKU Aと比較して、味が好きな人が多い
	購入阻害要因	<ul style="list-style-type: none"> 味が好みに合わない 価格が高く感じられる

サマリーページよりも詳細な商品に対する
 評価内容を記載予定
 ※SKU別の評価も記載予定
 ※評価項目は調整中

総評を記載予定



支援概要 | 全体スケジュール

全体スケジュール（タイ）

2026年	6月30日（火） 17:00	参加者募集締め切り
	6月下旬～7月下旬	選考（書類選考・審査会）
	7月下旬	採択事業者決定
		参加事業者を対象としたオンライン説明会 ※参加事業者は参加必須です。
	7月下旬～10月下旬	現地FDA申請等の許認可申請にかかる書類準備～取得
	9月上旬～11月中旬	・仮説立案サポートのための個社ヒアリング ・設問作成サポートのための個社ヒアリング ※ヒアリングは個別に日程調整いたします。
	10月中旬～11月下旬	サンプルを国内指定倉庫に輸送～現地倉庫に輸送
2027年	1月上旬～2月上旬	テストマーケティング実施（商品のターゲット層に応じて2つの施設にて実施） ・centralwOrld ・One Bangkok ・Mega Bangna
		参加事業者向けテストマーケティング実施報告会（オンライン予定） 調査レポート送付・個社フィードバック実施（オンライン予定）

支援概要 | 全体スケジュール

全体スケジュール（シンガポール）

2026年	6月30日（火） 17:00	参加者募集締め切り
	6月下旬～7月下旬	選考（書類選考・審査会）
	7月下旬	採択事業者決定
		参加事業者を対象としたオンライン説明会 ※参加事業者は参加必須です。
	7月下旬～9月初旬	現地の商品登録等の許認可申請にかかる書類準備～取得
	7月下旬～9月下旬	・仮説立案サポートのための個社ヒアリング ・設問作成サポートのための個社ヒアリング ※ヒアリングは個別に日程調整いたします。
	8月中旬～10月初旬	サンプルを国内指定倉庫に輸送～現地倉庫に輸送
2026～ 2027年	10月中旬～10月下旬	テストマーケティング実施 ・10月15日（木）～10月17日（土）：The Japan Rail Fair 2026 ・10月22日（木）～10月24日（土）：Food Japan 2026
	11月下旬～2027年1月下旬	参加事業者向けテストマーケティング実施報告会（オンライン予定） 調査レポート送付・個社フィードバック実施（オンライン予定）

支援概要 | 調査実施内容 (1/2)

実施概要に関するご案内 (タイ)

■ 実施都市：バンコク

■ 実施会場：

※ 実施会場は、全商品カテゴリを対象とする3つの施設の中から、各事業者につき2施設でテストマーケティングを実施します。そのうち、centralwOrld は多様な来場者が見込まれることから、すべての事業者に共通する実施会場となります。もう1施設については、エントリーシートにご記入いただくターゲット層を踏まえ、採択後に事務局と調整のうえ決定します。

- 1) centralwOrld (一般層から高所得者層まで、幅広い来場者が集まる施設)
- 2) One Bangkok (近年多くの企業が同エリアに進出し、消費力のあるワーキング層が集まる施設)
- 3) Mega Bangna (消費力のあるファミリー層が集まる郊外型施設)

■ 調査対象：上記会場の来場者

※ 調査対象者は、特定の属性のみに限定せず、会場来場者を対象として実施いたします。あらかじめご了承ください。
※ 会場では、主に一般消費者からのコメントを収集する予定です。なお、バイヤーへのヒアリングにつきまして実施を予定しておりますが、一部の商品については商品特性等により実施できない場合がありますので、あらかじめご了承ください。

■ 調査方法：モバイルアンケート (スマートフォン・タブレット)

支援概要 | 調査実施内容 (1/2)

実施会場に関するご案内 (タイ)

centralwOrld

- 開催場所：
999/9 Rama I Rd, Pathum Wan,
Bangkok 10330
- 1日当たりの来場者数：
約100,000-150,000人
(※土日祝日・行事によって変動)
- アンケート実施方法：
展示ブースにて各商品を展示。来場者
に体験いただき (試飲・試食・試用)、
回答を収集



One Bangkok

- 開催場所：
Witthayu Rd, Lumpini, Pathum
Wan, Bangkok 10330
- 1日当たりの来場者数：
約50,000-80,000人
(※土日祝日・行事によって変動)
- アンケート実施方法：
展示ブースにて各商品を展示。来場者
に体験いただき (試飲・試食・試用)、
回答を収集



Mega Bangna

- 開催場所：
38 Moo, 6 Bang Na-Trat Frontage
Rd, Bang Kaeo, Bangplee District,
Samut Prakan 10540
- 1日当たりの来場者数：
約20,000-50,000人
(※土日祝日・行事によって変動)
- アンケート実施方法：
展示ブースにて各商品を展示。来場者
に体験いただき (試飲・試食・試用)、
回答を収集



支援概要 | 調査実施内容 (2/2)

実施概要に関するご案内 (シンガポール)

■ 実施都市：シンガポール

■ 実施日程/会場：

※ 実施会場は、**展示会ごとにあらかじめ定められた対象商品区分に基づき、応募商品のカテゴリに応じて決定します。**

1) Food Japan 2026 (B2C・B2B向け展示会)

- 対象商品：食品・食品雑貨
- 開催日時：2026年10月22日（木）～10月24日（土）の3日間

2) The Japan Rail Fair 2026 (B2C向け展示会)

- 対象商品：食品・食品雑貨以外（トイレタリー、雑貨、家庭用品・日用品、アパレル・ファッション）
- 開催日時：2026年10月15日（木）～10月17日（土）の3日間

■ 調査対象：上記会場の来場者

※ **調査対象者は、特定の属性のみに限定せず、会場来場者を対象として実施いたします。あらかじめご了承ください。**

※ **B2C向け会場では、主に一般消費者からのコメントを収集する予定です。なお、バイヤーへのヒアリングにつきまして実施を予定しておりますが、一部の商品については商品特性等により実施できない場合がありますので、あらかじめご了承ください。**

■ 調査方法：モバイルアンケート（スマートフォン・タブレット）

支援概要 | 調査実施内容 (2/2)

実施会場に関するご案内 (シンガポール)

Food Japan 2026

- 対象商品：
食品・食品雑貨
- 開催場所：
Suntec Singapore Convention & Exhibition Centre
- 実績（昨年度）：
来場者数7,326人（一般消費者・流通関係者）、出展社数153事業者
- アンケート実施方法：
展示ブースにて各商品を展示。
来場者に体験いただき（試飲・試食・試用）、回答を収集



The Japan Rail Fair 2026

- 対象商品：
食品・食品雑貨以外（トイレットリー、雑貨、家庭用品・日用品、
アパレル・ファッション）
- 開催場所：
Level 1, Urban Park at Guoco Tower
- 実績（昨年度）：
来場者数13,053人（一般消費者）、出展社数23事業者
- アンケート実施方法：
展示ブースにて各商品を展示。
来場者に体験いただき（試用）、回答を収集



募集概要

募集概要 | 参加費用

参加費に関するご案内

参加費



■ 無料

※ 出品物の国内指定倉庫までの輸送費、現地で使用する商品サンプル、試飲試食用の商品は、参加事業者負担となります

※ 商品の内容によっては、当該国の政府指導により輸出手続きを求められる場合があります、その場合、**許可証等の取得にかかる費用や手続きは事業者ご自身のご負担で行っていただきます**。また、参加事業者がご自身の判断により何らかの取得（商品・展示方法に応じて商標等使用許諾など）を行う場合も、事業者の自己負担となります。

募集概要 | 参加費用

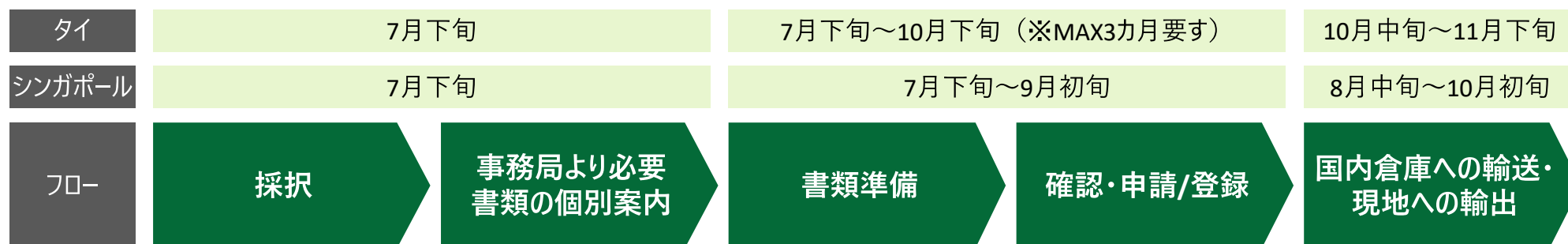
輸送に係る許認可等に関するご案内

■ 輸送に係る許認可等：

※ 本テストマーケティングは調査を目的としており、販売は行いませんが、タイ・シンガポールへの輸出や現地での展示・試飲・試食の実施にあたって、許認可取得が必要となります。必要な許認可については、**商品や使用成分によって異なるため、参加事業者確定後に改めて各社にお知らせいたします。**（申込時点では、事前に取得しておくべき許認可等はありません）

※ **許認可取得にかかる必要書類は参加事業者様ご自身でご準備いただきますが、事務局にてフォローさせていただきます。**

■ 採択～輸出までのフロー：



※ なお、タイにて食品・飲料のテストマーケティングの実施をご希望の方は、FDA申請が必要となります。FDA申請時に必ず**CoA（Certificate of Analysis/分析証明書）**の提出が必要となりますため、未取得の方は採択通知前よりご準備いただくことを推奨いたします。

募集概要 | 商品カテゴリ・条件 (1/2)

商品に関するご案内 (タイ)



食品・飲料

対象商品例：ラーメンやうどんなどのインスタント麺、せんべい・あられなど米菓、緑茶飲料など

※食品において、生米、粉ミルク、コーヒー製品などは対象外となります。

※飲料において、アルコール類は対象外となります。

※食品は常温に限ります（冷蔵・冷凍食品は不可）。食品の賞味期限は、国内の納品場所への納入指定日から残存6カ月以上のものとします。



トイレタリー

対象商品例：ティッシュ、タオル、歯ブラシなど



雑貨

(非電気¹・非危険物²)

対象商品例：コースター、スリッパ、ポーチなど
※木製品・玩具・おもちゃ類は対象外となります。



家庭用品・日用品
(非電気¹)

対象商品例：洗濯ネット・ハンガー、ペンなど
※鉄鋼製品・食品と接触する製品などは対象外となります。



アパレル・ファッション

対象商品例：Tシャツ、サンダル、エコバッグなど
※シルク関連製品やワシントン条約（CITES）に該当する動物由来素材は対象外となります。

¹「非電気」とは電源などの電気電子部品を一切用いずに機能する製品のことを指し、電池内蔵の時計などは対象外となります。

²「非危険物」とは可燃性・酸化性・毒性などの危険性がない製品のことを指し、マッチや花火類などは対象外となります。

募集概要 | 商品カテゴリ・条件 (1/2)

商品に関するご案内 (シンガポール)

食品・飲料

対象商品例：ラーメンやうどんなどのインスタント麺、せんべい・あられなど米菓、緑茶飲料など

※食品において、チューイングガムや米等、シンガポールへの輸入禁止・管理品目は対象外となります。シンガポールへの輸入禁止・管理品目の詳細についてこちらをご参照ください：
https://www.jetro.go.jp/world/asia/sg/trade_02.html

※飲料において、アルコール類は対象外となります。

※食品は常温に限ります（冷蔵・冷凍食品は不可）。食品の賞味期限は、国内の納品場所への納入指定日から残存6カ月以上のものとします。

アパレル・ファッション

対象商品例：Tシャツ、サンダル、エコバッグなど

※シルク関連製品やワシントン条約（CITES）に該当する動物由来素材は対象外となります。

食品雑貨 (非電気¹・非危険物²)

対象商品例：箸やフォークなどカトラリー、まな板、保存容器など

家庭用品・日用品 (非電気¹)

対象商品例：洗濯ネット・ハンガー、ペンなど

トイレタリー

対象商品例：ティッシュ、タオル、歯ブラシなど

雑貨 (非電気¹・非危険物²)

対象商品例：コースター、スリッパ、ポーチなど

¹「非電気」とは電源などの電気電子部品を一切用いずに機能する製品のことを指し、電池内蔵の時計などは対象外となります。

²「非危険物」とは可燃性・酸化性・毒性などの危険性がない製品のことを指し、マッチや花火類などは対象外となります。

募集概要 | 商品カテゴリ・条件 (2/2)

商品に関するご案内 (タイ・シンガポール共通)

■ テストマーケティングのサンプルのご用意

食品・飲料であれば①&②、食品・飲料以外であれば①&③のご用意をお願いいたします。

なお、商品仕様や梱包形態の都合により、②または③のご用意が難しく、①のみの対応となる場合は、「エントリーシート」の「ケース入数 (1 ケースあたりの入数)」に詳細をご記載ください。

- ① 展示用サンプル (食品・飲料/雑貨ともに) :
1 SKUにつき 5~10 点程度
- ② 試食サンプル (食品・飲料) :
1 SKUにつき 150 回分程度の試食・試飲が可能な数量
- ③ 試用サンプル (ティッシュペーパー等、使用感をテストするもの) :
1 SKUにつき 150 回分程度の試用が可能な数量

■ 条件

- 会場にてその場で試せる商品であること。(試食・試飲・試用など、短時間の体験で反応を確認できるもの)
- **持ち帰って使用・継続摂取しないと効果が分からない商品は対象外**です。(サプリメント・健康食品等)

お申し込み時点の注意点

お申し込み時点の注意点

注意点のご案内（タイ）

- 本テストマーケティングは調査を目的としており、販売は行いませんが、タイへの輸出や現地での展示・試飲・試食の実施にあたって、各種規制の遵守や必要な許認可・登録・証明の取得が必要となる場合があります。食品・飲料はタイFDA申請に必要なため、ラベルやCoA（Certificate of Analysis/分析証明書）など、食品の成分内容を確認できる書類をご提出ください。その他各種規制の遵守や必要な許認可・登録・証明の取得が必要となります。
- 自社商品の対象規制および必要手続の有無を事前にご確認のうえ、内容をご理解いただいた上でお申込みください。
- 採択後、本テストマーケティングに必要な許認可等については、必要に応じて事務局が確認・調整を行う予定です。ただし、現地での商品登録等、商品によって必要な手続が異なるため、個別の対応内容については事務局と調整のうえフォローさせていただきます
- なお、商品や使用成分の内容によっては、FDA申請に通常より時間を要する場合があります。その場合、スケジュールの都合上、テストマーケティングを実施できない可能性がありますので、あらかじめご了承くださいませよう願いたします。

お申し込み時点の注意点

注意点のご案内（シンガポール）

- 本テストマーケティングは調査を目的としており、販売は行いませんが、シンガポールへの輸出や現地での展示・試飲・試食の実施にあたっては、各種規制の遵守や必要な許認可・登録・証明の取得が必要となります。
- 自社商品の対象規制および必要手続の有無を事前にご確認のうえ、内容をご理解いただいた上でお申込みください。
- 採択後、本テストマーケティングに必要な許認可等については、必要に応じて事務局が確認・調整を行う予定です。ただし、現地での商品登録等、商品によって必要な手続が異なるため、個別の対応内容については事務局と調整のうえフォローさせていただきます

留意事項

留意事項

タイ・シンガポール共通

- 本制度を利用するに当たっては、下記の事項についてご了承下さいますようお願いいたします。
- お申込み後、厳正な審査を行います。**選考の結果、ご参加いただけない場合があることをあらかじめご了承ください。**なお、審査内容の詳細についてはお問い合わせいただいても回答できませんので、あらかじめご了承ください。
- 参加商品選考後であっても、事業参加者様が本応募要項記載の参加条件を満たしていないことが判明した場合、参加をお断りする場合がございます。
- **参加商品選考後であっても、現地通関の結果、輸出が認められない場合があります。その際は出品を取りやめる場合があることを、あらかじめご了承ください。**
- 本事業にて、万が一事業参加者様が損害や不利益を被る事態が生じたとしても、当機構の故意または重過失によるものを除き、当事務局・当機構はその責任を負わないものとします。
- 本事業にて、参加者事業者様自らが製造、加工又は原材料、賞味期限の一定の表示に関して、万一商品の瑕疵により他人の生命、身体又は財産を侵害したときは、過失の有無、第三者の翻訳の差異にかかわらず、これによって生じた損害について当事務局・当機構はその責任を負わないものといたします。
- 本テストマーケティングに使用する商品については、**衛生管理上および現地法令・通関上の理由により、日本への返送は行いません。あらかじめ返却不可であることをご了承の上、ご提供ください。**

お申込み方法

お申込み方法

■ 応募締切：6/30 (火) 17:00

■ 下記専用申込みフォームからお申込みください

<[海外市場開拓トライアル（アジア/タイ）申込みフォーム](#)> <[海外市場開拓トライアル（アジア/シンガポール）申込みフォーム](#)>

申込の手順

1

資料の確認

- お申込み前に必ず募集ページに記載の**募集要項をご確認ください**

2

エントリーシートの記入

- エントリーシートをダウンロードし、必要事項をご記入ください
- **任意項目以外は原則記入必須となります。また、商品の写真も提出必須です**

3

お申込み

- エントリーフォームに必要事項をご記入ください
- 記入したエントリーシートを申込フォームに添付ください

4

お申込み完了 メールの確認

- 正しく提出できた場合、**事務局から自動返信メールが届きます**
- エントリーシートに不足や不備がある場合には、事務局よりご連絡いたします
- **メールが到着しているかどうか、必ずご確認ください**

エントリーシート記載方法

エントリーシート記載方法

記載方法（タイ・シンガポール共通）

基本情報の記載

- 基本情報の内容：
事業者様の基本情報、商品の基本情報など該当する全項目
- 記載箇所：
 - ・食品・飲料：「食品」シート
 - ・食品・飲料以外：「食品以外」シート
- （参考）記載例：
 - ・食品・飲料：「食品_記載例」シート
 - ・食品・飲料以外：「食品以外_記載例」シート

中小機構 海外市場開拓トライアル エントリーシート
Be a Great Small
中小機構 【タイ/食品】

・本エントリーシートの各項目をご記入の上、エントリーフォームに添付し、ご提出ください。
・食品と雑貨(素材含む)で入力項目が異なります。下部のタブから該当カテゴリのシートを選択し、適切なシートにご記入ください。
・食品、雑貨いずれも商品画像等の添付が必須となります。画像シートに添付ください。

▼基本情報	
参加条件確認 (該当する項目はプルダウンで○を選択してください)	①中小企業、小規模事業者である
	②採択後、本事業に係る調査ヒアリングや説明会・セミナーへの参加、ならびに事務局からの連絡に対応可能である
	③自社商品の提案である
	④商品サンプルの提供が可能である
	⑤本事業は消費者への販売および流通企業との商談は一切行わないことを理解した
	⑥募集要項を確認し、理解した
	⑦反社会的勢力との関係はない
(フリガナ)	
事業者名	
事業者名(英語)	
所在地	〒

必要書類の貼付

- 必要書類の内容：
 - ・商品の画像（正面・側面・裏面）
 - ・食品・飲料はラベルやCoAなど食品成分を証明する書類
 - 貼付箇所：
「【必須】画像」シート
 - 貼付方法：
エントリーシート上に画像の貼付、もしくはPDFの貼付
- ※ 両企画へのエントリーは可能になります。重複応募をご希望の方は、各企画の申請フォームにご応募が必要となります

【商品画像貼付】
※複数のSKUがある場合は、1SKUに対してそれぞれ①～④(各)の画像が必要となりますので、ご自身でシート数を増やしてご利用ください。
※鮮明で、文字情報が正確に読み取れる画像の貼り付け、またはPDFの貼り付けをお願いします。

①正面	④食品(ラベルやCoA(Certificate of Analysis/分析証明書)など食品成分を証明する書類)
②側面	

タイ・シンガポールの基礎情報

タイ市場の基礎情報

市場概観

■ タイ王国の基本情報

- 人口：約6,581万人
- 一人当たりのGDP：7,492ドル（名目、2024年）
（日本の一人当たりGDP：33,785ドル（名目、2024年））
- 民族：大多数がタイ族。その他 華人、マレー族等
- 宗教：仏教約 94 %、イスラム教約 5 %
- 年間平均気温：29 °C 高温多湿、11-2月乾季、3-5月暑季、
6-10月雨季
- 消費市場の特徴：**中間層の拡大、都市部中心に消費拡大**
都市インフラの拡大の伴いライフスタイルが多様化



外務省HPより引用



タイ国政府観光庁HPより引用

■ バンコクの基本情報

- 特徴：政治・経済・教育・文化の中心。東南アジア有数の国際都市
- 首都圏人口：人口の約1割（2024年、内務省）
- 所得水準：中間層、富裕層が集積し、国内でも**比較的高い購買力を有する**
- 都市機能：**経済・商業・外食・サービスの中心**
- 流通特性：百貨店、ショッピングモール、スーパー、コンビニ等の**モダントレード（チェーン型近代小売）*が発達**
- 消費市場の特徴：日本食・日本ブランドへの接点が高い

※モダントレード：スーパーマーケットやコンビニ、ドラッグストアなどが含まれ、効率的な物流や標準化されたサービスを提供する小売形態のことを指す

参考：外務省（2026年1月21日）「タイ王国（Kingdom of Thailand）基礎データ」（[タイ基礎データ | 外務省](#)）、タイ国政府観光庁（2026年6月1日閲覧）「タイ王国の概要」（[タイ王国の概要 | 【公式】タイ国政府観光庁](#)）、タイ輸出支援プラットフォーム（2026年3月）「食品産業海外展開のためのタイ市場環境実態調査」（[th_Report202603_2.pdf](#)）、その他公開情報を基に作成

タイ市場の基礎情報

市場動向

- ① **日本製品・日本文化への親和性の高い市場**
 - ・ タイでは日本食が長年受容されており、特に30-40代は**日本製品が特別なものではなく、身近な存在**となっている
- ② **都市部の中間層・高所得層が消費を牽引**
 - ・ タイ市場では30-40代が消費の中心。バンコクを中心に購買力の高い層が集積し、**価値を感じる商品への支出意欲が高い**
- ③ **品質・利便性・付加価値を重視**
 - ・ 価格だけでなく、安心感、機能性、**生活改善につながる付加価値を重視する傾向**がある。日本製品についても、安心感や品質面で評価されやすい一方、日常遣いに適した実用性も重要
- ④ **都市生活に即した家庭内消費需要の広がり**
 - ・ 都市部では外食に加え、中食・内食を取り入れた生活スタイルが増加。食品に加え、キッチン用品や保存用品等の生活関連商材にも需要が波及しやすい
- ⑤ **環境配慮への関心を持った消費者層が存在**
 - ・ 中間層以上を中心に、サステナビリティは商品選択の一要素となりつつある

消費トレンド

- ① **日本食需要の拡大・高度化**
 - ・ 日本食レストラン市場は拡大を続けており、近年は**本格的な日本食・日本で話題の商品・食体験を求める消費者が増加**
- ② **中食・内食関連商品の伸長**
 - ・ 家庭での消費機会の増加に伴い、惣菜、食材、保存容器、キッチンウエアなど**家庭内消費を支える商材が伸長**
- ③ **ヘルスケア・美容市場の成長**
 - ・ ヘルスケアは成長市場であり、美白、アンチエイジング、ヘアケアなどの**外見面の需要に加え**、サプリ、オーガニック食品、有機野菜など未病対策や**内面ケアへなどへの関心も高い**
- ④ **サステナブル商品の評価向上**
 - ・ リサイクル素材や環境配慮型商品への支持が広がっている
- ⑤ **キッズ・ベビー関連市場の高付加価値化**
 - ・ 少子化が進む一方、1人当たり支出が増加し、キッズ用品は需要市場。バンコクでは高学歴志向を背景に、子供向け支出の優先度が高く、高付加価値商品の需要が見込まれる。祖父母を含めた「6ポケット化」も関連市場を下支え

参考：JETRO（2024年4月22日）「消費の選択肢広がる、好みも多様化（タイ）」（[消費の選択肢広がる、好みも多様化（タイ）](#)）、「[地域・分析レポート - 海外ビジネス情報 - ジェトロ](#)」、JETRO（2025年1月10日）「タイの日本食レストランは5,916店舗、前年に続き増加、ジェトロ調査」（[タイの日本食レストランは5,916店舗、前年に続き増加、ジェトロ調査\(タイ、日本\)](#)）、「[ビジネス短信 - ジェトロの海外ニュース - ジェトロ](#)」

シンガポール市場の基礎情報

市場概観

■ シンガポールの基本情報

- 人口：約603.7万人
- 一人当たりのGDP：121,161ドル（名目、2024年）
（日本の一人当たりGDP：33,785ドル（名目、2024年））
- 民族：中華系74%、マレー系13.5%、インド系9%
- 宗教：仏教、キリスト教、イスラム教、道教、ヒンズー教
- 年間平均気温：29℃ 高温多湿、11-2月雨季、3-10月乾季
- 特徴：**多様な文化・民族が共存している都市国家**
- 所得水準：**高所得層・中間上位層が厚く**、輸入品やプレミアム商品への需要が見込まれる
- 流通特性：**モダントレード（チェーン型近代小売）とECが発達**
（レストランの店舗数平均成長率：5.31%。日本：1.2%）
- 消費市場の特徴：**品質、安全性、利便性、健康志向が重視**され、日本ブランドの信頼感も一定程度ある。一方、多民族・他宗教市場であるため、**表示や成分への配慮が重要**



外務省HPより引用



シンガポール政府観光局HPより引用

参考：外務省（2025年9月10日）「シンガポール共和国（Republic of Singapore）基礎データ」（[シンガポール基礎データ | 外務省](#)）、JETRO（2024年）「シンガポールの今が分かる！現地“食”情報レポート」（[202401-2_sg.pdf](#)）

シンガポール市場の基礎情報

市場動向

- ① **高所得層がけん引する成熟した消費市場**
 - 一人当たりのGDPが非常に高く、高所得層・中間上位層が厚い
 - 輸入品やプレミアム商品への受容性が高い**
- ② **多民族・多文化を背景とした多様な需要**
 - 多民族国家であり、多様な食文化・ライフスタイルが混在。商品によってはハラール認証の有無が購買を左右するなど、**各文化への配慮が必要**
- ③ **利便性と効率性を重視する都市型ライフスタイル**
 - 外食文化が根付いている一方、共働き世帯が多いことから、調理の手間を省ける**高品質な中食・内食への需要も高い**
- ④ **政府主導で進む環境・健康意識**
 - 政府の強力な推進を背景に、**消費者のサステナビリティや健康に対する意識は高い**

消費トレンド

- ① **日本食需要の「日常化」と「専門化」**
 - 日本食は広く浸透し、日常の食の選択肢として定着。一方で、訪日経験の豊富な消費者も多数いるため、**高品質な「本物の味」など本格志向を求める需要拡大**
- ② **ウェルネス&セルフケア市場の拡大**
 - 健康寿命への関心の高まりから、**予防医療やセルフケア関連の市場が成長**
 - 高齢化を背景に、サプリメントや機能性食品、アンチエイジングや高機能スキンケア製品への需要が堅調
- ③ **EC・デジタル消費の深化**
 - EC化率はASEANトップクラス**。特に、SNS上の口コミやインフルエンサー、ライブコマースが購買意思決定に大きく影響

参考：長野県信用組合シンガポール駐在員事務所（2024年9月1日）「けんしんBANシンガポールレポート」（[info_20240904.pdf](#)）、農林水産省（2026年4月10日）「シンガポール市場における日本産米・米加工品の輸出状況と市場拡大に向けた戦略」、JETRIO（2023年4月24日）「日本製品は「サステナブル」」（[ASEAN3カ国の消費者座談会（後編）日本製品は「サステナブル」？ | 現地消費者のサステナブル消費の実情 - 特集 - 地域・分析レポート - 海外ビジネス情報 - ジェトロ](#)）、JETRO（2025年3月）「シンガポールの今がわかる！現地“食”レポート」（[202503-4_sg.pdf](#)）、JETRO（2024年5月）「シンガポールの最近の食品市場動向」（[renkei-28.pdf](#)）、JETRO（2023年3月）「健康関連食品調査」（[pf_spr_01.pdf](#)）、JETRO（2024年1月15日）「マーケットレポート（シンガポール・スキンケア）」（[3-2-4.pdf](#)）、Google,BAIN&COMPANY（2023）「e-Conomy SEA2023」（[e-Conomy SEA 2023 report](#)）

質疑応答

質疑応答

よくある質問

No.	質問	回答
1	タイとシンガポールは重複して申し込めるのでしょうか？	<ul style="list-style-type: none">・ <u>タイ・シンガポールのどちらも申込可能</u>です。
2	弊社は××会社なのですが、支援の対象になりますか？ ○○を取り扱っていますが、支援の対象になりますか？	<ul style="list-style-type: none">・ 国内に事業所を有している<u>中小・小規模事業者で消費財（食品、雑貨・日用品）分野の自社商品を有している事業者が対象</u>となります。・ 以下の中小企業の定義をご確認ください。 https://www.smrj.go.jp/org/about/sme_definition/index.html
3	申請可能な商品数を教えてください。	<ul style="list-style-type: none">・ 本事業では、<u>1社につき申請できる商品は1商品</u>までです。また、1商品あたり<u>最大3SKUまで申請が可能</u>となります。・ ただし、SKUの違いとして設定できるのは、機能・香り・味・サイズ・形状・デザイン等のうち1種別のみです。
4	提供したサンプルはテストマーケティング期間終了後、返却されるのでしょうか？	<ul style="list-style-type: none">・ 提供いただいたサンプルについては、衛生管理上および現地法令・通関上の理由により、<u>日本への返送は行いません</u>。あらかじめ返却不可であることをご了承の上、サンプルのご提供をご検討ください。
5	商品に興味をもった現地バイヤーに商品情報を提供することは可能でしょうか？ また、そのバイヤーのリストを共有していただくことは可能でしょうか？	<ul style="list-style-type: none">・ 本事業では市場調査支援を目的としており、<u>バイヤーアンケートを実施した際の結果やリストは共有予定</u>ですが、<u>個別の商品情報の提供や継続的なおつなぎ支援は対象外</u>となります。・ なお、バイヤーアンケートは実施予定ですが、<u>商品特性等により一部実施できない場合があります</u>ことをあらかじめご了承ください。

質疑応答

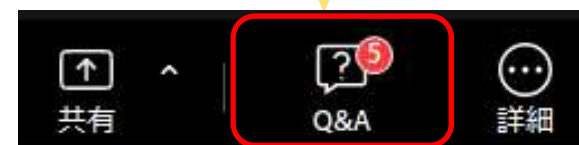
よくある質問

No.	質問	回答
6	テストマーケティング会場の見学や、来場者・バイヤーへの直接ヒアリングは可能でしょうか？	<ul style="list-style-type: none">本事業では市場調査支援を目的としており、<u>テストマーケティング会場の見学・視察は可能ですが、来場者・バイヤーへの販売や商談対応は実施いただけません</u>なお、<u>渡航・滞在費は参加事業者様のご負担</u>となります
7	テスト対象商品をタイ/シンガポールへ輸出するために必要な申請・書類ははじめから用意しておく必要がありますか？	<ul style="list-style-type: none">応募時点で、<u>輸出に必要な申請・書類をご用意いただく必要はありません</u>。参加事業者確定後に改めて各社様にお知らせいたしますただし、タイ向けの食品・飲料は<u>タイFDA申請が必要なため、CoA（Certificate of Analysis/分析証明書）を未取得の方は採択通知前よりご準備いただくことを推奨</u>いたします
8	テストマーケティングのサンプルの送料は参加者負担でしょうか？	<ul style="list-style-type: none"><u>国内指定倉庫までの輸送費は、参加事業者様負担</u>となります。国内指定倉庫～現地テストマーケティング実施会場までの輸送費は事務局にて負担します。また、商品によって輸出手続きや許可証取得が必要となりますので、<u>許可証等の取得にかかる費用や手続きは参加事業者様負担となります</u>

質疑応答

- ご質問をする際は、ZoomのQ&Aからお願いいたします
- 未回答の質問は後日HPで回答を公開いたします。

Q&Aに質問をご入力ください



募集に関するリマインド

リマインド内容

応募締切	<p>■ 2026年6月30日（火） 17:00</p> <p>※応募締切を過ぎてからの提出は、受理いたしかねますのでご了承ください。</p>
対象事業者	<p>■ 中小・小規模事業者</p> <p>※中小企業・小規模事業者の定義 は以下のURLをご参照下さい。 (https://www.smrj.go.jp/org/about/sme_definition/index.html)</p>
参加条件	<p>■ タイまたはシンガポールへの販路開拓を希望している、全国の中小企業・小規模事業者で、以下の条件にすべて該当する方</p> <ul style="list-style-type: none">➤ 採択後、本事業に係る調査ヒアリングや説明会・セミナーへの参加、ならびに事務局からの連絡に対応可能である方➤ 自社商品をお持ちの方 <p>※自社商品：自社ブランドとして自社または委託先企業で製造したもの</p>

お申込み方法のリマインド

リマインド内容

■ 下記専用申込フォームからお申込みください。

< [海外市場開拓トライアル（アジア/タイ） 申込みフォーム](#) > < [海外市場開拓トライアル（アジア/シンガポール） 申込みフォーム](#) >

申込の手順

1	資料の確認	<ul style="list-style-type: none">□ お申込み前に必ず募集ページに記載の募集要項をご確認ください
2	エントリーシートの記入	<ul style="list-style-type: none">□ エントリーシートをダウンロードし、必要事項をご記入ください□ 任意項目以外は原則記入必須となります。また、商品の写真も提出必須です
3	お申込み	<ul style="list-style-type: none">□ エントリーフォームに必要事項をご記入ください□ 記入したエントリーシートを申込フォームに添付ください
4	お申込み完了メールの確認	<ul style="list-style-type: none">□ 正しく提出できた場合、事務局から自動返信メールが届きます□ エントリーシートに不足や不備がある場合には、事務局よりご連絡いたします□ メールが到着しているかどうか、必ずご確認ください

問い合わせ先

■ アジア現地インタビュー調査事務局

E-mail : Test_Markting_Asia@tohmatu.co.jp

電話番号（平日 10:00-17:00）：

- **080-4613-3627**（タイに関するお問い合わせ）
- **080-9372-5637**（シンガポールに関するお問い合わせ）

- 事務局からの折り返しの際は、上記の080などの携帯番号から発信されますので、応答をお願いします

皆様のご応募をお待ちしております。