

令和7年度 道市連携海外展開推進事業 (デジタル技術を活用したグローバル 市場開拓事業(ASEAN市場))委託業務

実績報告書 概要
版

令和8年(2026)2月27日(金)

1. 本事業の全体趣旨及び実施項目

2

◆本事業の目的

デジタル技術を活用した道産品の輸出拡大に向けて、道と札幌市が連携し構成する「北海道・札幌市海外展開連携推進協議会」(以下、「委託者」という)において、JETROや北海道ASEAN事務所、金融機関等の海外ネットワークを活用しながら、現地展示会への出展等を実施する。

◆提案時に設定した本事業の基本方針

北海道ブランドの浸透・市場拡大

特定品目や地域に偏らない施策の展開によるリスク分散

輸出品目の拡大・高付加価値化の推進



◆本事業の実施項目

①VIETNAM FOOD EXPO 2025への出展

実施期間: 2025年11月12日(水)～15日(土)
 場所: Saigon Exhibition & Convention Center
 Ho Chi Minh City, Vietnam
 内容: 道産食品のプロモーション及び商談
 参加企業数: 16社 41品目
 商談数: 127商談



②New Year's Reception for Singaporeans in Japanにて道産品プロモーションの実施

実施期間: 2026年1月29日(木)18:30～20:30
 場所: コンラッド東京
 内容: 道産食品のプロモーション及び北海道の食と観光PR
 参加企業数: 6社6品目



1. 商談結果および成約状況

VIETNAM FOOD EXPO 2025 商談結果及び成約状況

【本事業の目標】

ASEAN地域向け販路拡大・北海道ブランドに認知度向上



展示会商談会前～中



展示会商談会后

【商談件数】

129件（商談会前～中:92件 商談会后:37件）

【成約見込み】

- ・37件(継続商談件数を成約見込みとカウント)
- ・成約見込み商品数:28品目
- ・成約見込み参加企業数:10社

2. 実施企画の実績 (1)展示商談会への出展

①開催概要

2025年は、ベトナム、ホーチミンで開催される最大級の食の展示会「VIETNAM FOOD EXPO 2025」に北海道ブースを出展し、道産食品のプロモーション及び商談を実施した。

◆実施概要

- 出展展示会: VIETNAM FOOD EXPO 2025
- 実施期間: 令和7年(2025年)11月12日(水)～15日(土)/4日間
- 開催場所: Saigon Exhibition & Convention Center
Ho Chi Minh City, Vietnam
- 公式サイト: <https://foodexpo.vn/en/index.php>
- 実施主体: Vietnam Trade Promotion Agency
- 出展ブース: 4コマ(6×6=36㎡)
- 運営体制: 管理者(当社社員)2名、ベトナム現地インポーター2名、通訳2名、北海道庁1名、札幌市1名、事業者10名
※スタッフには日本語通訳が可能な人材も配置
- 告知宣伝: ①本展示会の日本側事務局よりベトナム及び周辺国のバイヤーへ周知
②現地協力会社(ロジテムベトナムトレーディング)の取引先様および関係会社様へ周知
- 商談フォロー: ③当社よりベトナムの輸入商社及びスーパー等のバイヤーへ周知
①通訳が必要な商談にはベトナム⇄日本語の通訳を手配し実施。
- 展示商品: ②ベトナムに商流がない企業に対し、物流構築の補助を実施。
16社41品目

◆実施結果

今回は知名度が非常に高い「北海道」というワードと冬のイメージ×食をテーマとしたブースを展開し、来場者には一目で北海道・札幌市の食品だと認知ができた。

スイーツやラーメン等については、北海道との親和性をベトナムのバイヤーが認識している人も多く、「高くても価値を認めたら購入したい」という層には非常に好評であった。

来場バイヤーに関して、ベトナム・ホーチミン市に拠点を構える小売・飲食・ホテル関係者が中心に来場していた一方、フランス等の欧州や台湾や中国といった中華圏バイヤーも一定数当ブースへの来場があった。また、購入意欲のあるバイヤーが非常に多く、継続商談に至る件数37件と非常に多い結果となった。

また、参加したサプライヤーは、ベトナム市場に価格や規格を合わせる等といった、サプライヤー側も工夫しながら市場開拓をしようとする努力が見えた。

総括すると、北海道・札幌市ブースとして初めて本展示会への出展を行ったが、今後の道産品の輸出が見込める非常に効果のあった展示会であったと考える。

特にベトナムのバイヤーの生のニーズを把握することができた。本展示会で得られた成果を基に今後の販路開拓や参加事業者の商品開発につなげ、継続的にベトナム市場に対して道産品の魅力発信及び認知度向上を図っていくべきだと考える。

2. 実施企画の実績 (1) 展示商談会への出展

5



② 参加事業者に対する事前セミナーの開催

参加企業に対して対象国（ベトナム）の基本情報やベトナム現地のトレンドについてのオンラインセミナーを実施。より現場目線の情報を提供できるよう講師を選定した。
また、VIETNAM FOOD EXPO 2025出展に向けての事前サポート（フォローアップ）としての位置づけとして実施。

◆ 事前セミナー実施結果

VIETNAM FOOD EXPO 2025 事前セミナー	
開催日時	2025年10月9日(木) 11:00~12:00
開催場所	オンライン(Microsoft Teams)
当日スケジュール	11:00~11:20 セミナー① 「ベトナムの基本情報と道産食品の可能性について」 11:20~11:40 セミナー② 「ベトナムの最新食品事情」 11:40~12:00 VIETNAM FOOD EXPO 2025実施についてご説明
参加人数	30名

◆ 事前セミナー参加者募集チラシ

VIETNAM FOOD EXPO 2025 事前セミナー


【実施概要】
北海道・札幌市海外展開連携推進協議会では道産品の輸出拡大に向けて、現地展示商談会「VIETNAM FOOD EXPO 2025」へご出展いただきました道産品事業者様を対象とした事前セミナーを開催します。本セミナーでは現地輸入者（インポーター）および輸出専門家講師に迎え、ベトナム現地の市場トレンドや基本情報から輸出に関するハードルなど幅広いテーマをわかりやすく解説するオンライン講演会を予定しています。ご出席の方はぜひご参加お願いします。

【開催日時】2025年10月9日(木) 11:00~12:00
【開催方式】オンラインセミナー(Teamsライブ開催)
【参加費】無料
【申込方法】下記QRコードより申請(Forms) 締め切り10月7日17時
道産食品輸出塾生・地域フード塾生も参加可能

【セミナー当日のスケジュール】
11:00~11:20 セミナー①
「ベトナムの基本情報と道産食品の可能性について」
JETRO(日本貿易振興機構)北海道貿易情報センター
国内コーディネーター 木戸 潤一郎 氏
11:20~11:40 セミナー②
「ベトナムの最新食品事情」
LOGITEM VIETNAM TRADING CO.,LTD.
代表取締役社長 石塚 洋史 氏
11:40~12:00 VIETNAM FOOD EXPO 2025実施についてご説明

【セミナー講師のご紹介】
セミナー①「ベトナムの基本情報と道産食品の可能性について」
JETRO(日本貿易振興機構)北海道貿易情報センター
国内コーディネーター 木戸 潤一郎
大手食品メーカーにて香港法人代表や台湾法人社長を歴任し、大手食品メーカーではベトナム法人COOを務めるなど、輸出業務に関する幅広い知見と、マーケティング力・マネジメント能力を有し、各問に多くの人脈を築く。現在はその経験を活かし、JETROで北海道内の食関連事業者への輸出支援や、自治体等からの相談にも積極的に対応。
セミナー②「ベトナムの最新食品事情」
LOGITEM VIETNAM TRADING CO.,LTD.
代表取締役社長 石塚 洋史
1993~95年にホーチミン日本総領事館に在外公館派遣員として勤務した後、1997年から98年にかけて日本ロジテム㈱のベトナム現地法人(H/Vノイ)に就任。2020年から現在まで、ホーチミンのベトナム現地法人(物流・レンタカー・輸入販売会社)で勤務しているベトナム向け輸出・現地輸入のエキスパート。

【問い合わせ先】
道市連携海外展開推進事業（デジタル技術を活用したグローバル市場開拓事業（ASEAN市場））委託業務

【申込QRコード】


2. 実施企画の実績 (1) 展示商談会への出展

③ ブースデザイン

VIETNAM FOOD EXPO 2025に向けてブースデザインを作成。「HOKKAIDOism」というテーマ及び、「MORE Hokkaido, MORE Sapporo」というキャッチコピーの元、北海道の北海道らしい魅力ある商品が集まる場所を演出した。

◆ 全体デザイン

ベトナムブース想定イメージ (全体)



ベトナムブース想定イメージ (正面)



2. 実施企画の実績 (1)展示商談会への出展

④当日の状況

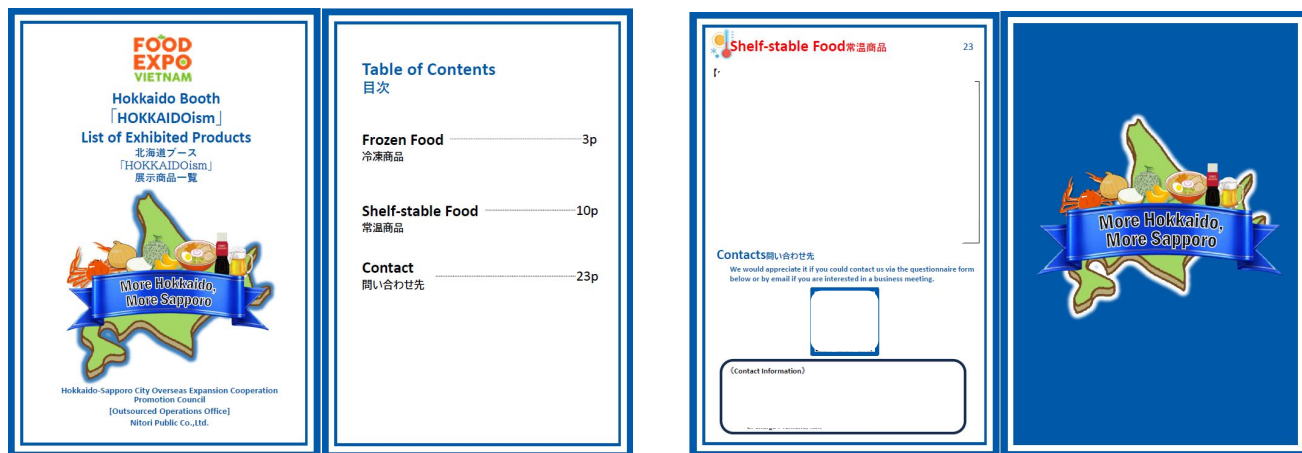


2. 実施企画の実績 (1)展示商談会への出展

⑤パンフレットの作成及びデジタル活用

北海道・札幌市ブースに来場いただいたバイヤー等に対し、本ブースの展示商品が一目でわかる様、カタログの作成を行った。

また、カタログ閲覧用のQRコードを発行し、作成したカタログを各個人のスマートフォンで気軽に閲覧できるよう工夫を行った。



⑦商談数

現地商談数: 92件

フォローアップ商談: 37件(商談・提案継続中/サンプル出荷成約)

合計 129件

2. 実施企画の実績 (2) 試食プレゼン商談会 inシンガポール

①開催概要

2026年は、日・シンガポール外交関係樹立 60周年と記念年であり、在京シンガポール大使館が主催をする毎年恒例の新年記念イベントに北海道ブースを出展した。

◆実施概要

- 日時 : 2026年1月28日(水) 18:30~20:30
- 場所 : New Year's Reception for Singaporeans in Japan
コンラッド東京
〒105-7337 東京都港区東新橋1丁目9-1
- 参加人数: 約400名
- 実施内容:
 - ①北海道産品のプロモーション
 - ・日・シンガポール オリジナルカクテルブース運営・試飲提供
シンガポールに所縁のあるバーテンダーによる、オリジナルカクテルのレシピ作成および、イベントで試飲提供。(3社3品目)
 - ・北海道産食品の試食提供
オリジナルカクテルにあわせ、北海道産菓子や肴を提供。(3社3品目)
 - ②北海道の食と観光のPR
大使館側のMCや資料配布にてどさんこプラザを中心とした北海道・札幌市や北海道産品を購入することができる小売店の紹介及び北海道・札幌市の観光についての情報発信。

◆実施結果

試飲・試食の提供に当たっては、カクテルおよび食品を多めに手配したが、食品はすべて提供し、カクテルも大盛況だった。複数回手に取る参加者も見られ、全体として大変好評を得た。場内ナレーションやオン・エンチュアン特命全権大使のスピーチによる特別ブースの紹介により、北海道・札幌市の特産品と、北海道とシンガポール大使館との強い連携を来場者に印象付けることが出来た。

提供時は、ノンアルコールとアルコールの提供比率がおおむね 4:1となることが多く、宗教上の理由から控えている方も少なからず見受けられた。

バーテンダーには、シンガポールで生まれた「シンガポールスリング」をもとにカクテルを開発いただいたが、来場者からは、カラマンシーやハスカップが入っている点について、「今まで飲んだことのない味」「今日限定なんてもったいない」といった声があり、非常に高い評価を得ることができた。

北海道の広報については、試飲・試食をした参加者から「これはどこで購入できるのか」といった質問を多く受けるなど、北海道に関心・興味を持っていただくよい機会となった。

2. 実施企画の実績 (2) 試食プレゼン商談会 inシンガポール

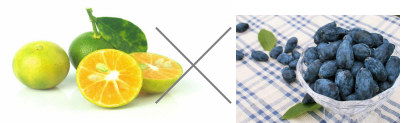
② 当日の状況



③ 提供商品

◆オリジナルカクテル

オリジナルカクテル提供を実施。カクテルの特徴として、北海道の代表的な果物「ハスカップ」とシンガポールを代表する果物「カラマンシー」をミックスした、独創的かつイベントと深い親和性を持つドリンク提供を行った。



<Alcohol>
D.O.Sling
(北海“道”=D.O.)

<Non Alcohol>
N.S.Sling
(Nippon-Singapore)

- «北海道産原材料»
- ①ハスカップジュース
 - ②ジン(リキュール)
 - ③ぶどうジュース

3. 実施企画の総括

①総括

◆事業総括(ベトナム編)

- ・ベトナム・ホーチミンで開催された「VIETNAM FOOD EXPO 2025」へ北海道・札幌市ブースとして初出展することが出来、展示会期間中・後に合計 129件の商談が成立し、37件が継続商談に至った。
- ・16社41品目の道産食品が出品され、参加企業数・品目数ともに昨年度より増加。道産食品の認知拡大と多様な商品ラインナップの訴求が実現し、継続商談件数(37件)は、現地小売・飲食・ホテル関係者の高い関心を示し、今後の輸出拡大に直結する成果となった。
- ・今後も現地協力企業との連携・メーカーへのフォローアップを重視し、商談成立後の継続的なサポートを強化することが重要である。
- ・メーカーには、現地バイヤーの声を反映した商品設計等の強化を求めたい。また、ベトナム市場特有の嗜好や文化(味覚、サイズ、価格感等)に応じた商品開発・改良を進めることで、さらなる成約・販路拡大が期待できる。
- ・ベトナムでのEC展開は、FacebookやYouTube、TikTokなどSNSの影響が大きく、インフルエンサーによる商品紹介が信頼度向上に有効である。

◆事業総括(シンガポール編)

- ・日・シンガポール外交樹立 60周年記念イベントに北海道ブースを初出展。約 400名の来場者に対し、北海道産食品3品目とオリジナルカクテルを提供し、全品目が高評価を獲得。シンガポール大使館の協力により、コンラッド東京のホール利用や広報展開など費用対効果の高い事業運営が実現。試食提供品は完売し、参加者から「購入可能場所の問い合わせ」が多数寄せられるなど、北海道産食品への関心を大きく高めた。
- ・QRコードによる情報発信など、デジタル技術を活用した PRが有効に機能した。
- ・シンガポール市場では、現地イベントや大使館等との連携によるブランド PRと試食機会の創出が非常に効果的。メーカーには現地要望への迅速な対応や商品ラインナップの拡充、デジタル技術を活用した情報発信を求めたい。今後は、現地小売店や飲食店との連携拡大、継続的なフォローアップ活動によって、北海道産食品の定着と販路拡大を目指すべきである。

◆全体総括

- ・ベトナム・シンガポール両市場とも、現地協力企業等との連携による事業推進が販路拡大に大きく寄与した。
- ・ベトナム市場については、市場環境の変化への柔軟な対応が求められるため、デジタル技術の活用への対応力が今後の成長の鍵となる。
- ・メーカーには、現地バイヤーの声を反映した商品開発・価格設定、輸出対応体制の強化、現地向けのPR資料・パッケージの整備、バイヤーへの継続的なフォローアップ体制の構築を求めたい。
- ・北海道ブランドのさらなる認知向上と販路拡大をしていくためには、現地協力企業と連携した商談後のサポートや、現地イベントへの積極参加、デジタルマーケティングや EC販売の強化をすることが有効である。