

HAPEE **ハッピーメール** MAIL

Hiroshima international Access and Promotion of Economic Exchange

発行：ひろしま産業振興機構 国際ビジネス支援センター 〒730-0052 広島市中区千田町 3-7-47
TEL：082-248-1400 FAX：082-242-8628

■ CONTENTS ■		ハッピーメールは、回覧して皆様でお読みください。	
巻頭言	食協株式会社 代表取締役社長 武信 和也 氏	世界の市場を求めて	1
海外 レポート	台北	「フード台北 2018」に参加して	2
	ハノイ	ベトナムの車検制度及び車検業について	3
	ニューヨーク	米国市場 マーケティング・販売のヒント	4
	上海	第1回中国国際輸入博覧会まで残り70日	5
	ジャカルタ	中小企業のインドネシア進出に考慮すべきこと	6
お知らせ			7

★ バックナンバーは産振構HP「拠点別レポート」から

世界の市場を求めて

国際賛助会員

食協株式会社

代表取締役社長 武信 和也 氏



当社は中四国地方主体に九州、東京を営業エリアとして展開している創業 69 年目の「米穀、食品、燃料」を取り扱う総合卸売り企業です。

お米業界も少子高齢化の影響を受け、年々消費量が減少しており、国内の販売だけでは先行きが細ることを懸念し、以前は卸が主体でしたが、最近はお米関連の当社独自の商品を開発して市場に提案すると同時に、市場を拡大するために輸出の検討を行っております。

ご存知のように国の方針として農産物の輸出金額を 2020 年までに 1 兆円を目指すことや、また 2019 年までにお米の輸出を 10 万トンにすることが掲げられています。

当社は 3 年前から輸出の検討を始め、昨年ようやく 4 か国への実績が出来ました。この実績は前記のように国の方針による拡販活

動が活発になったことにより、海外販路拡大のチャンスが増えた結果だと思えます。

現時点、海外に生産拠点や営業所を作ることには計画にありませんが、今年度から「海外準備室」を立ち上げ、その可能性の検証を始めたところです。

海外の和食や健康ブームを捉え、玄米及び精米の販売は勿論のこと、お米をベースにした当社の新商品の数々（金のごはん、簡単に炊けるプチッと玄米をはじめ、GABA ライス、GABA 玄米もち麦ごはん、玄米スープ、お米の麺、米粉等）を提案していけば、東南アジアや欧米に必ずチャンスが出てくるだろうと思っています。

産振構の皆様や国際賛助会員企業の皆様との海外研修を通じまして、徐々に拡大していこうと計画しておりますので、今後ともよろしくお願いたします。

「フード台北 2018」に参加して

歐元韻

＜日本食品は依然として人気が高い＞

既にご存知の方も多いと思いますが、毎年6月に台湾で開催されております台湾最大の国際総合食品見本市「フード台北」に今年も参加してきました。第28回目を迎える今年の見本市での出展ブース数は2197ブース（1079社）にも上り、日本企業は台湾パビリオンに次ぐ116社もの企業が参加し、大いに盛り上がりました。

「ジャパンパビリオン」での出展企業数は昨年度を上回り、入場者に日本の水産品、農産物、和牛、お酒等をPRしていました。その内、目についただけでも10社近くの広島県企業が、ジェトロが管理する「ジャパンパビリオン」と台湾大手電機メーカー東元グループが管理する「安心フードパビリオン」を中心に、それぞれ出店されていました。



（広島県企業の展示商品）

＜進化する台湾食品＞

台湾の人達からみた日本製食品は総合的に美味しく、安全かつ高品質と好印象なことばかりですが、そのためお値段の方も多少高めというところが一般的です。但し、日本でも同様だとは思われますが、今回の様な食品見本市やデパートでの催事では日本製商品（特に食品類）は何時もイベントの目玉として消費者及び食品業者から好評を博し、多少高額でも喜んで購入されるお客様が結構おられます。

さて、今回その様な中で、個人的に特に注目したのは、台湾の各地方の地産商品を取り扱っていた「台湾パビリオン」です。ここ数年の間に台湾製食品のレベルも飛躍的に向上したと思われれます。「台湾パビリオン」では高雄、台南、嘉義等における地方の各種名産品が展示されており、ここで紹介されております農産加工食品等は、海外での販売も視野に入れたギフト商品として開発されたものが中心で、少しオーバーな表現ですが、ひと昔前の台湾製品と

比較するとその変化の様に隔世の感を禁じ得ないということが正直な感想です。また、業界関係者の方々が台湾に再びスポットを当ててくださった関係だとは思いますが、この機に乗じて日本進出を果たした台湾企業も幾つかございます。最近でも台湾伝統のスイーツ販売店（旅行ガイド誌には日本人女性達に人気の店として紹介）が日本企業とのジョイントにより日本市場に進出しております。

＜台湾では外食はレジャーの一つ＞

話を「フード台北」に戻しますが、出展されていた日本の企業の方々の中には自社製品の紹介、販売以外にも会場で台湾産の鰻に着目され、新たなビジネス構想のヒントを得られて帰国された方もありました。確かに自社製品の商談が最優先ですが、会場内をじっくり見て回るだけでも様々なビジネスチャンスに繋がるヒントを生み出してくれる台湾が誇る有数の見本市だと思えます。また、今回の「フード台北」では台湾の老舗食品メーカーが流行りの外食企業とコラボし新商品を開発する等、新しい動きも見受けられました。台湾では外食は一つのレジャーとして考えられており、週末での一家総出の外食や若い人達の外食行為には強い娯楽性を伴う傾向が日本より遥かに強いと思えます。そのため、台湾の外食産業では常に新しいモノ、新しい流行を求められます。



（東元グループの安心食品フードパビリオン）

今回の参加企業である電機メーカー大手の東元（TECO）グループは早くから外食分野に進出しておりますが、ここに来て他の家電大手メーカーもショッピングセンターや住宅商業複合エリアの開発に着手しているとの事です。日本から見れば台湾は小さな市場かもしれませんが、まだまだ潜在的未開発市場が残されており、そこに求められるのは、台湾の人達を幸せにしてくれる日本の美味しい食べ物だと思えます。広島からも台湾の人達に美味しい食べ物が届けられることに強く期待しております。

ベトナムの車検制度及び車検業について

中川 良一

2016年まで、車検は公的機関である車検センターで行われていましたが、2016年の63/2016/ND-CPの首相議定の公布により民間企業も車検業を営むことが認められるようになりました。現在、公的車検センターの民営化が進められています。

自動車の車検の有効期間については、ベトナムの交通運輸省の通達70/2015/TT-BGTVTによれば9席以下の乗用車では製造年数により異なります。製造年数が7年以下は、初回の車検有効期間は30ヶ月で、その後は18ヶ月です。製造年数が7年以上から12年までの場合は、車検の有効期間は12ヶ月で、製造年数が12年以上の場合は車検の有効期間が6ヶ月となります。

商用車及びトラックなどの車検の有効期間は下表の通りです。

＜車検業を営むときに必要な手続き＞

民間企業が車検業を営むためには、ベトナム交通運輸省自動車登録検査局より車検業ライセンスを取得する必要があります。

車検業ライセンスの申請に必要な書類は下記のとおりです。

- ・車検業ライセンス申請書
- ・スタッフや検査員の名簿及び車検員資格証明書
- ・検査機器・設備、通信・データ伝送設備、その他の設備のリスト（詳細は首相議定2016/ND-CPの第6条～第10条で規定）
- ・車検場の配置図
- ・申請者の会社登録証明書

ベトナム交通運輸省自動車登録検査局が書類の申請及び現場検査を行い、合格した場合は車検業ライセンスを発給します。車検業を営む組織・法人は次の活動を行うことができます。（不正な癒着を防ぐためと思われる）。 1. 自動車による運輸業 2. 自動車の整備メンテナンス業

＜自動車検査員の資格＞

自動車検査員の資格については厳密に定められ、特に外国車整備にも対応できるよう簡単な英語能力も求められています。

自動車検査員の資格を取得するには、次の条件を満たす必要があります。（首相議定63/2016/ND-CPの第11条及び17条）。

車検員資格を取得するには、自動車登録検査局に申請し、実務テストを受けなければなりません。合格すれば、資格証明書が発給されます。資格の有効期限は36ヶ月で更新申請できます。

- ①自動車機械、自動車技術若しくは機械の大学専攻科を卒業（必須科目：自動車構造、自動車整備、燃焼エンジン、電動エンジン）
- ②英語のBレベル若しくは同等のレベル
- ③車検手続きの講習を受講（交通運輸層省所定の講習内容）
- ④車検センターで最低12ヶ月間の実務研修

ほかに、検査員以外の検査業務に携わる人員は次の条件を満たさなければなりません。

- ①専門高校以上の学力を有する
- ②英語能力はAレベル以上若しくは同等のレベル
- ③車検業務の講習を受け、講習終了証明書を有する

＜ビジネス展開の可能性＞

日本では自動車整備士不足が課題となっていますが、ベトナムの民間車検業開放により、今後、民間車検場や資格を有する人材が増加すると考えられます。これにより、日本企業が求める自動車整備業人材の日本への派遣等を含め、自動車整備業界間の交流が増えるのではないかと期待されます。

また、日本車が普及するベトナムマーケットですので、日本で使用する車検用検査機器や、整備治具・工具等についても、ベトナムでの需要が高まるかもしれません。

車 種		有効期間（月）	
		初 回	2回目以降
■9座席以下の乗用車 （商用でない）	製造年数7年まで	30	18
	製造年数7～12年まで		12
	製造年数12年以上		6
■9座席以下の運輸車両、 9座席以上の乗用車	改造なし	18	6
	改造あり	12	6
■トラック、専用車 トレーラー等	製造年数7年以下	24	12
	製造年数7年以上		6
■改造車		12	6
	製造年数15年以上で9座席以上を有する乗用車 製造年数20年以上のトラック、トレーラー		3

米国市場 マーケティング・販売のヒント

蛭本 睦

6月19日に広島市、20日には福山市にて表題の講演をさせていただきました。数多くのご参加をいただき、ありがとうございました。講演に来られなかった方も多いと思いますので、以下に講演した内容を2回に分けて紹介します。

＜アメリカ市場について＞

アメリカのGDPは世界経済の拡大に伴い、相対的にそのシェアを落としてきていますが、IMFの直近のデータでも、世界のGDPの24.7%を占めるなど、未だに世界最大の市場と言えます。また、注目されるのは人口で、約3億2323万人（出所国連）と中国、インドにつく世界3位の人口ですが、先進国の中で最大の人口を誇ります。また、国連の予測によれば、主要先進国の中でもほぼ唯一と言っていいほどのペースで今後も人口が増えることが予想されており、2050年には4億人近い市場となることが予想されています。

一方で、世界銀行の発表している「ビジネスのし易さ」調査では、総合順位で6位に位置付けられ、34位の日本、78位の中国よりもはるかに、ビジネス環境が整っていると言えます。また、創業間もないから、従業員数や売り上げが少ないからと言って、筆者の会社がこれまでなにかハンデを負ったことはありません。従業員数や年商を聞かれたことすらありません。

上記をまとめますと、アメリカはいまだに、世界最大の市場であり、日本より大きな先進国としては唯一の単一市場。今後も安定的に市場が広がり（人口が増える）、先進国＝ビジネスインフラが整う、公平で入りやすい市場であり、中小企業にこそメリットがあるのではないかと考えます。筆者は近いアジアもアメリカ市場を経験してからのほうが驚くほどスムーズなのではないかと、経験からも思います。日本からアメリカ、そして世界というようにグローバルビジネスを進めていくのも一案ではないかと考えています。

＜マーケティング＞

日米では住んでいる人が異なり、ライフスタイルも異なります。アメリカの消費者ニーズを掴むためには、アメリカのライフスタイルを知ることが重要です。体格からして、日本人に比べ身長は8cm強、体重は男女ともに23kg上回っています。住んでいる空間もかなり違って、住宅の平均面積は日本が94㎡でアメリカは222㎡です。ここまで違えば、必要なもののサイズや重さも違って当然

です。こういったことから、日本でのセールスポイント「コンパクトで軽い」がアメリカでは「小さすぎて頼りない」というような評価を受けてしまうことも往々にしてあります。

また、食生活も異なるため、食器のニーズも違います。日本食の調理や携帯に適したアイテムはお米を主食としない米国の大多数には使い勝手が悪いということにもなり得ます。弁当箱はお米とおかずという組み合わせには良いのですが、サンドイッチを入れるには少々形もサイズも合っていません。ただし、日本食のブームはもはやブームというよりは、定着してきた感があり、高級料理の代名詞としてリスペクト（尊敬）を集める対象でもあります。こういった市場では、和の要素が商品に求められるということもあります。



（セミナーの様子）

また、アメリカと日本ではテイストという消費者が好むスタイルが異なります。セミナーでは、お菓子のパッケージの日米比較を紹介して、中身が同じでもここまでアプローチが違うのかということを実際目でみてもらいました。カルビー（株）の商品、「さやえんどう」と「Snapea Crisps」をそれぞれ検索してみてください。概して、アメリカのデザインは日本に比べて大人っぽく、シンプルです。日本のデザインはゆるキャラなど可愛いイメージで、また文字情報が多いという特徴があります。これはホームページをみても明らかで、日米それぞれの同様の商品を検索すると興味深いと思います。シリアスで文字情報の多い日本の首相官邸と、イメージ写真がトップページのほとんどを占める、アメリカのホワイトハウスのページをセミナーではご覧いただきましたが、その一例ではないかと思えます。

まとめますと、日米ではライフスタイルが異なることから、必要なもの、好みも異なる。アメリカのライフスタイルを知ることが重要。そのためには市場調査が重要であり、いきなりの展示会出展よりもまずは知るところを優先してほしいと思います。また、比較的ビジネスや世界観を重要視するので、いかに、「世界観」を伝えるかが日本と異なる点として重要なことがあげられるでしょう。

第1回中国国際輸入博覧会まで残り70日

洲澤 輝

今年の11月5日～11月10日の計6日間、上海市で開かれる第一回中国国際輸入博覧会まで残り70日を切りました。この博覧会はハッピーメール4月号でも取り上げたとおり、中国政府が全世界に向けて積極的な市場開放を主導する一大イベントとなっています。現在の出展状況は130カ国以上の国と地域が参加し、その中から2,800社を超える企業が出展します。出展する日本企業が取り扱う商品は、ダイエット米(麺)、おもちゃ、サプリメント、空気清浄機、鍋、化粧品など様々な商品があります。

また、会場には「中国館」が設けられ、ナレーションを通じて中国の輸入の歴史を知ることが出来ます。

現在、会場周辺の交通環境の整備が進んでおり、乗用車の駐車場確保や道路標識の設置、更には地下鉄やバスなどを活用するプロジェクト案が作成されています。

＜来場バイヤーについて＞

博覧会に来場する中国国内外のバイヤー数は元々15万人を目標に計画が立てられていましたが、すでにその数を超え、約16万人の申し込みが受け付けられており、さらに伸び続けています。また、来場バイヤーが現時点で関心を持っている展示エリアの数値が発表されました。

展示エリア (7部門)	興味を持つ バイヤーの割合
人工知能、ハイエンド装備	23%
消費電子、家電	20%
自動車	7%
服飾、日用消費財	23%
食品、農産物	18%
医療器械、医薬品	8%
サービス貿易	24%

サービス貿易や服飾、日用品、人工知能、ハイエンド装備などに関心が集まっていることが見て取れます。

＜周到的な準備を＞

皆様の中にはこの博覧会へ参加、若しくは視察を予定されている方がいらっしゃると思います。

先月、私は会場となる国家会展中心を下見する機会がありましたがとにかく広く、1日では全てのエリアを回りきることが出来ない

と感じました。その為、事前に関心のある出展企業をチェックしておき、その企業がどこのエリアに出展しているのかを調べておくことをお勧めします。

※出展企業や出品商品の下記博覧会のHPから検索が可能。(中国語及び英語のみ)

<https://www.ciie.org/ciie/f/exhibits-show/exhibits/list>

ただでさえ広い会場に加え、当日は大勢の来場者が見込まれていますので、時間と体力を無駄にしない為にも事前準備は必須です。会場の中にはマクドナルドや中華料理店など多数の飲食店やコンビニが出店していますので昼食時などにご活用ください。また、展示会場周辺には多数のホテルがありますが、予約で満杯になる可能性がありますので早めの予約をお勧めします。



(展示会場の外観と内部の様子)

＜最後に一言＞

冒頭でも述べました通り、博覧会の来場バイヤーだけですでに16万人に達しています。また、当初の会場の広さは21万㎡でしたが企業の申込社数が予想を遥かに超えたため、急遽会場を27万㎡まで拡大しました。しかし、それでも出展できない企業が多数存在しています。そして、早くも同博覧会の2019年度での出展企業の仮募集を始めている事が分かりました。この様に、全世界から注目されるイベントが、今年の11月に上海で行われようとしています。

中国国際輸入博覧会について詳しく知りたい方は、ひろしま産振構国際ビジネス支援センターや広島上海事務所までご連絡ください。

中小企業のインドネシア進出に考慮すべきこと

中川 智明

今回は、中小企業がインドネシアに進出する時に考慮すべき事項について、焦点を当ててみました。以下、中小企業の進出に対してポジティブな事項を記載し、その後ネガティブな事項を記載したいと思います。

＜ポジティブな事項＞

●ネガティブリストの改正

2016年5月のネガティブリストの改正において、電子商取引、スポーツセンター、カフェ、レストラン、病院経営コンサルタント、廃棄物処理など、中小企業に適している事業についても、100%外資での進出が認められました。

●投資環境改善の為にパッケージ

ビザの規制緩和や投資許認可手続きの簡素化迅速化等の政策が策定実行されています。



(ショッピングモール内ラーメン店・ジャカルタ)

＜ネガティブな事項＞

▲最低投資額規制

最大の投資の障壁はこの最低投資額規制だと思われます。

例えば、レストラン運営を行うにしても、外国投資家は100億ルピア（約8,500万円）の投資（負債を含んでも構わない）と、25億ルピア（行政指導があり30億ルピアになることが多い）以上の資本投資（資本としての投資）を行わなければなりません。

当該最低投資額規制は、当初はそれほど厳しくなかったのですが、最近では当該事項に対しての厳しいチェックがあったり細かい説明を求められたりします。

レストランで100億ルピアというと、数店舗展開する投資規模だと思われますので、最初は一店舗から初めて様子を見ることは難しく、最初から大規模展開をする必要があると思われます。

▲外貨ヘッジ規制

2014年10月28日に発表された外貨ヘッジ規定（No.16/20/PBI/2014）は、新規の対外借入を行う企業に対してBB-（マイナス）以上の格付けの取得を義務付けています。

この規定は、親会社が格付けを取得している場合はそれを使用できるとしているため、大企業の多くは余り影響を受けません。

しかし多くの中小企業は格付けを取得しておらず、インドネシアでの資金調達時に格付けを取得しなければなりません。このため、あえて金利の高いルピアで資金調達する会社もあります。

＜その他の優遇策＞

上記以外にも経済政策パッケージの優遇策については、「1兆ルピア以上の投資」や「5,000人以上の企業」に対してのものが多く、大企業向けと思われるものが多く存在します。



(活気のあるジャカルタ市内)

【まとめ】

以上のように、良い面も悪い面もあるインドネシアの投資環境ですが、「投資しやすければ競合他社も投資しやすいので進出してくる」「投資しにくければ競合他社も投資しにくいので進出してこない」という側面もあります。

単純に「投資しやすければ良い」という「進出することが全て」という思考に陥らず、進出後のマーケットで事業を成功させることも含めた戦略が必要かと思われます。

投資環境の良い面と悪い面を認識して適切な準備計画をすることで、かならずや皆様の事業における能力が十分に発揮され、結果として進出が成功に至ると信じています。



「国際賛助会員の集い」

ご参加いただきありがとうございました。

毎年恒例の国際賛助会員の集いを開催しました。 会員の皆様、そして本年度も、広島県留学生活躍支援センターの多大なるご協力を得て、県内留学生の皆様等にご参加いただき、情報交換、交流の場を持ちました。

広島会場：平成 30 年 8 月 29 日（水）
ANA クラウンプラザ 参加者 55 名
福山会場：平成 30 年 8 月 30 日（木）
福山商工会議所 参加者 33 名



■ 催し：「留学生の本音インタビュー」

産振構台北ビジネスサポーター歐元韻氏と広島県留学生活躍支援センター尾本氏による「留学生の本音インタビュー」を行いました。参加企業の皆様からも、多くの質問をいただき、留学生の本音に迫ってみました。



問：就職活動で企業を選ぶとき 3 番目に重視していることは？

答：会社のビジョン
自分の能力が活かせるか
先輩、知人が会社にいるか
※一番重視していることは「社内の人間関係」

その他の質問

日本で就職したら何年くらい働きたいか？
日本のここが嫌だ
将来の夢は などなど

香港・オーストラリア

同封チラシ参照

バイヤー招へい食品商談会・懇親会

広島県産の農林水産物・食品・飲料等の輸出、海外販路拡大のため、香港・オーストラリアからバイヤーの方を招へいし、商談会を開催します。

【日 時】 商談会 平成 30 年 10 月 10 日（水） 9:00～17:00
懇親会 平成 30 年 10 月 10 日（水） 18:00～19:30

【場 所】 ANA クラウンプラザホテル

【対 象】 広島県産の農林水産物、食品、飲料、酒類などの製造・販売を行う企業等

香港	マキシムサプライチェーン 香港をベースに中国、マカオ、ベトナム、カンボジア等でベーカリーやレストラン事業を展開。約 70 のブランド、1000 店舗を保有。日本食レストランは主に、回転ずし、ラーメン、どんぶり業態を上記地域に 100 店舗以上展開中。
豪州	スシ・ファクトリー・オーストラリア 食品の輸入・卸からスタートし、食料品小売店、オンラインショップやセントラルキッチン等の運営とともにシドニーで居酒屋、定食屋など 12 店舗を展開中。主要顧客に、オーストラリアで 50 店舗展開する回転ずしチェーンあり。

【上海食品商談会】 ～中国巨大SNS「WeChat」を活用した商談の機会も提供

【日 時】 平成 30 年 11 月 12 日（月） 9:00～16:00
【会 場】 花園飯店(上海) Okura Garden Hotel Shanghai
【参加者】 中国国内の輸入卸業者、小売業者、飲食事業者等バイヤー

■ 昨年実績

来場バイヤー数 62 社（上海、北京、大連、海南）

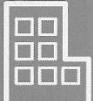
問合・申込：ひろしま産業振興機構 国際ビジネス支援センター TEL：082-248-1400
www.hiwave.or.jp/event/15527/

第17回 CHUGOKU&SHIKOKU BUSINESS FAIR



ビジネスフェア 中四国2019

出展者 募集



開催
日時

2/8金・9土

会場

広島市中小企業会館総合展示館
(広島市西区商工センター1丁目14番1号)

申込締切日

平成30年(2018年)
9月28日(金)

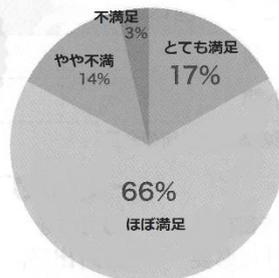
平成31年2月8日(金) [10:00~17:00] 商談会・名刺交換会 / 9日(土) [10:00~16:00] 商談会・展示販売会

中四国発! こだわり良品発掘メッセ

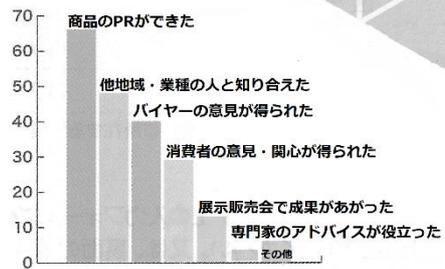
前回実績

- 出展者数
128社・団体
- バイヤー等事業者数
399社 — 748人
- 商談件数
3,712件
- 一般来場者数
約2,800人

商談満足度
約83%



商談満足度は?



商談以外の効果は?

昨年度の 主な来場バイヤー

伊藤忠食品(株)、国分グループ本社(株)、(株)JP三越マーチャンダイジング、(株)JALUX、(株)大丸松坂屋百貨店、(株)東急ハンズ、(株)日本百貨店、三井食品(株)、(株)三越伊勢丹、(株)47CLUB、楽天(株)、(株)カフ・コーポレーション、富桜商事(同)、日本出版貿易(株)

主催: ビジネスフェア中四国実行委員会

(構成) 広島市、浜田市、高知市、岡山市、広島商工会議所、浜田商工会議所、高知商工会議所、岡山商工会議所

協力: (独)中小企業基盤整備機構中国本部・四国本部、(一社)広島県発明協会、(公財)ひろしま産業振興機構、

(独)日本貿易振興機構(ジェトロ) 広島貿易情報センター・松江貿易情報センター・高知貿易情報センター・岡山貿易情報センター

後援: 中国経済産業局、広島県、島根県、高知県、岡山県、中四国セントラルルート地域連携軸推進協議会、(一社)中国地域ニュービジネス協議会、広島県商工会議所連合会、島根県商工会議所連合会、高知県商工会議所連合会、岡山県商工会議所連合会、広島県商工会連合会、広島県中小企業団体中央会、中国四国百貨店協会、日本チェーンストア協会中国支部、中四国地区スーパーマーケット協会連合会、中国新聞社、NHK広島放送局、中国放送、広島テレビ、広島ホームテレビ、テレビ新広島、ちゅピCOMふれあい、ちゅピCOMひろしま、広島エフエム放送、FMちゅーピー-76.6MHz

同封チラシ参照: 申込は「ビジネスフェア中四国実行委員会事務局」まで
(広島市経済観光局産業振興部商業振興課内 電話 082-504-2318)