

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

★ バックナンバーは産振構HP「拠点別レポート」から

【Mail Magazine 知っ得情報】

メルマガでは国、県、市町、産業支援機関等及び産振構の公募イベント助成金情報などのご案内をいち早く皆様にお届け致します（右記のQRコードで閲覧できます。）。

※ 毎週木曜日配信



（公財）ひろしま産業振興機構発行

「100周年を迎えて」

【国際委員】広島アルミニウム工業株式会社
代表取締役社長 田島 文治 氏



弊社は2021年4月をもちまして、100周年を迎えることが出来ました。

思いおこせば、1921年に金物の卸問屋として田島倉造商店を創業し、1928年には砂型鋳造でアルミ製羽釜の製造・販売を開始しました。順調に業績を伸ばしてきた矢先、1945年の原爆により祖父である創始者田島倉造を失うと共に工場をも焼失してしまいました。

1947年に二代目田島忠雄のもと広島アルミニウム工業として復興を遂げ1953年からは無水鍋の製造・販売を行い、1959年には様々な鋳造法を駆使してマツダ様への自動車部品を手掛けるようになり『物が淀みなく流れる工場』をコンセプトにダイキャスト工場及び機械加工工場を竣工し業績を伸ばしてまいりました。

2002年からは海外進出を行い、ベトナム・メキシコ・中国・タイに生産拠点を置き「日本に負けない生産性・高品質」に拘ると共に、各々の国の文化を尊重しながら、現地法人を立ち上

げ、現在に至っております。

また、2007年には安芸高田市に八千代センターを開設し、安全・技能・技術の伝承の場として、次世代を担う社員のスキルアップを図るとともに海外実習生も積極的に受け入れ人材育成を展開しております。

今後の自動車業界は環境問題を鑑みて、内燃機関からEV時代へと大きく舵をとる変革を迎えることとなります。

弊社も時代に取り残されることなく、新技術の開発と生産性の向上に力を注ぎ、常識にとらわれることなく、業界の「ダントツ」を目指して参ります。

これからも『事実に忠実に、誠実な努力』を続け、50年後もお客様に満足していただける様、『Cast With Passion』（情熱をかたちに）を合言葉にモノづくり精神を紡いで参る所存でございます。

今後ともより一層のご指導、ご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。

■ 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	「100周年を迎えて」	広島アルミニウム工業株式会社 代表取締役社長 田島 文治 氏	1
海外 レポート	ジャカルタ	インドネシア進出失敗の原因を鑑みた進出戦略とは（5）	2
	ニューヨーク	ニューヨーク州 経済再開を宣言	3
	台北	恵みの雨！ワクチンの無償提供	4
	ハノイ	新型コロナウイルス第4波到来	5
	上海	中国の男性用化粧品市場	6
お知らせ	ハッピーからのお知らせ		7-8

「インドネシア進出失敗の原因を鑑みた進出戦略とは（5）」 中川 智明

シリーズで、日本企業の進出失敗事例について紹介しています。これまでに次の内容をご説明しました。

- ・第1回（2020年11月号）：「気づかないうちに上から目線になる」、「日本のやり方を現地に持ち込もうとする」
- ・第2回（2021年1月号）：「インドネシアではどう振る舞うべきか」
- ・第3回（2021年3月号）：「情報収集、進出決定、人事」
- ・第4回（2021年5月号）：「進出時の事前調査」

今回は、「進出計画の策定」についてお伝えします。

＜インドネシア進出時の進出計画＞

【失敗する企業】

- ・海外進出計画が担当役員の意向に沿った将来計画となっている。
- ・管理部門構築の計画が十分でない。
- ・投資回収までの全体像が見えず、調査等の費用対効果を考慮できずに必要コストまで削っている。

【あるべき姿】

- ・十分な調査のもと、客観的な情報を積み上げて海外進出計画を策定する。
- ・十分に必要経費と時間をかけることで、無理な進出で失敗し大金を失うことを避けることができる知っている。

前号（2021年5月号）でも記載しましたが、日本企業のインドネシア進出の一番の失敗原因はこの計画の段階にあると思っています。

多くの事例では、会社の命運を左右する海外進出であるにもかかわらず、海外進出担当の役員に一任されます。本来ならば、作成された計画は取締役会に提出した際に、担当役員以外の取締役会構成員が厳しくかつ客観的に審査検討することで、牽制を働かせるべきです。しかし、ここでも担当役員に「お任せ」してしまうため、この牽制機能が働いていないことが多いと思われます。

また、社内での説得目的で策定された進出計画ですので、社内承認を得る事ができれば計画の客観性等は必要なく、客観的な調査等も必要とされません。

このため、専門のコンサルタント等に調査を依頼する必要もなくなるのです。むしろ、都合の悪い客観的事実の方が、見たくもない情報となっているかもしれません。

本来ならば、進出計画はその後の進出活動の管理のための重要な指標になります。当該計画と比較して、実際はどの程度進んでいるのか、実際のコストの発生はどの程度なのか等、計画と比較しながら実際の活動を管理し、以降の計画を必要であれば調整します。このように、実際の進出活動の指標とするためには、当初の計画がより客観的でリアルである必要があります。上司の意向に沿っただけのバラ色の計画は意味がありません。しかし、実際にこのような精密な進出計画を策定している会社はあまりないのが実情です。

更に言うと、簡単ではない海外進出の計画から実行そして回収まで特定の担当者に責任を持たせ、仮に計画通りに成功すれば、相当の報酬を当該担当者に与えることも必要だと思われるかもしれませんが、このような処遇を行う企業は多くありません。

進出計画を適切に策定運用することで、進出に失敗して大損失を発生させるリスクを大きく低減できるのです。

次回は2021年9月号に続きます。

- ※ 7月1日～21日の期間中、「外資規制変更によるチャンス、進出準備」（コロナから復興するアセアンの大国について）をオンデマンド配信しています。ぜひ、こちらでもご視聴ください。



【人通りなく綺麗になった、弊社ビル前の通り】

「ニューヨーク州 経済再開を宣言」

蟬本 睦

〈ニューヨーク州とカリフォルニア州が経済再開を発表〉

6月15日、ニューヨーク州クオモ知事は、州内における新型コロナワクチンを1回以上接種した割合が18歳以上の成人の7割を超えたと発表。これに伴い、同州は小売、外食、オフィス、フィットネス、美容院、理髪店などに課していた全ての規制を撤廃すると発表しました。

一方で、大規模な屋内イベント、幼稚園および小学校、公共交通、ホームレスシェルター、刑務所、介護施設、医療関連施設はこれまでどおりマスクの着用などが求められるとしています。

また、同日、カリフォルニア州でも同様の発表がなされ、米国では一気に経済再開ムードが高まっています。

〈全米で3億回を超えたワクチン接種〉

6月16日付けのブルームバーグ電子版によれば、米国はこれまで、3億1,300万回の接種を行っています。全人口に対して、1回目を接種した人は52.7%とすでに過半数を超えていて、接種完了者が44.1%となっています。接種対象となっていない赤ん坊や幼児も含まれることを考えれば、成人ではニューヨーク州のようにながりの割合で接種が進んでいることでしょう。ちなみに、同誌によれば、現在の接種ペースは1日あたり116万回で、ピーク時の380万回と比べるとペースは遅くなっています。一定程度、特に若者にワクチンに不安を感じたり、忌避する層もあることから、州によっては接種者には抽選で奨学金を与えたり、宝くじを配付したり、バスや地下鉄の無料乗車券、ハンバーガーやポテトの無料券などあの手この手でありふり構わず接種を進めています。

日本では「ワクチン接種者に5億5千万円があたる！」などは考えられないかもしれませんが、現にアメリカでは実施されています。

また、米国連邦政府機関である、米国疾病管理予防センター（CDC）が、ワクチン接種者は基本的にはソーシャルディスタンスやマスクの着用は不要というガイドラインを先に発表しており、こういったガイドラインもワクチン接種の動機付けとなっているのではない

かと筆者は考えています。

〈5月の雇用状況も引き続き改善〉

6月4日、米国労働省統計局は非農業部門の雇用が前月比55万9千人のプラスで、失業率が0.3%改善し、5.8%になったと発表しました。

ワクチン接種の進行、経済再開の動きを好感し、レジャー、外食などホスピタリティーが引き続き改善を牽引しています。失業率は、昨年の4月に15%というとんでもない数字を記録、その後少しずつ改善し、ようやく6%を切りました。6月は4月の91万人雇用増と比べると地味な改善となりましたが、既にニューヨークを始め、米国では外食産業などで人手不足が深刻となっているようです。未だにコロナ禍で上乗せされた失業保険が提供されていることも、人々の復職の意欲を奪っているのではないかという議論もあり、失業者支援が経済再開の仇となっている面もあるようです。

日本もようやくワクチン接種が進んでいるようですが、先行した米国の例を参考にされることを期待したいと思います。



【経済再開を発表するクオモ州知事】



【記者会見参加者もマスクは着用していない】

「恵みの雨！ ワクチンの無償提供」

歐 元韻

新型コロナウイルス感染封じ込めの優等生、と言われていた台湾でも、今年5月中旬以降、一気に感染者が増加しました。

はじめに航空会社の乗組員が海外から台湾へ入境後に利用する、外出制限期間用の隔離宿泊ホテルでクラスターが発生し、その後、台湾北部を中心に感染が広がりました。政府も直ちに台湾全土にコロナ警戒レベルの第3級を発令し、人々に外出自粛を強く呼びかけました。3度の期間延長を経て、6月23日時点での警戒期間は7月12日まで続きます。ちなみに5月11日から6月14日までの台湾国内のコロナ感染者は累計11,907人、6月16日の発表では死者が累計478人でした。この人数は今後も増え続ける可能性が十分にあり、日本と比べるとかなり少ないようにもみえます。

しかし、6月15日付けの日本経済新聞では、台湾の致死率3.3%は世界平均(2.2%)及び日本(1.8%)の数値を大きく上回っています。このため、コロナ警戒レベル第3級下の台湾では、日本の緊急事態宣言下の制限よりもっと厳粛なロックダウンが街のあちらこちらで見受けられます。多数のデパートや映画館等の商業娯楽施設が密集する繁華街や台北市信義区一帯は、土日のお昼時にもかかわらず、お店がオープンしていても利用する人が全くいないという、一種異様な光景が見受けられます。現在、経済活動や交通機関こそストップはしていませんが、県を跨ぐ移動の自粛、学校閉鎖、外出時は常時マスクを着用、屋内5人以上・屋外10人以上の社交上の集まりは禁止、公共の場での連絡先の登録の実施等が行われています。その他では企業も在宅勤務を奨励し、銀行やスーパー等での利用者人数制限、全飲食店での店内利用禁止(テイクアウトのみ可)など、都市圏での商業活動にも甚大な影響が出ています。

＜ワクチンの接種と調達問題＞

今回の新型コロナウイルス感染者の急増を受け、改めてワクチン接種の問題が再浮上してきました。以前からワクチン接種が必要なことはわかっていながら、政府による実施対応が非常に遅かったことは拭えません。6月16日付けの日本経済新聞によると、ワクチン接種に關しても、国、地域別での接種状況を示すデー

タの中に「台湾」がランク入りした形跡は残念ながらありません。蘋果日報が発表した6月10日時点での各国のワクチン接種進捗状況報告では、台湾の対人口接種率は僅か3.1%で、シンガポール43.9%、韓国19.6%、日本11.5%と諸外国の数値と比較して、ワクチン接種率の低さは否めません。この結果は、現実問題として台湾の国民約2,300万人の接種完了に必要なワクチンが確保できていない、という重大な課題の存在を示しています。

5月28日には、台湾の衛生福利部長(衛生相に相当)陳時中氏が、10月末迄に台湾全人口の60%に少なくとも1回目のワクチン投与を実施することを目標として掲げましたが、実際はワクチン未確保の厳しい現実があり、各方面からも、早急にワクチンを購入し接種を求める声が続々とあがり、政府としてもその対応策に苦慮していました。こうした切羽詰まった状態の中、日本より台湾へ124万回分のワクチンが無償提供されるとの嬉しい知らせが届き、その後速やかにワクチンが到着したというニュースが台湾全土を駆け巡り、人々は改めて日台関係の深さを認識しました。今回のワクチン寄贈に対して、台湾の人達は好意的な反応を示し、日本への感謝を示すメッセージが連日多数発信されたことが、その証です。「ワクチンの無償提供は恵みの雨です！台湾は永遠に忘れない！」(台湾・蔡英文総統の言葉より引用)



世界まんがセンバツ
ストーリー漫画最優
秀賞余韋徳の作品



6月13日付け
産経新聞の台湾発
「ありがとう日本！」
の新聞広告

「新型コロナウイルス第4派到来」

中川 良一

＜コロナ感染流行状況＞

ベトナムは、新型コロナウイルス感染対策で世界の優等生と評価され、これまで新型コロナウイルス感染封じ込めに成功してきましたが、5月に第4波が到来し、欧州、アフリカ、イギリス、インドで流行中の変異株を含む7種類の新型コロナウイルスが急激に猛威を振るっています。ベトナム政府は、水際対策として、外国人、ベトナム人を問わず、入国後の強制隔離をこれまでの14日間から21日間までと延長し、さらに、自宅で7日間の自主健康管理（実質的には隔離）を要求しています。

＜ベトナムのワクチン接種と優先順位＞

ベトナムは、イギリスのアストラゼネカ、ロシアの Sputnik、中国のシノファームの3種類のワクチンに対し輸入を許可しています。接種については優先グループを次の10グループに分け、全て無料で接種する予定です。

(1)感染予防従事者（医療従事員、各種対策委員会、隔離エリア(地域)のスタッフ、軍隊、公安）(2)海外へ派遣される公務従事者、外交官とその家族 (3)ベトナムにおける国連機関の外交代表団および組織 (4)税関職員、出入国管理官 (5)航空、輸送、観光、電力、水道等のサービス提供者 (6)教師、教育訓練機関の従事者、および多くの人と頻繁に接触する行政機関職員 (7)慢性疾患のある人、65歳以上の人 (8)感染流行地域の住民 (9)低所得者、社会支援措置受給者 (10)国家機関によって期限付きで海外へ出張、研修、就労に派遣される者。

今回、上記10グループに先駆け、ベトナムで最もコロナ感染者が多い、ベトナム北部のバクザン省とバクニン省内の労働者にワクチンを無料で接種しました。これらの省は、韓国サムスン電子や米国アップルの携帯電話の重要製造拠点となっています。



左の写真は、バクニン省、バクザン省の工業団地内企業において、労働者が工場内の宿泊施設に宿泊し、工場外部に一切出ないことを条件に、生産活動を続けることが許可されたため、工場内に設置された従業員用宿泊テントです。

接種を2回終えた人は31,551人で、主に感染

予防従事者である医療従事者や軍人です。ワクチン接種者は人口の0.03%にとどまっており、まだまだ接種率が少ないのが現状です。

ベトナムも、Nano Covax-Vaccine という名称のベトナム製コロナワクチンの研究を行っています。臨床試験を1回目2020年12月、2回目2021年2月、3回目2021年6月に実施し予防効果を確認、今後の正式な承認に期待が高まっています。

＜コロナ第4波拡大中での経済活動＞

コロナ感染拡大が非常に深刻な状況となったバクザン省では、ライチの収穫シーズンに入りました。ライチ

生産量は、全国の約80%を占め、2021年6月3日時点で、約31,366トン



を収穫し、そのうち2万トン以上が国内消費、1万トン以上が空路で日本と米国市場に輸出、また毎日約1千トンのライチが国境ゲートを通り中国へ輸出されています。ライチの国内販売は、電子商取引サイト運営企業およびデジタル経済局(商工省)がベトナムの6つの主要電子商取引サイト(Sendo、Voso (Viettel Post)、Tiki、Shopee、Postmart (VNPost) CucCu)と連携し、食品安全基準(ウイルスなどの付着がないことを含む)を達成できた場合に「ライチ安全証明書」を発行、収穫後6時間から48時間以内に全国の消費者に届けられます。

日越政府合意より、徐々に輸出品目が拡大し、日本からは和牛やリンゴ等ベトナムへ輸出が解禁され、ベトナムからは、日本の農林水産大臣が定める基準とベトナム産ティエウ種のライチ生果実に関する植物検疫実施細則に基づき生産されたティエウ種ライチに限り、日本への輸出が2019年12月15日から認められました。コロナ禍の昨年2020年5月、日本への生ライチ初輸出が開始、当時は大手スーパーでしか目にすることができませんでした。今後、輸出がさらに拡大し、毎年5～6月にはバクニン省の生ライチが、日本市場に広がるのが期待されています。

「中国の男性用化粧品市場」

洲澤 輝

化粧品は主に女性が使うもの、という認識をお持ちの方が多いと思います。しかし、ここ中国では、近年、化粧品に注目する男性が増加しており、それに伴い男性用化粧品市場が急拡大しています。なぜ中国で男性用化粧品市場が注目されているのか、今月号のハッピーメールではこの話題について探りたいと思います。

＜男性用化粧品の市場規模＞

中国大手 EC サイト「淘宝（タオバオ）」の発表によると、今年5月の労働節では、男性用化粧品の売り上げが大幅に増加しました。県エリアの消費者が最もよく購入した商品の中では、男性用化粧品の売り上げが前年同期比1,692.6%も増加しました。これまでは、化粧品の消費者は主に女性でしたが、現在では男性も、自らの容姿を磨くために化粧品を購入、使用している人が増え、特に「90後（1990年代生まれ）」から「00後（2000年代生まれ）」の若い世代を中心に増加しています。2020年の男性化粧品の市場規模は、約167億元（約2,800億円＝1元17円）までに拡大し、2023年には200億元（約3,400億円）を突破する見通しだと言われています。

今年の5月に上海市で開催された中国最大級の美容関連専門見本市の「中国美容博覧会」では、女性用化粧品はもちろん、男性用化粧品を展示している企業も多く見られました。

＜タオバオで販売されている男性用化粧品＞

中国大手 EC サイト「淘宝（タオバオ）」で男性用化粧品を検索したところ、フランスの大手化粧品メーカー「ロレアル」が男性用旗艦店を開設していました。

人気商品を見てみると、男性用 BB クリーム（保湿とベースメイク、ファンデーション機能を兼ねたフェイスクリーム）が今月だけで3万個以上も売れていることが分かりました。この BB クリームは、容量 50ml で、89 元（約 1,500 円）で販売されています。そのほか、男性用顔パックや、目元のしわやたるみ、くすみを防ぐアイクリームも販売されていました。

＜男性用化粧品が流行る理由＞

なぜ、これほど中国で男性用化粧品が注目されているのかというと、近年、中国では男性の外見への要求が高まっていることが、関係して

います。特に、1990年代以降に生まれた女性の、男性に求める条件に変化が現れています。かつては「恋愛や結婚する相手に求める条件」として、「高収入」といった「経済面」を重視しましたが、今では「収入」より「容姿」を重視する女性が増加しており、「顔値経済（顔面偏差値経済）」という言葉が流行っています。

また、男性が自らメイクをして動画アプリの「TikTok」に投稿する「メイク男子」も増えています。



【男性用 BB クリーム】



【男性用顔パック】

（いずれもタオバオのサイトから）

＜90後、00後をターゲット＞

中国の90後（1990年代生まれ）、「00後（2000年代生まれ）」の若い世代は消費意欲が旺盛です。

この世代は、一人っ子政策の影響もあり、特に90後は、既に化粧品のメイン消費層と言われています。

このため、この世代の動向に注目し、WeChat や Weibo などの SNS を通じて、「好みや考え」を理解してビジネスを行うことが大切であると考えます。

県内企業の皆様も、消費意欲が旺盛な90後、00後をターゲットにした事業展開を検討されてみてはいかがでしょうか。

ハッピーからのお知らせ

ニューヨーク・ジャカルタ発！ オンデマンドセミナー「海外ビジネス最前線」

コロナ禍の中、世界各都市の経済状況や今後の見通しなど、現地最新情報をお届けします。

- 申込・視聴可能期間：2021年7月1日（木）～7月21日（水）
- 講師
ニューヨーク・ビジネスサポーター 蟬本 睦
ジャカルタ・ビジネスサポーター 中川 智明
- 申込先：<https://ws.formzu.net/dist/S89072544/>
- 詳細：別添の「海外ビジネス最前線」をご確認ください。
- 今後の配信スケジュール



回	地域	公開期間
第2回	上海（中国）、ホーチミン（ベトナム）	8/24～9/13
第3回	シンガポール（シンガポール）、バンコク（タイ）	9/21～10/11
第4回	大連（中国）、台北（台湾）	10/13～11/2
第5回	チェンナイ（インド）、ハノイ（ベトナム）	11/9～11/29

令和3年度「国際取引実務研修（通関編）」開催案内

RCEP や EPA の概要解説、自己証明による原産地証明書の作成演習等の「通関編」を開催します。

- 開催日時・場所
各日9時30分から16時30分まで（昼休憩12時30分から13時30分）、1日6時間
■ 広島会場 9月1日（水） 広島県情報プラザ2階「第一研修室」
■ 福山会場 9月2日（木） 福山商工会議所9階「会議室」
※ 研修会場での実施を予定しておりますが、状況により、ZOOMによるオンラインライブ配信講座に切り替える場合があります。会場では必要な新型コロナウイルス感染防止対策を講じて実施します。
- 申込方法 【申込フォーム】 <https://ws.formzu.net/fgen/S22129413/>
ひろしま産業振興機構／福山商工会議所のセミナーサイト、又は、記載しているリンク／QRコードのオンラインフォームからお一人ずつお申し込みください。
- 申込期限
8月20日（金）



香港ビジネスセミナー「香港ビジネス環境の現状と未来」

- 配信期間：2021年8月3日（火）～8月23日（月）
- 申込期間：2021年7月1日（木）～8月23日（月）
- 講師：水野コンサルタンシーグループ 代表 水野 真澄 氏
- 講演内容

オンデマンド配信

- ・ 香港の経済概況と産業構造
- ・ 中国本土との関係
- ・ 米中関係と香港
- ・ 香港入出境の概況
- ・ 香港ビジネス環境の今後の展望
- 申込方法：下記のサイト若しくは右記のコードからお申し込みください。
【申込フォーム】：<https://ws.formzu.net/dist/S25100228/>
- 参加費：無料（ただし、通信機器、通信費などは受講者負担です。）
- 主催：広島日本香港協会、（公財）ひろしま産業振興機構
- 問い合わせ先



広島日本香港協会

住所：〒730-0052 広島市中区千田町 3-7-47 ひろしま産業振興機構内

電話：082-248-1400 メール：s-kokusai@hiwave.or.jp

商談スキルアップセミナー 商談成約につなげるためのヒントと極意！ Fine Food & Sake in Hiroshima（食品・酒類バイヤー商談会 in 広島）事業

リアル・オンライン・国内・海外、あらゆる商談場面において、バイヤーに伝わる商談プレゼンテーションスキルと効果的なPR資料づくり・動画活用法を2回シリーズでお伝えします。

【開催日程】

「第1回：伝わる商談プレゼンテーションスキル」

- 日 時：令和3年7月13日（火）14時から15時30分まで

「第2回：効果的な資料づくりと動画の活用法」

- 日 時：令和3年7月27日（火）14時から15時30分まで

【講師】 KM International Trading & Consulting 代表 中正宏 氏

【参加費】 無料

【開催方法】 ZOOM ミーティングによるオンラインライブ配信

【対象】 広島県内の食品・飲料、消費財関連事業者

【申込方法】

- 利用条件等の確認をいただき、産振構セミナーサイト又は QR コードのオンライン申込フォームにて、お一人ずつお申し込みください。

【主催】 ひろしま産業振興機構、広島市、Agri & Foods Export Frontier, Hiroshima

【お問合先】 ひろしま産業振興機構国際ビジネス支援センター

電話：082-248-1400 メール：s-kokusai@hiwave.or.jp



ひろしま産振構 セミナー

オンライン商談を行う方にもお勧めです

残席わずか！ お申込はお早めに！

～広島県内の食品消費財関連事業者向け～ 中国食品消費財バイヤーとのオンライン商談事業

【日 程】 令和3年10月～令和3年12月

※この期間内に中国バイヤーと日程調整をさせていただき、商談毎に商談日を設定し、随時、商談をしていただく予定です。

【内 容】 オンライン（ZOOM、Teams、VOOV等を利用）による中国の食品・消費財を取り扱う企業との個別商談会

【参加バイヤー】 上海市、江蘇省（蘇州市）、浙江省（杭州市、寧波市）などで日本商品を取扱うバイヤー（卸会社、輸入業者、小売店等）に参加を頂く予定で、可能な限り参加企業が希望する商談相手とマッチングさせていただきます。

【参加資格】 広島県内に拠点をもち、食品・消費財を取扱う企業等で中国への販路拡大を目指す事業者（10社程度）
※消費財：家庭用品、美容・健康関連商品、ペット用品、ギフト等

【申込方法】 参加申込書に必要事項をご記入の上、7月30日（金）までにFAXまたはメールにてお申込みください。

【詳細 URL】 <https://www.hiwave.or.jp/event/27778/>
URL 又は、QRコードからご確認ください。

