



confidential

シンガポール向け

海外販路開拓支援サービス 『コネクト アジア』ご説明資料

WeAgri 会社概要

会社名 株式会社We Agri

所在地 東京都中央区銀座7-11-3 矢島ビル4F

設立年 2010年

事業内容 ①輸出トライアル支援サービス事業

②海外流通事業

③国内流通事業

代表 根岸健、岩藤健二

主要株主 経営陣およびテックファームホールディングス

子会社 ASEAN JAPAN AGRIGATE PTE. LTD. (シンガポール)

Umaimon JAPAN PTE. LTD. (シンガポール)

● 直近のプレスリリース情報

日本経済新聞 電子版

テックファーム、シンガポールで日本食材の販売代行

産業 流通 + フォード+キム
2022年5月12日 17:50 (資料提供: 同社)

日本経済新聞の会員登録が完了しました。日本経済新聞の電子版は、



シンガポールの店舗内で日本食材の陳列の様子

システム開発のテックファームホールディングス（HD）はシンガポールで日本食材の販売代行を始める。現場で運営する電子商取引（EC）サイトや取引先の小売店で、企業から委託を受けた食材を販売する。手続に海外の消費者の反応を察するサービスとして本格的な輸出検討を後押しする。

テックファームHD傘下で農水産物の流通を手掛けるWe Agri（東京・中央）が3月中に始める。初期費用は30万円で月の利用料金は6万円。1社につき5品目まで。6月中



日本食材をもっと手軽にシンガポールへ！ 輸出手続から現地SNSマーケティングまで一貫した海外販路開拓支援サービスを開始

販売地のECを活用した独自の流通プラットフォームにより高効率販路サービスを実現

2022.05.14 13:00

テックファームホールディングス株式会社は、日本産農水産物の輸出・流通を手掛ける株式会社We Agri（東京都中央区）と、海外流通支援サービスを提供する株式会社@Press（東京都中央区）が、日本産食材の輸出・流通を支援するサービスを開始する。本サービスは、日本産食材の輸出・流通を支援するサービスとして、輸出手続から現地SNSマーケティングまで一貫した海外販路開拓支援サービスを開始する。本サービスは、日本産食材の輸出・流通を支援するサービスとして、輸出手続から現地SNSマーケティングまで一貫した海外販路開拓支援サービスを開始する。



海外販路開拓支援サービス「コネクタアジア」(表紙) の特徴

1. オンラインと実店舗の両輪販売が可能

一般的なECサイトのみでは、販売開始が早いにも関わらず消費者が購入の機会が少なく、販路開拓が難しいです。本サービスでは、シンガポールの人気ECサイトと現地店舗を連携させることで、消費者が購入しやすい環境を実現しています。

● 取引先企業(200社超)

marukome

ピエトロ

この国の味、ここから。
にんべん

本サービスの目的と背景

We Agri 輸出にチャレンジできる企業を増やし、販路拡大を支援する

WeAgriは、10年以上海外マーケットに輸出事業を行ってきました。地方自治体や農水省様など国と連携した施策を数多く行う中で、弊社が持っている知見・ノウハウ・ネットワークを自社だけに留まらず、シェアリング提供することで、国内の「食」を盛り上げていきたい、そのような思いから本サービスの開始に至りました。



テストマーケティング

リアル店舗とECチャネルでのテスト販売



改善点の発見

ユーザーの声やデータ分析を通じた改善点の抽出



現地ネットワークの醸成

バイヤーや現地飲食店とのネットワークの形成

国内外の食料品マーケットを取り巻く環境

国内外の飲食料市場

- 国内の食品市場規模は縮小。
- 世界の飲食料市場の規模は、2015年から2030年には、約1.5倍増と予測。

【国内食料消費の将来推計（指数）】

【世界の飲食料市場規模】



資料引用：農林水産省公表資料より

※ グラフの数値は四捨五入して表示してある。
【出典】農林水産政策研究所「世界の飲食料市場規模の推計」（2019年3月）

①縮小が予想される国内食料消費市場

②大幅な増加が予測されるアジア飲食料市場

弊社が捉えている輸出の課題

こんな理由で商品輸出を諦めていませんか？



販路開拓の手段がない



輸出事業に対応できる
人材不足



現地法律や商習慣情報が
わからない



自社で
物流を組むことができない



十分な予算が
準備できていない

上記課題を解決しながら、長期的な成長への鍵となる
潜在的な顧客と商品ニーズの発掘を
得ることを目的としてご提案します



販路開拓の手段がない



輸出事業に対応できる
人材不足



現地法律や商習慣情報が
わからない



自社で
物流を組むことができない



十分な予算が
準備できていない



①シンガポールへの商品輸出



②リアル・オンラインでの実販売



③インフルエンサーマーケティング

輸出ノウハウ・IT&マーケティングを活用し販路開拓を一気通貫して支援

海外輸出～マーケティングまでをトータルでサポート



①

現地原材料
産地規制確認
必要書類確認
英語ラベル
表示情報作成

②

貿易事務
取引代行

③

商品輸送
総合物流

④

現地小売店
EC販売
マーケティング

⑤

売り場
メンテナンス
バイヤー提案

⑥

レポート
改善提案

半年間の輸出支援～マーケティングまでをワンストップで実現します！

①シンガポールへの輸出業務

貿易事務、国際物流、通関、現地受発注業務、売り場メンテナンス等の輸出関連業務を一気通貫でサポート



1. 契約期間は6カ月間単位（初期費用は初回のみ）
2. トライアル販売商品は1社最大5SKUまでとなります。期間途中で商品の入れ替えをご希望の場合、1SKU当たり4万円の別途費用が発生します。
3. 初回費用に含まれる輸送コストは、商品総重量60kg以内且つ商品総容積1m³以内を想定（重量/サイズ超過となる場合は別途相談）。
4. トライアルとして輸送された商品は委託在庫（=お申込企業様の現地在庫）として取り扱わせて頂きます。
5. 現地小売店でのトライアル販売は1店舗限定となります。
6. 現地にて販売が実現できた商品代金を、弊社からお申込企業様に期間終了後に一括でご精算させていただきます。トライアル販売が好評な場合、その売上が上記費用の一部/或いは全部をカバーすることで、実質費用が低減する可能性がございます。

②リアル・オンライン(EC)での実販売

大手小売店

好HAO



最大手EC

FairPrice



現地飲食店向け
EC

TOKYO
FRESH
BIZ ✈️

現地で勢いのある大手小売店や大手ECでの実販売と現地飲食店向けのEC展開が可能

シンガポール現地で一般消費者が集まる大手小売店で商品を販売します。

また最大手小売店が運営するECでの販売や一般消費者ではない現地飲食店向けへのEC展開も可能です。

小売店・EC・飲食店など属性の異なる顧客層別のニーズに対応する輸出インフラを提供します。

③インフルエンサーマーケティング

弊社がネットワーク化しているインフルエンサーによる拡散

インフルエンサー50+名から選抜したメンバーによる商品の紹介、投稿を行います。



@yenern88

- フォロワー数：7,065人
- 子供を持つママインフルエンサー
- 料理・スイーツ共に紹介している。
- 日本の料理が大好き！

<https://www.instagram.com/yenern88/>



@thehungrygluttons

- フォロワー数：8,502人
- 日本の食事にも精通する、夫婦のインフルエンサー。

<https://www.instagram.com/thehungrygluttons/>



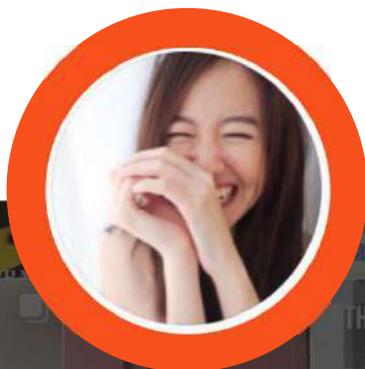
@eatingjourney_

- フォロワー数：7,391人
- 女性インフルエンサー。
- お皿やデコレーションにもこだわりを持ち、さくらなどの華やかな装飾を用いて料理をより一層美味しく見せる。

https://www.instagram.com/eatingjourney_/

【追加オプション】

フォロワー数3万人以上のインフルエンサーによるSNS投稿も



@jae7iew

- フォロワー数 : 30,000人
- シンガポールで人気のインフルエンサー/
女優・モデル。
- テレビドラマ等にも出演。
- IGリールの再生回数総数 77,000以上

<https://www.instagram.com/jae7iew/>



【追加オプション】 Group buyへの商品サンプリングとアンケート調査



Group Buyとは？

地域のコミュニティを利用した一括購入の仕組みです。代表者が商品を買ひ、利用者に配分する購買活動。

Group Buyへのサンプリング及びアンケート調査を行うことで、数十のアンケート結果を得ることができます。また、好評の場合には引き続きのGroup buy内での販売と販路拡大につながる可能性があります。

プラン表

	Light 初期30万円 月額6万円	Standard 初期30万円 月額10万円	Premium 初期30万円 月額20万円
輸出支援	○	○	○
リアルEC販売	○	○	○
インフルエンサー	×	○	○
【オプション】 専用マーケティング	×	×	<ul style="list-style-type: none"> ・ 著名インフルエンサー起用 ・ GroupBuy施策 ・ 現地でのイベント開催等
総額	66万円(税抜)	90万円(税抜)	150万円(税抜)~

輸出ターゲットとしてのシンガポールのポテンシャル

- 国民一人当たりのGDPは、日本を上回りアジアトップクラス
- 若い人口構成を持つ、多民族多宗教国家
- 世界トップクラスの生活水準を誇る都市国家

2020年主要指標比較（香港 vs. シンガポール）

	香港	シンガポール	差異
面積	1,110平方キロメートル	720平方キロメートル	65%
人口	747万人	569万人	76%
GDP(名目)	2兆7,107億香港ドル	4,691億シンガポールドル	
為替レート	13.8	77.4	
GDP（単位：億円）	374,077	363,083	97%
一人当たりGDP	36万2,310香港ドル	82,503シンガポールドル	
一人当たりGDP（単位：円）	4,999,878	6,385,732	128%
日本産農林水産物輸出額	2,060億円	295億円	14%

出所：農林水産省、外務省公表資料より引用

2020年日本農林水産物輸出実績(上位20か国+EU)

順位	輸出先国	輸出額 (億円)	前年比 (%)	構成比 (%)	輸出額内訳(億円)		
					農産物	林産物	水産物
1	香港	2,060	+ 1.1	22.3	1,506	4	549
2	中華人民共和国	1,638	+ 6.6	17.8	1,149	176	313
3	アメリカ合衆国	1,188	▲ 4.0	12.9	909	41	238
4	台湾	976	+ 8.0	10.6	753	22	202
5	ベトナム	534	+ 17.8	5.8	326	8	200
6	大韓民国	411	▲ 18.1	4.5	246	33	132
7	タイ	401	+ 1.5	4.3	179	4	218
8	シンガポール	295	▲ 3.5	3.2	250	2	43
9	オーストラリア	164	▲ 5.6	1.8	149	0	15
10	フィリピン	151	▲ 1.6	1.6	64	65	23
11	オランダ	141	▲ 2.0	1.5	106	1	34
12	マレーシア	122	+ 14.8	1.3	91	2	29
13	カナダ	109	▲ 0.9	1.2	86	0	23
14	カンボジア	106	▲ 2.5	1.1	102	1	3
15	インドネシア	78	+ 13.4	0.9	53	6	19
16	フランス	77	▲ 2.5	0.8	71	1	4
17	ドイツ	74	+ 2.4	0.8	64	3	7
18	ロシア	68	+ 87.9	0.7	59	1	8
19	英国	56	▲ 17.9	0.6	49	1	5
20	アラブ首長国連邦	36	+ 3.1	0.4	30	2	4
-	E U	488	▲ 1.2	5.3	417	9	63
-	世界	9,217	+ 1.1	100.0	6,560	381	2,276
-	少額貨物等	643	+ 8.7	-	-	-	-
-	世界(少額貨物等含む)	9,860	+ 1.5	-	-	-	-

出所：農林水産省公表資料より引用

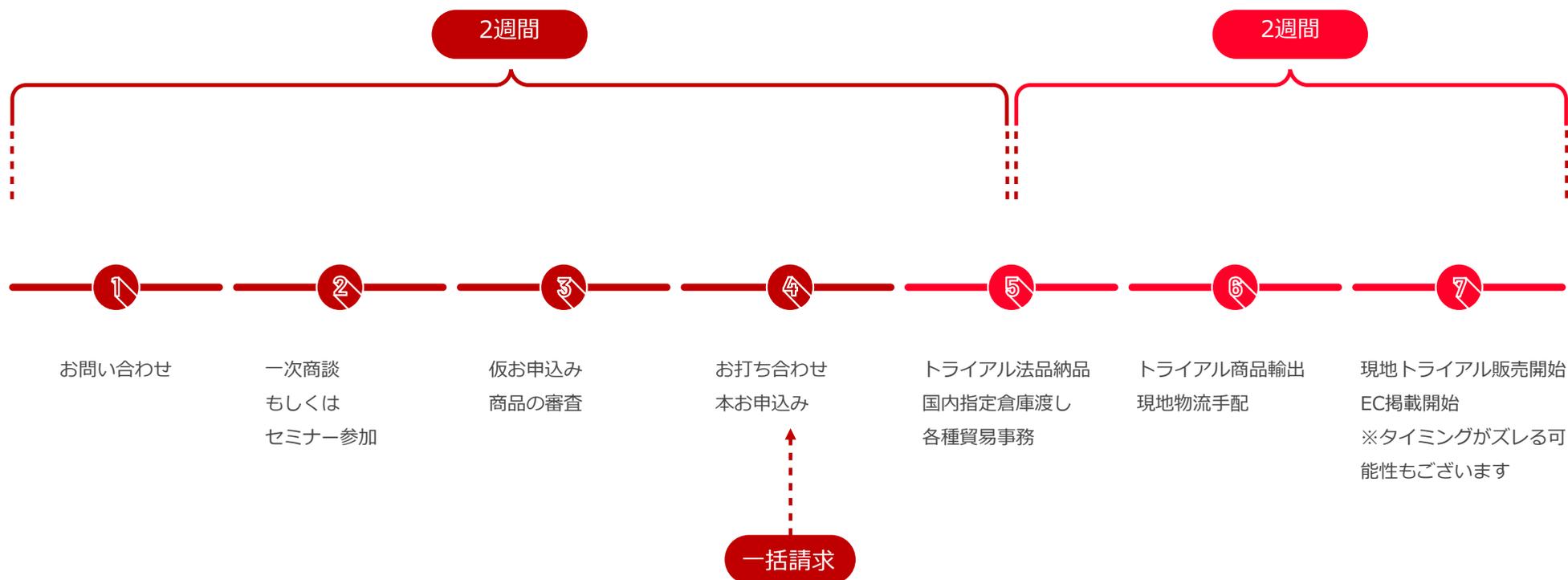
高い経済力と大きな潜在需要が見込め
これから市場を作っていけるポテンシャルがあります

サービスの競合優位性

＼ 現地テスト販売を100%保証 ／

	一般的な商談会	We Agri 海外販路開拓支援サービス
1. 販売先の開拓	商談会/展示会における営業努力 事前に見込むことは不可能	リアル店舗の常設棚にてテスト販売 会員20万人+飲食店向けのECにも
2. コスト	100万円～120万円	月額6万円×6か月 (別途初期費用30万円)
3. 継続的な商品販売	営業の成果次第 常設ルートを作ることの難しさ	テスト販売状況が良好であれば、 常設の販売チャネルへ
4. 海外販売向け人材	外国語含めて自社にて育成 SNSマーケも自社で運営	We Agriの現地スタッフが代行 オプションでSNSマーケティングも
5. 現地法規制・商習慣の情報	現地輸入規制の材料や産地、 文化的なタブー等を自社で確認	既存の流通網におけるITシステム及び データベースにてフィルター
6. 物流インフラ	国際便の確保、英文貿易書類、 通関手続きも自社手配。高コスト。	既存流通の輸出コンテナを活用し低コスト。 現地配送も可能。
7. 価格競争力・着荷販売状況	高い物流費と商品ダメージリスク 卸先の販売価格や展示方法が不明	低コスト物流と想定ダメージ率あり 着荷状態と販売状況の視える化
8. 実施期間	3日間～5日間	半年間

サービス開始までのスケジュール感



輸送状況によってスケジュールに変更が生じる場合がございます

よくあるご質問

よくあるご質問

Q：どんな商品でも輸出トライアルに申し込めるのですか？

Q：申込期間を6カ月以上としたい場合は、どのようなサービスメニュー、料金体系になりますか？

Q：対象国はシンガポールのみですか？

Q：現地販売価格はどのようにして決定されるのですか？又、現地販売動向を見ながら、現地販売価格を調整することは可能ですか？

Q：テスト販売終了期間後に売れ残った現地在庫商品はどのように扱われるのでしょうか？

Q：輸出にかかる日数、輸送温度帯、現地保管温度帯などについて教えてください。

ご回答

A：原則、小売店の店頭にて常温販売が可能な加工食品を対象とさせていただきます。ただし、成分に固形肉が使用されている商品、部分水素添加油脂が使用されている商品は輸出することができません。上記2つの制約をクリアした上で、輸出トライアルを行いたいと思う商品があれば、まずは仮申込書に商品情報を記載の上お申込頂ければと思います。

A：6カ月単位での延長が可能です。初期費用は初回のみとなりますので、月額6万円にて更に6か月間トライアル期間を延長することが可能です。

A：現時点ではシンガポールのみとさせて頂いておりますが、その他香港、台湾へのサービス展開に向けて準備を進めております。

A：商品の賞味期限、重量、サイズなどに合わせ輸出ルートを選定し、弊社独自のコスト計算方式にて現地販売価格を算出させていただきます。その結果、もし現地販売価格を調整したいというご要望があれば、貴社の対弊社向け想定卸値を調整頂く形でご調整頂くことが可能です。

A：本契約のお申込時に、現地在庫の取り扱い方針について事前にすり合わせをさせていただきます。外部バイヤーへの無償提供、一定期限を超えた商品の値引き販売など、お申込企業様の御意向を踏まえ取り扱わせて頂きたいと考えております。

A：賞味期限の長い商品は海上輸送、賞味期限の短い商品は空輸にての輸出を想定しております。海上輸送の場合は納品後2~3週間程度、空輸の場合は納品後1~3日後の現地到着となります。輸送温度帯、現地保管温度帯は、商品適正に合わせ冷蔵・冷凍・常温いずれも対応が可能な体制を整備しています。お申込頂く商品の適性に合わせ、個別に打合せをさせて頂ければと思います。

本商流向けサポートサービス

『コネクトアジア NEXT』について

『コネクト アジア NEXT』はトライアル期間満了後の上級サービスメニューです



常設展開



ファン化



toB仕入販売



新商品開発

トライアル期間に、エンドユーザーから良好な反応を得た商材は、本商流の仕入販売スキームに移行し、マーケティング・サポート対応を行います！

- ・大手小売チェーン等本商流の販路への弊社仕入販売スキームにて常設販売
- ・現地ユーザーの更なるファン化に向けたマーケティングサポート
- ・現地向け商品開発のためのブランディング支援など販路開拓後のサポート支援も行います。

ありがとうございました!
お問い合わせはこちらのメールアドレスまでお願いします
export@weagri.jp



<http://weagri.jp/>