

海外展示会視察研修支援(タイ・バンコク交易会)視察報告書



ホクリク総業株式会社

加 藤 正 樹

海外への渡航は初めてではないが、タイ・バンコクへは初めての訪問である。同じインドシナ半島にあるベトナムを訪問したことがあるので、タイはベトナムとどう違うのかという見方となった。

今回の主目的は『MEGA SHOW BANGKOK 2026』展示会の視察。展示会の規模は不明だが、東京ビッグサイト東展示場の4～8ホールを使用した程度に感じた。

出展カテゴリーは、DIY、調理道具、食器、家庭雑貨、玩具、文具、食品、化粧品など。目立ったのは水筒を扱っているブースが多かったこと。国別では圧倒的に中国（大陸）が多く、全体の3割を超えているように感じた。温州・寧波・義烏・金華という都市からの出展が目立ち、産地から直接出展しているように感じた。次いで多かったのは台湾。肝心のタイからの出展だが、食品関係ばかりで、それ以外は殆ど見られなかった。日本からの出展も何社もあり、地元からJEJアステージが出展していた。

タイ国内企業の出展が少ないせいもあって、タイから何かを調達する時ではないという印象を受けた。弊社が販売したいと考える金属類を少量多品種で加工できる工場を確認することができなかったからだ。ただしタイ国内には弊社と取引している企業が数社、工場を立てて進出している。今後、タイから直接調達する可能性はあるだろうが、まずはその

得意先が進出した工場に納入する商品を増やすことが先決であると感じた。

タイを市場として見る場合、チャンスはあるがこのままでは中国に先に取りられてしまうという印象を感じた。圧倒的な出展数を誇る中国のパワーがまさにそれを表している。



セーブ・インダストリー

田 崎 尚 志

7/15 より「MEGA SHOW BANGKOK2026」を視察した。

会場は東京ビッグサイト東展示棟の1～3ホール相当の規模で、出展社数は1,000社以上であった。出展品目はホーム用品、ギフト、家電、ガジェット、ハードウェア、アウトドア用品、文房具など多岐にわたっていた。

出展社は半数以上が中国のサプライヤーで、以下タイ、台湾、日本、インドネシア、韓国（食品）と続いた。来場者は日本、欧米、タイ、他アジア圏の方々が見られたが、集客の面ではやや少ない印象を受けた。

出展品目は多ジャンルながら、実際には飲用水筒・タンブラー製品が多くを占め、想定よりホーム・ギフト関連は少なめだった。

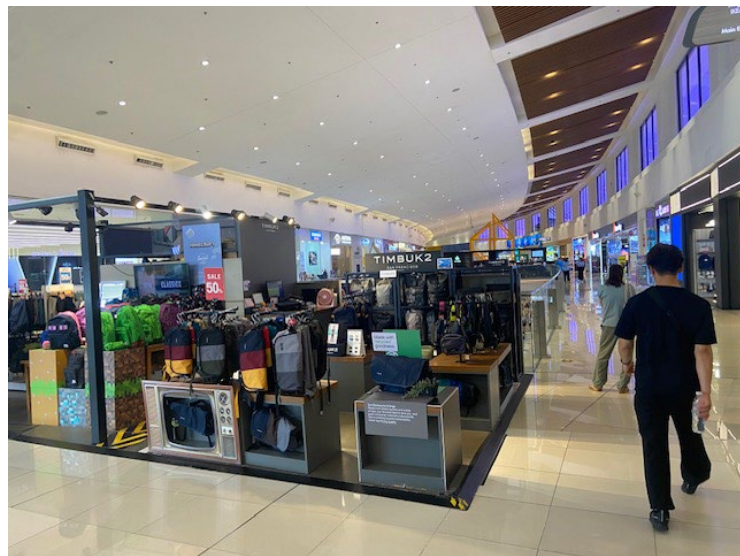
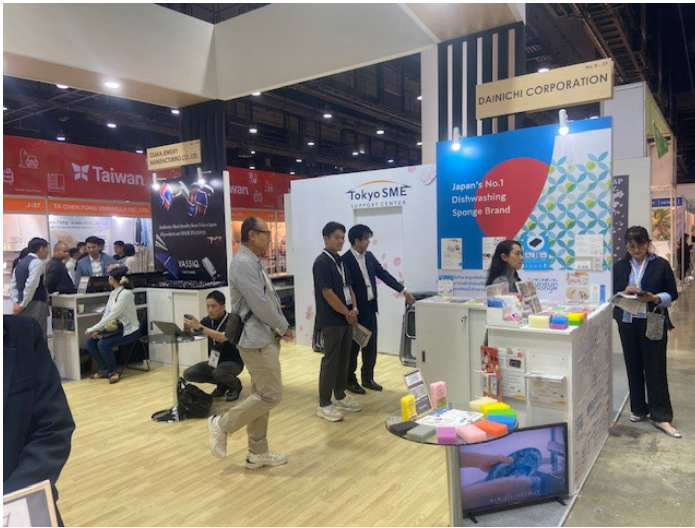
日本企業のブースも一箇所に集約されず点在しており、一方で東京都など大型の共同ブースは個別ブースより集客力が高い傾向が見受けられ、共同出展の有効性を感じた。また、別日に郊外の大型ホームセンターも視察し、工具を含め日本メーカー品はほとんど無く、欧米・中国メーカー製品が棚の大半を占め、日用プラスチック製品の価格は日本の1.5倍以上で、店頭はほぼ輸入品で構成されていた。

MEGA SHOW BANGKOK は今回で開催2年目となり、今後の発展に注目している。

出展の際は現地バイヤーの招待など団体での共同出展が、輸出入拡大への有効な切り口になると感じた。

東南アジアの展示会を初めて視察し、多くの刺激と学びを得ることができた。

今後の事業に活かしたいと思った。ありがとうございました。



パール金属株式会社 高 波 久 義

2026 年 7 月 15 日から 17 日に行われた、タイ、バンコクで開催された MEGA SHOW BANGKOK へ新規メーカー開拓とまた、来年に向け出展を検討するために訪問した。

会場はバンコクの中心部に位置する最新の大展示場であるクイーン・シリキット・インターナショナルコンベンションセンターにて開催され、タイ、中国、台湾、韓国、日本などアジア各国の企業が 1000 社以上出展し、家庭用品、ギフト、DIY、家電、ステーションリーや押し活商材などバラエティに溢れており、ASEAN 市場への販路拡大を目指す企業が多く、バイヤーとの商談も活発に行われていた。

出展企業はタイという場であっても中国メーカーの存在感が非常に大きく、価格競争力に加え、デザイン性・品質ともに大きく向上しており、開発検討となる商材も多くみられ、商談にも熱が入った。また、現状取引のあるメーカーも多数出展しており、新商品開発の商談も進めることができた。

一方、日本企業も多く出展しており、抹茶、盆栽など和を感じる日本らしい商材を出品

している企業が多くあり、日本でのインバウンド向け商材としての商談もすることができた。

今回の MEGA SHOW BANGKOK 訪問は、アジア市場の最新トレンドを把握するうえで非常に有意義な展示会であり、タイをはじめとする ASEAN 企業も独自性のある商品開発を進めていることが印象的だった。

今後、日本国内市場は成熟化が進む一方、ASEAN 市場は継続的な成長が期待されるため、新規輸出先開拓や調達先の開拓は重要な課題と認識できたので、来年はこの展示会への出展を前向きに検討するいい機会となった。

今回得られた情報は今後の営業活動および商品開発に活かし、競争力向上につなげていきたいと考えている。



高森コーキ株式会社

大 谷 篤 史

この度は「三条市国際交流協会・バンコク経済ミッション視察研修」に参加させていただきました。今回の視察研修参加につきまして下記のとおりご報告する。

- ・研修期間：令和8年7月14日～17日
- ・参加者：大谷篤史
- ・視察後引き続いての営業活動

① タイ メガバンコク

基本的には8割が海外製、主に中国、台湾、韓国タイでの生産品は繊維関係ばかりであった。そのなかで2社 防水パックメーカー、クリーナーメーカーと商談して現在見積もり待ちである。

② タイ ホームセンター

タイにはホームセンターが約4社あり、合計約500店舗存在していた。
売場の確認をしましたが、半数は中国製、数社の日本製が導入されていた。
今後はタイホームセンターにアポイントを取り商談に持ち込みたいと思った。

現在海外のお取引先は何社かあるが海外ルートの輸出入拡大を計画している中、今回の視察は大変参考になった。今回のような企画予定や海外戦略に対しての情報があたらご案内をお願いしたい。

また、これからも海外進出取り組みに対しての補助金や助成金対応があると助かりることから、ご検討よろしく願いしたい。

ありがとうございました。