マレーシア市場への挑戦を、戦略と現地ネットワークで支える

コンサルタントが伴走する、
販路開拓とマーケティング支援

HAYASHIYA Branding and Marketing Consultant

日本企業・自治体・公的支援機関の皆さまへ

「この商品、マレーシアで売れますか？」

―― そこから一緒に考えます

そのご質問、よくいただきます。
ただ、商品を拝見しただけで「売れます」とお答えすることはありません。

誰に届けたいか、現地でいくらなら手に取ってもらえるか、日本側でどこまで対応できるか――その条件次第で、答えは変わってくるからです。

まずは、誰に、どのような方法で、どの条件なら展開できるのかを整理します。市場、顧客、価格、流通、現地パートナーの役割を確認し、どこから検証するかを決めたうえで、必要に応じて現地調査、候補企業へのヒアリング、商談設定へ進みます。商談や展示会では、アポイントの調整から通訳・現地スタッフとの連携、当日の進行、終了後の報告まで、ご依頼に応じて対応します。

日本側の「やりたい」を、マレーシア市場で実行できる条件に整理し、現地側が動ける形にする。HAYASHIYA B&M Consultant は、戦略を考えるところから現地で動かすところまで、その間を行き来しながら支援します。

CONSULTATION

よくある相談

「紹介さえしてもらえれば、
あとは自然に進むと思っていました」

ところが実際は、相手企業に何を頼むのか、価格や条件をどこまで伝えるのか、日本側は何を担うのか――ここが決まっていないと、紹介の後で話が止まってしまいます。展示会で名刺をたくさん集めても、同じことが起こりがちです。

「まず市場を知りたい」「販売先や代理店の候補を探したい」「出張の日程は決まったので、会うべき企業を絞りたい」――ご相談はさまざまです。計画がまだ固まっていなくても構いません。サービス名を選ぶ前に、どこで話が止まっているのかを聞かせてください。

SERVICE

サービスの選び方

今いる段階に合わせて、入口を選べます

同じ「マレーシア進出」の相談でも、まだ進むかどうかを考えている会社と、来月の商談先を探している会社とでは、最初にやるべきことが違います。HAYASHIYA B&M Consultant では、単に候補企業を紹介するのではなく、今どの判断が必要かを整理したうえで、相談の段階に応じて**3つのサービス**をご用意しています。

service
01

まだ進むかどうかを
決める前なら

マレーシア市場調査

公開情報だけで結論を出さず、市場・競合・価格・流通を確かめ、必要であれば現地企業や関係者の声も聞きます。
調査の結果、「今は進まない」と判断するのも、意味のある結論です。進める場合は、どの顧客層を狙い、何を確かめながら候補先へ当たっていくかをお示しします。

詳しく見る ›

service
02

売り方が見えていて、
候補先と話したいなら

マレーシア販路開拓支援

まず、誰にどう売るのか、現地側に何を担ってもらうのかを整理します。
そのうえで、販売先、代理店、OEM先、協業先など、商品や目的に合う相手を選定し、必要に応じて連絡、ヒアリング、商談設定まで進めます。誰と話ができたかだけでなく、どの条件で反応が分かれたか、その後どちらが何をするかまで、あわせてお伝えします。

詳しく見る ›

service
03

展示会や出張の日程が
決まっているなら

展示会・商談設定支援

限られた滞在時間を、名刺交換だけで終わらせないための支援です。
訪問候補を選び、事前に連絡を取り、商談の日程や通訳・現地スタッフとの調整を進めます。当日も必要に応じて現場に入り、終了後は誰に何を返すかを一緒に確認します。継続して候補を開拓していく場合は、販路開拓支援へつなぎます。

詳しく見る ›

STRENGTHS

HAYASHIYA B&M Consultant の強み

私が間に入るのは、企業を紹介する前に「誰に・どう売るか」を整理し、
紹介した後も話が続く条件を整える必要があるからです

マレーシアは、一つの市場として見るだけでは分かりにくい国です

マレーシアは多民族・多宗教の社会で、対象とする顧客層や販売チャネルによって、価格、商品の見せ方、言語、ハラル対応、商習慣、祝祭や休暇の時期など、確認すべき条件が変わります。日本での成功パターンをそのまま持ち込むのではなく、誰に、どこで、どう売るのかを整理し、現地で成立する条件を一つずつ確かめることが重要です。

日本で決まっていないことは、現地でも決まらない

「良い販売先を探してほしい」と言われたら、まず伺うのは、誰に、どの価格帯で、どんな方法で届けたいかということです。輸出なのか現地生産なのか、誰をパートナーにするのか、日本側でどこまで対応できるのか。ここを整理して初めて、探すべき相手と確認すべき条件が見えてきます。

紹介した後の確認も、同じくらい大切にしています

候補先へ連絡すると、商品への関心だけでなく、最低発注量、輸入対応、販促、独占条件など、次々に質問が出てきます。合意した支援範囲の中で、そのやり取りを日本側へ戻し、確認が取れた回答を再び現地へ伝える。商談の席をつくって終わりにせず、話が続いていくために必要な往復を担っています。

現地の反応は、言葉どおりに受け取らない

マレーシア側の「難しい」は、価格の問題か、社内承認の問題か、単に情報が足りないだけなのか。逆に「興味がある」も、すぐ商談したいのか、まず資料だけ見たいのかで意味が変わります。言葉だけで判断せず、何が分かっていて何がまだ分からないのかを、日本側へ伝えるようにしています。

関係者が多い案件ほど、事前の確認を細かく

自治体や公的支援機関の案件では、参加企業ごとに商品も希望も異なります。候補企業の選定、招致、商談設定、通訳、現地スタッフ、当日の運営、報告まで――誰がいつ何をするかを決めながら進めてきました。支援範囲や追加業務、実費負担についても、着手前に確認しています。

PROCEED

支援の進め方

ご相談から現地で動くまで

STEP 1

最初にお聞きすること

商品・サービスのこと、マレーシアで考えていること、今の進捗、希望の時期、社内ですでに決まっている条件を伺います。あわせて、誰を対象に、どのような方法で展開したいのか、現時点での仮説も整理します。

STEP 2

現地へ連絡する前に

今回は何を確かめたいのか、どの顧客層・販売方法を想定するのか、どんな企業を探すのか、私とご依頼者それぞれが何を担当するのかを決めます。見積り、成果物、通訳・現地スタッフにかかる費用や追加業務の扱いも、ここで確認します。

STEP 3

実施中

合意した内容に沿って、市場確認、現地ヒアリング、候補企業への連絡、商談設定、通訳・スタッフの手配、現地運営を進めます。途中で先方の反応や条件が変わった場合は、その都度共有します。

STEP 4

終わった後

調査で分かったこと、候補先の反応、商談で残った質問、まだ確認できていないことをお伝えします。そのうえで、続けるか、条件を変えるか、いったん止めるかをご検討いただきます。

支援内容と期間は、業界、対象地域、調査範囲、候補企業数、渡航・通訳・外注の有無によって変わります。成約や売上、導入件数を保証するサービスではありません。

ACHIEVEMENTS

実績抜粋

これまで、こんな場面に入ってきました

事例 1

経済産業省北海道経済産業局 道内食品事業者のマレーシア展開支援

2024年度・2025年度の2年度にわたり、経済産業省北海道経済産業局による道産食品のマレーシア展開支援に携わりました。
2024年度は、事業受託者からの業務委託により、マレーシア現地コーディネーターとして一般家庭訪問と小売店舗調査を担当。
2025年度は同局から事業を直接受託し、マレーシア市場に関するセミナー、支援事業者の選定、現地調査、ブランディング支援、現地デザイナー・知財専門家との連携、成果報告まで、一連の業務を実施しました。

詳しく見る

事例 2

製造業展示会 EMAX Asia 2026 における日本企業の商談支援

参加企業ごとに製品の用途、会いたい相手、商談で確認したい内容を聞き取り、候補企業の選定、商談打診、通訳手配、企業訪問、展示会中の商談運営を担当しました。事前の商談設定と会場での追加紹介を組み合わせ、製品や技術との適合性を重視して商談機会をつくりました。

詳しく見る

事例 3

健康食品関連企業 社名非公開

クアラルンプールのドラッグストアや薬局を視察するとともに、展示会で出展はせず健康食品・化粧品企業、OEMメーカー、流通関係者のブースを訪問。完成品の輸出、原材料供給、現地OEMによる協業の可能性について商談し、前向きな検討につながる企業も得ました。

詳しく見る

支援実績・事例を詳しく見る ›

PROFILE

代表紹介

2014年から、マレーシアの現場に入り続けています

私は2014年にクアラルンプールへ渡り、マレーシア企業でローカルマネージャーとして勤務しました。日本企業の販促やイベント、現地スタッフとの調整に携わり、日本側の要望をそのまま伝えるだけでは仕事が動かないことを、現場で学びました。

2016年に独立した後も、マレーシアとの仕事を続けています。日本とマレーシアを行き来しながら、企業、公的機関、現地の事業者や実務家との関係を積み重ねてきました。現在も継続的に現地へ足を運び、市場や企業の動き、人々の感覚の変化を確認しています。

私の強みは、単に現地企業を知っていることではありません。

日本側が何を実現したいのかを整理し、それがマレーシアでは誰に、どのように伝わるのかを考えること。反対に、マレーシア側が今何を求めているのか、どこに関心があり、何が障壁になるのかを日本側へ返すことです。

30年以上のマーケティング・ブランディングの経験と、マレーシアで積み重ねてきた現地実務・ネットワークの両方を使い、市場調査から戦略整理、候補企業との接続、商談、展示会まで支援しています。

代表プロフィール詳しく見る ›

BLOG

マレーシアビジネス情報

マレーシアの展示会で名刺交換を商談につなげるために

2026年10月1日

続きを読む

マレーシアで販売先・代理店・OEM先を探す前に決めておきたいこと

2026年10月1日

続きを読む

マレーシア市場調査で公開情報だけでは分からないこと

2026年10月1日

続きを読む

ブログ一覧へ ›

FAQ

FAQ抜粋

お問い合わせの前によく聞かれること

Q どのサービスを選べばよいか分かりません

A 選んでからお問い合わせいただく必要はありません。
まだ進むかどうかを考えている段階なら市場調査、候補企業と話したい段階なら販路開拓支援、展示会や企業訪問の日程が決まっているなら展示会・商談設定支援が目安です。

Q まだ計画が固まっていなくても相談できますか

Q 販売先や代理店を紹介してもらえますか

Q 法務・税務・許認可・輸入規制も相談できますか

Q 費用はどのくらいかかりますか？

よくある質問をすべて見る ›

お問い合わせ

お問い合わせ

「相談するにはまだ早い」と感じる段階でも、聞かせてください

情報を集め続けても、自社の場合に何を確かめればいいかは見えてこないことがあります。商品・サービスのこと、マレーシアで考えていること、今の進捗、希望の時期を、分かる範囲で構いませんのでお知らせください。

内容を拝見したうえで、初回のご相談で確認したいことと、どこからお手伝いできるかをお返しします。問い合わせフォームには、会社名・ご担当者名、商品・サービスの概要、検討内容、現在の段階、希望時期、相談したい内容をご記入いただく想定です。

法務・税務等の専門資格業務、旅行商品の販売・決済代行は行っていません。また、商談設定や契約、販売、売上等の成果を保証するサービスではありません。

お問い合わせフォームへ ›

HAYASHIYA
B&M Consultant

HAYASHIYA Branding and Marketing Consultant

主要サービス: マレーシア市場調査／マレーシア販路開拓支援／展示会・商談設定支援

オフィス: 〒107-0062
東京都港区南青山2-2-15 WIN青山531

検索...

- HOME
- サービス内容
  - マレーシア市場調査
  - マレーシア販路開拓支援
  - 展示会・商談設定支援
- 支援実績・事例
- マレーシアビジネス情報
- よくある質問
- 会社概要
  - 代表プロフィール
- お問い合わせ
- サイトマップ
- プライバシーポリシー

Copyright © HAYASHIYA Branding and Marketing Consultant All Rights Reserved.