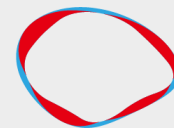


学生の"リアルな調査力"とプロの"事業化支援"の融合で、 アジア市場への扉を開く



2×2インターンシップ連動型 海外販路開拓支援事業

株式会社日本エージェンシー
提供サービスのご紹介



そのコミュニケーションに最適解を。

NIPPON AGENCY

なぜ今、産学連携による海外進出支援なのか？

市場の魅力と企業の現状

- 国内市場が縮小傾向にある一方、インドやASEAN諸国は著しい経済成長を遂げています。
- この巨大な市場は大きなビジネスチャンスですが、多くの中小企業が最初の一步を踏み出せずにいます。

我々のミッション

- 本事業は、企業の"海外事業担当"となる金沢大学の学生が、タイ、インド、ベトナムでリアルな市場調査やネットワーク構築を行います。

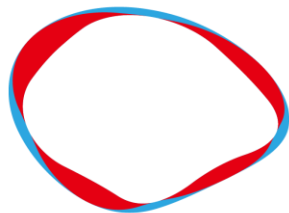
私たち日本エージェンシーは、その調査結果を基に、プロモーション戦略の策定からテストマーケティングの実行までをワンストップで支援し、企業の課題を解決します。



企業の課題（壁）	私たちが提供するソリューション	
① 高額なコストの壁	産学連携による劇的なコスト削減 従来の海外展開調査費用を最大50分の1に圧縮します。	専門家による補助金・助成金獲得支援 資金調達の面から企業をバックアップします。
② 情報・ノウハウ不足の壁	学生によるリアルで徹底した現地調査 現地に滞在し、生の市場情報やネットワークを構築します。	プロによる「売れる」戦略と実行支援 調査結果を基に、プロモーション戦略やテスト販売を具体化します
③ 伝え方と伝わり方の壁	現地に最適化したクリエイティブ支援 現地の広告・販促パートナーと連携し、文化に根差した「カルチャライズ」で最適な表現を提案します。	現地の実情を反映したデジタル支援 SNS広告など、現地のリアルな情報に基づいたデジタル施策を実行します
④ 海外事業を担う人材不足の壁	学生が企業の「即戦力・海外事業部」に 意欲ある学生が"企業の海外事業担当"として活動します。	自社リソースを割かずに海外展開を開始 企業は国内事業に集中しながら、海外での第一歩を踏み出せます。

学生の“生きた情報”を“売れる戦略”へ昇華させる

金沢大学チームの調査は、リアルな市場の反応や現地のキーパーソンとの繋がりといった貴重な情報をもたらします。私たちはその情報をプロの視点で分析し、実効性の高い戦略を設計します。



**NIPPON
AGENCY**



戦略設計

調査データを元に、ターゲット市場に響くブランド設計やプロモーション戦略を立案します。

分析・改善提案

金沢大学チームによる報告内容を深く分析し、事業化に向け具体的な改善提案を行います。

カルチャライズ支援

現地の文化や価値観を深く理解し、商品やサービスの魅力が最大限に伝わる表現や訴求方法を提案します。

アジア市場で試す、売る。 展示会・商談会出展支援パッケージ

金沢大学の調査内容を起点に、インド、タイ、ベトナムの現地プロモーションパートナーと共同で、クライアントの商品・サービスに特化したテストマーケティングを強力に支援します。



イベント出展・運営支援

現地でのテストマーケティングや、専門的な展示会・商談会の運営を一貫して支援します。約300のイベントから最適な選択をご提供します。

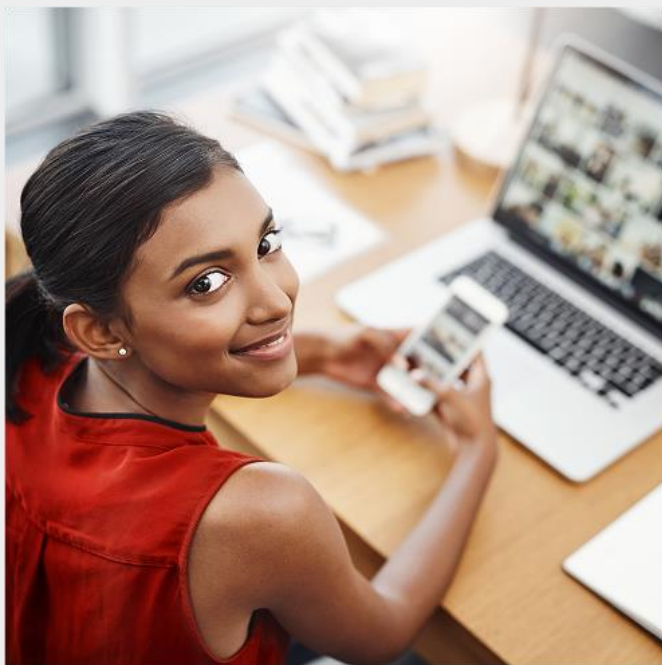
現地パートナーとの連携

現地の広告・販促パートナーと密に連携し、効果的なプロモーション活動を展開します。



イベント効果を最大化し、継続的な関係を築く

イベントやテスト販売の成功に不可欠な、付随するマーケティング施策をワンストップで提供。現地スタッフによる現地の顧客に響くアプローチで販路開拓を具体化します。



販促物・クリエイティブ支援

現地で響くプロモーションツール（LP、動画、パンフレット等）を企画・制作します。

デジタルプロモーション支援

SNS広告などを活用し、ターゲット顧客への情報発信とイベントへの集客を最大化します。

現地広告・販促パートナー【ベトナム】

ベトナム市場最大級のメディアホールディングス



創業：2007年1月

本社：ハノイ市・ベトナム

(ホーチミン市に自社スタジオ兼オフィスあり)

主要業務領域：

テレビ番組制作・インフルエンサーネットワーク事業・デジタル
MCN事業（SNS事業）・広告代理事業・コンテンツ事業・IT事業、

MCVは、日本とベトナムの合併企業であり、12社の法人により構成される複合メディアホールディングスです。ベトナム現地企業として活動を行っており、ベトナム現地市場に根付いた事業活動を行っております。メディア企業としてSNSを中心として自社コンテンツを活用した独自の広告手法や一般的な広告手法までワンストップで企画・実施を行うことができるところに特徴がございます。



岡本 有矢

1990年生まれ。2017年よりベトナムの日系総合広告代理店にて日用消費財、バイク、不動産などのマーケティングを幅広く支援。タイ市場の開拓挑戦、カンボジア、ミャンマー、インドでの案件も同時に手掛ける。2020年よりMCV Holdings（本社：ベトナム）に入社し、MCV Holdings全体の事業開発マネージャーとして、海外案件や新規事業案件を中心に携わるとともに、事業開発の一つとして広告代理事業&コンテンツ事業開発の責任者として子会社のマネジメントも行っている。メディア関係者を中心に、東南アジア国内のネットワークも活かして事業活動を行っている。企業案件を中心に広告プランニングと実施を特に得意としている。



現地広告・販促パートナー【タイ】

「タイで最も有名な日本人」佐野ひろ氏が経営する株式会社GUZEN



代表者: 佐野 ひろ

設立: 2007年所在地: タイ・バンコク

事業内容:

映像・番組制作: タイのテレビ局で放送される日本紹介の旅行番組『SUGOI JAPAN (すごいジャパン)』の企画・制作を長年にわたり手掛けています。

イベントプロデュース: 日本とタイの文化交流を目的としたイベントなどを企画・開催しています。近年では、富士山の麓でキャンプ形式のタイフェスティバル「FUJI THAICAMP」を主催しました。

マーケティング・プロモーション: タイにおける日本の製品や観光地のプロモーション、市場開拓支援などを行っています。



佐野 ひろ (さの ひろ)氏

「タイで最も有名な日本人」とも称される俳優であり、実業家です。生年月日: 1975年3月7日出生地: 神奈川県横浜市 (本籍: 静岡県) 経歴: 2001年、CM出演をきっかけにタイへ移住し、俳優としての活動を開始。これまで数多くのテレビCM、ドラマ、映画に出演しています。タイ国内における日本への誤解を解きたいとの思いから、2007年に映像制作会社「GUZEN Co., Ltd.」を設立。自ら企画・制作し、レポーターも務める日本紹介番組『SUGOI JAPAN』がタイで国民的な人気を獲得。同番組で紹介された日本の観光地に多くのタイ人観光客が訪れる社会現象を巻き起こし、日本の地方自治体関係者などから厚い信頼を寄せられています。その功績から、2014年には日本政府観光局(JNTO)より「Japan Tourism Award in Thailand」特別賞を受賞しました。

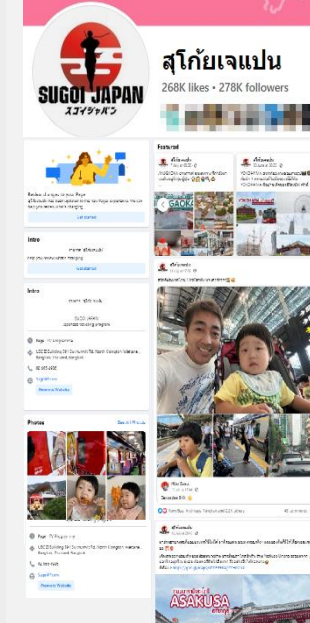
日本好きなタイ人145万人フォロワー



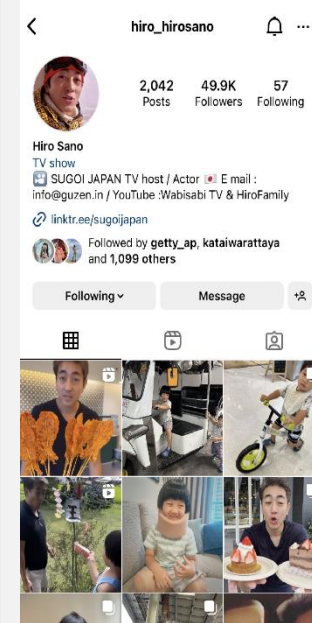
YouTube WabisabiTV
971K Subscribers



Facebook
SugoiJapanTH
315K Followers



Instagram
hiro_hirosano
51.9K Followers



現地広告・販促パートナー【インド】

多国籍チームによるインド進出水先案内人



設立: 2019年 **拠点:** インド（本社）、日本（関連会社）

事業内容: Storytelling LLPは、デジタルとリアルを組み合わせたブランディング支援を主軸に、以下のサービスを包括的に提供しています。

- デジタルマーケティング・SNS運用・コンテンツ制作
- 広告運用・動画や記事を通じたストーリー設計

特に、物語を語る力を活かした「ストーリーテリングマーケティング」を強みとし、グローバル企業、特に日系企業の新興国への進出を支援しています。顧客の50%が日系B2B企業、30%が日系B2C企業、10%が非日系企業です。

特徴: 日本人マネジメントの視点と、現地の文化やトレンドを深く理解するローカルチームとの連携による多国籍チームでサービスを提供しているのが特徴です。



見上 すぐり (みかみ すぐり) 氏 - Founder and CEO

- 住友信託銀行に勤務後、海外IR・マーケティング支援企業で営業やプロジェクトマネジメントを経験。
- 2016年にインドへ移住し、フリーランスとしてマーケティングやIT領域コンテンツ制作を中心に活動。
- 2019年にインドを拠点とするデジタル・ブランドマーケティング会社Storytelling LLPを創業。日系およびインド系企業のブランドマーケティング戦略の立案・実行をサポートしています。

見上 真生 (みかみ まさき) 氏 - 取締役COO

- 大学卒業後、能美防災株式会社に入社。機械設計、施工管理、技術営業に従事。
- 2016年に同社のインド子会社へ出向し、経営管理や現地企業との交渉を担当。
- 2019年にStorytelling LLPを共同設立。現在は日本のベンチャー企業支援やビジネス教育にも携わっています。

海外展開のコスト障壁を、専門家チームが突破口に

海外展開の大きなハードルとなる資金面の不安を解消するため、専門家と連携し、補助金・助成金の獲得を強力にバックアップします。



コンサルティング事業部
リーダー 中原利樹氏

専門家との連携

株式会社ライズウィルと連携し、海外展開関連の補助金・助成金申請を専門的な知見で支援します。

最適な補助金の提案

「JAPANブランド育成支援」や「海外展開支援事業」、「事業再構築補助金」など、企業の状況に最適な補助金を提案します。

ワンストップ対応

煩雑な書類作成の代行から、採択率を高めるための加点对策、採択後のフォローまで一貫してサポートします。



創業 120 年の老舗炭酸製造メーカー

富山県に本拠を置く1896年創業の老舗飲料メーカー。北アルプスの良質な水を使用し、ラムネやシャンメリー、ご当地サイダー等の自社商品を製造。その高い技術力で、大手飲料メーカーや製薬会社のOEM（受託製造）も数多く手掛け、健康・美容飲料やゼリー飲料など多様なニーズに応じています。

売上の約 8 割を占めるOEM商品、 自社商品（PB）比率を上げたい

シャンメリーやノンアルコールスパークリングワイン風味の
ドリンクなどの自社商品（PB）の新たな販路開拓を推進したい。



巨大市場「インドの結婚式市場への挑戦」 ノンアルコール飲料のインド市場への輸出の可能性



- ・複数日にわたるセレモニー（3～5日が一般的）
- ・中間層や富裕層が支出を惜しまない文化
- ・ **ノンアルコールのみの結婚式：全体の 約54%**
- ・ アルコールを提供する結婚式：約46%

● アルコールを提供しない主な理由

1. 宗教的理由

ヒンドゥー教（約80%）のバラモンやジャイナ教徒は伝統的に禁酒
イスラム教徒（約14%）は宗教上の理由で完全禁酒
シク教（約2%）も教義上アルコールを忌避する傾向

2. 地域的な差：**傾向として北部は寛容・南部は厳格**

北インド（パンジャブ、デリーなど）：アルコール提供が一般的
（特に都市部）

南インド（タミル・ナードゥ州など）：禁酒文化が強く、ノンアルが主流
グジャラート州：州全体で禁酒法があり、アルコール提供が**法律で禁止**



年間結婚件数は日本の約21倍。市場規模では11倍。

項目	インド	日本
年間結婚件数	約1,000万組	約46万組 (2023年)
市場規模	約15.5兆円 ~ 20.2兆円 (\$1,000億~\$1,300億)	約11.4兆円 ~ 1.8兆円
平均費用	約300万円 ~ 900万円 (費用は青天井で数億円規模も珍しくない)	約327万円
成長性	高い成長率（年平均10%以上） ・若年層人口が多く、今後も高い成長が見込まれる。 ・CAGR（年平均成長率）は14%前後と予測。	長期的に縮小傾向 ・コロナ禍からは回復基調にあるが、婚姻組数の減少により、市場全体としては縮小傾向。

【出典】

インド市場規模: Grand View Research、The Times of India等の調査・報道による推定値。

日本市場規模: 株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ、株式会社矢野経済研究所等の調査による推定値。



8月～10月

金沢大学の学生が現地調査を実施

現地の結婚式で使用する

- ・ 飲料の銘柄・価格帯・味の好み・競合品調査
- ・ 有力な式場への卸先等の現地の商流調査 を実施
- ・ 現地輸入事業社との商談マッチング



11月21日～24日

現地の展示・商談会に出展

アルコールに厳格な南インド「バンガロール」
で開催される飲料系商談会

「Brews&Spirits EXPO」に出展

南インドのカルナータカ州の州都で「インドの軽井沢」とも呼ばれているバンガロール。近年はIT産業が発展し、「**インドのシリコンバレー**」とも称されています。

現地バイヤーとの商談機会から現地のニーズや今後の可能性を確認する為にイベント出展を行う。



学生の**"リアルな調査力"**と
プロの**"事業化支援"**の融合で、
アジア市場への扉を開く



産学連携でコストを最大50分の1に


そのコミュニケーションに最適解を。
NIPPON AGENCY

成長著しい アジア市場への扉を開く！

**低コスト・低リスクで、
リアルな海外販路開拓を実現する、
全く新しい産学連携プロジェクト**

インターンシップ連動型
海外市場進出支援事業

事業説明会



海外進出に興味はあるが
コストや人材、ノウハウが壁となり
一歩を踏み出せない…。

7/30

火

13:30-15:00

そんなお悩みを持つ北陸の企業様へ

こんな課題、
ありませんか？

海外進出の悩み、 超実践型産学連携で解決します!!

情報・ノウハウ不足

現地のニーズが不明で、
商品が売れるか不安。

信頼できる販売パートナー
が見つからない。

言語や商習慣の壁が高く、
契約や交渉が心配。



人材不足

多忙で、海外事業の
「専任担当者」を置けない。

経験者の新規採用は、
コストとリスクが高い。



まず試したい

大きな投資の前に、低コストで
「テスト販売」がしたい。

展示会に出て、継続的な
販路開拓に繋がらない。

失敗は避けたい、
でもチャンスは逃したくない。



そんなジレンマを解決する「次の一手」をご提案します。▶▶▶