

日本の〈食〉

海外進出実績からわかる 7つの可能性

高槻亮輔
株式会社インスパイア



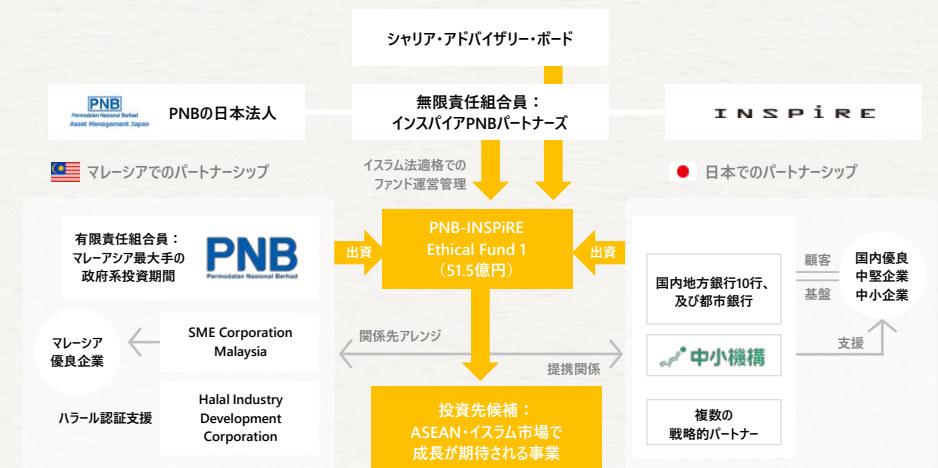
ともに、創めよう。
INSPIRE

当社のご紹介

2000年創業、今年20周年を迎えました。
「事業開発」そのものを事業とする企業です。



2014年、マレーシア政府系投資機関とファンドを設立。
中小企業基盤整備機構、全国各地の地方銀行10行参画。



会社名 株式会社インスパイア (Inspire Corporation)

本店所在地 東京都港区南青山5-3-10 FROM-1st

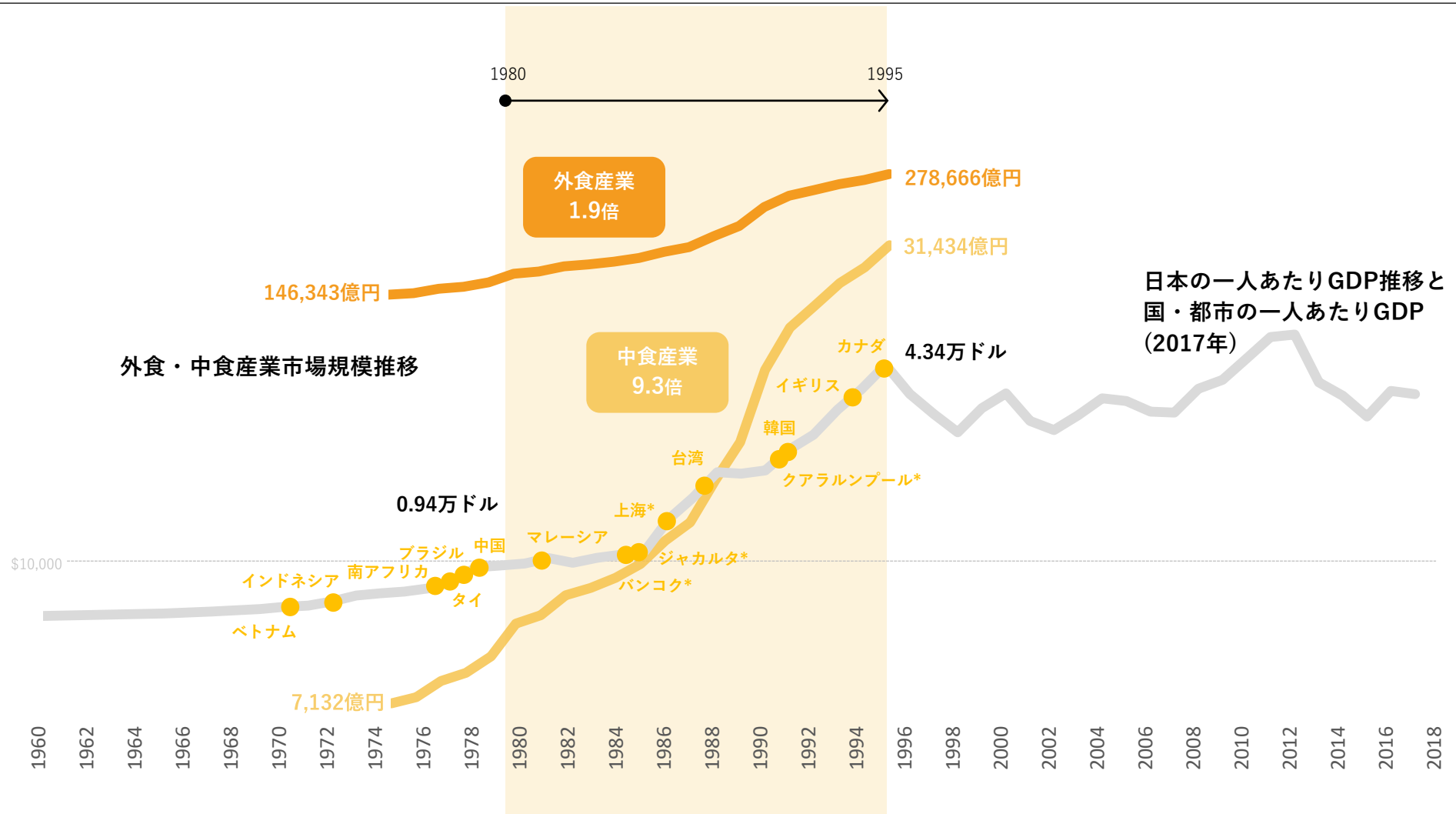
代表取締役社長 高槻 亮輔

設立 2000年4月26日

資本金100百万円 100百万円

会計監査人 新日本有限責任監査法人

ASEANの成長機会：＜食＞産業の伸長



インスパイア「共生」ネットワーク

日本の食品関連企業と共にASEANへの進出を企図し、
現地パートナー企業と共に消費者が笑顔になるビジネスを創って参りました。

参画地域金融機関及び日本企業支援実績



東南アジア共生ネットワーク



事例からわかる 7つの可能性

- 01 ASEANへ〈運ぶ・届ける〉

- 02 海外に〈日式〉浸透、原料・機械〈販売〉

- 03 海外現地で〈製造・販売〉

- 04 現地で〈製造OEM・ASEAN全域販売〉

- 05 日本で〈半製品〉製造、現地で〈製造合併〉

- 06 日本のノウハウ注入、現地小売と〈製造合併〉

- 07 生産者とお客さまを〈結ぶ〉

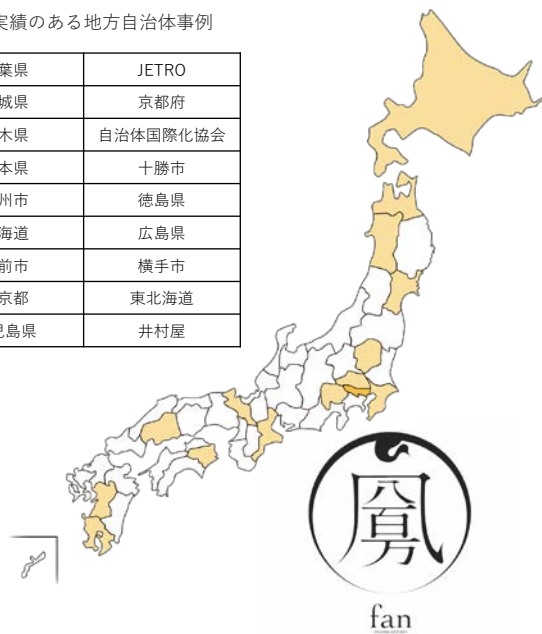
ASEANへ〈運ぶ・届ける〉

日本でつくられたユニークな商品を、ASEANのお客さまにお試しいただき、喜んでいただく。

ふあん・じゃぱん株式会社は、ASEANへの輸出・現地販売、さらに現地製造・デリバリーまで手掛けています。

連携実績のある地方自治体事例

千葉県	JETRO
宮城県	京都府
栃木県	自治体国際化協会
熊本県	十勝市
甲州市	徳島県
北海道	広島県
弘前市	横手市
東京都	東北海道
鹿児島県	井村屋



地方自治体・地域民間企業と連携した海外輸出促進

- 現地テストマーケティング支援
- 現地販路営業支援
- 店舗運営代行等アウトソーシング支援
- 輸入中間原料を使った菓子現地製造

自社の菓子製造工場を活用した中間原料輸出促進

株式会社
石田老舗

京都150年の老舗焼菓子OEM企業
との資本業務連携
×
マレーシア現地生産

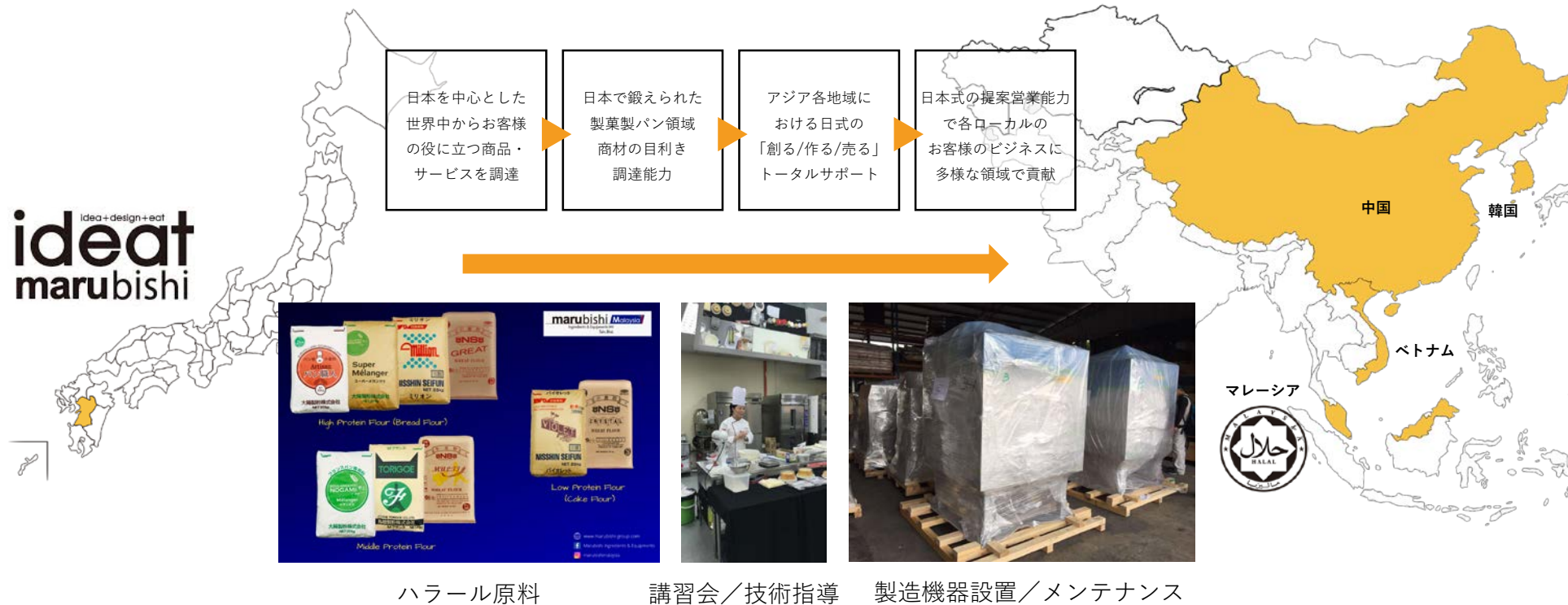
京都産桜原料を使った
現地製造チーズケーキ



海外に〈日式〉浸透、原料・機械〈販売〉

日本のパンやスイーツの良さを現地パン屋やお客さまに支持いただき、**日系企業の原料や機械の販売**につなげる。

株式会社丸菱は現地に拠点を設立、現地のパン・ケーキ業界のイノベーションに貢献しています。



海外現地で〈製造・販売〉

日本で大ヒットしたスイーツを、海外のお客さまの嗜好に合わせ、求めやすい現地価格で提供する。
韓国を除く海外事業を担う **Hattendo International** は、各国現地で原料調達から製造・販売まで実施しています。



キオスク(完成)型	カフェ型	郵売型
<p>クリームパン 販売用パッケージ</p> <p>持ち帰りのお 自営業・小売店用</p>	<p>イートイン型 (持ち帰り中心)</p> <p>クリームパン屋のメニューも提供</p> <p>※輸出エリアにおけるブランディング目的</p>	<p>myNEWS</p> <p>工場でも ネットでも 販売可能</p> <p>※販売エリアになる有力プレイヤとの連携</p>



現地で〈製造OEM・ASEAN全域販売〉

日本や米国で成功しているアイスクリームで、ASEAN全域のお客さまの笑顔をつくる。

井村屋スタートアッププランニング株式会社は、現地パートナーとの製造協業によるASEAN事業を構築中です。

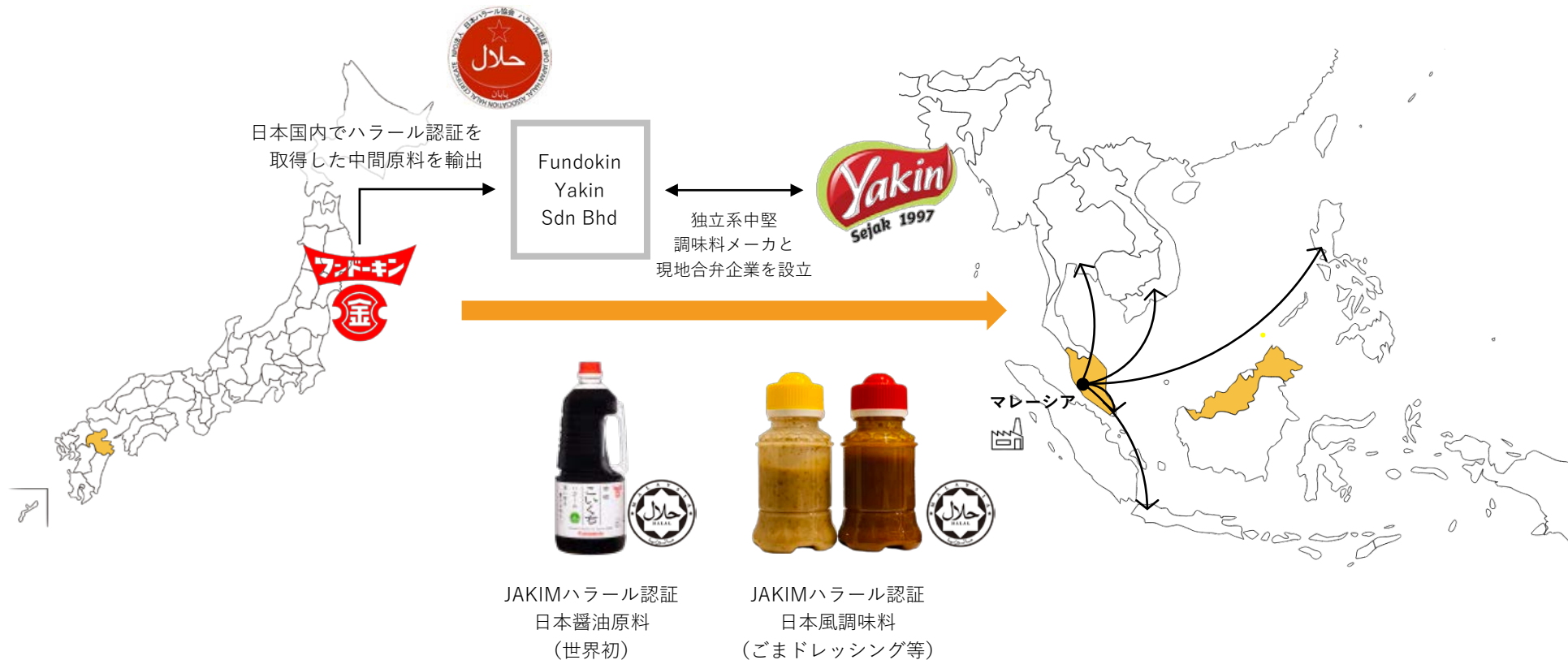


※ 上記プロジェクトと並行して、グループ会社の井村屋フーズは日本国内でハラール認証を取得している食品素材をASEAN向けに輸出することを計画

日本で〈半製品〉製造、現地で〈製造合併〉

現地での最終加工を前提とした**中間原料**となる、本醸造のハラール醤油・味噌を開発。

フンドーキン醤油株式会社は、マレーシアに合併企業を設立して、日本の調味料の新たな輸出に取り組んでいます。



日本のノウハウ注入、現地小売と〈製造合併〉

いまアジアは、日本で中食市場が急拡大した1990年代のお客さまの消費レベルにさしかかっています。

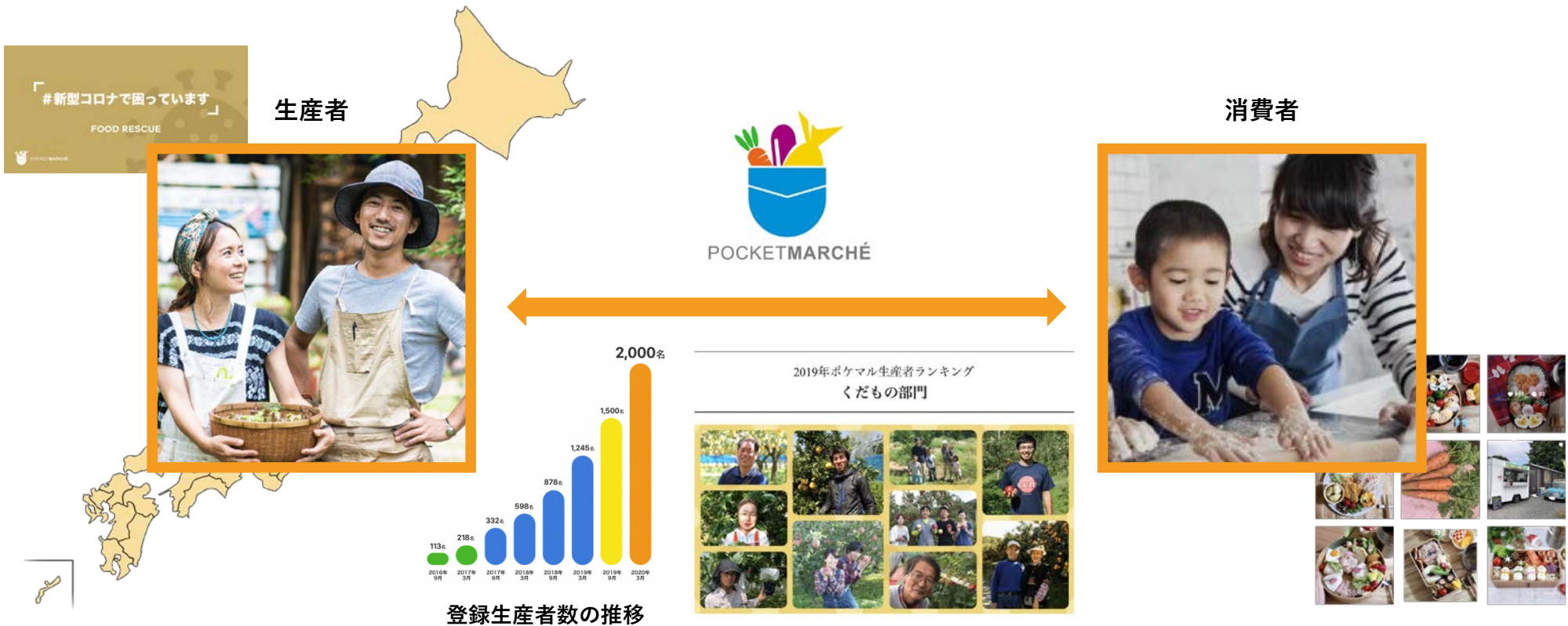
株式会社グルメ杵屋、株式会社リョーユーパン、マレーシア都市型大手CVSで製造合併会社を運営しています。



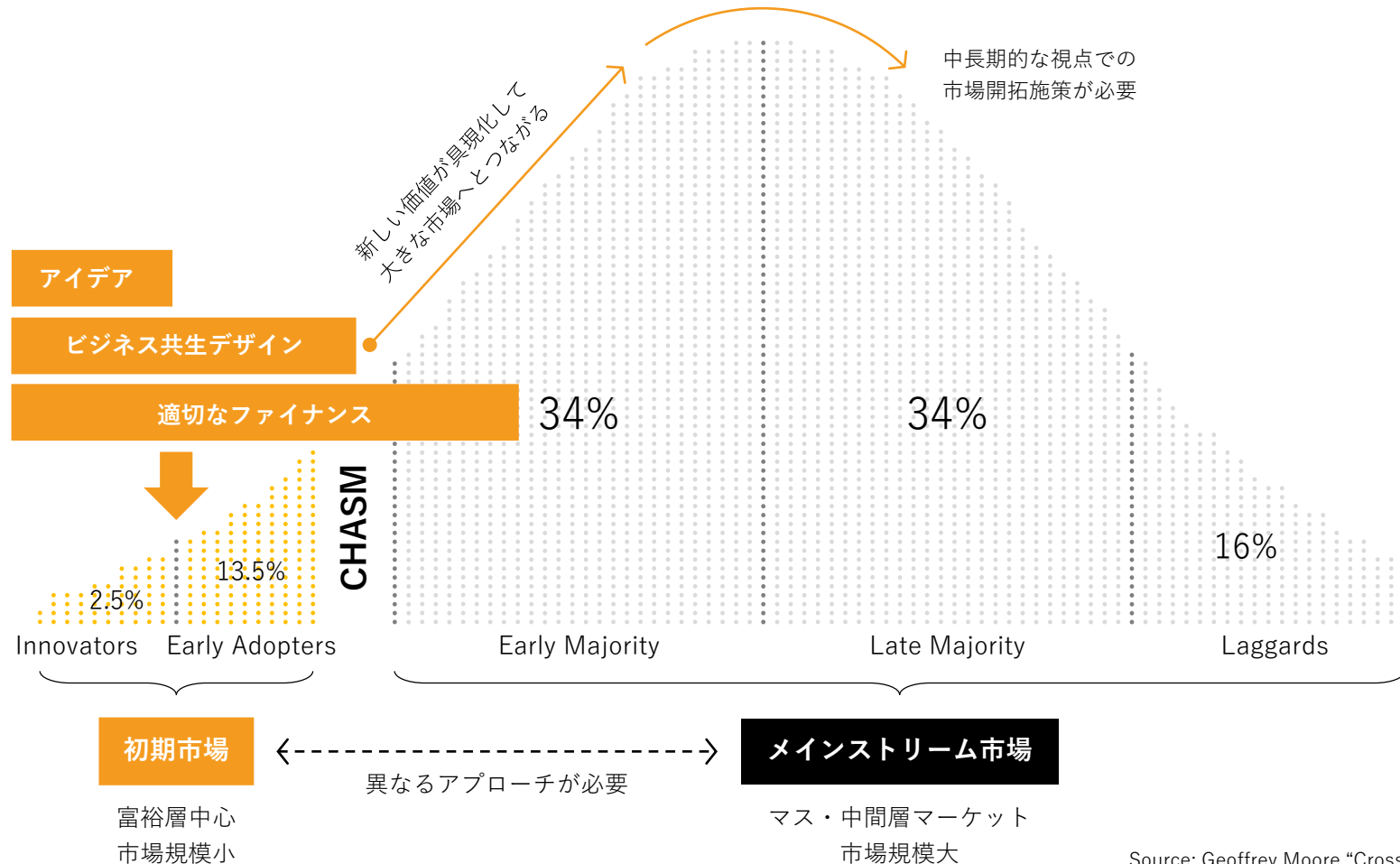
食品生産センターの稼働式典（2019年10月2日）

生産者とお客さまを〈結ぶ〉

農家・漁師の皆さまとお客さまを直接繋ぎ、楽しい体験を創出する株式会社ポケットマルシェ。
日本の成功を海外へ。日本の“おいしい”を海外に直接お届けする可能性も探求していきます。



中長期的な視点と事業開発施策の重要性



Source: Geoffrey Moore "Crossing the Chasm"

ニッポンの成功 ASEANでの7つの鍵

①

にっぽん



カタカナ・ひらがな。
 「にっぽん」自体に
 ブランド価値あり。

②

共生



搾取ではなく共生。
 持続的な関係性が
 希求される。

③

先行経験



多様な消費ヘシフト。
 我が国は80年代に
 既に経験済み。

④

現地化



文化、歴史には敬意を。
 日本の“再現”には
 拘らない。

⑤

多宗教



約半数を占める
 イスラム教徒にも
 消費力あり。

⑥

行動



習うより慣れろ。
 できない理由の前に
 行動あるのみ。

⑦

若者



平均年齢20-30代。
 若者中心の消費に
 着目せよ。