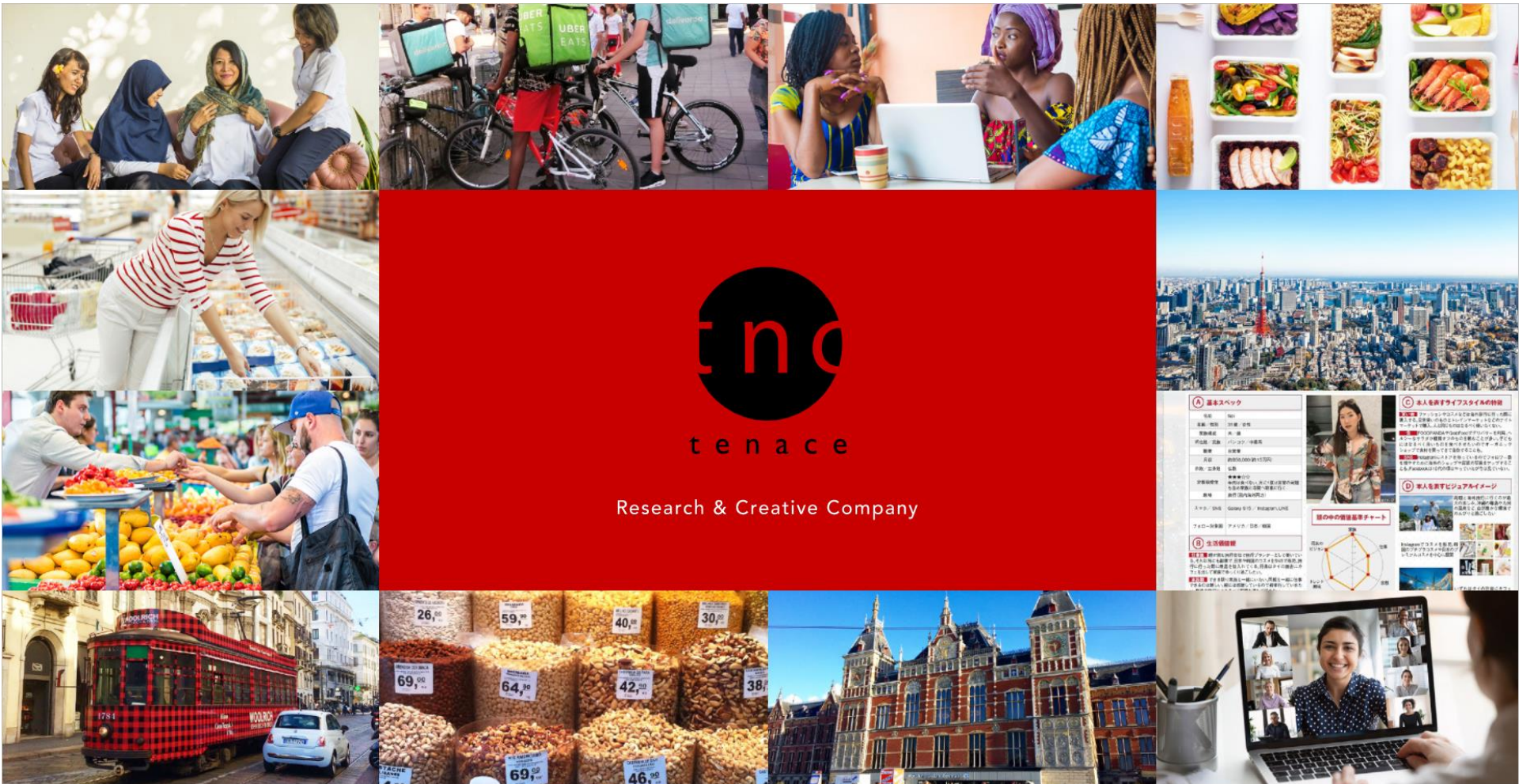


TNC Inc. Company Guide





グローバル視点で日本を元気に!

新しい社会の風を読み解き、日本でも、海外でも、

TNCにしかできないアクションをします。

常に新しい感覚や価値観で変化の萌芽をつかみ、日本でも、海外でも、

TNCにしかできないチャレンジとチェンジを起こします。

そのためにTNCメンバーは常に個性や感覚を磨き、

独自のリサーチとクリエイティビティで

地球環境・社会・顧客・次代の未来へ可能性を広げます。

海外にヒントあり。

海外に市場あり。

70 カ国 100 地域 600 人

海外在住日本人女性ネットワーク

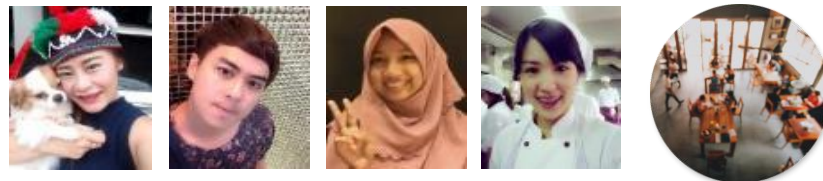
メンバーは70カ国100地域500人の日本人女性

アジア地区	アメリカ地区	ヨーロッパ地区	ヨーロッパ地区
韓国	アメリカ	イギリス	ハンガリー
中国	カナダ	アイルランド	チェコ
モンゴル	ブラジル	フランス	ロシア
台湾	アルゼンチン	スイス	トルコ
タイ	メキシコ	ベルギー	ポルトガル
インドネシア	キューバ	オーストリア	ポーランド
シンガポール	ベネズエラ	イタリア	リトアニア
マレーシア (クアラルンプール)	ペルー	スペイン	スロバキア
ベトナム	コスタリカ	ギリシャ	ブルガリア
スリランカ	チリ	ドイツ	セルビア
インド	アフリカ地区	オランダ	ボスニア
フィリピン	モロッコ	フィンランド	中東地区
カンボジア	ジンバブエ	ノルウェー	アラブ首長国連邦
ラオス	南アフリカ共和国	スウェーデン	サウジアラビア
バングラデシュ	エジプト	デンマーク	レバノン
ミャンマー	ナイジェリア		カタール
パキスタン	ケニア		オマーン
カザフスタン			イスラエル

■ 現地在住日本人女性ネットワーク



■ 現地企業コネクション・現地生活者コミュニティ



■ 現地有識者・専門家との協業



スタートアップ・ベンチャー企業



大学・研究機関

※有識者の写真はイメージです

現地に根ざした生活者視点



現地ネットワークを最大限に活用



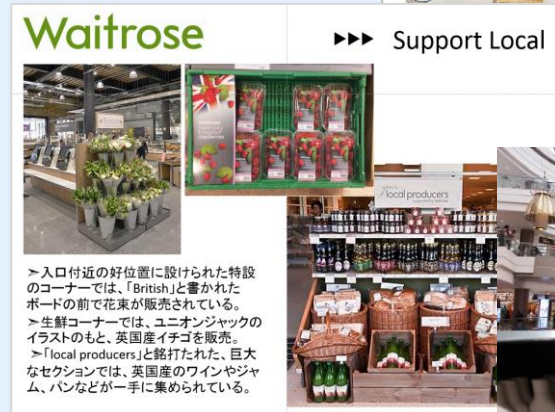
翻訳なしの日本語で納品



オンラインで直接各国から参加



- 各業界における先進国の最新動向
- ライフスタイルリサーチ
- 現地市場動向リサーチ
- 有識者インタビュー
- スタートアップ事例
- ビジネスシーズのキャッチ
- 各国企業とのマッチング
- 視察コーディネート ほか



海外の先進事例を知ることによって未来を先読み。
グローバル視点をもって商品やサービスなどに掛け合わせ、
商品開発や新規事業、マーケティングに活用。

その他、事業ご紹介

海外の先進フードトレンド・
食潮流分析レポート

FOODIAL

SDGs ビジネスを支援する
プラットフォーム



SDGs Voice & Eyes

アジア14カ国トレンドに特化した
ビジネス支援サービス



FOODIAL

世界のフードトレンドや新しい潮流を 毎月お届けするフードマーケティングレポート

世界各地の食トレンド発信地の最新動向を、TNC独自の海外ネットワーク「ライフスタイル・リサーチャー®」が常にウォッチ。食品・飲料・流通業界向けの商品開発やマーケティング業務の中で、ますますニーズが高まる海外のフードトレンド、今後のライフスタイルの変化の兆しを幅広い業界向けに提供することを目的としています。

タイトルは「FOOD（食）+DIAL（指針、羅針盤）」の造語で、海外の食潮流を読み解き、日本の食の未来を指し示すという意志を込めています。



創刊から75号で**およそ2000以上の
海外食トレンド事例**をお届けしています

「Pick Upページ」 現在最も注目されるテーマを詳細に解説
「Topicページ」 各国より最新情報を毎号およそ15事例を紹介



最新の海外フードトレンドから未来を読み解く。

「世界の食潮流2022-2023」

海外70カ国のネットワークを持ち、国内外のマーケティングサポートを行う株式会社TNC（東京都・新宿区）が2015年から毎年更新し、自信をもってお届けする「世界の食潮流」セミナーでは、海外の食にまつわる大きな流れ（食の潮流）の解説とそれを裏づける各エリアの食トレンド事例を紹介し、国内外市場での新商品開発、新規事業開発、マーケティング戦略などの各種業務にぜひお役立てください。

欧州・米国・アジアなど
世界の食潮流やトレンドを紹介

食の未来を先読みできる
キーワードで解説



世界の食潮流 2022-2023 9のキーワード

株式会社TNC 世界の食潮流2022-2023

サステナビリティ	プラントベース	ネクストシーフード
<ul style="list-style-type: none"> ・ミシュラングリーンスター ・リジェネラティブ ・アップサイクル ・BYOC 	<ul style="list-style-type: none"> ・プラントベースミート ・プラントベースミルク ・プラントベースエッグ 	<ul style="list-style-type: none"> ・プラントベースシーフード ・培養シーフード ・シーガゾム ・シーウィード ・未利用魚
オルタナティブ	ウォーターイノベーション	フローズン・ルネサンス
<ul style="list-style-type: none"> ・小麦粉代替/コメ代替 ・甘味料代替/嗜好品代替 	<ul style="list-style-type: none"> ・ウォーターフットプリント ・ウォーターレス ・水のRTD ・リフィラブル/トラッキング 	<ul style="list-style-type: none"> ・冷凍技術の進化 ・アイスクリーム市場の拡大 ・一食完結/スナック化

※ご紹介するキーワードや海外事例はセミナー内容に合わせて調整・抜粋してご紹介いたします。

- ・フェムケアフード
- ・Power of Tree
- ・エディブルフラワー
- ・モダナイズコンフォート
- ・フードホールの復活

SDGs Voice & Eyes

世界のSDGsビジネス先進事例と生活者の声を届け、日本のSDGsを推進するプラットフォーム 会員制ウェブサイト

● 世界のリアルなトレンドや声を把握



掲載事例は各地の市場や店頭、SNSや口コミなど、現地生活者にしかわからない情報源から厳選し、ビジネス視点でレポート。
また、実際の体験付きレポート（動画も有り）によって使用感や感想、課題を知ることができ、日本でのビジネスのヒントに活用できます。

● NEXT ACTIONもサポート



世界各地在住の生活者ネットワーク、ビジネスマッチングや国際物流エキスパート、SDGs/ESGコンサルティング・人材教育の専門家など、多彩なパートナーと連携したチーム体制で、貴社のSDGsビジネスの次のアクションをサポートします。

各国の高感度層ボードメンバーから集めたトレンドを分析し、ウェブサイトやSNSを通じて発信。リサーチ、グループインタビューなど調査業務も対応。



アジア各国の結婚事情をコラムでリリースします！まず第一弾は上海。結婚するときに必要なものは？家を買うタイミングは？現地在住のTNCアジアトレンドラボの記事も担当している、ライフスタイル・リサーチャーが現地目線でお届けします。これから約10カ国の結婚事情を連載していきますので、ぜひご覧ください！

▼調査会社インテージの海外情報

TNCアジアトレンドラボ
ASIA Trend Lab.
tnc-trend.jp

アジア8カ国 トレンドランキング 2021-2022

China, Korea, Thailand, Indonesia, Singapore, Malaysia, Philippines, Vietnam



2021年トレンドランキング 中国・上海編

1. ファストフードから伝統料理まで広がる植物肉

2. 撮影が楽しめるエンタメ系フードコートが人気に

3. 一気に加速する上海の高級プラダック

4. 欧米や日本の80年代カルチャーがZ世代を魅了

5. 外国人建築家による大型商業施設がオープン

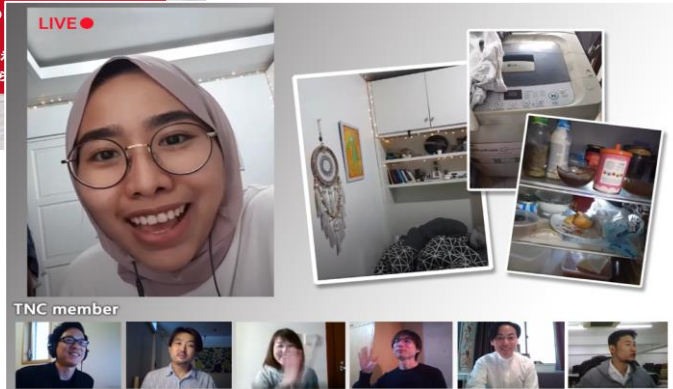
6. ロックダウンの反動で、リアル店舗が再び注目される

ファストフードから伝統料理まで 植物肉が市場に定着

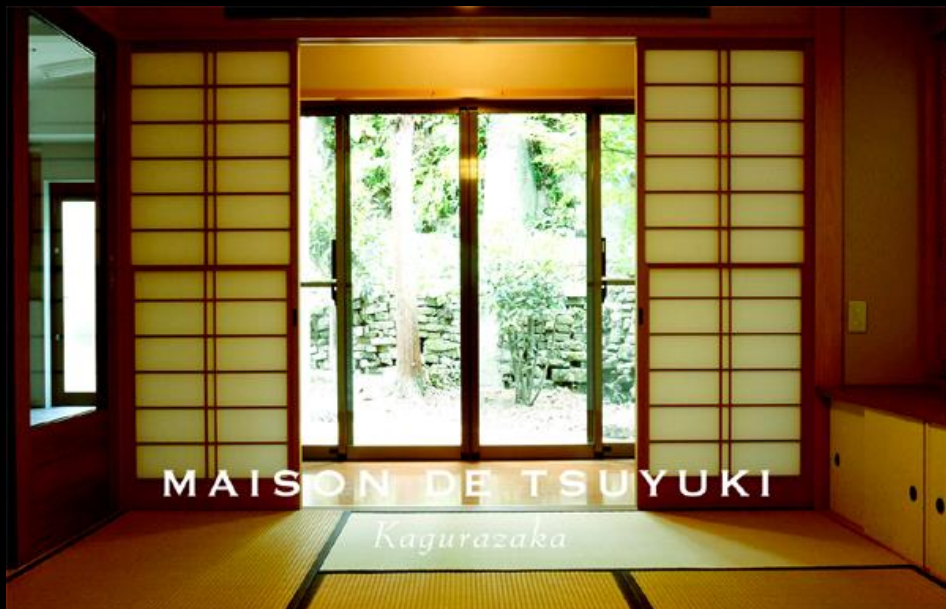
2021年上半期から上海市場で植物肉製品が急増している。2021年上半期の植物肉製品は前年同期比20%増となり、植物肉製品は市場全体の約10%を占めるようになった。

2021年上半期は、植物肉製品が市場に定着し、消費者の関心が高まっている。植物肉製品は、健康志向の高まりや、環境意識の高まりが背景にある。また、植物肉製品は、伝統料理との組み合わせが人気を集めている。

2021年もアジア各国で猛威を振るった新型コロナウイルスの影響によって、生活者を取り巻く環境やトレンドは大きな変化をもたらしました。各国ではこうした状況の中、どのようなトレンドが生まれたのでしょうか。ASEAN各国と、いち早くコロナが収束した中国、アジア全土に強い影響力を持つ韓国を加えた8カ国の現地生活者の視点でランキングしました。今回の表紙はバンコクの夜明けの写真を選びました。2022年はコロナの荒波を乗り越え、アジア各国にトレンドやビジネスを広げべく、本レポートを活かしていただけたら幸いです。



● 神楽坂のキッチンラボ&サロン 「MAISON DE TSUYUKI」



TNCが運営する「メゾン・ド・ツユキ」は、神楽坂の裏路地にある築70年以上の伝統家屋を改装し、キッチンラボ&サロンとして運営。月3日間だけの会員制プライベートレストランの営業は、様々な企業の方々を迎え、食事を楽しみながらの交流を育んでいる。また、このスペースでは地域の食材を活用したメニュー開発やメディアを招待してのプレゼンテーションイベント等も実施。今後は日本各地の食文化や食材と、東京や海外をつなぐ拠点として活用することも計画している。

<http://tsuyuki.tokyo>

VOICEjp VOL95 2018年10月26日配信

TNCが魅力をあけてお送りするフリーメールマガジン

「VOICEjp」は配信のお申し込みをいただいた方およびTNCスタッフとお仕事させていただいた方に、無料でお届けしております。送信の解除を希望される方は、お手数ですが、最後に記載していますメールアドレスまで御連絡をお願いいたします。

VOICEjp Series World Lifestyle



存在感を増すミレニアルズの次世代「Generation Z」を読み解く5つのキーワード

日本でミレニアルズ（ミレニアル世代）という言葉が聞かれて久しいですが、アメリカではGeneration Zと呼ばれる次世代の動きに注目が集まっています。1990年代半ばから2000年代前半生まれの世代で、アメリカの総人口の17%を占めています。ミレニアルズの次世代となる彼らの大半はまだ親の扶養下にありますが、3年後には「若者」と定義される世代の人口をミレニアルズと二分することになります。今年2月にフロリダ州で発生した高校での銃乱射事件を発端に、銃規制を求める大規模なデモを先導したのが被害にあった高校生自身であったことも、エポックメイキングなニュースとして各メディアで大々的に取り上げられました。彼らの発信力と、この先数年で大きく高まるであろう経済力は、日に日に存在感を増しつつあります。場所や時間を問わずネットで緊密につながる現代では、Generation Zの動きが世界に波及していくのも時間の問題と言えるでしょう。

Generation Zを読み解くキーワードから彼らの特徴と消費傾向を見つめます。

2 快適な暮らしを実現する新技術・サービスを躊躇なく取り入れる

利便性の高い最新の技術に囲まれて生まれ育ってきたGeneration Zは、デジタル機器やシステムを直感的に使いこなします。彼らにとって、使用するサービスが合理的で使いやすいことは必要最低限の条件。また、Generation X～ミレニアルズを両親に持ち、9.11やリーマンショックなど不可逆の危険が次々と起こる時代に成長してきた彼らは、独立志向が強くクリエイティブでインベティブな精神を持つと言われます。彼らの目に、スマートな最新のテクノロジーは魅力的に映るに違いないでしょう。

広告も開くものとして進化する、「ヒアリング市場」がじわり拡大

パソコンやスマートフォン、街中のデジタル広告に至るまで目は朝から晩までブルーライトの光にさらされています。知らないうちに集まる眼精疲労の影響もあり「ヒアリング市場」に注目が集まっています。

2018年時点でスマートスピーカーの利用者は、12歳以上の人口の18%にあたる5,100万人に上り、スマートフォンが浸透し始めた初期のそれよりも速いスピードで拡大しています。

音声ストリーミングが、スマホで簡単にストリーミングできるようになったことで広告付きで音楽を無料配信（有料プランもあり）する Spotify や Pandora といったサービスが一般化。企業はこの拡大する「ヒアリング市場」に着目。大手スーパーマーケットの Trader Joe's は Pandora にオーディオアドを掲出しており、リスナーが広告をクリックすると、最寄りの店舗や便用品、クイックレシピが簡単に見られるようになっていきます。広告もまた、開くものとして進化しつつあるのです。「ヒアリング市場」は今後も堅実な拡大が予想されています。

3 シェアリングエコノミーに付加価値を見出すGeneration Z

Generation Z が所属するコミュニティや仕事を遠隔地に重視することとして挙げられるのは、まず柔軟性。そして利便的な環境です。コラボレーションやコミュニティに帰属する感覚、新たな出会いや旧知の友人と知り合う時間を好む彼らにとって、スペースや時間をシェアすること自体がクリエイティブなソーシャルライゼーションなのです。

既存店を巻き込み拡大するコワーキングの新形態

「シェアリングエコノミー」という言葉が使われるようになって5年ほど。シェアリングサービスのUberやAirbnbは一般に広く知られ、所有するメリットより共有するメリットを享受する者が増加しています。シェアリング市場における世界規模での消費は、2013年から2025年までに140億ドルから3,350億ドルへの成長と驚異的な拡大が見込まれています。リラックスして楽々ながら作業すればクリエイティブなアイデアも呼びやすくなり、ネットを介したフルタイムの拡大も相まってコワーキングスペース市場は成長し続けています。

これに目を付けた飲食店も、コワーキングビジネスに参入し始めています。Kettle Spaceは既存のカフェと提携し、会員となった利用者が仕事場としてカフェを利用できる仲介サービスを提供しています。会員は提携先のカフェを使用することができます。コーヒー飲み放題の利用やアプリでの店舗状況の確認などができます。コワーキング用のカフェを新たに作るのではなく、既存店を利用者を呼びつけることに成功したと考えるのがサービス。提携するカフェやパソコンやデバイス利用は会員のみといった規定を設け、回転率を調整できます。月額で複数の店舗設定があり、

© Consultancy&K
PwCによるシェアリングエコノミー市場の成長予測

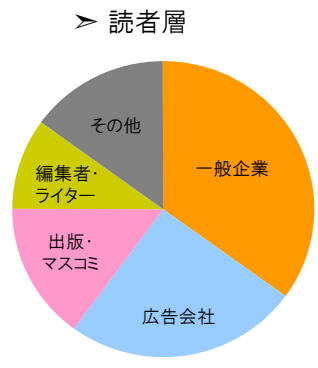
TNCでは、注目の海外情報特集するVOICEjpをHTMLメールマガジンとして定期的に発行しています。（これまでに通算120号配信）

こちらのQRコードより
ご登録ください



もしくは下記メールアドレスまで
「メルマガ配信希望」とメールください。

koiwai@tenace.co.jp



配信	●VOICEjp/創刊2008年9月より毎月配信
体裁	HTMLフリー・メールマガジン方式
配信数	12,000部
読者対象	TNCのメンバーと名刺交換をして下さった方と、配信をご希望された方
発行元	株式会社TNC
発行人	小祝 蒼士夫
制作	木下 朋
編集人	村上千砂

株式会社 T N C

住 所 本社

〒162-0833

東京都新宿区筈笥町1番地

TEL. 03-6280-7193 FAX. 03-6280-7194

MAIL : info@tenace.co.jp

TNC“F”

〒810-0041

福岡県福岡市中央区大名2-6-11 Fukuoka Grows Next

設 立 2004年2月19日

事業内容 「ライフスタイル・リサーチ」の運營業務
商品企画及びそれに関する国内外のマーケティング業務
企画・編集・ライティング業務
国内外におけるPR業務

TNC ASEAN NETWORK

○TNC Bangkok (SOUTHEAST ASIA HEADQUARTERS) 2011年6月設立

住 所 229/4 Soi Sukhumvit 49 Klongtan-Nua Wattana, Bangkok 10110

TEL. +66(0)2-392-0833 FAX. +66(0)2-713-5958

○TNC Saigon 2014年設立

○TNC Jakarta 2014年設立

事業内容 タイ・アジア諸国における現地PR業務
タイ・アジア諸国における現地マーケティング業務