

海外進出駐在代行

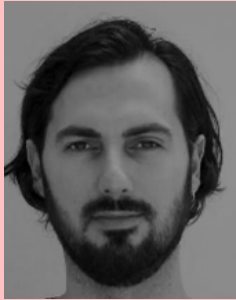
中南米における農業・食品分野へのサポート

2022年3月

「日本企業の海外進出を収益にこだわり支援する」

ラテンアメリカを広くカバー

Peru



Alejandro Troll
General Partner

Manager of Digital Channel and DX
at Telefónica (Peru, Spain, Brazil),
Univ. del Pac. (Perú), IE MBA (Spain)



Colombia



Ana Prieto
Associate



Manuela de Gamboa
Associate



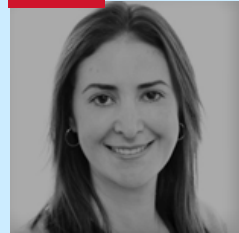
Venture Partners



Eli Becerril
Mexico



Eliza NG
Costa Rica



Tiziana Albacete
Venezuela



Liliana Barck
Argentina

Brazil



Mitsuru Nakayama
CEO



Tsukasa Hirano
Co-founder VP



Tulio Ticianel
Biz. Dev. Manager



Gian-Carlo Elias
Consultant



Carol Jordan
HR Manager



Filipe Costa
Sr. Associate



Luis Gomes
Analyst



Nicolas Silva
Associate

海外進出駐在代行のプロジェクト事例

ラテンアメリカ進出サポート事例



農業情報設計社：トラクター向けGPSソリューションのブラジル進出サポート事業（関連規制届け出、マーケティング媒体ローカライズ、販売先開拓、仕入先開拓）



ビジネスライフ：疲労回復ゼロジムのブラジル進出サポート事業（サンパウロ店の運営一式。クラス運営、インストラクター採用、店舗物件開拓、販売促進等）



アメグミ：BtoBソリューション向け格安携帯端末のブラジル、コロンビア、ペルー等ラテンアメリカ進出サポート（販売先開拓、製品現地テスト、マーケティング支援）



スリーディーマトリックス：手術用止血剤の8か国以上のラテンアメリカ進出サポート（製品薬事登録、販売先開拓、医療従事者向け営業活動）



アイオニック：イオン歯ブラシのブラジル進出サポート（製品薬事登録、販売先開拓、販売戦略立案、歯科向け営業活動）

ラテンアメリカ調査・コンサルティング事例



住友商事、日立、パナソニック、スズキ、三菱商事、三菱自動車、三菱電機、三菱重工、コニカミノルタ、キャノン、シャープ、キトー、四国電力、大塚化学、日本無線、日通、マブチモータ、NEC、ホーユー、ピジョン、三井化学、出光、豊田通商、ヤマハ、JBIC

創業の背景：ラテンアメリカ進出企業の3つの壁

市場を理解するのが難しい

- 遠いのでなかなか視察にいけない
- ラテンアメリカについて気軽に相談できる相手がいない
- 市場調査もどの程度当てになるのかわからない

進出するには
手間も資金も必要

- ブラジルなど、現地の支社設立が必要
 - 日本からの駐在員を派遣しないといけない
- 毎年数千万円単位の投資が必要

進出後も自社製品・サービスが売れるかが疑問

- 販売先を開拓しないといけない
 - 現地のローカルスタッフを雇わないと業務が回らない
 - 弊社製品の価格が市場に受け入れられるかわからない
 - 現地法規制、税務、労務等が複雑
- 最初の売上計上まで半年～2年かかる可能性
→連結決算含めてバックオフィス業務が発生

Covid-19で海外渡航が難しい状況で多くの需要を頂く

視察の出張も難しい

現地の日本人スタッフを減
らさないといけない

仕掛中の案件のフォローが
必要だが現地にいけない



でも国内市場の縮小の長期トレンドは変わらない（もしくは加速）

サービス概要

海外進出駐在代行

- 月額フィー・長期契約で現地駐在員のように現地進出の活動を行う（市場理解、販売先開拓、関連認可取得含む）
- 現地スタッフをプロジェクト毎にアサイン

グローバル クイックリサーチ

- 御社商品が海外でどのように受け入れられるかを調査

その他各種情報提供 サービス

- ラテンアメリカ進出協議会
- ウェビナー
- 調査レポート（作成コストは1本30－50万円程度）
- ニュースレター（現地関連ニュースをピックアップして提供）

サービス概要

海外進出駐在代行

- 月額フィー・長期契約で現地駐在員のように現地進出の活動を行う（市場理解、販売先開拓、関連認可取得含む）
- 現地スタッフをプロジェクト毎にアサイン

グローバル クイックリサーチ

- 御社商品が海外でどのように受け入れられるかを調査

その他各種情報提供 サービス

- ラテンアメリカ進出協議会
- ウェビナー
- 調査レポート（作成コストは1本30－50万円程度）
- ニュースレター（現地関連ニュースをピックアップして提供）

弊社サービスのメリット

売上に直結

マーケットの真のニーズの理解

支社・駐在員不要

日本語対応

低料金

Agri Info Deisign : Smart farming with GPS tractors





5 顧客事例：農業情報設計社

2019年4月

1

累積ダウンロード数

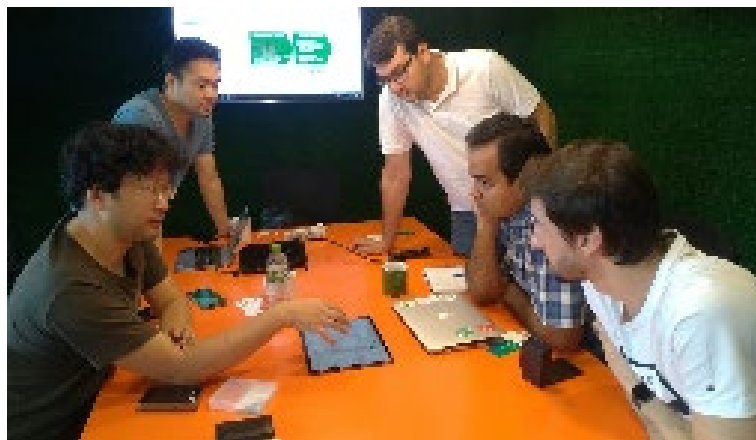
2019年10月

10倍

2020年4月

46倍

(ブラジル+他ラ米)



サービス概要

海外進出駐在代行

- 月額フィー・長期契約で現地駐在員のように現地進出の活動を行う（市場理解、販売先開拓、関連認可取得含む）
- 現地スタッフをプロジェクト毎にアサイン

グローバル クイックリサーチ

- 御社商品が海外でどのように受け入れられるかを調査

その他各種情報提供 サービス

- ラテンアメリカ進出協議会
- ウェビナー
- 調査レポート（作成コストは1本30－50万円程度）
- ニュースレター（現地関連ニュースをピックアップして提供）

本調査のスコープと報告内容

消費実態調査

現地製品

日系製品

調査対象国	1. ブラジル 2. メキシコ 3. ペルー 4. アルゼンチン 5. チリ	調査対象品目	1. 調味料: パスタソース等	カレールー、味噌、醤油等
			2. 菓子: ビスケット、チョコレート	日系メーカー製品
			3. スナック類: ポテトチップス等	柿の種・せんべい類
			4. インスタント食品: カップ・袋麺	ラーメン類
			5. 保存可能食品: 冷凍食品等	和食の冷凍食品等

パネル調査

調査対象国	1. ブラジル 2. メキシコ 3. ペルー	調査対象品目	対象品目: 消費実態調査の結果後に決定。
			調査対象商品: 消費実態調査対象品目から日本企業の5商品
調査対象品目			調査対象人数と調査方法: 各国10名にインタビュー。
			調査内容: 嗜好と適正価格について。
調査対象品目			サンプル: 現地調達を優先。難しい場合は日本等から送付

ローカル食文化と日本の食文化の因果関係を推測は国別・食材別の仮説構築のヒントとなる

	ブラジル	メキシコ	ペルー	アルゼンチン	チリ
東洋系人比率	△	△	◎	△	△
米消費量	◎	△	◎	△	△
醤油の 家庭常備	○	◎	◎	△	△
地元スーパーの東 洋食材	△	◎	○	△	△

ローカル食文化と日本の食文化の因果関係を推測は国別・食材別の仮説構築のヒントとなる

	ブラジル	メキシコ	ペルー	アルゼンチン	チリ
東洋系人比率	△	△	◎	△	△
米消費量	◎	△	◎	△	△
醤油の家庭常備	○	◎	◎	△	△
地元スーパーの東洋食材	△	◎	○	△	△
ソース文化	△	◎	○	△	○
辛い物文化	△	◎	◎	△	△

Source:現地インタビュー、弊社分析

ローカル食文化と日本の食文化の因果関係を推測は国別・食材別の
仮説構築のヒントとなる

	ブラジル	メキシコ	ペルー	アルゼンチン	チリ
東洋系人比率	△	△	◎	△	△
米消費量	◎	△	◎	△	△
醤油の 家庭常備	○	◎	◎	△	△
地元スーパーの東 洋食材	△	◎	○	△	△
ソース文化	△	◎	○	△	○
辛い物文化	△	◎	◎	△	△
日本人 居住者数	◎	○	△	○	△
和食 レストラン	◎	◎	△	△	△
日本食材店	◎	◎	△	△	△

Source:現地インタビュー、弊社分析