

海外進出駐在代行

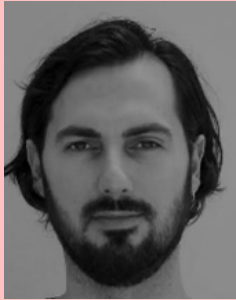
中南米における農業・食品分野へのサポート

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



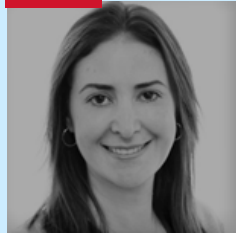
Venture Partners



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

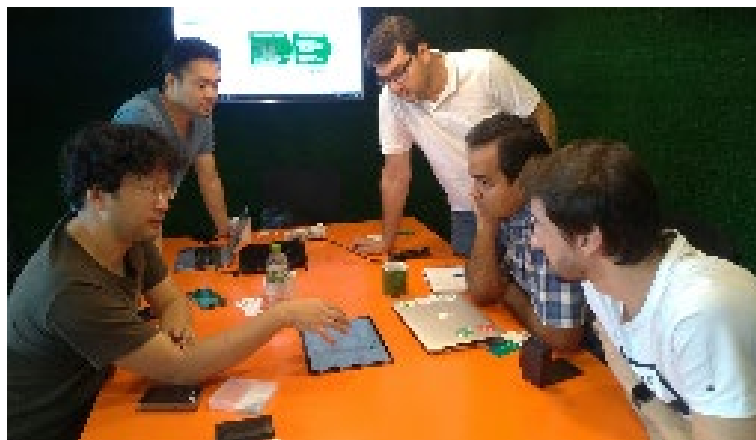
2019年10月

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

ブラジル市場の特徴

パスタソースは 市場の中心

- 味が薄いトマトソースはスーパーのソース棚の大半を占めている。現地の人には自分なりの味付けで仕上げる。
- 様々な味のパスタソースも販売されている。
- 便利で調理しやすい為、ブラジル全国ではパスタの消費が普及されている。週末は家族で集まって食べる習慣が一般的。



若者による ファーストフード の消費拡大は ケッチャップ販売の 牽引役

- 若者のファーストフード消費量は高く、ハンバーガーを始め、ピザ、フライドポテトやその他の料理にケチャップ、マスタードなどのソースを頻繁で多めに使う。



ブラジル市場の特徴

現地のサラダ
ドレッシング
と言えば、
オリーブオイル

- ポルトガル産オリーブオイルは植民地時代から導入され、ブラジル料理で欠かせない調味料の一品。現在でも輸入製品の殆どがポルトガル産。
- サラダの主なドレッシングである一方、焼き魚、パスタやピザなどにも良く使われている。



日本の醤油は
ブラジル料理の
ソースとして人気

- 最近、日本の醤油をステーキや焼き肉といったブラジル料理に使う人が増加。
- 現地日系食品メーカー（サクラ社など）は醤油を生産している一方、現地のテイストに合わせるのと供給上で現地材料を活用するため、原材料としてトウモロコシなどを使用。



メキシコ市場の特徴

- メキシコ料理にソースは欠かせない
- 料理によってソースを細かく使い分ける。

ソースをかける
ローカル料理が
バラエティー豊富
に多数存在



メキシコ市場の特徴

オリエンタルな
食材がローカル
スーパーでも
多数品揃え

- 米・麺類も種類豊富に販売されている
- アジア系のソース類も従来のソース文化にバラエティーを加える存在として多数販売されている



ペルー市場の特徴

- 様々な唐辛子をベースにトマト、コリアンダー、玉ねぎなどをミックスしたアヒソースは地元料理に欠かせない調味料
- 唐辛子の種類も様々で、伝統的に家庭ごとに様々なレシピで常備
- 近年は食品メーカーによる既製品も多く購入・消費されている。

“Aji” と呼ばれ
ホットソースは必
需品



日本食品のパネル調査・現場の様子

ブラジル



メキシコ



ペルー



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

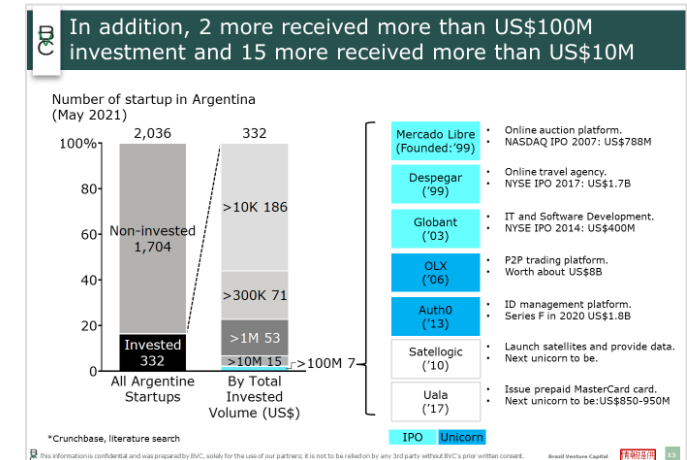
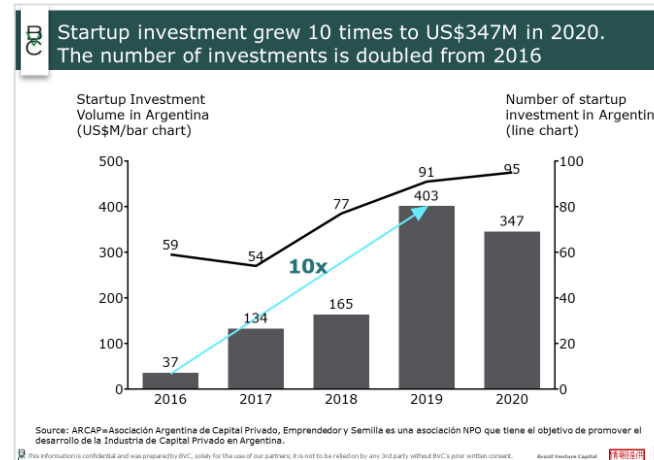
- ラテンアメリカ進出協議会
- ウェビナー
- 調査レポート（作成コストは1本30－50万円程度）
- ニュースレター（現地関連ニュースをピックアップして提供）

LATAMの目的と活動概要

LATAMメール会員 (無料)	
LATAM正会員 (月額3万円)	ブラジルニュース閲覧
	LATAMレポート
	LATAM講演・ウェビナー
	イベントカレンダー
	現地専門家個別相談会
	LATAMビジネス交流会
	海外視察ミッション

LATAM関連企業のレポートが無料・割引でご覧いただけます。年間8－10本程度作成予定です。

例：アルゼンチンスタートアップエコシステムレポート



その他企画中のレポートテーマ

- ・ブラジルの農業市場外観と日本企業の参入事例
- ・ラテンアメリカのベンチャーキャピタル市場
- ・ラテンアメリカでの和食・日本食材普及状況調査（国別）
- ・ブラジルの開発課題整理と新規事業参入余地

※会員企業が要望するテーマにあわせたレポート作成も行うことが可能です。
※年間8－10本程度作成予定。

例：アルゼンチンスタートアップエコシステムレポート



その他企画中のレポートテーマ



企画中のイベント

- Peru Japan Startup Forum
- Colombia Japan Startup Forum
- Brazil Japan Startup Forum
- ブラジルのCovid-19の現状
- ベネズエラで進む仮想通貨の社会実装

※会員企業が要望するテーマにあわせたイベント企画も可能です。

※年間8－10本程度作成予定。

<https://brazilventurecapital.net/latam>

2018年よりBrazil Japan Startup Forumをサンパウロで開催





ラテンアメリカ進出協議会

Latin America Transpacific Advance Meeting

