

BREAKTHROUGH

STRATEGIC BY ACTION ASIAN STUDENTS AND ENTERPRISE 2012

企業と学生・留学生が歩んだ九ヶ月間の軌跡

九州からアジアへ



九州の中小企業
留学生・日本人学生の
アジア突破プロジェクト





設立趣旨

今日、世界各国のボーダレス化が進み、アジア諸国が急速な経済的成長を遂げていく中、九州・福岡ではアジアの玄関口（ゲートウェイ）を掲げ、行政のみならず産業界・学術界でもアジアとの交流を促進しています。

私たちは国内で最もアジアに近い立地を活かした、九州企業の海外市場進出による九州経済の活性化と、国際競争が進むアジアの中で活躍する若者の人材力を育成することを目的に、平成21年8月に任意団体として活動を開始いたしました。活動の中でも主軸となっているのが、九州の地場企業のアジア戦略をテーマとする、留学生と日本人学生が協同して取り組む課題解決型インターンシップ推進支援であり、国内外の課題の解決・グローバル化の促進に多くの賛同を得て、産学官の三者をあげて取り組む事業となっております。

また、これらの活動を通して日本での生活で孤立する留学生の実態を目の当たりにし、安心・充実した学生生活の中で日本の若者と交流できるよう、平成24年9月より留学生への生活支援・ボランティア活動も行っております。

今後、より一層活動の輪を広げ、九州のグローバル化の促進に関わるという志を同じくする九州企業・留学生・日本人学生が集う「場」をつくり、九州から世界へ羽ばたく若者の育成に関する事業、留学生が日本を好きになってもらうために日常生活を支援する事業を行い、お互いの経験交流や学び合うこと、支え合うことなどのサポート機能を充実させていく所存です。併せて九州経済が活性化し、国際競争激化するアジアの中で活躍する若者の人材力を育成することに寄与することを目的に、公益を目的とした社会的信用のある法人格の取得が必要だと考え、「特定非営利活動法人ASIA」の設立を目指します。

役員一覧

特別顧問	石原 進 (九州旅客鉄道株式会社 取締役会長)
顧問	田中 優次 (西部ガス株式会社 代表取締役会長)
代表理事	吉田 茂視 (株式会社メモリード 代表取締役社長)
副代表理事	阿比留 正弘 (福岡大学経済学部産業経済学科 教授)
理事	長谷川 裕一 (株式会社はせがわ 代表取締役会長)
理事	青木 麗子 (福岡県留学生サポートセンター センター長)
理事	羽田野 節夫 (羽田野総合法律事務所 所長 弁護士)
理事	縄田 修 (ナワタ消化器外科医院 院長)
理事	松田 美幸 (福岡地域戦略推進協議会 フェロー)
理事	正田 英樹 (株式会社ハウインターナショナル 会長)
理事	庵 博文 (株式会社SeaMans 代表取締役)
理事	壇 健太郎 (NPO法人ASIA 事務局長)
監事	篠原 俊 (篠原公認会計士事務所 代表)



代表理事 吉田 茂視 ご挨拶

いよいよNPO法人ASIAが正式にスタートします。

2年間の活動実績を持つ課題解決型のインターンシップ Breakthrough では、多くの留学生と日本人学生が互いに手を取り合い、企業が出すテーマ課題に臨んできました。企業も彼らと一緒にプロジェクトに取り組むことで、海外市場へ進出するきっかけを作り、まさにビジネスチャンスをもたらそうとしています。私はこの活動が日本のグローバル化の一助となり、著しい成長を続けるアジア諸国への架け橋となって九州経済が活性化する礎になることを願ってやみません。どうか皆様にもこれからの時代を担う留学生・学生の活動にご理解いただき、ご支援いただきますようお願いいたします。

九州の企業とアジアの共栄のために



特別顧問

石原 進 九州旅客鉄道株式会社 取締役会長

日本は敗戦から立ち上がり、世界第二位の経済大国となりましたが、バブル崩壊後「失われた二十年」と言われるほどの経済停滞を経験し、そして現在、人口減少、少子化・高齢化、社会保障費の急増、財政悪化など多くの課題を抱えています。こうした課題を解決するためには、成長を続けるアジアを中心とする新興国の活力を取り込み、日本の成長につなげていくことが必要であります。九州においても、アジアとの近接性を活かし、企業の海外展開や、海外からの直接投資を呼び込むことは、経済発展のために重要だと考えます。

更にグローバル化した現代においては、どこで活動するかにかかわらず、常に世界の動きを念頭に置く必要があります。“Think globally, act locally”という言葉もありますが、世界の動きを良く知っていれば、思考の幅や行動範囲が大きくなります。リーダーには特にそうした能力が求められます。世界情勢に気を配り、人々と臆することなく付き合うことができる英語力やディベート力を備えた人材を育成していくことは、これからの日本にとって大変重要な課題です。

この先、ますますアジアを中心とした世界各国との関係が強まります。そうした時代に対応できるリーダーシップを持った人材の育成を急ぐ必要があります。また、現在多くのアジアからの留学生が九州で学んでおり、将来、祖国と日本とを結ぶ役割を果たすことが期待されます。NPO法人ASIAの皆さんが取り組む人材育成と留学生サポートは、九州そして日本の将来にとって大変意義のあることであり、九州の成長に寄与することを心から期待します。



顧問

田中 優次 西部ガス株式会社 代表取締役会長

昨年の財務省「貿易統計」等によると、九州の貿易相手国は、輸出入とも中国や韓国をはじめ、中東諸国との取引額が増加していると報告がなされております。そうした中、アジア圏の玄関口である九州において、グローバルな感覚に富む創造的で活力のある若い人材の育成が喫緊の課題となっています。経済のグローバル化が加速する中で、産学官が一体となり、異文化体験等を通して、豊かな語学力やコミュニケーション能力を兼ね備えた国際的に活躍出来る人材の育成を推し進めていくことは、一層重要になると認識しております。

また、今後、企業間の国際競争は更なる激化が予想され、必然的に事業のグローバル化は、多くの企業にとって避けては通ることが出来ない問題となります。弊社も約110万戸のお客さまに天然ガスをお届けしていますが、天然ガスの産出国は世界各地に分布しており、原料の調達先を多様化、分散化させていくことも含め、常に将来を見据えながら事業を営んでおります。経営資源とされる「ヒト、モノ、カネ」そして、「情報」をグローバルにどのような形で調達していくことが最も望ましい姿なのかが九州の各企業にも問われている時代だと思えます。

世界経済のボーダーレス化が進む中であって、NPO法人ASIAがグローバルに活躍出来る若い人材の育成に寄与され、成長著しいアジア諸国と九州経済の架け橋として、一人でも多くの優秀な人材を輩出されることを、私も顧問として、側面から支援するとともに、設立趣旨に書かれてある所期の目的を達成されることを、切に願っております。



Breakthrough とは!?

アジア展開を目指す企業・留学生・日本人学生による
課題解決型の長期インターンシッププロジェクト

守

- ① 企業を知る活動
- ② ゴール・課題の設定
- ③ プロジェクト設計

破

- ④ 調査活動
(自社、業界、市場、顧客…etc)
- ⑤ プラン立案

離

- ⑥ プランの実行
- ⑦ 検証

繰り返し

Breakthrough 開始の背景

①人口の推移から『市場縮小の日本』
2048年には1億人を下回る
1年で約100万人減

1年ごとに約100万人・北九州市と同じ人口が無くなり、購買力の低下

国内市場が縮小の企業は倒産の危機

2019年を境に

②増大する新中間層上位3カ国『市場拡大のアジア』
人口増・新中間層のアジア
2030年には新中間層が23.6億人へ増加

1年ごとに約2733万人
北九州市の27倍の
新中間層が誕生。購買力が急上昇

アジア圏内の新中間層上位3カ国の推移

迫りくる日本・九州の市場縮小

海外展開に踏み出せず日本の市場にしがみついている状況は!?

沈み行くタイタニック号

沈み行く船の中で
踊っている
経営者の皆様
まだ踊り
続けますか?

留学生と共にアジア市場へ

③九州各県の海外進出企業件数

海外進出に足踏み

九州で海外進出している企業総数
2010年

964社 (たったの0.4%の企業だけ)

九州の企業総数
231,566社

④九州企業への留学生の就職数

九州企業への留学生の就職率も低い

九州で働く留学生の数

419人 (たったの2.3%しか就職できない)

九州の総留学生数
17,488人

出典
① 国立社会保障・人口問題研究所『日本の将来推計人口(平成24年1月推計)』より
② 新中間層獲得戦略研究会『新中間層獲得戦略アジアを中心とした新興国とともに成長する日本(平成24年7月)』より
③ 総務省統計局統計調査部経済基本構造統計課『経済センサス基礎調査(2011年)』より
④ 法務省『平成22年における留学生等の日本企業等への就職状況について』より



Breakthrough コーディネーター 阿比留 正弘

私は、1999年より、ベンチャー起業論という起業家育成の講義を立ち上げ、福岡大学において、15年ほど起業家育成を行ってきました。年末のビジネスプランコンテストにおける発表を目標に、学生たちは地元企業でのインターンシップ活動を経験してきました。

ビジネスプランといえば、オリジナリティや新規性、事業の収益性がテーマになりますが、私は敢えて、このような視点よりも、地元企業のビジネスプランを学生が正確に理解することを目的としたコンテストを実施してきました。企業を理解し、企業との信頼関係を構築し、企業がかかえている問題解決を目的とするコンテストを実施して来ました。

現在のミッションは福岡大学で行ってきたことを、他大学に広げることです。Breakthroughの活動を通して、留学生と日本人学生が協力して地元の企業研究を行い、留学生のネットワークで海外展開させることが目的として活動を行なっています。

Breakthrough の歩み



アジアビジネスコンベンション 2011 詳細

2011 年 6 月	<p>アジアビジネスプランコンベンション (Breakthrough の前名称 2012 年より改名) 参加テーマ企業： 株式会社メモリード、株式会社久原本家、大口酒造株式会社、株式会社リンガーハット、 株式会社メロディアン、株式会社蒼美堂、Japan online 株式会社、株式会社ニチボー 参加大学： 福岡大学 38 名、九州大学 28 名、中村学園大学 14 名、西南大学 5 名、 筑紫学園大学 4 名、福岡女子大学 2 名、久留米大学 2 名 留学生出身国： 中国 17 名、韓国 1 名、アゼルバイジャン 1 名、マレーシア 1 名、フランス 1 名 参加学生合計：92 名「内訳 日本人学生 70 名 留学生 22 名」</p>
2011 年 8 月	<p>※ 4 回の中間発表を経てアジアビジネスプランコンベンションコンテスト 優勝：メモリード PJ 準優勝：リンガーハット PJ 3 位：ニチボー PJ</p>
2012 年 4 月	<p>株式会社ニチボー様 中国人留学生 1 名就職 株式会社メモリード様 日本人学生 1 名就職</p>



Breakthrough 2012 詳細

2012 年 6 月	<p>■ Breakthrough—アジア突破—開始 (「アジアビジネスプランコンベンション」から改名) 参加テーマ企業： 株式会社メモリード、株式会社久原本家、大口酒造株式会社、株式会社ウインズジャパン 豊栄グループ、飯塚友情ネットワーク、株式会社ニチボー、株式会社サニックス 参加大学： 福岡大学 62 名、九州大学 16 名、中村学園大学 2 名、西南大学 11 名、 筑紫学園大学 7 名、福岡女子大学 4 名、久留米大学 4 名、 九州外語学院 3 名、九州工業大学 2 名、九州産業大学 1 名、 留学生出身国： 中国 32 名、韓国 2 名、アゼルバイジャン 1 名、フランス 1 名 参加学生合計：108 名 (内訳 日本人学生 72 名 留学生 36 名)</p>
2012 年 9 月	<p>■ 企業調査審査会 テーマ企業の理解・信頼関係の構築、現状調査の発表を行うコンテストを開催</p>
2012 年 12 月	<p>■ 海外マーケティングプランコンテスト 2 月に行う海外調査プランを審査するマーケティングプランの審査会開催</p>
2013 年 2 月	<p>■ 海外調査 株式会社ニチボー PJ が中国杭州 (留学生の故郷) で調査 大口酒造株式会社 PJ・株式会社久原本家 PJ が 中国上海で調査。一幸舎 PJ が台湾・香港視察</p>
2013 年 3 月	<p>■ Breakthrough—アジア突破プランコンテスト開催 優勝：メモリードスイーツ PJ 同率優勝：久原本家 PJ 3 位：大口酒造 PJ</p>
2013 年 4 月	<p>株式会社メモリード様 日本人学生 2 名就職 留学生 3 名就職</p>

2012年度優勝
(同率優勝)

株式会社メモリードプロジェクト



テーマ

「長崎」らしい
スイーツの商品開発

プロジェクトの背景・社長の想い



株式会社メモリード
吉田 茂視 社長

日本のスイーツ技術は世界的なコンテストで入賞するなど世界でも認められています。しかし現在、株式会社メモリードの社内には複数のパティシエがいるにも関わらず、彼らは婚礼事業以外に活躍の場がありません。このような状況から吉田茂視社長は、優秀なパティシエたちの技術を活かし、スイーツ事業部を立ち上げ、将来的に50億円規模の事業にするという構想をお考えになりました。

ここで学生たちに与えられた課題は、平成26年の2月14日、バレンタインデーまでにメモリードが所有するホテルにおいて、1. パティシエたちの技術、2. 学生・留学生の斬新な視点、3. 長崎の文化・伝統、これら三つを活かし、カステラを超えるような『長崎らしいスイーツ』を開発し、販売するということからプロジェクトが始動しました。

プロジェクト課題の明確化 - 目標を達成するために

課題 5W1H	内容
【WHY】なぜ？ どういう背景	メモリードのパティシエの技術を活かし、新たにスイーツ事業部を立ち上げ、50億円規模の事業を目指したい社長の想いから
【WHAT】何を？ 商品・サービス、調査	若さと国際色豊かな視点でカステラに変わる 「長崎」らしいスイーツを
【WHERE】どこで？ 販売場所・調査場所	メモリードが所有するホテル、観光施設内店舗にて
【WHOM】誰に？ 販売・調査ターゲット	40代～50代の国内の女性層・海外からの観光客層に対して
【WHEN】いつまでに？ 課題の達成期限・期間	平成26年2月14日のバレンタインデーで販売することを目指し 平成25年の3月までに
【HOW】どうする？ どのような方法・手段	試作品を完成させ、試食アンケートを行い、商品・コンセプトの 提案、パッケージの提案を行う

プロジェクトの歩み - 活動履歴

守 7月～9月

破 9月～12月

離 1月～3月

7月

1. スイーツチーム結成

- Breakthrough 結末会
 - ・リーダー、副リーダーの決定
 - ・担当者の方に企業の説明を受ける
 - ・インターンシップの日程の決定

2. テーマ企業を知る活動開始

- メモリード 佐賀製菓
 - ・ ㈱ルクル工場第一回目訪問
 - ・ テーマ企業の現状、工場・商品を見学、企業について理解を深める

8月

3. プロジェクト・課題を設定



- 第1回インターンシップ
 - 【社長、担当者と課題の明確化】
 - ・ 課題、ゴールの詳細会議
 - ・ スイーツ事業の立ち上げの背景を学ぶ

長崎らしいスイーツの開発

- ・ ゴールまでのスケジュール各タスク、手段担当の決定

4. プロジェクト調査開始

【長崎訪問 + インターネット・文献】



- ・ 長崎歴史調査
 - （鶴の港、あじさいが市花）
- ・ カステラの調査
 - 外来文化（ポルトガル）を日本化したスイーツを研究
- ・ スイーツ企業を調査

5. アンケート調査

- スイーツを買う時の基準
- ・ 天神、博多でアンケート（300枚）
 - 結果→味、見た目が大事
- ・ 留学生が中国でアンケート（150枚）
 - 結果→味、見た目が大事

9月

企業・業界調査コンテスト→3位

9月

6. 方向性の確認、活動の見直し

- 吉田社長、担当者と会議
 - ・ 長崎の文化・伝統について再度調査
 - ・ 成功しているお菓子会社の調査
 - ・ 理想的な（人気の）スイーツの調査

10月・11月

7. 調査活動再始動

- スイーツの市場調査・アンケート調査



課題 40代・50代の支出が多く
賞味期限が長いスイーツ

チョコレートを使ったスイーツ

8. 留学生による調査

- 中国スイーツ・チョコレート調査
 - 長崎の文化「和・華・蘭」の華を調査

9. 長崎で現地の歴史調査

- ・ シーボルトが愛するお滝さんと引き裂かれ、愛するお滝さんの名前で紫陽花をヨーロッパに伝えた
- ・ 中国料理や西欧料理が日本化した宴会料理の卓袱料理、和食、中華、洋食の要素

卓袱料理のように異国文化が一つに



10. 製菓企業を訪問・見学

- 石村萬盛堂社長を訪問
- ひよこ工場見学



パッケージ・商品の形の重要性

12月

海外マーケティング審査会→2位
異文化交流が長崎らしさ

卓袱料理風異文化交流チョコレート



1月～3月

11. 試作品作製開始

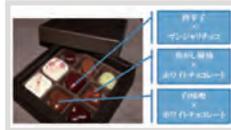
- 第一回試作品作成会
 - ・ 48枚の案→5つの試作品完成



課題 特殊なデザイン設備投資必要
デザインより味・中身を重視

■ 第二回試作会

- ・ 調味料30種の歴史を調査、パティシエに提案→味噌、醤油、唐辛子味が完成



■ 第三回試作会

- ・ 40代・50代をターゲット食べて健康に良い新しいチョコレートの試作



課題 調味料をメインは美味しくない
特徴ある酸っぱい食材をメインに

特徴ある酸っぱい食材（榴）

12. 原点帰帰・再調査

- 40代～50代女性へのニーズ調査



考察 チョコレートがサブに食材がメイン
長崎で酸っぱい食材を探す



長崎らしく酸っぱいザボンを発見

- ・ 東南アジアから唐が長崎へ伝えた

ザボンピールチョコレートを発表



最終コンテストにて
ザボンショコラアソート
和華蘭文化が発展した
長崎を表現したパッケージにて見事、優勝

商品提案のまとめ

- ① 40代～50代女性へのニーズ調査の結果 → 食材がメイン
 ② 長崎らしい異国から伝わった食 → 東南アジア・唐から伝わったザボン



柑橘系の食材ザボン



ザボンピールのチョコレート



鎖国後開港した5つの港を星で表現

THE VON CHOCOLAT ASSORT
(ザボンショコラアソート)



パンフレットイメージ案



ブランドネーム案



和・華・蘭をイメージしたパッケージ案



最終試作品



プロジェクト活動を終えて -Pick up Good Job



株式会社メモリード
尾崎 健全 課長

企業担当者

学生の自主性を大切にし、活動のサポートに尽力

尾崎さんは日常業務があるにも関わらず、長崎と福岡を往復し、このプロジェクトを真剣に支えてくださいました。学生が自由に活動できることを第一に考えてくださり、楽しくいろんなことに挑戦しながら活動できたのは尾崎さんのサポートがあったからだと思います。どんな小さい悩みでも聞き入れてくださったこと、急なお願いでも可能な限り対応してくださったことはメンバーが本気で最後まで活動を続けることができた要因です。



九州大学
平嶋彩乃さん

プロジェクトリーダー

分からないのが学生の強み、行動力で問題・課題を解決

スイーツチームは長崎らしいスイーツを作ることをテーマに活動しました。活動の中で沢山の問題にぶつかり挫折することもあったのですが、平嶋さんの誰にでも、どこにでも、直接に会いに行く、聞きに行く、調べに行く、お願いしに行く行動力によってそれらを解決していきました。平戸での調査時に、インドには知られてないけど、面白いお菓子がいっぱいあると聞くと、直ぐにインドへ調査に行ってきたり、アイデアが頭打ちになると、知り合いの経営者さんのもとを巡ってアドバイスを求めたりと、知識がなくとも前へ進める行動力と、問題解決力でチームを優勝へ導きました。



福岡大学 中国出身
金成軍さん

留学生リーダー

日本人と留学生のコミュニケーションをスムーズに

中国人の金成軍さんは留学生一人一人の状況をいつも気にかけていて、リーダーが気づかないような細かい部分を早い段階で察知し、何か問題があれば一人一人と話をしていました。また、言語の問題に対処するために会議の記録を中国語に訳したりしたことで、日本人と留学生とのコミュニケーションもスムーズにできました。彼のおかげで、チームはバラバラにならず最後まで一致団結した深い絆で結ばれることができました。

参加学生

平嶋彩乃 (九州大学 4年)
大城大 (九州大学 4年)
桂城愛 (福岡女学院大学 4年)
岩永葵 (中村学園大学 3年)

結城レベッカ (福岡国際コミュニケーション
専門学校・フランストゥール市)
金成軍 (福岡大学研究生・中国吉林省)
郭峰 (福岡大学院2回生・中国吉林省)
黄璐 (福岡大学研究生・中国福建省)
唐伊晶 (福岡大学研究生・中国吉林省)

姜夢 (九州大学大学院・中国江蘇省)
朱政 (九州大学3年・中国江蘇省)
李敏穎 (九州大学交換留学生・中国広東省)
劉少輝 (久留米大学1年・中国山西省)
高晶璐 (九州外国語学院・中国浙江省)
李若泉 (九州外国語学院・中国山東省)

2012 年度優勝
(同率優勝)

株式会社久原本家グループ本社プロジェクト



日本の『食』を中国へ

テーマ

プロジェクトの背景・社長の想い



株式会社久原本家グループ本社
河邊哲司社長

久原本家2代目社長、河邊鉄太郎さんの中国進出への想いを継がれた、河邊哲司社長は、今回、レストラン事業をはじめとし、物販・通販事業まで展開している茅乃舎の中国進出を目指しています。茅乃舎は、大きな茅葺き屋根のレストラン“レストラン茅乃舎”がヒットして、日本で急成長しました。しかし、中国進出において、河邊社長が考えているのは、物販・通販事業です。茅乃舎の商品はすべてが無添加で出来ており、一切の化学調味料、保存料を使っていません。“安心・安全・無添加”をモットーに、だし・調味料といった、さまざまな商品を取り扱っています。茅乃舎を中国で広め、茅乃舎の商品を通じて、日本の“食”を中国に伝えたい、社長のその想いから、久原本家プロジェクトは始動しました。

プロジェクト課題の明確化 - 目標を達成するために

課題 5 W 1 H	内 容
【WHY】なぜ？ どういう背景	河邊哲司社長の祖父にあたる河邊鉄太郎さんの中国進出への想いを継ぎ、“安心・安全・無添加”の茅乃舎の商品を売ることで、日本の“食”を中国に広めたいという想い
【WHAT】何を？ 商品・サービス、調査	久原本家 茅乃舎商品の中で中国市場で売れる商品の選択と販売チャネルの調査提案
【WHERE】どこで？ 販売場所・調査場所	調査場所：中国（上海）、留学生の出身地、日本国内の中国人いる場所で
【WHOM】誰に？ 販売・調査ターゲット	中国人の食に対する意識の高い方々
【WHEN】いつまでに？ 課題の達成期限・期間	平成25年の3月までに
【HOW】どうする？ どのような方法・手段	久原本家の方々と話し合い、商品などの情報を得つつ、留学生調査と現地調査（上海）を実施し、提案を行う。

守 7月～9月

破 9月～12月

離 1月～3月

7月

1. 久原本家プロジェクト始動

- Breakthrough 結束会
 - ・リーダー、副リーダーの決定
 - ・担当の方に企業の説明を受ける
 - ・インターンシップの日程の決定

2. テーマ企業を知る活動開始

- 茅乃舎店舗（岩田屋）訪問
 - ・接客へのこだわりを学ぶ
 - ・商品の試飲、試食、久原本家・茅乃舎の商品を調査

8月



- インターンシップ
新本社工場見学（久山町）
 - ・商品の製造ラインの見学

- ① 小ロット多品種・手作業
- ② 安心・安全・無添加

- 担当者の水竹さんとの会議
 - ・久原本家の歴史について学ぶ
 - ・創業時の背景・理念について



3. プロジェクト課題の設定



- 河邊社長と面談
 - ・課題、ゴールの詳細会議
 - ・プロジェクトスケジュールの作成

2代目の販路拡大から祖父の時代のように海外まで飛躍したい

【テーマ課題】

日本の伝統の食文化を中国の食卓へ
商品の選択と物販方法の調査

9月

企業・業界調査コンテスト

中国にはない、だして調査提案
日本食ブームを活かして料理法とセット

9月

4. 方向性の確認、活動の見直し

- 担当者の水竹さんとの会議
 - ・国内の中国人に茅乃舎だしの調査
 - ・茅乃舎だしの中国人への試食会
 - ・茅乃舎だしを使った中国料理の考案

10月～11月

5. 茅乃舎だし調査・研究開始

- レストラン茅乃舎・食事会
 - ・茅乃舎だしを使った料理をいただく
 - ・茅乃舎の接客、おもてなしの姿勢を学ぶ



メンバーで茅乃舎だしの料理を試食

- 日本語学校にて中国人留学生に
茅乃舎だし試食・試飲アンケート



結果 だしに対する概念がない
簡単には浸透しにくい

- 中国人経営の中華料理店にてだしに合う
料理レシピの製作会を行うも難航



茅乃舎の焼き肉のタレ・醤油・
飲む酢は中華に使いやすいと回答

最初のだしからスタートするのは難しい
だしでの展開？見直し必要

12月

海外マーケティング審査会→落選
商品が決まらずに活動に大きな壁

1月～3月

6. 方向性の修正・活動の見直し

- ・中国人の社会人の方や、中国人の経営者の方を訪問

日本みたいにふりかけがあったら？



一人っ子政策→子供を甘やかす
お菓子を食べて、ご飯を食べない

仮説 ふりかけがあれば子供達がご飯を
オヤツ感覚で食べるのでは

7. 物販方法の検討

- JETROにて聞き込み調査を行う

	合弁	権利 移転	資本金 1千万	5千万
通販	1～2年	1ヶ月	全額	全額
卸売り	2年	半年～1年	資のみ	全額
小売り	2年	半年～1年	資のみ	全額

(JETRO調べ)

- ・卸売り、小売りは権利の取得、コスト
に費用と申請期間がかかる

簡単にリスクの小さい通信販売から

8. 中国通信販売方法を調査

- 中国人の通信販売経営者の方を訪問
- ・中国で通信販売をするため多くの日本企業が、
独資または合弁で進出

ICP（通信販売）ライセンス取得のため

- ・独資では権利取得がうまくいかない
- ・合弁では yahoo や楽天をはじめ、中国
企業とうまく行かず失敗が多い

9. 中国上海での現地調査

- 中国上海にて福岡市役所上海事務所
中国の経営者の方々のご協力のもと調査

ふりかけと通信販売方法の現地調査



- ① 中国上海の飲食店2店舗他、ご協力企業
ふりかけのアンケート、ヒアリング調査
- ② 現地の通信販売会社数社にて合弁以外の
ICP ライセンス取得のモデルを調査

中国上海での調査と提案のまとめ

ふりかけ調査

①中国の子育ての現状ヒアリング調査
 家政婦派遣会社 史東さん
 TV 通販会社 呂原さん
 子供達は本当にご飯を食べない！
 ふりかけがあったら助かる

②スーパーで聞き込み調査
 久光 ISETAN
 ふりかけ売れてない
 ①添加物入り・中国産多い
 ②文化が浸透していない

③茅乃舎の無添加ふりかけ試食調査
 福岡市役所上海事務所のご協力のもと
 日本人経営の上海の飲食店でアンケート
 219枚
 81%の方が子供に食べさせたい
 82%が美味しい。76%が買いたい。

結果 茅乃舎のふりかけ
 子供用に味付け、パッケージの改良は多少必要ではあるが
 中国子供市場に需要は大きい

通信販売調査

①中国の通信販売の権利について調査
 南京恵比寿有限工司 鄭社長
 ICP ライセンスのみを借る方法がある

②承包という権利を借りるモデル
 「権利だけを借りて口は出させない」
 承包
 利益100%
 国際決済
 保有
 ICPライセンス
 運営
 利用費

承包の利点
 合併と承包の期間、コストの比較

	期間	コスト
合併	1~2年	2千万
承包	2ヶ月	月額契約費 (10~15万)

開業までの期間も早く
 コストも安く経営に口も出されない

さらに独自ドメインを取得し
 国際決済を行うことによって
 国際決済
 利益100%
 ⇒利益を100%還元！
 合併では国際決済が聞けない
 利益が約3分の1程度に

プロジェクト活動を終えて -Pick up Good Job



株式会社久原本家
 榎房庵
 通信販売部次長
 水竹浩さん

企業担当者

学生と一緒に休日返上で取り組んだ、担当者の鏡（父親のような存在）

プロジェクト開始時から最後まで学生達と常に一緒に歩いていただいた、企業担当者の水竹さんは活動の際には久原本家の天神事務所を解放してくださり、ご自身も毎回の会議に参加してご指導下さいました。時には、日曜日の休みを返上してまで活動に参加して、このプロジェクトに積極的に取り組んでくださいました。学生のLINEのグループに参加し、他愛もない話をして下さったり、学生たちを食事に連れて行き、お酒を飲みながら飲みニケーションを行うなど、部下のように可愛がってくださいました。時には厳しく、時には優しく、父親のような存在でもありました。昨年度の活動が終わった今でも、メンバー全員が慕っているそんな素晴らしい担当者様でした。



筑紫女学園大学
 岩崎有希さん

プロジェクトリーダー

学生と企業をひとつに、日々の努力・感謝で久原本家学生事業部へ

久原本家のプロジェクトリーダー筑紫女学院大学3回生の岩崎有希さんは企業担当者の水竹さんと毎日連絡を取り、報告・連絡・相談を欠かしませんでした。週末にはインターンシップを行い、久原本家の天神事務所にて企業の方と共に活動を行う環境を整えてくれました。時には担当者の水竹さんに感謝の想いを伝えるべく誕生日をケーキでお祝いをするなど...etc、岩崎さんの頑張りによって企業と学生とが一つになる事ができ、久原本家学生社内事業部が完成しました。さらにメンバー一人一人に気を配り、他大学の壁、日本人学生と留学生の壁を乗り越えて、メンバー全員が仲良くなれたのも、岩崎さんのおかげです。



福岡大学 中国出身
 王林さん

留学生リーダー

留学生の強みを活かし、中国現地調査で躍動!!

福岡大学大学院2回生の王林さんは、留学生の強みを活かして、日本人の弱い部分を補う活動を行ってくれました。中国人留学生を対象にした日本語学校でのアンケート調査の際には、日本語の難しいニュアンスが伝わらない留学生達にも商品の説明を丁寧に行ってくれました。結果アンケート回収はスムーズに行い、中身のあるデータをとる事ができました。さらに中国上海での現地調査の際も、積極的に現地の方に話を聞き、ふりかけの試食アンケートの際にも本当に頑張ってくれました。王林さんの活躍のおかげで、中国調査は無事成功を納め、最終コンテストでも結果を残すことが出来ました。

参加学生

田中翔太（九州産業大学2年）
 寺原駿平（福岡大学1年）
 岩崎有希（筑紫女学園大学3年）

王碩（福岡大学研究生・瀋陽）
 王林（福岡大学研究生・大連）
 呉冠璋（九州大学研究生）

黒木帆南（西南学院大学1年）
 大村悠里江（福岡大学2年）
 伊藤彩音（福岡大学2年）

第3位

大口酒造株式会社プロジェクト



テーマ

中国で焼酎文化を
巻き起こす。

プロジェクトの背景・社長の想い

大口酒造株式会社
向原英作社長

焼酎のふるさと鹿児島県伊佐市は、当地は気候や良質の水など、焼酎造りの天然環境に恵まれ、昔から焼酎作りが盛んな地域です。かつて伊佐にあった11の酒造場が、経営難を乗り越えて全面協力して誕生したのが大口酒造株式会社です。代表商品である芋焼酎「黒伊錦」は鹿児島県シェアNo.1を獲得しています。日本の人口減少で酒類市場が縮小することを見据えて、大口酒造株式会社は2008年より、中国を中心に海外約20カ国での販売を行っています。しかし、海外での売り上げは会社全体の売り上げの1%に満たず、現地にいる日本人にしか飲まれていないという問題があります。この現状を打開するため学生らしい発想・アイデアで中国での販路拡大するという課題が与えられました。この課題の背景には、向原社長の「中国より伝来した唐芋から誕生した芋焼酎を“日本の芋文化”として母なる中国へ広めていきたい」という熱い想いがあります。

プロジェクト課題の明確化 - 目標を達成するために

課題 5W1H	内容
【WHY】なぜ？ どういう背景	企業担当者、向原社長の「中国より伝来した唐いもから誕生した芋焼酎を“日本の芋文化”として母なる中国へ広めていきたい」という熱い想いから
【WHAT】何を？ 商品・サービス、調査	大口酒造の本格芋焼酎を
【WHERE】どこで？ 販売場所・調査場所	プロジェクトメンバーの中国人留学生の出身地と上海
【WHOM】誰に？ 販売・調査ターゲット	中国の20代～40代の若い世代、一般層に
【WHEN】いつまでに？ 課題の達成期限・期間	(10年後までに中国での売り上げ1000万円を達成するために) 平成25年の3月までに
【HOW】どうする？ どのような方法・手段	中国の人が好む、度数や瓶の色、味などを調べて 中国人向けに開発した焼酎を足を使った営業で販売する

プロジェクトの歩み - 活動履歴

守 7月～9月

破 9月～12月

離 1月～3月

7月

1. プロジェクトチーム結成

- Breakthrough 結束会
 - ・リーダー、副リーダーの決定
 - ・担当者の方に企業の説明を受ける
 - ・インターンシップの日程の決定

2. テーマ企業を知る活動開始

- 第一回 MTG・引き継ぎ
 - ・昨年プロジェクト参加学生に過去三年の活動についてヒアリング



- 第1回インターンシップ
 - ・本社工場／第二蒸留所／配送センターの見学
 - ・伊佐市の歴史・風土調査
 - ・社長、社員さんへのインタビュー

8月



- 第2回インターンシップ
 - ・大口酒造の歴史／現在の輸出状況
 - ・創業時の人々の想い／経営理念
 - ・鹿児島県内でのシェア
 - ・社長、常務、営業部長へインタビュー



3. プロジェクト・課題を設定

中国出荷の現状

中国の日本料理店で芋焼酎販売飲んでいるのは、ほとんどが日本人

テーマ課題

中国の人が好む焼酎の度数や瓶の色、味の調査

社長と一緒にアンケート作成



目標：300枚
対象：20代～30代の中国人・留学生

9月

企業・業界調査コンテスト

9月～10月

4. アンケート調査開始

- 福岡市内中国人経営の中華料理へのアンケート開始
(ターゲット：店主+中国人来店客)



アンケート数をもっと増やしたい

11月

5. アンケート調査イベント企画

留学生を伊佐市へ招待！伊佐旅行

目的：中国人留学生を伊佐市に招待して、伊佐の自然、焼酎文化・歴史を知ってもらう
→大口酒造の焼酎について深くヒアリング

- 九州大学・福岡大学他で集客活動開始
留学生にアンケートを行いながら

38名の留学生の参加決定

6. 留学生伊佐旅行



芋焼酎を飲んだことない22人に調査



12月

7. アンケート集計結果



中国人20代～30代(103枚集計)

味も度数もはっきりとした答えはでなかった。
★見た目は白色や緑色のものが好まれる！

アンケートの集計枚数を増やし中国人に好まれる焼酎を明確にする

- 海外マーケティング審査会→優勝

1月～3月

8. 中国吉林省試飲アンケート

- 留学生の叢銀彪さんが故郷の吉林省で試飲アンケート実施



吉林省飲食店にて257枚も輸送時に瓶が割れるトラブル
正式なデータとれなかった

9. 中国上海にて試飲アンケート

- 社長と中国での現地調査



上海調査にて188枚

- ・上海現地調査の中で若者の低アルコール化
白酒など高アルコール→生活習慣病

健康志向の増加

10. 焼酎の健康志向調査



焼酎の効用

1. 血栓を溶かす、血栓溶解作用
2. 痴呆の予防
3. 肌荒れや消毒薬代わりの殺菌作用
4. ストレスの軽減と精神の安定

11. ボトルの開発

- ボトルの研究、市内の酒店で調査



→104枚の瓶を検証して瓶製造工場へ

- 日本耐酸壺工業㈱で打ち合わせ



大口酒造の茶瓶の1本あたりの価格100円が上限その中で検討する

中国調査と商品提案のまとめ

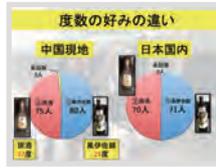
アンケート調査結果

■集計人数



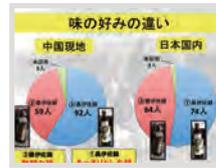
中国 158名 国内142名

①度数の好みの違い



どちらも差はでなかった

②味の好みの違い



こちらも差がでなかった

③瓶のデザインの好み



日本も中国も圧倒的に
白色の瓶が人気

商品の提案

①アンケートの調査結果から

・度数、味の好みとも提案できるだけの調査結果は得られなかった

・瓶のデザインの好みから提案できる結果が得られた。

瓶のデザインの提案

②中国での調査から



色は白と青の2種類
瓶は人気の壺型

③健康志向のデータから



長寿・健康を
イメージした松・鶴

④ボトルサンプルデザイン発表



首か飾りに伊佐魅力・焼酎の効能
鶴と松の意味を記載

プロジェクト活動を終えて -Pick up Good Job



大口酒造株式会社
向原 英作社長

企業担当者

社長自ら学生と二人三脚で中国展開に本気で取り組む

担当者の向原英作社長は社長業務があるのにも関わらず、プロジェクトの始まりから終わりまでの活動に本気で取り組まれました。プロジェクトの活路が見出せた試飲アンケート調査、方向性を決める大事な会議では平日であるのにも関わらず、遙々鹿児島から参加。さらには上海での現地調査も学生と共に行動しました。向原社長は Breakthrough の活動について、『学生の一生懸命な姿が従業員の刺激になる。皆若かった頃、熱かった頃を思い出し活気づいて欲しい』と仰られます。留学生・学生を信頼して社長自ら学生達と活動することが必要だと向原社長は語られました。



福岡大学
岩永啓さん

プロジェクトリーダー

スポンジのように吸収、社長と取り組んだ成功の一年

大口酒造プロジェクトリーダーの岩永さんは、今年度初めて Breakthrough に参加しました。メンバーもほぼ全員2年生で右も左も分かりませんでした。しかし、そんな彼らが一年後に素晴らしい成果を修めます。成功の理由は、分からないから、初めてだから企業の方と一緒に考え、一緒に取り組む。常に報告・連絡・相談を行うことで信頼関係を構築した結果、中国への海外調査を行える事に繋がりました。社長や企業の方、アドバイザーからのアドバイスを受け入れる素直さと、積極的に聞きに行く、現場に足を使って調査に行くこの姿勢がプロジェクトに取り組む学生の在り方だと感じました。



福岡大学 中国出身
叢銀彪さん

留学生リーダー

日本人と留学生のコミュニケーションをスムーズに

日本人メンバー、大口酒造の方々と一緒にプロジェクトに取り組んで行く中で、叢さんは留学生としてチームに貢献したいと思い、試飲アンケートの数を伸ばすために実家の吉林省へ赴き、家族・親戚の営む中華料理店を利用し、自身のネットワークを徹底的に活用して二週間で257枚のアンケートを行いました。上海の現地調査では、常に日本人の一步先を行き、通訳・アンケート協力の交渉を行ってくれました。叢さんはこの取り組みを経て『日本に留学して5年、ここまで仲良く日本人と同じ時間を共有して過ごすことは無かった、福岡に来て本当に良かった』と話してくれました。

参加学生

岩永啓 (福岡大学 2年)
田上亮 (福岡大学 2年)
佐藤美妃 (福岡大学 2年)
安德真穂 (福岡大学 2年)

安部亮祐 (福岡大学 2年)
濱本宗大 (福岡大学 2年)
高山祥基 (福岡大学 2年)
叢銀彪 (福岡大学研究生・中国吉林省)

張夢喬 (福岡大学研究生・中国 山東省)
柴田咲貴 (筑紫女学園大学 3年)

NPO 法人 ASIA 2013 年度ご賛同団体・企業様

当団体にご賛同いただき、若者の国際人材育成、海外市場進出を促進する活動を行われている団体・企業様



株式会社メモリード 様



大口酒造株式会社 様



豊栄グループ 様



株式会社久原本家
グループ本社 様



株式会社サニックス 様



株式会社ニチボー環境
エンジニアリング 様

飯塚友情
ネットワーク

飯塚友情ネットワーク 様



GoGoEV 様

AFUTURE

株式会社 AFUTURE 様

NPO 法人 ASIA 正会員募集

平成21年9月より任意団体として活動を始めた当団体は、法人格の取得を目指して設立準備を進めておりましたが、皆様の暖かいご支援・ご協力のお陰もあり「特定非営利活動法人 ASIA」として本格的にスタートします。グローバル化が押し寄せる現代において企業は変化を求められておりますが、この活動を通して日本の将来の担い手となる若者達を育てることで、延いては九州経済の活性化に繋がることをご理解いただき、当法人の活動にご賛同いただけたら幸いです。

正会員

資格・概要

総会での議決権を持ち、法人運営活動に参画していただける方。

会費

入会金：10,000円
年会費：個人 30,000円
年会費：法人 60,000円

※活動に関わる案内や、セミナー・シンポジウム等に関するご案内を電子的方法にて定期的にお送りさせていただきます。

※総会をはじめとする法人運営に関わる会合等のご案内をお送りします。

正会員申し込みに関するお問い合わせ先



NPO 法人 ASIA 設立準備委員会

〒810-0004

福岡市中央区渡辺通5丁目15-6 縄田ビル203

Tel: 092-724-3071 Fax: 092-862-3486

E-mail: info@npo-asia.com



とびたとう "ミライ" のために



NPO 法人

ASIA
Asian Students Innovative Association

Breakthrough

<http://npo-asia.com>

<http://asia-bpc.com>

