

(公財) 大阪産業局 ビジネスサポートデスク (インド)

南インド通信 2022 年 1 月号: 実証実験型の市場参入アプローチ

ベンガルールよりナマスカーラ!

11月に実施したセミナー「インドは“グローバル”の道場だ(2021年秋)」で、「プレ・エントリー = 実証実験型の市場参入アプローチ」を紹介した。これまで約2年、数十社の大阪企業にインドを案内する中で、業種・業態を問わず典型的に見受けられる「初めの一歩」につまずく事例を挙げて、「では、どうすべきか」と考えたものだ。

外国市場を目指す際に「代理店」を使うのは定石だが、平成時代を通じて日本語のワガママすら聞いてくれる過剰サービスが広がった結果、気付いた時には後の祭り、な光景を多く見かける。にもかかわらず、インドに対しては依然、類似商材を扱っていて顧客へのアクセスがあること、信頼できる事業者であること、売り方を提案してくれること、指定する取引条件に従ってくれること、等々と要望される。片手が常に世界の情報源と繋がる令和のビジネス環境下、現地事情を完全に無視したスタイルを貫くには相当の自信や覚悟が求められる。

越境ECが活況な昨今、日本に居ながら外国の需要家に商材を見せたり買わせたり、という手段も簡単に得られるようになった。渡航がままならないなら尚更、代理店を探すより先に出来ることもある。とすると、現地事情を読み解いたり、デジタルツールを試したり、Try & Errorを繰り返したり、という「スキルよりもやる気」な担当者を充てるのが、実証実験型の市場参入アプローチの「初めの一歩」となるのだろうか。

以上

◎過去に掲載されたレポートは、以下のサイトをご覧ください。

[https://www.obda.or.jp/events/ibo\\_events\\_all/overseas-from-india](https://www.obda.or.jp/events/ibo_events_all/overseas-from-india)