

JAPAN EXPO

INDIA

in New Delhi

2025.2.20~23



後援



文部科学省



公益財団法人 日印協会



全国商工会連合会
Central Federation of Societies of Commerce and Industry



Be a Great Small.
中小機構

Feel Japan to the fullest !

第26回国際エンジニアリング&テクノロジーフェア (IETF2025)

第1回 Japan Expo



インド・ニューデリーでJAPAN EXPO開催

『日本を再発掘 再発進』



日本の伝統文化風土を世界に伝えるために発足した【米国公益財団Japan Expo Foundation】その財団の日本窓口である一般社団法人JapanExpoが日本の伝統文化風土を再集結し、世界へ再発信するためのプロジェクト、ジャパンエキスポを実施します。全国各地の魅力ある風土を、新しい風であるアニメや漫画、エンタメと協力、融合し、世界へのスタートアップを支援します。全国各地の企業様にご参加頂き、国内のブランディング、世界への発信のきっかけにして頂けるよう、精一杯サポート致します。

2024年は印日が両国の関係を「特別戦略的グローバル・パートナーシップ」に格上げしてから10年となる節目の年です。インドのモディ首相と岸田文雄首相のリーダーシップの下、2国間関係はますます強化されており、印日は23年、20カ国・地域（G20）と主要7カ国（G7）でそれぞれ議長国を務めた。

高品質な日本製の関心が高まっているため、米国公益財団JapanExpoFoundationはインドにおける販路開拓を希望する皆様の同見本市への出展を支援します。色々な分野における日本の技術を総合的に紹介し、日本のプレゼンスを示すとともに、対インドビジネスの拡大を目指す日本企業・日系企業の皆さまの出品・商談をサポートいたします。インド市場に対して、貴社の技術・製品をアピールする絶好の機会として、是非、ご参加ください。



インドと日本の融合をテーマに! 日本をとことん感じる!



本展示会初出展となる「JapanExpo」にてプロモーションを実施

参加見本市開催概要	
総称	26th International Engineering & Technology Fair (IETF) 第26回国際エンジニアリング&テクノロジーフェア
開催地	Bharat Mandapam, Pragati Maidan, New Delhi
会期	2025年2月20日(木)～23日(日)
展示面積	約300,000㎡
出展者数(前回)	2000社
参加国	アメリカ、イギリス、フランス、ドイツ、スイス、スペイン、中国、韓国、日本、他(24ヶ国)
来場者数(予定)	約100,000人(ビジネス関係者のみ)
主催	インド産業連盟(CII)

● 出展対象

製品からアイデア、サービス、テクノロジーまで多岐にわたる出展対象物がIETFの特徴の一つです。



顧客獲得の為のファンクション

- 展示会
- B to B / B to G会議
- コンファレンス
- 国別・州別セッション
- CEOミーティング
- ワークショップ
- 表彰式
- コスプレイベント



IETFの特徴

● 100万人を超える購買層に直接アプローチが可能

インド財務省は「改革の進展によって今後3年で国内総生産（GDP）を5兆ドルに乗せ、日本を抜いて世界第3位の経済大国になる」とするレポートを発表した。同レポートは「外的要因、特に地政学的リスクは懸念材料である」と注釈を付けているが、インドのGDPはさらに2030年までに7兆ドルに到達する、と予測している。日本企業に今後の有望な海外の進出先を尋ねた調査がまとまり、インドが2年連続で首位となっております。インドは中国を抜いて世界最大の人口を抱える国になったが、今後も人口が増え続ける国なので、内需拡大の余力がまだまだあり、日本企業の期待が非常に高まっている。インフラ整備も国を挙げて計画を作って強力に推進しているため、日本企業にとってもビジネスがやりやすい環境になりつつある。

このような状況の中で、100万人を超える集客を誇るインド最大の見本市である、「国際エンジニアリング & テクノロジーフェア（IETF）」はインドの購買層に直接接触することが出来る絶好の機会となります。

● インド産業界の中核とネットワーク構築が可能

IETF2025の出席を通じて、インド産業界の中核ともいえるインド工業連盟（CII）と強固な関係性を構築することは、今後のインドビジネスの推進に当たって強力なネットワークを手に入れることだと言えます。また、インドにおける日印国際産業振興協会（JIIPA）のネットワークを活用し、様々な業界団体(および政府機関) との関係構築も可能です。

● インド中のメディアが集結する場でのPRが可能

今回で26回目を迎えるIETFは、インド中からメディアが集まるイベントであり、特に開会式にはインド大統領をはじめとするVIPが出席するため、インド国内でもトップニュースとして扱われます。メディアが集結するこの場で、本イベントを大々的にPRすることで露出効果の最大化を図ることが可能となります。

● インド工業連盟（CII）

インド工業連盟（CII）（Confederation of Indian Industry）は、インドの非政府、非営利組織である。業界が主導し、インドの開発プロセスに積極的な役割を果たしている。

117年以上前に設立され、インド有数のメンバーシップ団体。ビジネス、プライベートから7000を超える組織の直接のメンバーとしてだけでなく、中小企業と多国籍企業を含む公共セクターとの関連、および約400の国家及びセクター別、地域から9万社以上の企業の間接メンバーを抱えている。



出展社様へインドマーケットへの足掛かりとして JAPAN EXPO AFTER PROGRAM



出展後
 継続したアプローチを
 ご希望企業様



各種インドアプローチの
 コンテンツをご利用できます



実際にビジネスに繋がる架け橋として
 現地企業紹介及び各種インドに対する
 ビジネス相談が可能となります。

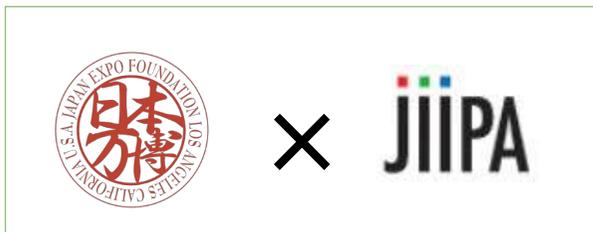


共同アライアンスでインドビジネスの不安を解消できるサポートを行います。

展示会後も継続したアプローチができるサービスをご提供
 (例)
 出展された製品などをそのままインドで継続してアプローチできます。

- ・現地企業からオファーがあったが与信が気になる・・・
- ・新たにサンプル手配を依頼されたが送り方が・・・
- ・購入したい。と連絡があったが直接取引が怖い・・・
- ・輸入を希望されたが商品のレギュレーションを確認したい・

出展後のアフタープログラムフロー



日本の製品などを活用したビジネス展開を望む現地企業様とアライアンスを結び、そのアライアンス企業に対し展示会で残ったサンプルや展示機材などを日本へ送り返さず、そのまま残していただき継続したビジネスのチャンスを掴み取ります。



ショッピングやモールでの販売



教育機関



日本飲食店



美容サロン

日本製品やサービスに興味あり既に商流を持つ現地企業や事業者へ展示会で出展した製品やサービスを導入していただける流れを構築



常設日本食品B to Bショップ



日本産業B to B情報館

出展された企業様の製品や情報などを継続してインド本土でアプローチできるフィールドをご用意。各業種や皆様のご希望にあったオプションよりサービスを提供させていただきます。

展示会から繋がるインドマーケットへの足掛かり

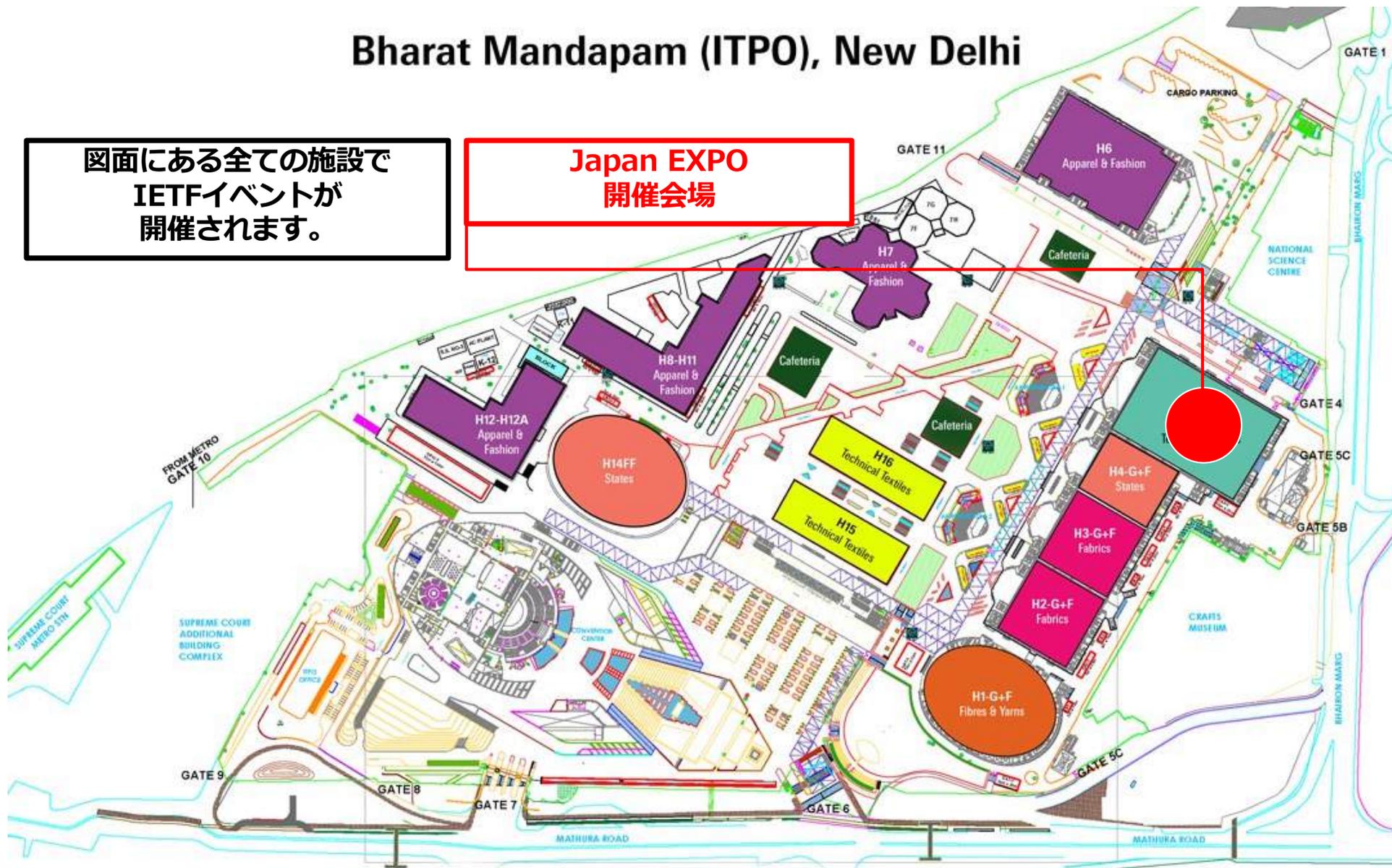
これまで他国での展示会ではなかったサポートをJiipaではワンストップでビジネスに繋がるコンテンツをご用意

プラガティマイダン展示場

Bharat Mandapam (ITPO), New Delhi

図面にある全ての施設で
IETFイベントが
開催されます。

Japan EXPO
開催会場



雑誌「Japan Wave」出稿によるさらなる告知強化。

* 日本の今を紹介し、インドで90団体・協会、100万人以上の方に読まれているフリー情報誌

■ 事前特集号



● Japan Wave

日本の文化・食・観光・技術等を通してインドと日本の興味と理解の架け橋を築くことを目的とした広告資料媒体。既にインドで知られている日本の情報だけでなく、日本の今を伝えるファッションやインテリア、生活習慣、テクノロジーなどについての情報を発信していきます。インド工業連盟、インド商工会議所連合会などをはじめ、インド国内で90団体・協会、100万人以上の方にお読みいただいております。今後も成長が見込まれるインドとのビジネスチャンスを広げるために、「Japan Wave」をご活用いただければ幸いです。

■ 事後報告号



インドと日本をつなぐ“道” 食 Food



日本食で、インドの方に好まれは鳥と野菜を中心に紹介します。
食の文化が国を超えて好まれ国をつなぐ大事な役割となる事を望んでいます。

JAPAN EXPO FOUNDATION

インドと日本をつなぐ“道” 伝統工芸



JAPAN EXPO FOUNDATION

日本とインドを繋ぐ“道” 日本の漫画アニメ

インドでは日本のアニメが大人気です。

僕のヒーローアカデミアやワンパンマン、呪術廻戦などの新しいアニメも人気ですが、

やはりドラゴンボールやポケモンは長年愛されるアニメとなっています。

今開催では原画や未公開映像など、現地でしか見れない品々を公開致します。

アニメ自体の人気もさることながら、コスプレなどのなりきるという体験も人気になっています。

日本ではキャラクターコスプレに特化したイベントなどもあるぐらい根付いている文化なので、今回の開催でも有名コスプレイヤーなどを誘致することで、集客効果はもちろん、国内のコスプレ業界の発展にも相乗効果が起こる可能性があります。

インドで人気のアニメ

呪術廻戦

ドラゴンボール

鬼滅の刃



インドで盛んなゲーム市場

インドではIT技術の発展が目覚ましく、PC、モバイル、web3ゲームなどにおける最先端の技術力を誇っています。

日本は大手ゲーム会社や新興企業が多く存在します。

それは、日本ならではのIPがあるからです。

多くの企業が日本のIPを活用しながらゲーム市場にチャレンジしています。

双方の強みが融合することで、対世界に向けて発展できる機会がJapanExpoにはあります。

eスポーツやゲーム関連企業も出展することから、ビジネスマッチングの場をご提供できます。



インドと日本をつなぐ“道” Fusion

日本とインドには、親和性の高い分野が非常に多くあります。

最たる事柄は仏教でしょうか。日本の東大寺の開眼導師をインド僧が務めたという事実もあります。

日本では家で靴を脱ぎますが、実はインドも同じような作法習慣を持っています。

昨今、日本ではダンスが学業の1つとなり、多くのダンスグループが生まれています。

インドでは世界3大映画のボリウッドがあり、その特徴と言えばボリウッドダンスです。

日本でもSEKAI NO OWARI がhabitという楽曲でボリウッドダンスを取り入れたりと、非常に親和性の高い国と言えます。

今回のJapanExpoでは、日本の伝統文化風土をお伝えし、インドの方々に楽しんでもらうことはもちろんですが、

融合【fusion】という目標も掲げてはどうかと思っています。

両国の良さ、特徴を各々のジャンルで融合することで、新たな文化の創出、お互いの国を【知る、興味を持つ、好きになる】きっかけになれば嬉しいです。



JAPAN EXPO FOUNDATION

出展費用



基本プラン：ブース出展

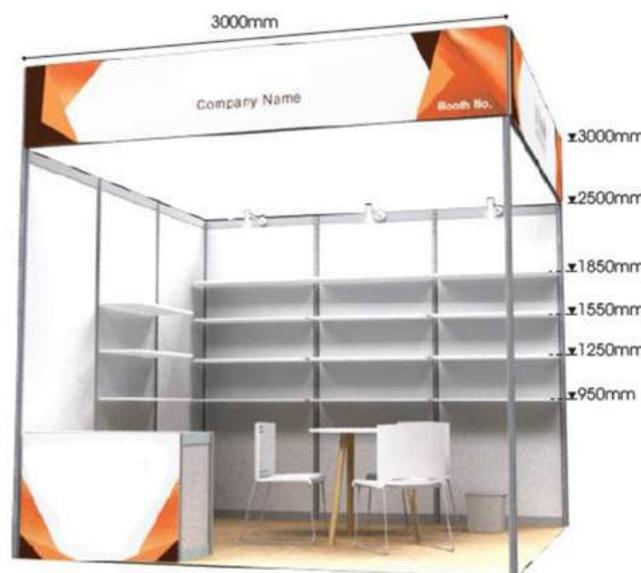
1小間 (3m×3m) : ¥650,000

※消費税 (10%) は別途となります。

【含まれる備品】

- 壁面パネル【白】(w990 x h2500) 9枚 (2.5 m)
- カーペット
- 社名サイン
- 展示台【白】(w990 x d700 x h750) 1台
- 丸テーブル 1台
- 椅子3枚
- 棚4枚
- スポットライト 4灯
- 2口コンセント 1個
- ゴミ箱 1個
- 電気供給

※電気代、輸送は含まれません。
上記他の手配を希望される場合は別途ご相談ください。



出展費用



付帯プラン

セミナーステージ実施

・40分/1回：¥250,000

詳細

JapanExpo内のセミナーステージにて
 貴社のセミナーを実施致します。
 告知はJapanExpoパンフレット
 当日のステージタイムテーブル表などに記載致します。

スケジュール

7月～：受付開始

7月末：一次申込締切

8月末：二次申込締切

11月末：最終申込締切

12月初：出展者説明会

12月：輸送（通関）

2月：搬入・設営・会期

付録：インド市場の巨大な可能性



インド市場：眠れる巨人を呼び覚ます

～14億人の購買力、急成長する経済、無限の可能性を掴む

インドの市場

* 人口：14億4171万人（世界1位）

今後も増加を続け、その人口ピラミッドはピラミッド型になり、労働人口がさらに増えていくと予想されている。
2050年には17億人にまで増加すると言われている。

* 平均年齢：27歳

* 一人当たりGDP：2,410ドル

* 中間層人口：約4億人

* 労働力人口：約9億人

事例1

CoCo壱番屋

カレーの本場インドにカレー逆輸入

本場インドにカレーで勝負をしているCoCo壱番屋は、素材やスパイスにこだわり、インドでも認められるお店となっている。

特に最近では、食の変化もあり、胃腸への負担やヘルシー志向を求める人も増えている。

そんな中、細かなカスタムが強すぎないスパイスの追求などが、インドでも認められている。

事例2

テラモーターズ

東京都のベンチャー企業のテラモーターズは、電動のバイクやシニアカーEV充電インフラ事業などを中心に製造・販売を行い、インドの「電動オートリキシャ」の市場拡大を見据えて2014年に参入しました。

日本が得意とする環境配慮やデザイン性、低価格での販売がインドで受け入れられ拡大を続けている。

付録：インド市場攻略のカギ：ターゲットとニーズを明確に



購買層を的確に捉え、戦略的にアプローチ ～年収、年齢、物価上昇率から読み解くインド消費者の姿

- *平均年収：約280万円
上位1%の超富裕層が保有する資産が同国全体の富に占める比率が40%
しかし、JETROのレポートでは、低所得者層の割合が年々減り、
富裕層や上位中間層が2020年の8.5%から2030年には37%まで増え、
それに伴い、急激に平均年収が増えると予想されている。

年齢層による購買層

- * 10代：最新トレンドに敏感なデジタルネイティブ
 - * 20代：購買力が高く、ブランド志向
 - * 30代：家族を支える中核層
 - * 40代以上：安定志向で、高品質な商品を求める
- * 今後の物価上昇率：6.8%
 - * 日本インドの輸出入：日本のインドからの輸入額6182億円/日本からインドへの輸出額1兆円

ポイント1：先行者利益の獲得
インドの市場はまだ大きく発展すると予想され、
まだ先行者利益と言えるフェーズにあります。
急速な発展を遂げるインドだからこそ、日本の細かな技術や成熟
したサービス、ブランドは魅力的です。
新しい価値観を持つ世代が台頭するインドでの、先行者利益は
大きいものと予想できます。

ポイント2：ブランド認知度の向上
インド市場で企業や商品、サービスのファンを獲得することは、
事業にとって大ききメリットとなります。
人口のメリットもある中で、日本的なビジネスの細やかさ、マーケ
ティング手法はブランド認知度の向上に大きく寄与します。
物販やサービス事業においても、十分に日本企業が活躍できる
マーケットがあります。



ご検討宜しくお願い致します。

ICAインターナショナル文化交流協会