

Fandom TEAM

Akari Nagahama, Haruka Yagishita, Kouta Kamata, Mako Sugimoto, Shogo Shirayanagi, Yuki Yoshimura

INDIA FAN

インドに日本エンタメのファンダムを!プロジェクト



はじめに、I.N.F.P.とは？

日本エンタメのファンをインドに増やすために、ファンダムチームによって考案されたプロジェクトの名称である。三つのアイデアから構成されている。「16Personalities」の一つ「仲介者」としても知られ*1、本プロジェクトが日本とインドの架け橋になって欲しいという想いも込められている。

仲介者のイラスト

インド基本情報*2

インド共和国 (Republic of India)

面積：328万7,469平方キロメートル

人口：14億1,717万人

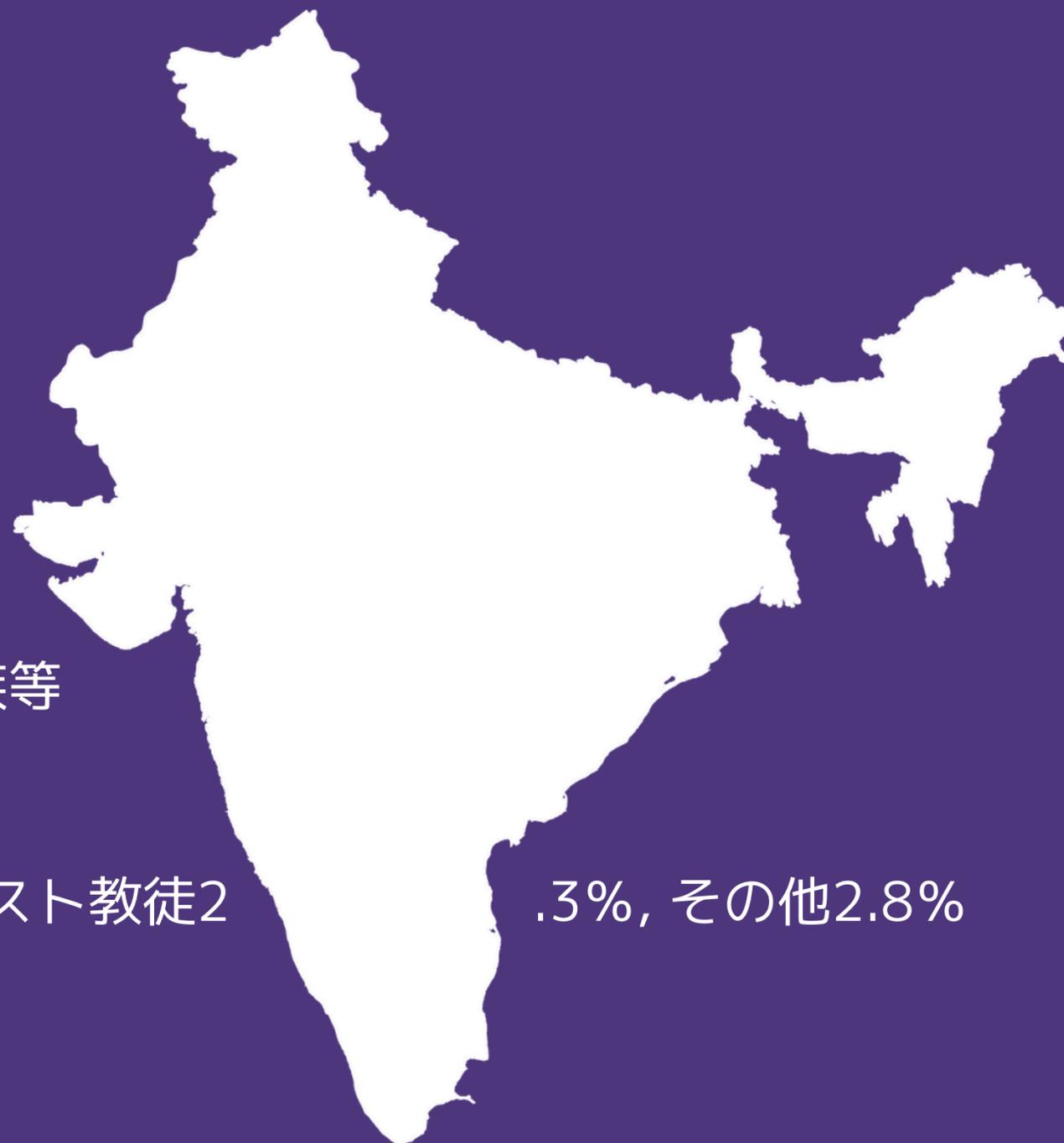
首都：ニューデリー (New Delhi)

民族：インド・アーリヤ族、ドラビダ族、モンゴロイド族等

言語：連邦公用語はヒンディー語

宗教：ヒンドゥー教徒79.8%, イスラム教徒14.2%, キリスト教徒2.3%, その他2.8%

通貨：ルピー (INR)



なぜインドを選んだのか：3つの理由

- 1 2023年には中国を追い抜いて、最も人口の多い国となった*3。ターゲットとなる母数は、多ければ多いほど良いと考えた。
- 2 IMFによると、2025年にはGDPが日本を上回ると推測されており*4、今後の経済的な成長が期待できる。
- 3 インドのエンターテインメント市場規模は2022年時点で280億ドル（約4兆5千億円）であり*5、比較的大きいため参入の可能性がある。



三つのアイデア



アイデア1：応援で日本エンタメを体験してもらおう作戦



※Stable Diffusion（無料版）で生成したイメージ図



アイデア1：応援で日本エンタメを体験してもらおう作戦

目的：早慶戦のような伝統的なスポーツ対抗戦を持ち込み、スポーツを応援する文化を醸成し、日本文化との交流を図ること

1 スポーツ応援文化がないインドにおいて、早慶戦のような大学対抗戦を開催する！

→現地の有名大学を対決させることで、スポーツを応援する文化を現地の人に体感してもらう

2 スポーツに対する応援文化を醸成することで、日印間での大学対抗戦を実現する！

→スポーツ応援を通じ、日本の文化に興味を持ってもらう



アイデア1：応援で日本エンタメを体験してもらおう作戦

早慶レガッタの画像

早慶レガッタ

1試合に約3万人を動員する*6

野球早慶戦の画像

野球早慶戦

2日間で5万8千人動員*7

早慶戦を選ぶ理由 → 大学対抗戦には大学と地域を盛り上げる力がある！



アイデア1：応援で日本エンタメを体験してもらおう作戦

デリー大学の画像

VS

コルカタ大学の画像

デリー大学 = 頭脳の大学
インド総合大学トップ*8

コルカタ大学 = 最古の大学
1857年1月24日に創立*9

そこで「ガンジス川レガッタ」をインドの早慶戦に！



アイデア1：応援で日本エンタメを体験してもらおう作戦

両校が…ライバル意識、帰属意識を持つ関係

- ・ 100年以上の歴史を有している
- ・ ガンジス川の河辺が地元の大学である
- ・ 生徒数 約220,000 約200,000
- ・ 世界有数の大規模大学



アイデア2：インド版ボカロで日本エンタメを知ってもらおう作戦



※Stable Diffusion（無料版）で生成したイメージ図



アイデア2：インド版ボカロで日本エンタメを知ってもらおう作戦

そもそも、ボーカロイドとは？その仕組みとは？

ボーカロイド（VOCALOID）とは、ヤマハが開発した歌声合成技術と、その応用ソフトウェア全体（初音ミク、GUMIなど）を指す言葉である*10。2008年に発売された「初音ミク」を筆頭にブームを巻き起こした。大量の音声データをサンプリングすることで、歌声が生成される技術であり、「初音ミク」の場合は声優である藤田咲の音声データがサンプリングデータとして用いられている。

初音ミク
の
イラスト

アイデア2：インド版ボカロで日本エンタメを知ってもらおう作戦

Bombay + Vocaloid = Bomcaloid!!

目的：インド版のボーカロイドを作ることによって、インド国内において二次創作を活発化させ、インド独自のものとして発展する。また、潜在的にボカロ文化に触れてもらう。

[1] インドでローンチ

インド版のボーカロイドを開発し、インド国内にてローンチする。

[2] 二次創作物の流行

新進気鋭のクリエイターによって制作されたUGCが大量発生。

[3] 文化の定着・発展

インド国内に普及し、更に先端的なテクノロジーと結びつくことで発展する。

[4] 本家に興味を抱く

発祥である日本のボーカロイドに興味を抱くインドのオーディエンスが登場。

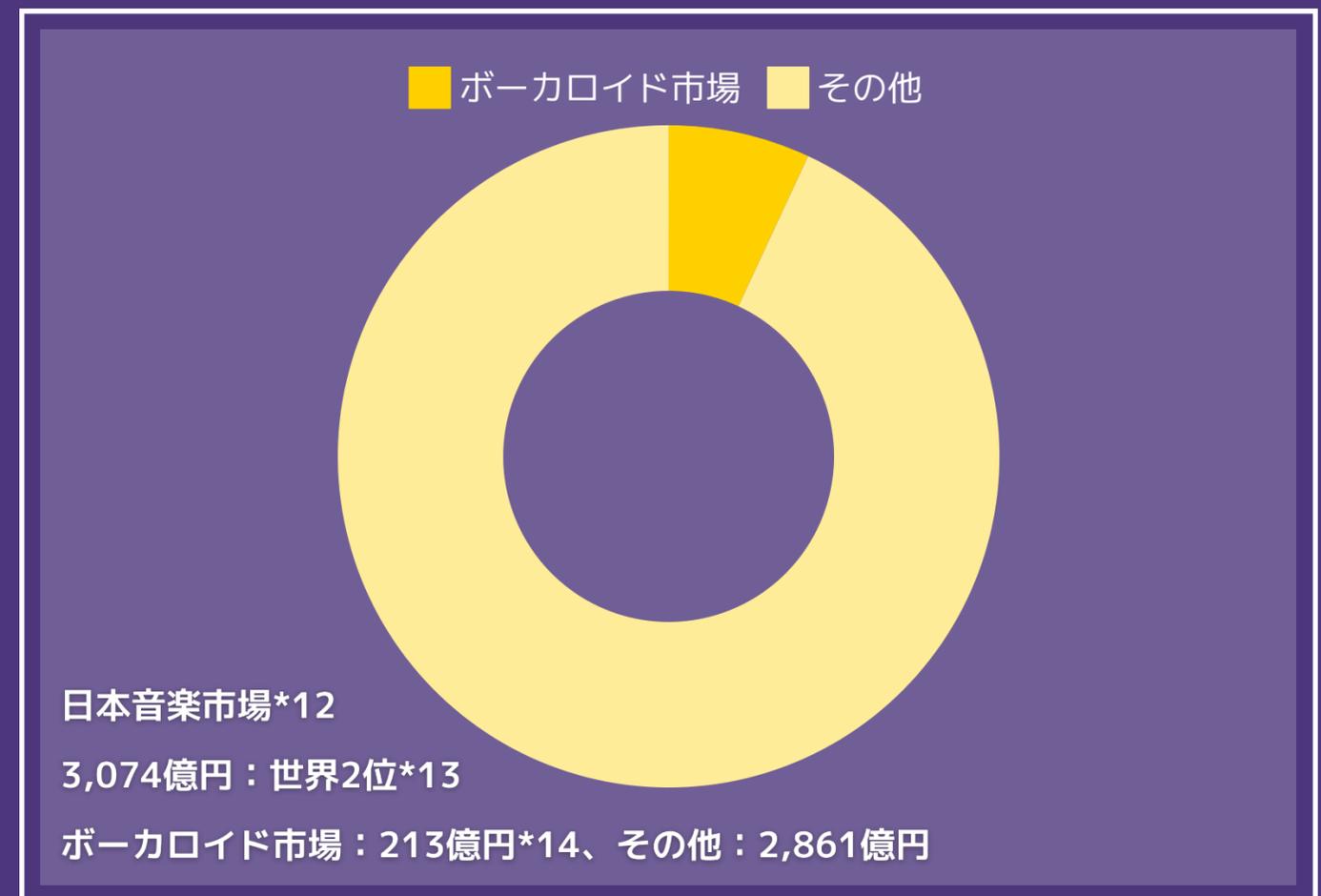
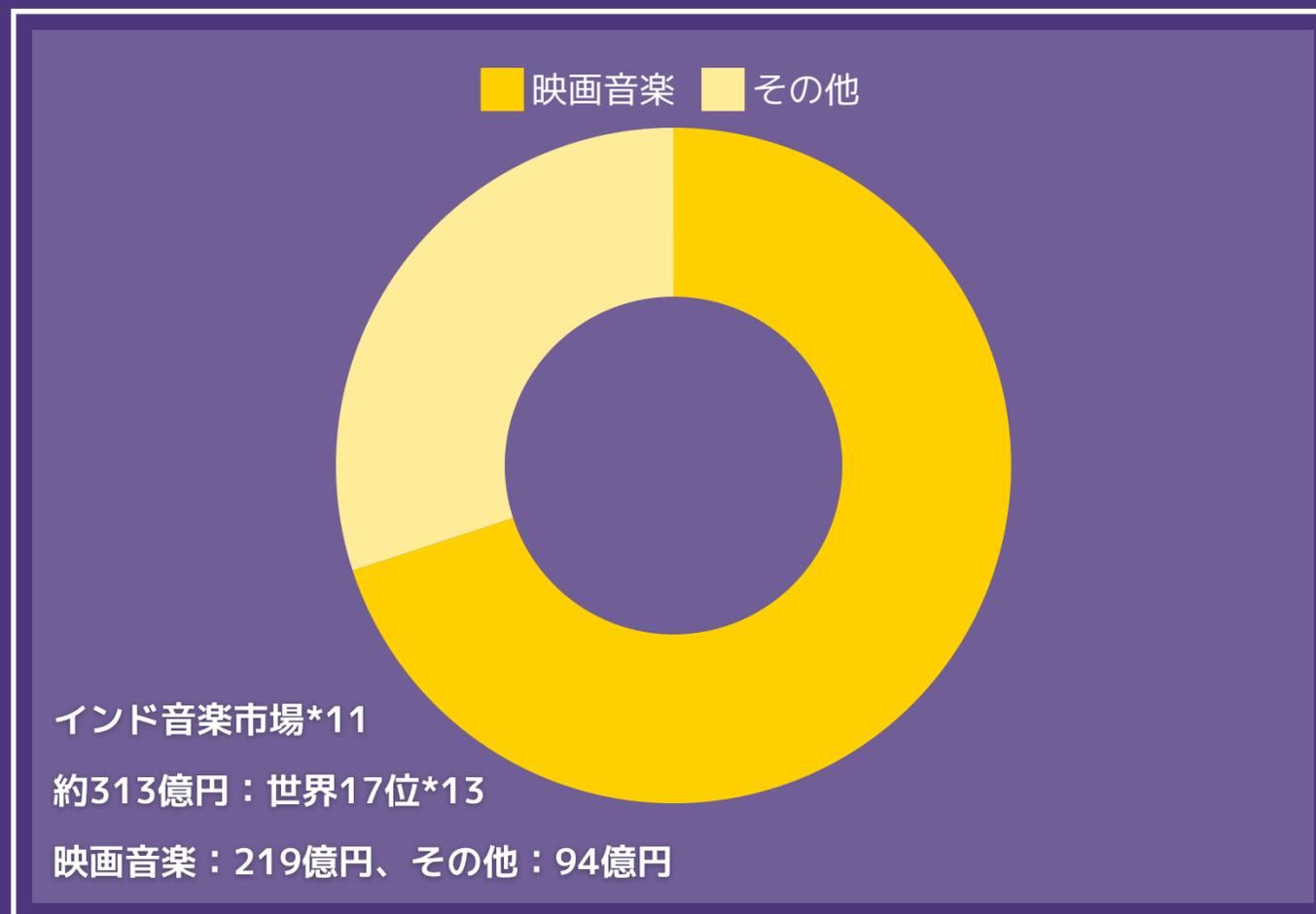
[5] ファンダムの獲得

インドに日本のボカロ文化に関するファンダムが形成される。



アイデア2：インド版ボカロで日本エンタメを知ってもらおう作戦

ボーカロイドの市場規模はインドの映画音楽市場規模と近しく、また、世界進出の加速化が目覚ましい点が共通している。さらに、インド音楽市場のうち70%は映画音楽であることから*11、声優にはインドのトップ俳優を起用することで、インド映画市場との連動性も確保できると考えた。



アイデア2：インド版ボカロで日本エンタメを知ってもらおう作戦

アーミル・カーンの画像

アーミル・カーン (Amir Khan) *15
主な出演作『きっと、うまくいく』など

アーリヤー・バットの画像

アーリヤー・バット (Alia Bhatt) *16
主な出演作『RRR』など



アイデア3：食とコラボして文化に溶け込もう作戦

インドで日本のアイドルを知ってもらうためには…？

施策①

日印コラボの新しいフレーバーを発売

施策②

A R 拡張 + リアルイベントを開催



アイデア3：食とコラボして文化に溶け込もう作戦

インド進出をする日本のアイドルは……？

ももいろクローバーZの画像



アイデア3：食とコラボして文化に溶け込もう作戦

なぜももクロなのか？

インドにはアイドル文化が存在しない
過去に48グループが進出するもなかなか受け入れられず...

↓ なぜなら価値観が異なるから...

インドのアイドル的存在=ボリウッド俳優
/ 歌も踊りも一流! \



歌・ダンスともに高い実力を持つ日本のアイドル
= ももいろクローバーZ (平均年齢29.5歳)

→彼女たちであれば、インドで活躍できるはず...!



アイデア3：食とコラボして文化に溶け込もう作戦

施策①について

日印合作のカップラーメンを両国で販売 = **CMにももクロが出演**

ではどんな商品を日印合作にするのか…？
アメリカで7月からデザート系カップヌードル「スモア味」が登場していた*17



第二弾としてインド式のミルクティー
日清カップラーメンチャイティー味を発売する



アイデア3：食とコラボして文化に溶け込もう作戦

施策②について

インドでも人気の日本発食品、日清カップラーメン
そのカップラーメンに、QRコードを添付



読み込めば目の前に日本のアイドル ももいろクローバーZが登場
しかもインド大ヒット映画『RRR』の「ナートゥダンス」を踊っている



日常生活に溶け込ませることで、広いターゲットに触れてもらう



アイデア3：食とコラボして文化に溶け込もう作戦

佐々木彩夏の画像

百田夏菜子の画像

ももいろクローバーZ
の画像

玉井詩織の画像

高城れにの画像



カップヌードル
RICH MUTTON CURRY
の画像

カップヌードル
DELICIOUS MASALA
の画像

カップヌードル
SUPER HOT
の画像

カップヌードル
SPICY CHUNKY CHICKEN
の画像

カップヌードル
SPICY VEGETABLE
の画像

*18, *19

Speaker - Akari, Haruka, Mako



アイデア3：食とコラボして文化に溶け込もう作戦

さらに、リアルイベントを開催！
14億個売り上げを記録したら…**ももクロが実際にインドに来てライブができる**
(14億は国民の人口、つまり一人一個の購入を目指す)

ナートゥダンスはもちろん、ボリウツドの映画音楽を日本語でカバーするなどのライブを開催！
日本のアイドルを知ってもらい、ファンダム文化を体験してもらおう！

+

お互いのファンの交流が生まれる



総まとめ

日本とインドの「仲介者」として、3つの日本エンタメ（①スポーツ応援文化、②ボカロ文化、③アイドル文化）のアイデアを考案し、プロジェクトの提案を行なってきた。これを実行することで、インドに日本エンタメのファンダムを新規獲得できるだろうと考えている。



こうした活動を通じて、将来的には二国の文化がより密接に関連し合い、互いに良い方向へと進展していくことを願っている。



参考資料①

- *1 16Personalities - <https://www.16personalities.com/infp-personality>
- *2 外務省 - <https://www.mofa.go.jp/mofaj/area/india/data.html#section1>
- *3 国際連合人口部 - <https://www.un.org/development/desa/pd/>
- *4 国際通貨基金 - <https://www.imf.org/ja/Publications/WEO/Issues/2024/04/16/world-economic-outlook-april-2024>
- *5 日本貿易振興機構（ジェトロ）デジタルマーケティング部ニューデリー事務所.（2022）.インドのコンテンツ産業市場調査.
- *6 Keio University Rowing Club - <https://univ.keiorowing.com>
- *7 日刊スポーツ - <https://www.nikkansports.com/baseball/news/202406030000580.html>
- *8 Wikipedia - https://en.wikipedia.org/wiki/Delhi_University
- *9 Wikipedia - <https://ja.wikipedia.org/wiki/コルカタ大学>
- *10 ヤマハ - <https://jp.yamaha.com/sp/myujin/53061.html>
- *11 日本貿易振興機構（ジェトロ）デジタルマーケティング部ニューデリー事務所.（2022）.インドのコンテンツ産業市場調査.
- *12 一般社団法人日本レコード協会.（2023）.日本のレコード産業2023.
- *13 国際レコード産業連盟（IFPI）.（2024）.Global Music Report 2024.
- *14 矢野経済研究所 - https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/3383



参考資料②

*15 Filmmarks, FILMAGA - <https://filmaga.filmmarks.com/articles/180476/>

*16 Vogue Japan - <https://www.vogue.co.jp/article/alia-bhatt-met-gala-2024>

*17 ARAB NEWS - https://www.arabnews.jp/article/features/article_123859/

*18 ももいろクローバーZ - <https://mcz-release.com/sound/idola/>

*19 Indo Nissin - <https://www.indonissin.in/pages/cup-noodles#>

