

6億人消費市場の魅力とチャンス

ASEAN成長のカギを握るマーケティング戦略とは

～市場開拓の失敗と成功からひも解く、これからの日本企業の戦い方～

プログラム

※講演内容は予告なく変更になる場合が御座います。

特別講演

13:15
-14:05

激変するASEANの事業環境

- デジタル化する ASEAN：破壊的イノベーションで大きく変わる消費者へのアクセス
- パワープレイ化する ASEAN：存在感を増す現地財閥と中国企業
- 日本企業は ASEAN をどう位置付けるべきか？

株式会社ローランド・ベルガー パートナー 諏訪 雄栄 氏

プロフィール 京都大学法学部卒業後、ローランド・ベルガーに参画。日本および欧州においてコンサルティングに従事。その後、ノバルティスファーマを経て、復職。2013年よりジャカルタオフィス在籍。製薬、医療機器、消費財を中心に幅広いクライアントにおいて、成長戦略、マーケティング戦略、市場参入戦略のプロジェクト経験を多数有する。



特別講演 II

14:05
-14:45

花王のASEAN市場開拓戦略

～これまでの軌跡から戦略と実態、成功と失敗を紐解く～

- 花王の ASEAN 市場開拓戦略
- これまでの軌跡 ～戦略と実態を振り返る～
- 現状の課題とこれからの展望

花王株式会社 コンシューマープロダクツ 国際事業統括部門 アセアンリージョン統括 兼 花王タイランド社長 瀧 博明 氏

プロフィール 1983年入社、販売部門にて家庭品（現：コンシューマー・ログ）のチェーンストア担当、店頭マーチャンダイジング担当を経て、91年に家庭品事業部門（マーケティング部門）へ異動。入浴剤、ベビーおむつ、大人用おむつ、生理用品のマーケティング担当として、多くの新製品発売に従事。04年にサニタリー事業（生理用品）アジアグループ部長、06年に花王マレーシア社長としてクアラルンプールへ赴任。5年間の駐在を終え帰国、11年にファブリックケア事業（衣料用洗剤、柔軟剤など）の国内外責任者として事業グループ長、またホームケア事業を含めた国際部長を兼務。16年から現職、バンコクへ赴任し、リージョン統括としてコンシューマープロダクツ事業を担当、同時に花王タイランド社長を兼務しながら、アセアン市場における事業拡大に携わっている。



14:45-15:00 ブレイク

主催講演

15:00
-15:40

シンガポールから始めるASEAN市場進出戦略

- ASEAN 進出を「シンガポール」からスタートすべき理由
- 人口で侮られているシンガポール市場の「ショーケース」としての威力
- 「E コマースから開始すべきだ」という幻想
- 海外戦略の巧拙は、パートナー企業選びに尽きる

JML Singapore Pte. Ltd. 取締役会長 緒方 健介

プロフィール 大学卒業後、第一勧業銀行、ソフトバンクグループ、外資系戦略ファームであるA.T.カーニー（東京オフィス）等にて海外M&A戦略の立案、実行に従事。2015年3月トライステージに入社、執行役員事業開発部長としてM&Aにより2年でシンガポール、インドネシア、マレーシア、タイ、香港へ進出。現在はシンガポール最大のテレビ通販会社であるJML Singapore Pte. Ltd. の取締役会長として、シンガポール常駐。Master of Science in Finance（ファイナンス修士）シンガポール国立大学リークアンユー公共政策大学院ASEANビジネス地政学コース修了



特別 ディスカッション

15:40
-16:30

ASEAN Marketing ～多種多様なマーケットで如何にして戦うか～

- デジタル化における消費者の変化、進化
- 成功と失敗からひも解く、マーケティングの肝
- ASEAN 市場で競争力を発揮するために～日本企業の課題と展望

花王株式会社 コンシューマープロダクツ 国際事業統括部門 アセアンリージョン統括 兼 花王タイランド社長 瀧 博明 氏

JML Singapore Pte. Ltd. 取締役会長 緒方 健介

モデレーター 株式会社ビジネス・フォーラム事務局 井内 康徳