

食品・小売・商社・運輸 向け

FUJITSU Asia Management Forum 2017

アジアで挑む事業のグローバル化と成長戦略

～日本企業の課題と実践

開催日

2017年6月7日(水)

セミナー 14:00～17:20 (受付 13:20～)

懇親会 17:25～18:30

開催会場

マンダリン オリエンタル 東京

東京都中央区日本橋室町2-1-1

セミナー会場/リンデンルーム 懇親会場/オークルーム

参加規模

50名(無料/ご招待制)

参加対象

食品・小売・商社・運輸業などにおける

海外・国際部門、経営企画部門、営業/マーケティング部門、他、各事業部門の管理職の方々

開催趣旨

40億人の巨大市場、アジア。2020年に米国、中国、日本に次ぐ市場になると予測されるASEANはじめ、世界各国から有望な投資先としてヒト・モノ・カネの積極的な進出が続き、今後は生産地から消費市場としての注目度がさらに増すことが期待されます。消費市場を牽引してきた富裕層に加え、急速にボリュームが拡大する中間層など、こだわりが強い消費者をどう取り込むのかは、アジアで成功する一つのカギとなるでしょう。

このような状況下、日系ブランドは高品質、安心安全、高いホスピタリティなどを武器に戦ってきましたが、その優位性は徐々に変わりつつあります。多くの外資系企業の参入や現地企業の技術力向上、携帯電話(スマートフォン)等の普及による商品・サービスに対するニーズの多様化が進み、また様々な文化や民族・宗教、そして経済の発展度が大きく異なる国々が集まるマーケットで世界の競合企業と戦い、成長し続けることは、容易ではありません。

当フォーラムでは、「アジアで挑む事業のグローバル化と成長戦略」をメインテーマとして、巨大消費市場の魅力とチャンス、そして市場進出や事業を拡大していく際のキーファクター、各地域の特性に応じた現地マネジメント、そして各マーケットに通じたパートナーとの関係構築など、様々な視点から事例を交えて、アジア戦略の今を検証していきます。なお、セミナー終了後に、ささやかながら懇親会を開催致しますので、お客様同士、また富士通国内・海外メンバーとの間での情報交換・懇談の機会としてご活用戴ければ幸いです。

主催: 富士通株式会社 企画・運営: 株式会社ビジネス・フォーラム事務局

 プログラム詳細・ご登録はこちらから

<http://www.b-forum.net/FUJITSU2017>

お問い合わせ先・発送元: 株式会社ビジネス・フォーラム事務局

〒101-0052 東京都千代田区神田小川町2-2 センタークレストビル9F TEL: 03-3518-6531 (受付時間 9:30～18:00 ※土・日・祝日を除きます) FAX: 03-3518-6534

14:00～14:10 ご挨拶	<p>オープニング・スピーチ</p> <p>富士通株式会社 執行役員 流通ビジネス本部長 山口 裕久</p>
14:10～15:00	<p>キーノート・スピーチ</p> <p>グローバル・アドバンテージ ～新興国市場で勝ちパターンを構築、持続する</p>
基調講演	<p>■ 新興国市場で日本企業が戦う相手 ■ 成功している企業の要諦 ■ どう勝ちパターンを構築していくか?</p> <p>早稲田大学ビジネススクール 教授 内田 和成 氏</p> <p>プロフィール 東京大学工学部卒、慶應義塾大学経営学修士(MBA)。日本航空株式会社を経て、1985年ボストンコンサルティンググループ(BCG)入社。2000年6月から2004年12月まで日本代表。2009年12月までシニア・アドバイザーを務める。2006年4月、早稲田大学院商学研究科教授就任(現職)。2007年4月より早稲田大学ビジネススクール教授。競争戦略論やリーダーシップ論を教えるほか、エグゼクティブプログラムでの講義や企業のリーダーシップトレーニングを実施。三井倉庫社外取締役、キュービー社外取締役、ライオン社外取締役など。</p> 
15:00～15:50	<p>小売業のASIA戦略</p> <p>ファミリーマートの海外事業戦略</p>
CASE 1	<p>1988年の台湾1号店を皮切りに、現在、アジア7地域にファミリーマートブランドを展開している。経済成長や個人消費の伸びが期待される地域で、現地小売の発展段階に応じた「最適なビジネスモデル」を構築し、地域のお客様の「日常生活の不便・不満を解決する近くて便利な店舗」を目指している。講演では、この29年で経験してきた具体的事例に基づき、コンビニエンスストア・フランチャイズ事業として、現地の事業を成長・成功に導くために為すべきことと、海外事業を展開するうえで持つべき視点について提示します。</p> <p>株式会社ファミリーマート 海外事業本部 海外業務部長 小林 桂 氏</p> <p>プロフィール 1994年、ファミリーマートに入社し、店長・SVを担当。2004年、店舗オペレーション部門のマネジャー。2007年、ディストリクト業務室(社長直轄部門)にてマネジャーとして現場の課題改善を担当。2010年、総務人事部人材開発Gにて、マネジャーとして社員教育システム・新卒採用を担当。2015年、四国ディストリクト副統括部長。2016年より海外事業本部に異動し、2017年3月より現職。</p> 
15:50～16:10	休憩
16:10～16:30	<p>課題と実践事例</p> <p>ASEAN展開における課題と実践事例</p>
富士通講演	<p>富士通グループは、世界100カ国以上に進出しています。アジアにおいては富士通日本と密に連携したOne Asia体制のもとで、お客様の事業をICTの面からサポートしています。今回はASEANに進出されている多くのお客様が直面される課題について、今年3月まで赴任していた経験やローカル人材育成の実践など事例を交え、現場の目線からHOTな情報をご紹介します。</p> <p>富士通株式会社 流通ビジネス本部 営業統括部長 福田 修一</p> <p>プロフィール 1986年入社。流通ビジネス営業において、小売業のお客様を担当。2012年よりタイに駐在し、ASEANにおける日系企業向けビジネスの営業総責任者として、日本との強力な連携のもとに現地事情を考慮した、地に足の着いたお客様サポートに取り組み。2017年4月より現職。</p> 
16:30～17:20	<p>ASEAN成長戦略</p> <p>味の素グループにおける海外食品事業戦略</p> <p>～「おいしく食べて、健やかな生活」を世界へ</p>
CASE 2	<p>新興国市場開拓のパイオニア、味の素グループ。現在、28の国・地域で、食品やアミノ酸、医薬品など、さまざまな事業をグローバルに展開、海外進出は、100年前の1917年にさかのぼる。“Eat Well, Live Well.”とともに、各国の生活者に密着し、徹底した現地適応で事業展開を進めている。食習慣や文化、そして経済の発展度が大きく異なる国々が集まるマーケットで、どのように事業を拡大してきたのか。味の素グループのグローバル展開を支える海外食品部長の寺本氏が、そのキーファクターを紹介します。</p> <p>味の素株式会社 食品事業本部 海外食品部長 寺本 博之 氏</p> <p>プロフィール 1989年 味の素株式会社入社。95年 食品部 家庭用販売グループ(家庭用マヨネーズ製品メーカー)、2000年 インドネシア味の素社(支店販売責任者 兼 飲料事業責任者)。06年 広域営業部(開発営業グループ CVS家庭用製品販売責任者)。09年 ベトナム味の素社(販売・マーケティング・製品開発責任者)。13年 海外食品部 各ビジネスユニット責任者を経て、2015年より海外食品部長。</p> 
17:25～18:30	懇親会