

ASEAN Marketing Strategy 2018

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～



開催日時

2018年7月17日(火) 13:15～16:30(受付 12:45～)

開催会場

野村コンファレンスプラザ日本橋(東京/日本橋)

〒103-0022 東京都中央区日本橋室町2丁目4番3号 日本橋室町野村ビル5F

アクセス

・東京メトロ銀座線・半蔵門線「三越前」駅(A9出口直結) 徒歩1分
・JR総武本線「新日本橋」駅 徒歩3分(駅地下道よりお越しいただけます)

参加規模

100名(無料/事前登録制)

参加対象

ASEAN市場開拓に課題をお持ち、または、進出をご検討の企業における
経営者、役員、海外事業、海外営業・マーケティング・通販事業部門をご担当の管理職の方々

※申込み多数の場合は抽選とさせていただきます。※参加対象外の方のお申し込みはお断りさせていただく場合がございます。

開催趣旨

近年、総人口6億人を有する東南アジアの経済は著しい高成長を遂げています。過去10年間でGDPの規模が約2倍へと拡大しました。シンガポール、マレーシア、インドネシア、タイ、フィリピンといった東南アジアの5大経済国だけでなく、ベトナムや、ミャンマー、カンボジア、ラオス等、中小経済国の成長も目立ってきています。間違いなく注目の市場でこの巨大市場に日本企業は上手く入り込めているのでしょうか。

ASEANと一口に言っても、国ごと・都市ごとにその文化や習慣、特性は大きく異なり、それに伴ってヒットする商品のトレンドや重視する機能は異なります。的確に国ごとの消費市場を捉え、合致した流通/販売チャネルを構築していくことは、市場開拓を進める上で重要な要素となります。その文化や市場の違いを理解しながら、各現地に根差したマーケティングを実践し、マーケット開拓に成功している企業と、失敗に終わってしまっている企業では、その戦略にどのような違いがあるのでしょうか。

今回のセミナーでは、ASEAN市場開拓の実践者の方々、有識者の方にご登壇頂き、過去の成功と失敗を振り返りながら、ASEAN市場を捉え直し、日本企業がこれから取るべきマーケットの攻め方を考察して参ります。

主催：株式会社ビジネス・フォーラム事務局 JML Singapore Pte. Ltd. 株式会社トライステージ



プログラム詳細・ご登録はこちらから

www.b-forum.net/ams2018

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)

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ございます。

特別講演

激変するASEANの事業環境

13:15
-14:05

- 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

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～

14:05
-14:45

- 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:コンシューマープロダクツ)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、ペーパーおむつ、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

シンガポールから始めるASEAN市場進出戦略

15:00
-15:40

- 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

ASEAN Marketing ～多種多様なマーケットで如何にして戦うか～

15:40
-16:30

- 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