

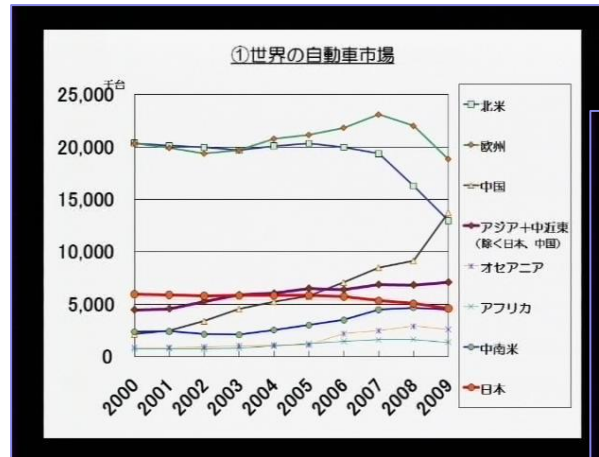
市場としてのアジアへの挑戦 全3回 (講師: 恩田達紀・池上一希)



【コンセプト】

世界の半数以上の人口を抱えるアジア。BRICs で一躍世界の注目を集めた中国やインドだけでなく、インドネシアやベトナムも急成長を遂げています。しかし、関心の高まりとは裏腹に「市場」としてのアジアは、まだまだ未開の地だと言われています。同じアジアにありながら、欧米中心に展開してきた日本企業にとって先進国の常識が通用しない新興アジアは、近くて遠い市場。韓国企業、欧米企業に大きく水を空けられてしまった「市場」としてのアジアへの距離を縮める術はあるのでしょうか。かつての生産拠点から巨大な消費地へと急速に変化してきたアジアについて、その市場としての魅力、これからアジアに進出しようとする企業が直面するであろう課題の克服方法について全3回にわたって解説します。(講義時間 合計3時間)

【講義映像より】



市場としての優位性比較例 as of June 17, 2009 Confidential

	小売業態制限	A出資制限 (%MAX)	B品目制限	C地域制限	D店舗数制限
■中国	Non	100%	Non (×複業など)	Non 注意: 通用面	Non
■タイ	Non	49% 二段階出資可	Non	Non 注意: ノーリンク規制	Non
■ベトナム	Non	100%	Non (×煙草、一部食品など)	Non 注意: 通用面	要注意 2店目以降ENT
■ドバイ	Non	49%	要注意 (ハラル食品/モスリム)	Non	Non
■インド	Not permitted	C&C or Single brand 51%	要注意 ヒンズー&モスリム	要注意	要注意

Copyright © J. S. Miller Research

【テーマ】

第1回 市場としてのアジアへの挑戦(1)

第2回 ベトナム市場に学ぶ成功の鍵

第3回 インドネシア市場の機会と課題
 ゲスト: 藤井真治氏
 (元トヨタアストラモーター 副社長)