

2012年7月18日号 掲載

毎月第1・3火曜日 発行

トランスエージェント

赴任者対象に中国経営塾を開催
平沢健一氏、徐向東氏が熱弁振るう

トランスエージェントの現地法人、上海創志企業管理諮詢が7月5日、中国駐在員を対象に「中国ビジネス経営のツボをおさえる! 中国経営塾」と題するセミナーを上海市内で開催した。中国赴任者教育の第一人者と称されるG&Cビジネスコンサルタント代表の平沢健一氏、中国内販に詳しい中国市場戦略研究所所長の徐向東氏が、中国現地法人経営の重要ポイントや中国市場にモノを売る秘訣などを伝授した。

徐氏は、日系企業の内販成功のカギを議題に講演した。日系企業の内販で富裕層を販売対象として位置づける傾向が強いが、その層は日系企業が強みとする機能性より、嗜好性を重視する層であるため、それよりも圧倒的ボリュームゾーンである中流層を対象にし、その中で自社のポジショニングが成否を分けると指摘。また、内販ではまだ商品知識が少ない消費者が販売対象になるため、細かく機能性を紹介するより、まず消費者がパッと見てすぐに商品コンセプトが分かるようなパッケージやプロモーションが肝要になると述べた。

また、大型商業施設への出店はあくまで知名度アップを目的とした広告としての位置づけで、利益を出すには複数の販売チャネルの開拓が不可欠となると提言。さらに、中国で成功している日系企業は、各地方別に異なる製品を販売する資生堂や、内装工事とセットにした販売を展開する日本ペイントなど、中国において日本とは異なる独自のビジネスモデルを構築している企業が多いと解説した。

平沢氏は、中国経済の概況や自らの中国

駐在経験を通じた総経理としての留意点を解説。自身がこれまで米国、欧州で駐在した経験も含め、中国ほど個人の力量次第で人脈をいくらでも広げられる国はなく、中国赴任は自分自身を成長させることのできる絶好のチャンスと切り出した。人脈作りでは、中国語はもちろん、中国の歴史、文化、習慣、地理を深く学び、日本人で固まらず、積極的に中国人と交流していくことが必要だと語った。

また、中国でビジネスを展開する上で、日系企業特有の勤勉、チームワーク重視、現場主義、顧客主義といった残すべきものと、賃金と仕事の不均衡、行き過ぎた管理意識、前例主義、減点主義などの捨てるべきものの線引きをより徹底すべきだと言及。さらに、中国を日中関係だけでなく、アジア、世界からの視点で見た上で、今後の企業の成長戦略を描いていく重要性を強調した。



中国経営塾には17名が参加した

参加企業(日本本社名・順不同・敬称略)

キリンビール株式会社/太陽化学株式会社/三井金属鉱業株式会社/株式会社資生堂
ニチアス株式会社/株式会社小松製作所/三井倉庫株式会社/株式会社大塚商会
トヨタ自動車株式会社/株式会社伊勢半/菱電商事株式会社/味の素株式会社 他

TRANSAGENT