

2016年11月8日
中央大学ビジネススクール 研究科長 中村博

The 2nd Asia Consumer & Shopper Insight Round-Table Conference

秋冷の候、貴社、ますますご清栄のことお喜び申し上げます。

さて、The 2nd Asia Consumer & Shopper Insight Round-Table Conference を下記の要領で開催いたしますのでご参集いただければ幸いです。

The Asia Consumer & Shopper Insight Round-Table Conference は、主として東アジアの市場の消費者やショッパーの理解を深め、適切なマーケティングを展開するための示唆を得るために実施される懇談会です。

東アジアの国々は経済成長率が非常に高く、中産階級も増加しており、少子化・高齢化がますます進行する日本にとって日本の商品の魅力的な市場となりつつあります。また、インバウンド需要の増加にともない、東アジアの国々のショッパーの日本商品の購入経験率が上昇し、高品質な日本商品（クールジャパン）の魅力が認識され始めています。

しかしながら、日本企業の商品の東アジアにおけるシェアは必ずしも高くなく、P&G やリーバーあるいはネスレといったグローバル・メーカーの後塵を拝しているのが現状です。これは、日本企業が自社商品をディストリビューター任せにしている、あるいは、店頭データが把握できていないために売り方がわからないなど東アジアの流通および消費者・ショッパーのインサイトを十分に把握できていないことが主たる理由の一つであると思われまふ。今後、東アジアの消費者やショッパーのインサイトを正確に把握することが重要であることはいうまでもありません。

この度、中央大学ビジネススクール(CBS)では中国の成都でスーパーマーケットのビジネスを展開するイトーヨーカ堂(中国)の中国における小売ビジネスの現状を検討するとともに、インバウンド需要に対応するための施策(沖縄における実証実験)について検討します。

これを機会にぜひご参加いただきますようお願い申し上げます。

敬具

<The 2nd Asia Consumer & Shopper Insight Round-Table Conference 実施要領>

1. 日時:2016年11月29(火)18:30~20:30
2. 会場:中央大学ビジネススクール
(中央大学後楽園キャンパス 3号館3階 3300 教室)
3. 報告テーマおよび報告者:
「アジアにおけるイトーヨーカ堂の戦略-主としてサプライヤーとの取り組み事例」

イトーヨーカ堂(中国)投資有限公司
董事長 三枝富博

「インバウンド需要への対応:沖縄県のインバウンド客にたいする店頭対応の実証実験を中心に」

(株)アイディーズ
代表取締役社長 山川朝賢

4. 参加費:無料

5. 後楽園キャンパスへのアクセスガイド

東京メトロ丸ノ内線・南北線『後楽園駅』から徒歩 5 分

都営三田線・大江戸線『春日駅』から徒歩 7 分

JR 総武線『水道橋駅』から徒歩 15 分

http://www.chuo-u.ac.jp/academics/pro_graduateschool/business/access/

