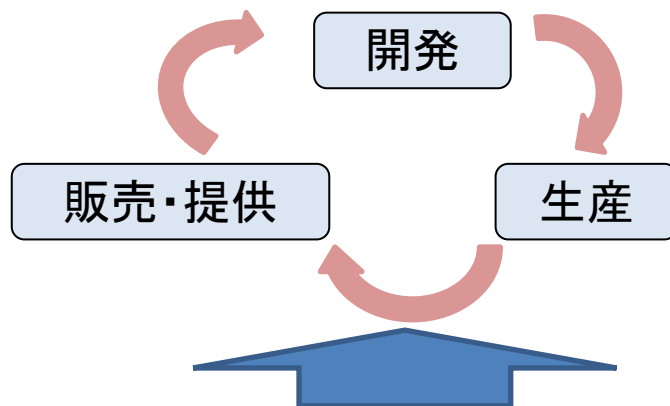


中国内販のために求められる戦略

—「中国内販に成功している事例調査報告書Ⅲ」(2012年5月)のポイント—

中国市場に対応した経営サイクル(開発—生産—販売)の好循環

現地法人18社への詳細なインタビュー記録



「報告書Ⅱ」(2011年5月)で示した12の戦略

他者に頼り切らず、自ら中国の人々や社会と向き合う

自らが責任感を持って中国社会の中に入り込む

代理店に頼り切らず、自ら生きた情報を収集・活用する

社会倫理の遵守により真の信頼を得る

<中国進出を検討中の事業者に対するメッセージ>

- ①3年～5年程度事業を継続できる資金力が必要
- ②業種によっては人件費の高騰等によりコスト低減は期待できない
- ③日本・日系企業向け事業を軌道に乗せてから、非日系企業・非日本人向け事業展開という戦略も有効
- ④実際に中国に来て体験的に見聞してみるべき、進出候補地は上海に限られない
- ⑤海外進出により日本の親会社も成長し得る