



2012年7月25日

WIP ジャパン株式会社

新興市場での効果的なマーケティング—その2

～イエローページとWEBサイトがポイント～

グローバルビジネス支援サービスを提供するWIP(ウィップ)ジャパン株式会社(本社:東京都千代田区、代表取締役:上田輝彦ジェームズ、以下、WIP ジャパン)では、世界89か国・411都市という日本最大級の自社ネットワークをフルに活用して、海外進出や海外向けEコマースに必須の多言語マーケティング・サービスを提供。多くのお客様の海外進出を支援しています。

ミャンマーは、軍政から民政への移管に伴い、ポスト・ベトナムの新興市場として世界中の注目を集めています。アメリカ企業も例外ではありません。たとえばコカ・コーラ社もミャンマー進出の準備を進めています。ミャンマー進出が実現すれば、同社が進出していない海外市場はキューバと北朝鮮のみになります。コカ・コーラ社はミャンマーでの生産販売が本格化するまでは当分の間、近隣諸国の事業部門から製品を輸入する形でミャンマーでの事業展開を行う計画です。

これまでミャンマーでは自動車の輸入は厳しく制限されてきました。今回、輸入許可証の発行制限が大幅に緩和されたことを受け、ミャンマーの中古車市場が活気づいています。同国での中古車販売台数は年間80万台になると見込まれていますが、これはタイにおける新車販売台数に匹敵します。特にブランド力で優位に立つ日本車が人気です。いまのところミャンマーの自動車市場では中古車の輸入販売が中心ですが、新車の輸入が加速するのも時間の問題だと見られています。

ミャンマーでは、マーケティングツールとしてソーシャルメディアを活用するには無理があります。実際、Facebookが解禁されてからまだ日が浅いですし、インターネットユーザーも11万人と、隣国バングラデシュの50分の1程度です。過去のマーケティング・データもほとんどないのが実情です。このような場合には、近隣の新興市場でのマーケティングを参考にデータの収集・調査を行うことが効果的です。たとえば、バングラデシュにおける例では、イエローページ(職業別電話帳)や企業WEBサイトの活用であり、実際に強力な武器となっています。

イエローページを使えば、ネピドー(旧都ヤンゴン)だけで6万社がチェックできます。しかし、バングラデシュの場合にも言えることですが、競合企業や提携企業候補のリストアップ自体は、WEBサイトやイエローページからもある程度は可能ですが、実際の企業規模や商品等については漠然とした情報しか集められません。やはり、現地の調査員による詳細なデータ収集が不可欠です。そうしたデータを通して、ミャンマー進出のグランドデザインが構築できるのです。

当社では、新興市場を対象にした調査はもちろん、海外進出に必要なマーケティングのサポートや、さまざまな情報をお客様に提供しています。



■WIP ジャパン株式会社について：

2000 年に設立された WIP ジャパン株式会社は、海外リサーチ・マーケティングコンサルティングや多言語翻訳などのグローバルビジネス支援(Global Business Support:GBS)サービスを提供しています。顧客には、多言語で様々な情報を発信・伝達・入手する必要のある約 4 千社以上の企業、政府組織、研究機関が含まれます。

<http://japan.wipgroup.com>