

グローバル・マーケティングの定石①

台頭するグローバルサウス市場における 参入戦略立案の具体的方法

株式会社 gr.a.m コンサルタント

常盤 遼平



目 次

概要	1
はじめに	1
1. なぜ今、グローバルサウス市場なのか	2
(1) グローバルサウスの定義	2
(2) グローバルサウスが国際社会で注目されている 2 つの理由	2
2. 進出先を見極めるための国別評価の視点とは	4
(1) 前提：ゴールの明確化	4
(2) 市場魅力度の評価	4
(3) CAGE 分析	4
(4) 海外マーケットの参入形態	6
3. 市場参入戦略を立案するための 6 つの実践ステップ	6
(1) 現地チャネル構築までの全体フロー	6
(2) 各ステップにおいて答えるべき問い	7
(3) ステップ 1 市場環境の可視化	8
(4) ステップ 2 競争環境の可視化	10
(5) ステップ 3 消費者の可視化	11
(6) ステップ 4 産業構造・流通環境の可視化	18
(7) ステップ 5 ディストリビューターの可視化	21
(8) ステップ 6 法規制の把握	23
おわりに	25

概要

アジア／アフリカ／中南米といったグローバルサウス市場は、人口構造／経済成長率／デジタル普及等多くの面でこれからの消費市場の中心となっていくエリアだ。一方で国／地域ごとに事情が大きく異なる複雑性／流通チャネルの独自性／消費者インサイトの多様性／法規制の参入ハードルの高さ等の理由から多くの企業にとっては重要なのに難しい市場でもある。

本日は新興国を中心としたグローバルサウス市場への参入を検討する FMCG 企業向けに、国／市場選定から、参入時のマーケティングリサーチについて体系的に解説。市場、競合、チャネル、パートナーといった観点でのリサーチ技法と実務に直結する戦略立案の方法を解説する。

■ポイント

市場参入戦略／ターゲット市場分析／消費者インサイト／競合ベンチマーク
ディストリビューター戦略／法規制対応／チャネル構築／ビジネスモデル策定
市場環境の可視化／流通構造調査／市場ポジショニング／エリア別戦略設計
ペルソナ分析／マーケットセグメンテーション／戦略的パートナー選定

はじめに

はじめに gr.a.m 社が所属するクロス・マーケティンググループについて紹介する。クロス・マーケティンググループは東証プライム市場に上場している国内外でマーケティングリサーチのサービスを提供している会社であり、創業は 2003 年と後発ではあるが世界 10 カ国 20 拠点で事業を展開している企業となっている。

gr.a.m 社はデータマーケティング事業／インサイト事業に係る、主に産業調査／日系企業の海外支援事業等をメインで行っている。クロス・マーケティング社は一方で消費者調査を行っている。(図 1)

図 1



©Cross Marketing Inc.

続いて自己紹介をする。gr.a.m ではコンサルタントを務めている。コンサルタントとして、大小合わせて毎年 50 件前後の産業調査や海外進出支援を行っている。特にアジア、中南米での消費財系の調査を多く行っている経験から、本日のセミナーを企画した。

1. なぜ今、グローバルサウス市場なのか

(1) グローバルサウスの定義

さまざまな定義でグルーピングがされているものの、一般的にグローバルサウスの主要国と呼ばれている国は図2の通りである。北半球に多い先進国アメリカやヨーロッパと比較して南半球に位置するアジア／アフリカ／中南米などの新興国や発展途上国の総称として用いられる名称となっている。

図2

地域	国
アジア	中国、インド、インドネシア、マレーシア、モンゴル、パキスタン、フィリピン、タイ
太平洋	フィジー、サモア
中東・アフリカ	南アフリカ、サウジアラビア、エジプト、エチオピア、イラン、イラク、ケニア、リビア、ナイジェリア、アラブ首長国連邦
中・南アフリカ	ブラジル、アルゼンチン、チリ、キューバ、ペルー、ウルグアイ
ヨーロッパ	ボスニア・ヘルツェゴビナ

➢ グローバルサウス(Global South)とは、インドやサウジアラビア、インドネシア、イランをはじめとするアジア・アフリカ・中南米などの新興国や発展途上国の総称として用いられる。グローバルサウスの多くが南(south)半球に位置していることが名称の由来である。

©Cross Marketing Inc.

地図に表すと図3の様に赤色の地域がグローバルサウスだ。特に本日のセミナーでは日系企業の進出も増えているインドに焦点を当て海外企業の事例も含めて話をする。

図3



©Cross Marketing Inc.

(2) グローバルサウスが国際社会で注目されている2つの理由

① 名目 GDP シェアの予測

図4は GDP のシェアの予測であり、地域ごとの比率を表している。2050 年にかけて世