

テーマ

「インドにおける日本企業の グローバル・マーケティング実態研究」

2019年2月28日提出

大石芳裕

明治大学経営学部・専任教授

ag00017@meiji.ac.jp

概要

- 日時 2019年2月3日～2019年2月13日
- 場所 インド（デリー・グルガオン・ベンガルール・マニパル）
- 学生 12名
- 訪問先 企業9社、大学1, 家庭訪問2
紫紺会（明治大学OBOG会） 1

目的と成果

■ 目的

人口が13億人を超え、平均年齢が28.4歳と若いインドはGDP年成長率が5~7%と高く、注目の市場となっている。その中で日系企業はどのようなマーケティング活動を行っているのかを調査し、学生が将来グローバル人材になるためのヒントを得ることを目的とした。

■ 成果

一人を除いてインド初訪問の学生の大半は、「インドは怖い」というイメージを持っていたが、実際に現地を訪れそれは杞憂であったことを理解した。まさに「百聞は一見にしかず」である。また、企業の方や紫紺会のOBOGの方から多くの示唆を得て、「将来自分たちが頑張ろう」と強く感じたことは大きな成果である。

スケジュール

2/03 (日) 成田空港発→デリー空港着

【デリー・グルガオン】

2/04 (月) OC グローバル (デリー)
ダイキン (グルガオン)

【ベンガルール】

2/05 (火) 日清食品
2/06 (水) TKM (トヨタ)、電通
2/07 (木) MUJI、ベンガルール小売業調査

【マニパル】

2/08 (金) ベンガルール→マンガロール→マニパル移動
マニパル大学、マニパル印刷
2/09 (土) 家庭訪問2、マニパル→マンガロール→ベンガルール→デリー

【デリー】

2/10 (日) デリー小売業調査、紫紺会との会合
2/11 (月) アグラ観光 (タージマハール、アグラ城)
2/12 (火) 博報堂、マルチ・スズキ

2/12 (火) 深夜デリー空港発
2/13 (水) 成田空港着

10:00~12:00

OC グローバル<Oriental Consultants Global>は日本の大手建設コンサルティング会社である。インフラ投資の著しいインドに進出し、主にODA関連の仕事をしている。B to BやB to Gならではのマーケティングの難しさを伺った。



15:00~17:00

ダイキン訪問は、引率者としては3回目となる。インドのエアコン市場で強い競争力を持つダイキンがどのようなマーケティングを行っているのか、詳しく伺った。かつてよりインド生産が増えており、地域毎のマーケティングも精緻になっていた。



9:30~12:00

ホテルからデリー空港に向かい、デリー空港からベンガルール空港に到着した。そのまま迎えのバスに乗り、日清食品へ移動した。ベンガルールもデリー・グルガオンに負けず劣らず交通渋滞が凄い。インフラ不足は通勤や物流に大きな影響を及ぼしている。



14:30~16:30

日清食品は1988年にJVでインド市場に参入し、1991年には工場を設立している。その後JVを解消したり、販売委託を解消したりして、自前でディストリビューション活動を行うようになった。今後大きく成長すると見られるカップ麺ではNo.1のブランドになっている。



10:00~12:00

TKM (TOYOTA KIRLOSKAR MOTOR PRIVATE Ltd.)はトヨタのインド拠点であり、ベンガルール郊外にある。第1工場、第2工場、それに全寮制の工業高校やディーラーにおけるサービス員育成機関などを併設している。世界戦略車であるカローラやIMVであるイノーバ、インド向け開発されたエティオスなどを生産・販売している。



15:00~17:00

電通、正確にはDentsu Aegis Network India Pvt.Ltd. (DAN) の傘下に電通インドアを含む26社がある。電通インドアは自動車ではTKMを担当している。海外では広告代理店は1業種1社しか担当できない。DANはインドではWPPに次ぐ2番目の広告代理店である。



9:00～11:00

MUJIは現在インドに4店舗あり、ムンバイに1, デリーに2、そしてここベンガルールに1ある。ベンガルール店はムンバイ店に続く2号店である。近代的VRモールの中にあリ、隣はH&MやForever 21などが開店している。朝礼中に従業員に詳しく話を聞くことができ、MUJI愛を強く感じた。



午後、小売業視察

VRモール内部



隣接するPhoenix Market City



2:00～16:00

ホテル→ベンガルール空港→マンガロール空港→（大学からの迎いのバスで）マニパル大学訪問。大学の歴史を映像で拝見した後、MITと経営学部を訪問。前者ではMITのトップと会談、後者では引率者の特別講義の後、明治大学の学生によるプレゼン、学生同士の話し合いを行った。



16:00～17:00

マニパル大学ではDr. Harikrishna Bhatとその奥様に出迎えていただき、大学訪問後、インドで最大の印刷会社・マニパル印刷を訪問させていただきました。『ハリーポッター』、『Oxford Dictionary』のインド版もここで印刷されている。紙質・写真も綺麗で、世界の著名雑誌があちこちにあった。



9:00～11:00

Dr. Harikrishna Bhatの自宅（上位中間層）とそのお手伝いさんの自宅（下位中間層）を訪問させていただいた。前者もすぐ近くの後者もジャングルの中にあるが、前者は立派であり後者も予想以上に綺麗であった。



15:00～20:00

マニパルからデリーまで移動。再び大学のバスでDr. Bhatの自宅からマンガロール空港へ向かい、そこからベンガルール空港でトランジットしてデリー空港まで飛んだ。ホテルに辿り着いたのは22時過ぎていた。

インドでの食生活および長旅、強行軍の調査ということで体調を崩す者も多くなったが、学生はインドでの生活やインド料理を結構楽しんでいるようだった。本当は中日をとって休ませたかったが、曜日の関係で月～金はギッシリ詰めてしまった。引率者の反省点である。

午前～19:00

既に企業7社、大学1、家庭訪問2をこなし、かつ長距離の移動を繰り返したので、この日は自由に「小売業視察」をするようにした。数名のグループに分かれ、ウーバーを利用してデリー市内の小売業を回り、見聞を広めることにした。引率者は学生3名とオールドデリーを見た後、南の方に最近できたSelect Citywalkの見学へ行った。MUJIもあって見学した。



19:00～22:00

デリー紫紺会との会合をコノートプレイスにある富士レストランで開催した。明治大学OBOGが14名も集まって、文字通り歓待していただいた（費用も先輩達が支払い）。デリー紫紺会としても初めての後輩受け入れということで、大変喜んでいただいた。また、学生も大学の先輩から生きた知識を学べて、良い機会になった。



2/11 (月)

1週間、休みなく調査に走り回っていたので、この日はアグラ観光。インドを訪問したら一度は行きたいと願う「タージマハール」や「アグラ城」を見学した。ただ訪問するだけではもったいないので、全員サリー／クルタ・パジャマという民族衣装に着替えて歩くことにする。タージマハールやアグラ城を歩いていると、必ずインドの人から「一緒に記念撮影させて」とお願いされる。これもよい国際交流。「どこから来たの?」、「何回目?」といったちょっとした会話でも、インドの人と直に触れることは貴重な経験である。



10:00～12:00

博報堂訪問。まずインド市場の魅力と課題を客観的に分析した上で、どのようなコミュニケーション戦略を採るべきかを解説いただいた。SNS等のデジタル戦略の重要性は当然だが、意外にも自社サイトとリアルなショールーム（店舗）の重要性を強調されたのは刺激的であった。



15:00～17:00

マルチ・スズキ本社訪問。インドの乗用車市場で50%超の市場シェアを誇るマルチ・スズキのマーケティング戦略について詳しく伺った。「消費者ニーズに耳を傾けた製品戦略」や「国中に張り巡らされたディーラー網とサービス拠点」がとりわけ強みであることが理解できた。



2/12 (火) ~2/13 (水) それに..

2/12 (火) のマルチ・スズキ訪問で、フィールドスタディD (インド調査) のすべてのスケジュールが終了した。同日深夜、日本で所用のある学生1名と引率者はデリー空港から帰国の途につき、翌2/13 (水) の午前中に成田空港に到着した。残りの学生11名は、エクスカーションとしてスリランカ訪問し、2/17 (日) の午前中に成田空港に無事到着した。

今回の調査スケジュール「も」タフであったが、せっかく高いお金を出し、大学やJASSOから補助金も頂戴して行くのだから、目一杯調べてやろうと学生は皆頑張った。初めての海外、初めてのインドという学生も多く、下痢や風邪など体調を崩す者もいたが、幸いにも大事に至らず、全員揃って調査を完了することができた。

全体の責任者を務めた学生、企業調査全般を統括した学生、それぞれの企業・大学を担当した学生、それぞれが自らの仕事を完遂し、それだけでも大きく成長したのではないかと思われる。

最後に、名前を挙げるのは控えさせていただくが、インドでお世話になった多くの方々に心より御礼を申し上げたい。