

2024年度フィールドスタディ・地域活性化論実施報告(ホームページ掲載)

科目名	フィールドスタディD	教員名	原田 将
実習先	マレーシア・クアラルンプール		
実習期間	2025年2月26日(水)～2025年3月4日(火)		
テーマ	タイ市場における日本企業のマーケティング戦略の実態調査		

目的(実習のねらい):

事前学習・調査・事後学習を通じて、クアラルンプールにおける日本企業のマーケティング戦略の特徴ならびに課題を学ぶことが、本講義の目的である。同時に、グローバル人材に必要な能力を知ることが目的である。

実習報告:

事前学習では、学生はグループに分かれ、各グループで訪問先企業を決めアポイントを取った。今回は、マレーシア・クアラルンプールに所在する企業を対象に訪問することになった。事前学習をもとに質問票を作成し、それを訪問先企業に送付した。帰国後、訪問先企業に確認を取りながら、調査結果を報告書にまとめこの講義を終了した。

詳細は次の通りである。

2/27(木) ユニ・チャーム・マレーシア訪問

日用品メーカーのユニ・チャームを訪問した。工場、流通、本社を訪問し、マレーシアの日用品(とりわけ新生児用おむつ市場)の生産、販売、マーケティング戦略に関する諸問題について教えていただいた。

2/28(金) マレーシア味の素訪問

マレーシア味の素を訪問し、マレーシア市場でのマーケティング戦略について学んだ。競合との差別化、チャネルへの対応など、同社が取り組んでいるマーケティング戦略について教えていただいた。また、併設してある工場を見学させていただいた。

3/1(土) Malaysian International Furniture Fair 訪問

東南アジア最大の家具展示会である Malaysian International Furniture Fair を訪問し、日本メーカーの海外ビジネスにおける諸課題について教えてもらった。また、日本ブースがどのようにしたら存在感が増すのかについても議論を交わした。

3/2（日） 現地流通視察

現地の流通の仕組みについて、フィールドスタディを実施した。

3/3（木） マレーシアトヨタ訪問

マレーシアトヨタを訪問、同社のマーケティング戦略や営業戦略について学んだ。ASEAN 戦略におけるマレーシア市場の位置づけから、電動化への対応など様々な問題について教えていただいた。

成果：

以上のように本講義では、事前学習・調査・事後学習を通じて、マレーシア市場の日本企業のマーケティング戦略について学習した。学生は、今回の講義を通じて、マレーシア市場における日本企業のマーケティング戦略の実態だけでなく、海外駐在員の役割やビジネスマナーなど多くのことを学んだと思われる。通常の座学の講義では経験することができない貴重な学習の機会であった。

本講義は、訪問企業の協力なしでは実現できない。改めて訪問先企業の方々には感謝申し上げます。

以上

原田 将 専任教授