

本気で中国を狙うなら親日の台湾に行け！海外で勝てるビジネスモデルを台湾でつくる8つのノウハウ

本気で中国  
を狙うなら  
親日の  
台湾に行け！

台湾ビジネスコーディネーター  
新家 章秀

ごきげんビジネス出版

海外で勝てるビジネスモデルを  
台湾でつくる8つのノウハウ

発売日: 2015年10月30日  
出版: ごきげんビジネス出版  
著者: 新家 章秀  
ページ: 90  
PDF

海外のアパレル事業では国によって気候も顧客体型も異なり、日本と同じアイテム・サイズでは売れません。

また組織作りや給与体制・商品企画開発から在庫の売り切り業務も違いがあります。本書では台湾進出後、即成果に繋げることができるよう準備の段階で台湾と日本の違いや海外事業の軸となる考え方を解説しています。

また第5章「台湾アパレル事業を最短時間で軌道に乗せる8つのノウハウ」では、「組織作り」「優秀な人材の確保」「職場の規則」「商品開発」「商品調達」「販促活動」「店舗運営・管理」「ネット通販」について台湾事業で軌道に乗せるためのノウハウとして主な業務のキーワードをまとめています。

## 【目次】

第一章「はじめての海外進出は台湾が最適」  
日本と同じ時期に同じ商品が売れる「台湾の気候」  
日本と同じ商品で売れる「台湾人の体型」  
海外進出のヒントは、訪日台湾人旅行者から聞け！  
「台湾＋香港」の最強タッグで中国大陆への進出  
南から攻める中国戦略  
〔コラム〕『現地パートナーと仲良くなる方法』

第二章「台湾市場は海外事業の縮図という認識を持つ」  
日本本社と海外現地法人のギャップ  
「大きなマーケット狙う」という発想を捨てる  
日本と台湾の「洋服選びのきっかけ」の違い  
知らない人は損をする！ アジア最低の法人税  
給与がもらえなくなる！ 「最低年間売上三百万NT\$ルール」  
〔コラム〕『台湾は「漢方の国」だから健康的』

第三章「現地に住んでいるから分かる台湾マーケットのアレコレ」  
バイクvs地下鉄  
売上ダウンで人件費も下がる仕組み  
日系ブランドが戦いやすい百貨店市場  
「ユニクロ」のサイズ展開と「無印良品」のライフスタイル提案  
「ブランドの価値を高める」成功のカギとは  
〔コラム〕『台湾のバイクはなくなるのか？』

第四章「台湾の3つのエリア戦略と特徴」  
台湾顧客はバーゲンとVIPカードが好き  
日本の流行に敏感な北部マーケット  
唯一地下鉄がない中部マーケット  
景気に左右され易い南部マーケット  
ファストファッションが百貨店マーケットに乱入  
〔コラム〕『台湾ってなぜ食べ物が全て美味しいの？』

第五章「台湾アパレル事業を最短期間に軌道に乗せる8つのノウハウ」  
〔ノウハウ1〕文鎮型から「ピラミッド型組織作り」への改革  
〔ノウハウ2〕優秀な人材確保の「給与基準と職場環境」  
〔ノウハウ3〕「罰金制度」は、台湾の常識

- 〔ノウハウ4〕台湾顧客に合わせた「ヒット商品」の開発
- 〔ノウハウ5〕現地オリジナル商品と調達商品の「絶妙なバランス」
- 〔ノウハウ6〕販促活動のキモは、顧客の「お買い得感」
- 〔ノウハウ7〕台湾で「百店舗を束ねるマネジメント力」をつける
- 〔ノウハウ8〕ネット通販のカギは、「夜市（よいち）に来る二十代」を狙え
- 〔コラム〕『台湾での時間の常識』

第六章「台湾で百店舗展開出来るノウハウで、中国大陸へ」  
中国で「韓国が大勝ち」「日本は大負け」のワケ  
「中国ビジネスの怖さ」を一番知っている台湾人  
台湾で百店舗が中国で五千店舗になる仕組み  
〔コラム〕『台湾人は本当に中国を警戒してますね』

#### 【こんな人にオススメ】

はじめて海外進出を考えている企業・個人の皆様

#### 【著者プロフィール】

著者：新家 章秀

1963年兵庫県神戸市出身

大学卒業後、株式会社ワールドに入社し日本・台湾・香港のアパレル事業に約30年間携わる。  
約11年半台湾に出向し約8年間に二社の海外現地法人社長（董事総経理/ Managing Director）を歴任。

〔台湾ワールド〔ワールド香港（WORLD HKG CO.,LTD.）4年間兼任〕3ブランド17店舗から11ブランド83店舗まで拡大させ台湾にて日系NO.1のシェアを獲得。

現在はアジアコンサルティング株式会社の代表コーディネーターとして台湾進出支援にて奮闘中。

毎月1回コミュニティ活動「台湾ビジネス雑談会」を開催。

<https://rapidgator.net/file/a013b454956a9752636ec5674dbdf799/JrocHGPda.pdf.rar.html>