

# グローバル企業に学ぶ 海外進出のマーケティング戦略

WBN例会 第3弾の今回は「グローバル企業に学ぶグローバルなマーケティング戦略」というテーマで、世界に名だたるグローバル企業の元エグゼクティブ、ジョン・エルウッド氏にグローバルに通用するマーケティング戦略について、お話しいただきます。

World Biz Net第3弾 セミナー 会費:2000円

2012年4月16日(月曜日) 18:30-21:00 [渋谷商工会館](#)

**「グローバル企業に学ぶ海外進出のマーケティング戦略」**

元日本コカ・コーラ株式会社 上級副社長 ジョン・エルウッド氏  
(逐次通訳による講演と質疑応答です)



ジョン・エルウッド氏略歴

アメリカ出身

1969年 ニューヨーク大学 国際経営学修士(MBA)終了

1969年 米国ザ・コカ・コーラ カンパニー入社

1976-1982年 日本コカ・コーラ マーケティング部門

1982-1986年 ミクロネシア地区支配人

1986-1989年 韓国コカ・コーラ マーケティング部長 1988年ソウルオリンピック開催

1990-2002年 日本コカ・コーラ 社長室支配人 上級副社長

1998年長野冬季オリンピック 2002年 日韓共催FIFAワールドカップサッカー開催

2004年 日本コカ・コーラ 上級副社長引退

世界中どこの国でも飲めるグローバル飲料といえば、やはりコカ・コーラです。しかし、数ある飲料の中でコカ・コーラ社の世界共通のスタンダード飲料はコカ・コーラのみだそうです。

その他の全ての製品は、国や地域に合った商品開発を行い、販売しています。しかも、販売網はボトルーズと呼ばれる地元企業などが母体となる関連会社が地域密着型の販売を行っています。日本だけでも北は北海道から南は沖縄まで、複数のボトルー会社がその土地に合った販売を行っています。コカ・コーラの成功の秘訣は親会社であるアメリカ企業の色(赤のロゴマークや、コカ・コーラのボトル)、オリンピックやワールドカップのスポンサーなどで、確固たるブランドイメージを打ち出しながら、進出している国や地域と密着したマーケティング戦略にありました。

今回の例会の講師 ジョン・エルウッド氏は、元日本コカ・コーラ株式会社社長室付上級副社長です。米国、日本と韓国のコカ・コーラ社にてグローバルマーケットへのマーケティング職歴任後、社長室上級副社長として米国本社、多国籍な役員・社員と日本全国のボトルー組織(日本の販売会社)をまとめる仕事に携わりました。また、コカ・コーラ社がスポンサー企業となっているオリンピックやワールドカップで、世界中を周りました。特に1988年ソウルオリンピック、1996年長野オリンピック、2002年日韓共催FIFAワールドカップでは、ホストとして世界からの顧客を迎える役割も果たしました。

★グローバル企業が実践する、地元と地域に根付いたマーケティング戦略は、グローバル化を展開する中小企業に必須のテーマです。

