

# 異文化越境マーケティング

国や文化を超えてグローバルにヒットする商品やサービス。世界一選択基準が厳しい一方、移り気とも言われる日本の消費者のハートを掴むため、売り手はどのような工夫をしているのでしょうか？海外の事例に詳しい国際派研究者と、誰もが知るアメリカ発のテーマパークを日本に定着、進化させてきた敏腕経営者が、実例・実体験をもとに日本の消費者の心理・行動について語ります。

日時：2019年10月15日（火）18：00～20：00  
場所：如水会館2F 「オリオンルーム」

## 「世界から見た日本の消費者行動」

岡田英理香氏 一橋大学大学院経営管理研究科 教授

何万円もする高級果物。巷に溢れる「ゆるキャラ」。100円ショップに並ぶ便利な新商品の数々。いずれも、海外の人には不思議に映るようです。

なぜ、日本の消費者は高くて質の良いものにお金を出し、「かわいい」ものや新しいものに興味があるのでしょうか？日本語や文化的背景から形作られた特徴を手掛かりに、日本の消費者行動を考えてみます。

## 「オンリーワンのテーマリゾートを目指して」

加賀見俊夫氏 (株)オリエンタルランド

代表取締役会長（兼）CEO

米国発祥のディズニーランド。日本では米国流をそのまま移植するのではなく、日本人の価値観に合わせた開発、オペレーション、そして改良を重ね日本独自の進化を遂げて参りました。

日本にしかない「東京ディズニーシー」誕生の経緯も含め、現在の「東京ディズニーリゾート」が形作られてきた軌跡を振り返ってみます。

【一橋大学開放講座はどなたにでも参加いただける市民講座です】

### ▶お申込み

①如水会ホームページから <https://www.josuikai.net/events/event/336>

②FAX 03-3262-2150（氏名、ふりがな、電話番号を明記）

### ▶お問合せ 一般社団法人如水会研修文化グループ

TEL:03-3262-0126 Email:[seminar@josuikai-office.or.jp](mailto:seminar@josuikai-office.or.jp)

