

テキスト詳細ページはこちらから→ [商品詳細ページ](#)



Global Business Case Studies

Yasuo Nakatani Ryan Smithers

photographs by

Shutterstock

森永製菓(株)

(株)良品計画

花王(株)

本田技研工業(株)

(株)八ちゃん堂

(株)帝国ホテル

(株)田代合金所

ヤマハ発動機(株)

Twitter Japan(株)

アイ・シー・ネット(株)

音声ファイルのダウン / ストリーミング

CD マークがある箇所は、音声を弊社 HP より無料でダウンロード / ストリーミングすることができます。下記 URL の書籍詳細ページに音声ダウンロードアイコンがございますのでそこから自習用音声としてご活用ください。

<https://www.seibido.co.jp/ad664>



Global Business Case Studies

Copyright © 2023 by Yasuo Nakatani, Ryan Smithers

All rights reserved for Japan

*No part of this book may be reproduced in any form
without permission from Seibido Co., Ltd.*

はじめに

●興味深いビジネス英語の内容理解をTOEIC形式の問題で楽しく学べる

TOEICテストで高得点を目指すには、ビジネスの基礎知識も必要となります。本書の問題演習の多くは、TOEICの出題形式に沿って構成されています。グローバルリーダーに関する重要な事象を扱ったケースを通して学んだビジネス英語の成果をTOEIC形式で確認できます。単なる資格試験のための勉強ではなく、本来の重要なビジネス英語の基礎を楽しく学ぶことが可能になります。これらの学習を通してTOEICの成績アップだけでなく、それぞれの企業や業界も学べるので就職活動にも役立つことでしょう。

●臨場感あふれる国際ビジネスのケースでリーダーシップと交渉を学ぶ

グローバルリーダーになるためには、どのような条件が必要なのでしょう。本書は日本の代表的な企業などにおける実際の15のビジネスケースを取り扱い、国際社会で活躍を目指す人のロールモデルを示しています。英語学習を通して、リーダーシップとは何か、それをどのように身に付け、いかに発揮すべきかを実例で学んでいきます。

全ての章の内容は、筆者が直接インタビューを行い作成したケーススタディに基づいています。このため、単なる企業の歴史や概要ではなく、グローバル化が進む中で、実際に起こった困難なミッションに対して、当事者が必死になってリーダーシップを発揮した臨場感あふれる内容となっています。

●もしあなたがリーダーなら、次のようなグローバルな課題をどう解決するか？

もし、あなたがタイ資生堂の代表となって赴任したら、どのように若者にブランドを浸透させていくでしょうか。米国花王のビオレの販売がうまくいかない状況で、マーケティングリーダー担当となった時、どのように対応すればよいでしょうか。東南アジアでサムソンなどの韓国企業にテレビ販売のシェアを奪われてしまったら、どのような起死回生の戦略をうつべきでしょう。アフリカで清潔な水を手に入れられない地域の人々に、どのような支援が可能でしょうか。

本書では、その他いくつものケースを英語で学び、自分はどのようにリーダーシップを発揮すべきなのか考えていきます。リーダーに必要な決断力や、コミットメントの仕方を疑似体験しながら身に付けることができます。

●ビジネスや経営の基礎知識を英語で楽しく学ぶ

マーケティングや経営戦略、日本発のラグジュアリービジネス、さらに近年注目の高いSDGs (Sustainable Development Goals)に関する、英語のビジネス語句およびコンセプトを、実際にあった興味深いケースで学ぶことで自然に理解ができるようになります。

本書の効果的な使い方

このテキストは、これまで明らかになっている有効な学習ストラテジー理論を取り入れています。

▶ Business Issue ビジネスの課題を把握する

ビジネスケースの背景知識を日本語で理解し、英語学習の準備をします。各リーダーが解決しなければならない問題を日本語で興味深く提示しています。

▶ Warm-up 写真を見て状況を聞き取る問題

談話の理解を高めるためには、事前に画像などで関連する知識（スキーマ）を活性化することが有効とされています。まずケースに関連する写真描写問題や、応答問題を通して学習の準備をしましょう。TOEICのPart1の形式に慣れていきます。

▶ Vocabulary Input 語彙トレーニング

談話理解のための詳細な下方向からの情報のインプットを行います。ケースの理解に必要な重要語句の意味を理解していきます。

▶ Learning Important Expressions for Business Case Studies

ケースの理解に必要な語句や文法知識を身につけるため、TOEIC Part5形式で練習します。

▶ Listening Booster ビジネスの背景を学ぼう！ 聴解トレーニング

- A. ケースで取り扱う企業の基本情報に関するビジネス英語の音声に慣れます。
聴解トレーニングとしてTOEICのPart3、Part4の形式によって内容を聞き取り理解するトレーニングを行います。
- B. ディクテーションで重要な語句を聞き取り、英語で企業情報を把握する練習をします。
Aの復習として音声の英文を確認し内容理解の定着を目指します。

▶ Learning from Authentic Business 読解トレーニング

臨場感あふれる企業ケースの内容を理解します。ケースの前提となる状況を英語で読み解きます。ここは読解のスキミング、スキヤニングのトレーニングとして、正誤問題で英文の内容理解を確認します。

Reading Booster 読解力をより高めるトレーニング

いよいよ各リーダーたちが問題解決能力を最大限発揮し、困難に立ち向かいます。皆さんも自分の立場に置き換えて解決方法を考えてください。少し長めの英文で読解のスキミング、スキミング・トレーニングも行い、TOEIC Part7 の形式で理解を確認します。

Notes

ビジネス知識のあまりない学習者は、事前に語句を日本語で確認しておきましょう。

Tasks for Business Studies

A Business Focus

ケースを理解するのに必要となる、グローバルビジネスで重要なマーケティングや戦略論、交渉術などの基本的な概念を日本語で学びます。企業や業界研究の促進や就職活動にも役立ちます。

B ビジネス英語の理解を深めよう！

A で学んだマーケティングや戦略論、交渉術などに関して、本文の英文ケースの具体的な事例を通して確認します。空所補充のタスクで内容を再度復習し、次の**C**のタスクの準備をします。

C Business Discussion

ペアやグループになり英語で話し合い、内容を書いてまとめる練習をします。英文を書く練習をして、各章で学んだビジネス英語の最後にもう一度定着させます。

Review Unit 1-4

各ユニットのビジネスケースを復習し、TOEIC Part2, Part6, Part7の形式で理解の定着を行います。

CONTENTS

Unit 1

Global Marketings

Chapter 1

Marketing Mix in Emerging Countries p3

Business Case Shiseido Thailand **協力企業** (株)資生堂

TOEIC Type Task Part1, Part5, Part4, Part7

Chapter 2

Confectionery Marketing in Overseas Business p11

Business Case Morinaga America, Inc. **協力企業** 森永製菓(株)

TOEIC Type Task Part1, Part5, Part3, Part7

Chapter 3

Exploring Global Business and Enhancing People's Sustainable Value p19

Business Case MUJI: Ryohin Keikaku **協力企業** (株)良品計画

TOEIC Type Task Part1, Part5, Part3, Part7

Chapter 4

Globalization or Localization p27

Business Case Kao USA Inc. **協力企業** 花王(株)

TOEIC Type Task Part1, Part5, Part3, Part7

Review Unit 1

Unit 2

Global Strategies

Chapter 5

Using a New Guerrilla Marketing Strategy as a Challenger p41

Business Case Coca-Cola in Laos **協力企業** コカ・コーラ・カンパニー

TOEIC Type Task Part1, Part5, Part3, Part7

Chapter 6

Countering Innovators' Dilemma p49

Business Case Toshiba Vietnam **協力企業** (株)東芝

TOEIC Type Task Part1, Part5, Part4, Part7

Chapter 7

Enhancing Internal Communication of a Global Company p57

Business Case Honda Motor **協力企業** 本田技研工業(株)

TOEIC Type Task Part1, Part5, Part3, Part7

Chapter 8

Focus Strategy and Cost Leadership Strategy in Frozen Food Industry p65

Business Case Hatchando Vietnam **協力企業** (株)八ちゃん堂

TOEIC Type Task Part1, Part5, Part4, Part7

Review Unit 2

Unit 3**Global Luxury Brand from Japan****Chapter 9****Most Luxurious and Practical Accommodations** p79**Business Case** Imperial Hotel **協力企業** (株)帝国ホテル**TOEIC Type Task** Part1, Part5, Part4, Part7**Chapter 10****Creating a Japanese Luxury Brand** p87**Business Case** Toyota Lexus **協力企業** トヨタ自動車 レクサスブランドマネジメント部**TOEIC Type Task** Part1, Part5, Part3, Part7**Chapter 11****The Species That Survives is the One That is the Most Adaptable to Change** ... p95**Business Case** Tashiro Alloy Inc. **協力企業** (株)田代合金所**TOEIC Type Task** Part1, Part5, Part3, Part7**Review Unit 3****Unit 4****Global Business with Sustainable Development Goals****Chapter 12****BOP Business Enhancing Sustainable Development Goals** p107**Business Case** Yamaha Motor's business in indonesia and Africa **協力企業** ヤマハ発動機(株)**TOEIC Type Task** Part1, Part5, Part3, Part7**Chapter 13****Connecting People with What's Happening** p115**Business Case** Twitter Japan **協力企業** Twitter Japan (株)**TOEIC Type Task** Part1, Part5, Part3, Part7**Chapter 14****Uniting the World for a Better Tomorrow** p123**Business Case** IC Net Limited **協力企業** アイ・シー・ネット(株)**TOEIC Type Task** Part1, Part5, Part4, Part7**Chapter 15****Developing a Mobile Platform** p131**Business Case** Sumitomo Corporation Mongolia **協力企業** 住友商事(株)**TOEIC Type Task** Part1, Part5, Part4, Part7**Review Unit 4**

UNIT

1

Global Marketings

• Chapter 1

Marketing Mix in Emerging Countries
Shiseido Thailand

• Chapter 2

Confectionery Marketing in Overseas Business
Morinaga America, Inc.

• Chapter 3

Exploring Global Business and Enhancing People's Sustainable Value
MUJI : Ryohin Keikaku

• Chapter 4

Globalization or Localization
Kao USA Inc.



Marketing Mix in Emerging Countries

Chapter

1

Shiseido Thailand



Shiseido has established a global megabrand through success in emerging markets.

資生堂は化粧品品のグローバル・メガブランドである。今や 120 の国と地域でビジネスを展開している。2020 年に資生堂の年間売上高は約 1.2 兆円になり、そのうち約 60% は海外ビジネスである。しかしながら 1990 年代半ばまでは、海外の売り上げは 10% に満たなかった。急成長には新興国での発展が欠かせなかった。特にグローバル市場で最も成功しているのは中国である。また近年急成長を遂げているのは東南アジアで毎年 8% から 10% も発展している。

Business Issue 新興国市場の戦略モデルの構築

資生堂タイランドの社長に赴任した山田は、度重なる政情不安や自然災害に遭遇し、困難なビジネス環境を切り抜けていかなければならなかった。さらに、ブランドは高品質としてタイの富裕層には支持されていたが、高価な製品というイメージもあり、若い女性にはそれほど人気がない。数々の問題解決のためには、現地の人々への積極的なコミュニケーション戦略を実施するしかなかった。

Warm-up

写真に関する英文を聞き学習の準備をしましょう。最も適切な選択肢を選びましょう。



(A) (B) (C) (D)

Vocabulary Input

次の英語に合う日本語を選び記号で答えましょう。



1. net sales ()
2. incorporate ()
3. distribution channels ()
4. corporate culture ()
5. management asset ()
6. passion for beauty ()
7. Japanese hospitality ()

(A) 企業文化 (B) 経営資源 (C) 美に対する情熱 (D) 売上高
(E) おもてなし (F) 流通チャンネル (G) 取り込む

▶ Learning Important Expressions for Business Case Studies

ケースの理解に重要な表現に関連する下記の英文を完成させましょう。

1. The Thai workers were ----- and almost never disagreed with supervisors.
(A) harmony (B) obedient (C) requiring (D) substitute
2. He operates many large retail businesses such as -----.
(A) stands (B) banks (C) hypermarkets (D) clinics
3. Because of unexpected delays, delivery will not be possible ----- the end of the month.
(A) by (B) over (C) of (D) to

▶ Listening Booster

企業情報に関する英文を聞いて背景を理解しましょう。



1-04

A. Listen and choose the best answer to each question.

1. When did Shiseido start its business?
(A) In 1972 (B) In 1902 (C) In 1872 (D) In 2017
2. How many countries does Shiseido operate its business in?
(A) 19 (B) 20 (C) 100 (D) 120
3. What percentage of Shiseido's business is operated overseas?
(A) 10 (B) 16 (C) 60 (D) 90

B. Listening Review

A の音声をもう一度聞き下の英文の () に適切な表現を書き入れましょう。



1-05

Long History in Japanese-style Cosmetic Business

In 1872, Japan's first Western-style pharmacy opened in the Tokyo Ginza ¹(). The name of that company was Shiseido. However, Shiseido soon changed from a ²() to a cosmetics company. It can be said that Shiseido's success depends on their corporate ³(), which has always been about providing high quality services and products to customers. Moreover, their business culture includes the Japanese hospitality concept of *omotenashi*. In fact, Shiseido's corporate culture is a management

次の Shiseido のビジネスケースを読んで質問に答えましょう。

Enhancing Masstige Marketing in Thailand

Due to the political problems and natural disasters that often occurred in Thailand, Yamada had a tough time predicting sales figures and managing Shiseido's inventory. He had to communicate with his Thai staff and local stakeholders to get honest news about the mood of the Thai people. At first, this was difficult, but eventually, Yamada was able to develop many friendships. This enabled him to have the valuable support he needed for Shiseido to survive in Thailand. 5

To expand the business, Shiseido could not rely on only the rich for sales. Yamada needed to make Shiseido popular with younger people, and people who had low or middle incomes. To achieve this goal, Yamada canceled the contract with local agents and controlled the company's promotion directly. He believed that if Shiseido promoted a product line called Za by a marketing mix strategy, he could gain a greater market share in Thailand. 10

The first step that Yamada took was to ask the Shiseido research center to develop a new Za skincare product for the Thai women. His next step was to arrange for a line of Za products to be priced cheaply for younger people. Unfortunately, masstige marketing did not go well for Shiseido because it did not have relevant relationships with hypermarkets. Yamada needed to find new distribution channels, and he managed to do so. His successful negotiations at the head offices of mega-hypermarket stores such as Tesco Lotus and Big C Supermarket gave consumers easier access to Za products. Lastly, Yamada hired a young Thai superstar to be the brand ambassador, which created familiarity between Thai people and Za products. 20

Consequently, Yamada was able to achieve success because of effective communication strategies that respected the local culture and customers. Shiseido's net sales doubled, and its local staff grew from 300 to 700. Furthermore, by 2016, Shiseido had attracted more younger customers, with 40 percent of its total portfolio coming from Thai customers under the age of 30. 25

Notes

- ・ **masstige** 大衆向けよりは高級感があるがプレミアムより値ごろ感がある製品
- ・ **Za** 資生堂が中国やアジア・オセアニアで展開していた中低価格帯の化粧品ブランド
- ・ **brand ambassador** ブランドを代表する有名人
- ・ **portfolio** 売上構成

1. Why did Yamada need to spend a lot of time and effort to talk with his Thai staff?
 - (A) Because they were politicians.
 - (B) Because they had knowledge of the weather.
 - (C) Because they delivered the local newspapers.
 - (D) Because they knew how Thais felt about things.

2. Who helped Shiseido to make Za products popular with Thai people?
 - (A) a superstar
 - (B) a customer
 - (C) Yamada's competitor
 - (D) Yamada's friend

3. How did Shiseido improve its business by 2016?
 - (A) The number of employees doubled since its products launched.
 - (B) Its net sales increased 300 percent from the previous year.
 - (C) Younger people under the age of 30 became its main customers.
 - (D) A Thai politician agreed to become the brand ambassador of Shiseido.



A Business Focus: ビジネス英語を学ぼう！

Marketing Mix : マーケティングで重要な要素である以下の4Pの要素を状況に応じて最適化して成功を目指す戦略

Product : 市場に最も合った製品を開発する

Price : 顧客に最適な価格を設定する

Place : 顧客にとって最も商品を手入れしやすい方法で販売する

Promotion : 顧客に最も効果的な宣伝やPRを行う

B ビジネス英語の理解を深めよう！

Marketing Mixに関する以下の例文を与えられた文字に続くように空所をうめて完成させましょう。この際、本文を再度確認し、関連する他の事象にも下線を引きCのタスクにも活用できるようにしましょう。

1. For the (*p*) strategy, the manager asked the research center to (*d*) a new product line for (*l*) customers.
2. For the (*p*) strategy, the manager (*a*) for new products to be priced (*c*) for younger people.
3. For the (*p*) strategy, the manager needed to (*f*) new distribution (*c*).
4. For the (*p*) strategy, the manager used a young Thai (*s*) to create (*f*) with local consumers.

C Business Discussion

Bの表現を参考にして、次のテーマについてクラスメートと話し合きましょう。

How did Shiseido Thailand implement its marketing mix strategies?

1. Product

2. Price

3. Place

4. Promotion

