



株式会社エレファン
会社案内

ELEFAN



「！」で中国事業をサポート

わたしたちは、主にBtoB業界の中国マーケティングリサーチサービスを提供しています。

時代が急速に変化しているなかで、中国事業を持続的に成長させていくには、自社の競争環境を多角的・構造的に理解し、戦略を策定することや戦略の実効性を高めることがますます重要になっていきます。

しかし、中国市場では市場や競合他社・ユーザーの実態を把握することが難しく、戦略策定が思ったように進まないことや戦略の実効性が乏しくなってしまうことがあります。

わたしたちは、現場中心の調査や分析により得られた実用的な情報をご提供することで、お客さまにさまざまな「！」を感じていただき、戦略策定サポートなどを行っております。

会社概要

中国事業における最良の相談相手に

わたしたちは、主にBtoB業界の中国マーケティングリサーチを提供しています。わたしたちは、現場中心の調査・分析により得られた実用的な情報をご提供し、お客さまの戦略の策定や実効性を高めていくことをサポートさせていただいております。

「お客さまが中国事業で困った際に、最初に思い浮かぶ存在でありたい」

わたしたちはお客さまの中国事業における最良の相談相手となることを目指していきます。

● 基本情報

名 称	株式会社エレファン (Elefan Inc.)
所 在 地	東京都中央区銀座3-11-3 LEAGUE 201
代 表 者	直井周平
設 立 年	2014年3月28日
資 本 金	200万円
事 業 内 容	マーケティングリサーチ・コンサルティング事業
問い合わせ先	TEL / FAX : 03-6320-5377 Mail : info@elefan-inc.com

● 代表者プロフィール

2004年に日本の大学を卒業後、中国上海に留学。大学での語学コースを修了後、大学院（経営研究科）に進学。大学院在学中には、現地弁護士事務所でのインターンを経験。日系クライアントに提出する法律文書などの翻訳を担当し、労働契約法などの法律や人事関連のトラブル事例についての知識を深める。

2009年に上海で日系マーケティングリサーチ・コンサルティング会社に就職。中国に進出している日系企業（主に製造業）にサービスを提供。2011年から拠点を上海から東京に移し、2013年に退職。準備期間を経て、2014年3月に株式会社エレファンを設立。

サービス概要

中国マーケティングリサーチサービス

● 概要

わたしたちは、主にBtoB業界の中国マーケティングリサーチサービスを提供しています。

お客さまが中国事業で直面する課題はさまざまです。わたしたちは、お客さまの課題ごとにサービス内容を最適にカスタマイズさせていただくことで、さまざまな課題に対応いたしております。また、わたしたちは現場中心の調査や分析により得られた「課題解決に結びつく」実用的な情報をわかりやすくご提供することで、お客さまの中国戦略策定を全力でサポートいたします。

● 特徴

わたしたちのサービスは、「カスタマイズ力」、「調査力」、「分析力」という強みを活かし、課題解決に結びつく実用的な情報をご提供する「課題解決型リサーチ」であることが特徴です。「課題解決型リサーチ」で、お客さまの戦略策定をスムーズにし、戦略の実効性を高めていきます。



● よくあるご相談の一例

- 販売拡大のために、ターゲット顧客の情報や攻略の手がかりが欲しい
- 事業計画を策定するために、市場全体の動向、競合企業の動向を把握したい
- 新たな規制に対する他社の対応状況を知りたい。また今後の規制の動向も知りたい
- 調達戦略を見直しており、新規サプライヤー候補の情報を集めたい
- 競合が力をつけてきており、対策を練るために競合の実態を把握したい

実績一例

● 中国浄水器市場実態把握調査

クライアント企業様は、代理店を通じて中国で浄水器の販売をしていたが、思うように売上が伸びず、戦略の見直しが必要であった。しかし、代理店からの情報では市場の実態が掴めず、思うように戦略の見直しが進まなかった。そこで上海、北京、広州などの主要都市ごとの市場動向や競合プレイヤーの販売実態の調査を実施。各都市の市場規模や特性、競合プレイヤーの販路、売れ筋製品などを把握し、今後の事業戦略の見直しに必要な情報を提供、クライアント企業様の事業戦略策定をサポートした

● 中国再生可能エネルギー市場実態把握調査

クライアント企業様は、中国の再生可能エネルギー市場への参入を検討するために、事業環境の把握が必要であった。そこで、業界団体や既存プレイヤーなどのインタビューを中心とした再生可能エネルギー事業に関する規制や補助金などに関する調査を実施。事業環境の可視化により、参入後の事業の成長性や参入リスクを明らかにし、クライアント企業様の参入是非の判断および参入プランの策定をサポートした

● 産業機械市場実態把握調査

クライアント企業様は、数年前から中国で日本から輸入した某産業機械の販売を行ってきた。中国での販売拡大を目指す上で、コスト削減、納期短縮のために中国現地での生産に切り替え、本格的に中国市場に参入するかどうか検討する必要があった。そこで、競争環境を可視化するために中国の某産業機械市場の市場規模、需要動向、主要プレイヤーを調査。本格的に参入した場合の成長性やリスクを分析し、クライアント企業様の本格的な中国市場参入の是非の意思決定をサポートした

● 中国新エネルギー自動車市場実態把握調査

クライアント企業様は、中国での新エネルギー車市場の急成長を見据え、中国の自動車メーカーへの販売拡大を目指していた。そこで、中国の新エネルギー車の市場規模や成長性、規制、補助金状況、主要自動車メーカーの新エネルギー車への取り組みに関する調査を実施し、クライアント企業様の販売戦略策定をサポートした

● ローカルメーカー購買ベンチマーク調査

クライアント企業様は、自社の競争力を維持するために調達戦略の見直しを行っていた。そこで、低価格で近年品質が高まっている競合ローカルメーカーの購買ベンチマーク調査を実施。競合ローカルメーカーの購買戦略、サプライヤー体制などの購買実態を明らかにし、クライアント企業様のコスト削減に向けた調達戦略策定のための基礎データをご提供した

● 新規サプライヤーリストアップ調査

クライアント企業様は、価格競争力を高めるためにコスト削減が必要不可欠となり、新規サプライヤーを開拓する必要があった。そこで、競合メーカーのサプライヤー体制を参考に、有望と思われるサプライヤーのリストアップを行った。次にリストアップしたサプライヤーの実態を把握するために供給力、技術力などの調査・評価を実施。各項目の評価により分類した新規サプライヤー候補のリストを作成し、クライアント企業様の新規サプライヤー開拓をサポートした

● 製造装置ターゲティング調査

クライアント企業様は、これまで日系の顧客を中心に販売してきたが、販売拡大するためにローカルメーカーや外資系メーカーへの販売もしたいと考えていた。そこでまず、ローカルメーカーや外資系メーカーの購買実態やニーズを調査し、購買の可能性が高いターゲット顧客を明らかにした。次に、ターゲット顧客のリストアップを行い、クライアント企業様の営業戦略の策定をサポートした