

ได้มีโอกาสฟัง คุณ ฮิเดยูกิ ทานิกุจิ เจ้าของและประธานบริหารของบริษัท ทีเอชซี คอร์ป หนึ่งในนักธุรกิจที่ดำเนินธุรกิจกับไทยมานาน ได้เปิดเผยกลเม็ดเคล็ดลับ ถึงวิธีการทำธุรกิจญี่ปุ่นให้ประสบความสำเร็จ ต่อผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและผู้ประกอบการโอท็อปของไทย ระหว่างการประชุมที่กรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น เมื่อเร็วๆ นี้ มีหลายเรื่องที่น่าสนใจเกี่ยวกับญี่ปุ่นที่ควรรู้จักก่อนเข้าไปทำธุรกิจ

คุณทานิกุจิบอกว่า ธุรกิจที่ได้รับความนิยมอยู่ในญี่ปุ่นขณะนี้ คือธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเรื่องสุขภาพ ที่มีมูลค่ามากถึง 16 ล้านล้านเยน โดยธุรกิจเกี่ยวกับสุขภาพ ได้แก่ อาหารเพื่อสุขภาพ (มูลค่าทางตลาด 2 ล้านล้านเยน) การนวด (มูลค่าทางตลาด 6 ล้านล้านเยน) การให้คำปรึกษาด้านจิตใจ (มูลค่าทางตลาด 5,000 ล้านเยน)

ถ้าจะให้พอเปรียบเทียบภาพให้เห็น คือตลาดเครื่องดื่มน้ำดำ อย่างไค้ค ในญี่ปุ่นมีมูลค่าปีละ 5 ล้านล้านเยน ซึ่งยังไม่เท่ากับมูลค่าทางตลาดของการนวด

นอกจากนี้ ยังมีธุรกิจเลี้ยงดูคนชรา ที่มีมูลค่าตลาดอยู่ที่ 5 ล้านล้านเยน และเครื่องสำอาง มูลค่า 2 ล้านล้านเยน

สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นเครื่องบ่งชี้ว่า ชาวญี่ปุ่นให้ความสำคัญกับเรื่องสุขภาพอย่างมาก

โดยกลุ่มลูกค้าที่เป็นกลุ่มคนชรา ก็จะต้องรู้ว่าแบ่งออกเป็นกลุ่มที่มีคนเยอะกับมีเงินน้อย คนชราที่รวยหน่อยจะเป็นคนทำงานหนักมาแต่เด็ก ไม่มีเวลาเที่ยวเล่น ทำงานตั้งแต่เด็กจนแก่ แล้วค่อยใช้เงินที่มีซื้อของที่อยากได้

เพราะฉะนั้น คนชราเหล่านี้จะไม่ชอบของแพง แต่สิ่งที่อยากได้หลังเกษียณ คือสิ่งที่ไม่เคยทำมาก่อนที่จะเกษียณ หรือในสมัยวัยรุ่น ซึ่งกลุ่มคนชราถือเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ดีในการพัฒนาสินค้า คือจะต้องไม่ใช่แค่รูปลักษณ์ภายนอก แต่ต้องดูข้างในด้วยว่าเขาต้องการอะไร

สำหรับกลุ่มคนชราที่ไม่มีเงิน ก็จะพยายามไม่ซื้อของ ซึ่งก็อาจจะเหมือนกันในทุกประเทศ

ส่วนกลุ่มวัยรุ่น จะมีเงินน้อย แต่จะยังคงเป็นกลุ่มที่ดูแลตัวเอง ทั้งเรื่องของเสื้อผ้าและแฟชั่น การไปท่องเที่ยว ที่สำคัญคือ พยายามจะใช้จ่ายให้น้อยที่สุด แต่สนุกมากที่สุด

คุณทานิกุจิบอกว่า กลุ่มวัยรุ่นมีจุดเด่นคือ แต่ละคนจะมีความเป็นตัวของตัวเอง บางคนกินผัก บางคนกินแต่เนื้อสัตว์ ผู้ชายบางคนก็ใส่เสื้อผู้หญิง บางครั้งผู้หญิงก็หาเสื้อผู้ชายมาใส่ ส่วนนิตยสารต่างๆ ก็จะเป็นชุมชนเล็กๆ ของคนแต่ละกลุ่ม

หากต้องการนำสินค้าไทยมาในตลาดวัยรุ่นญี่ปุ่น จะต้องเจาะกลุ่มเป้าหมายเฉพาะลงไปเลย เพราะคนเหล่านี้ จะชอบของที่ไม

ฮิเดยูกิ ทานิกุจิ ถึงเวลาใช้ 'ใจ' ทำธุรกิจในญี่ปุ่น



ฮิเดยูกิ ทานิกุจิ

เหมือนใคร แล้วก็ชอบอยู่อย่างนั้น เพราะฉะนั้น สิ่งที่สำคัญคือ การเจาะกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน และมีแพ็คเกจที่สวยงาม ซึ่งถือเป็นสิ่งที่สำคัญ

สิ่งสำคัญอีกอย่าง คือการตัดแปลงให้เข้ากับวิถีชีวิตของชาวญี่ปุ่น อย่างคุณทานิกุจิ ซึ่งเป็นเจ้าแรกที่นำนวดแผนไทยเข้ามาในญี่ปุ่นเมื่อ 16 ปีก่อน ก็ต้องมีการดัดแปลงให้เหมาะสมกับคนญี่ปุ่น

นอกจากนี้ การมองหาคู่ค้าเพื่อประกอบการด้วยนั้น ก็เป็นเรื่องที่สำคัญอย่างยิ่ง ซึ่งนับตั้งแต่เกิดเหตุแผ่นดินไหวและสึนามิเมื่อเดือนมีนาคม 2554 ชาวญี่ปุ่นก็มีความคิดที่เปลี่ยนไป โดยคิดว่าชีวิตอาจจะไม่อยู่ได้ยืดยาว ทำให้ข้อแม้ต่างๆ ลดน้อยลง ปัจจุบัน การเลือกบริษัทที่จะร่วมงานด้วย ก็กลายเป็นการเลือกด้วยความรู้สึกเสียมากกว่า ถ้ารู้สึกดีด้วยก็จะทำธุรกิจด้วย

สำหรับการทำตลาดในญี่ปุ่นนั้น สิ่งที่ต้องเน้น ข้อแรกคือ เรื่องของประสบการณ์การได้ใช้งานจริง ถือเป็นเรื่องที่สำคัญอย่างมาก ข้อสอง คือเรื่องของความบันเทิงในการซื้อของ และข้อสาม คือคุณภาพของเวลาที่ใช้จะต้องคุ้มค่า และผู้ประกอบการต้องคิดคือคิดว่าจะผลิตสินค้าอย่างไรให้ขายได้ จะต้องพัฒนาลักษณะเด่นของสินค้าต่างๆ ถ้ามาจาก

ประเทศไทย ก็ต้องนำลักษณะเด่นที่มาจากไทย ใช้จุดแข็งที่มาจากไทย

สรุป 3 คีย์เวิร์ดที่สำคัญในการทำธุรกิจในญี่ปุ่น คือ 1.แอนตี้ เอะจิจ์ คือการป้องกันการแก๊งร่า ไม่เฉพาะแค่ผู้หญิง แต่หมายถึงคนทั่วไป 2.คือ ธรรมชาติ และ 3.คือ ลูกค้ บริษัทที่ติดต้องสร้างความสุขให้ทุกคนได้

คุณทานิกุจิกล่าวสรุปท้ายว่า แม้ว่าเศรษฐกิจของประเทศญี่ปุ่นจะยังไม่แน่นอน แต่เชื่อว่าหลังจากปี พ.ศ.2558 ไปแล้ว จะมีการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่เกิดขึ้น เรื่องราวของสินค้าอาจจะไม่ได้มีความสำคัญหลังจากนั้น แต่จะเป็นเรื่องของ "ความรู้สึก" เพราะหลังเกิดแผ่นดินไหว ทุกคนก็ใช้แต่ของตราคาถูก เพราะเริ่มคิดว่าชีวิตเราไม่ได้ยืดยาว ความพอใจคือการเติมที่กับความสุขในชีวิต

เพราะฉะนั้น เวลาจะขายของต้องพยายามหาวิธีที่ทำให้ผู้บริโภคมีความสุข สิ่งสำคัญคือเรื่องของจิตวิญญาณ อย่างประเทศไทยก็จะมีสัญลักษณ์คือการไหว้ ความอ่อนน้อมถ่อมตน เพราะฉะนั้น ก็ควรจะใส่จิตวิญญาณตรงนี้ลงไปสินค้าด้วย

พอจะได้ไอเดียเดียวทำธุรกิจที่ญี่ปุ่นกันหรือยัง

ศรีสกุล สีลาพิระพันธ์