
東芝ライフ、中国・ASEANで販売体制見直し

Edited By LogisticsToday On 2015/09/24

東芝ライフスタイルは24日、円安、市況停滞の影響を受けた競争力強化、収益力強化の一環として、中国、ASEAN地域で白物家電事業の販売戦略、販売体制を見直すと発表した。

中国では、新たにスカイワース社(創維社)と10月から、冷蔵庫・洗濯機・掃除機の販売・製造で戦略提携を開始する。スカイワース社に冷蔵庫・洗濯機・掃除機の中国国内販売権を付与し、東芝ライフスタイルの販売子会社2社は清算手続きを進める。

スカイワース社は、テレビ事業で中国トップクラスのシェアを持つ家電メーカーで、同社の中国全土にわたる販売・サービス網を活用することで、販売拡大を図る。

また、スカイワース社が東芝ライフスタイルの白物家電製造子会社へ出資し、スカイワース社の調達力、ローコストオペレーションのノウハウを活用することで、冷蔵庫・洗濯機・掃除機の日本向け製品の競争力を高める。アフターサービスはスカイワース社と東芝ライフスタイルが継続対応する。

ASEAN地域では、7月にシンガポールの販売子会社に置いていたマーケティング統括機能、販売機能をタイの製造子会社に移管し、製造・販売・技術部門の統合・一体運営による効率化と固定費削減を図る。

Article printed from Logistics Today | 国内最大の物流ニュースサイト : <http://www.logi-today.com>

URL to article : <http://www.logi-today.com/187457>

Copyright © 2020 Logistics Today | 国内最大の物流ニュースサイト. All rights reserved.