

Title	外資系小売企業の日本市場参入事例にみる成功条件
Sub Title	
Author	松山恭子(Matsuyama, Kiyouko) 大林厚臣
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	1997
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 1997年度経営学 第1382号 その他:一部のみ
Genre	Thesis or Dissertation
URL	<a href="https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001997-1382">https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001997-1382</a>

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

## 外資系小売企業の日本市場参入事例にみる成功条件

1980年代から1990年代にかけ、大規模店舗法の緩和をきっかけとして欧米市場において1、2位を誇る小売企業が次々と日本市場に参入し、その数は年々増加している。日本の小売市場全体としては経済全体の低迷を反映してマイナス成長が続く中、外資系小売企業が好調に店舗拡大を続けている。今後大きな変化が予想される小売業界の競争環境を見ていく上で、日本市場にて外資系小売企業の好調である要因を探る必要性があると考えた。規模の拡大により魅力的となった日本市場だが、高い参入障壁など欧米諸国等の企業にとって参入が困難と見られていた。しかし市場に参入し成功できる企業が多数存在する状況から、そこに共通する条件もしくは特殊要因が存在するのではないかと考えた。その要因を明らかにするにあたり、日本と欧米との間の経営方法の違い、日本における消費者行動や小売市場の特徴について分析することにより、現在の日本の小売市場の問題点を考察する。同時に米国の小売業態の変化を理論を用いて考察し、日本市場との関連性を探る。次に80年代および90年代に日本市場に参入した外資系小売企業を選定し、市場参入において成功するために必要な条件を仮説として挙げ、外資系小売企業への取材による事例研究にて仮説検証を行う。本論文において考察された結論を、日本市場に今後の参入を検討する外国小売企業に対し、参入戦略の一貫として考慮すべき課題として提示するものである。