

Title	国内で十分な競争力基盤を持たない企業が世界市場で競争力をもつまでに至る過程
Sub Title	
Author	羽部正道(Habe, Masamichi) 浅川, 和宏
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	2000
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2000年度経営学 第1628号 可能
Genre	Thesis or Dissertation
URL	<a href="https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00002000-1628">https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00002000-1628</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.

## 論文要旨

所属ゼミ	浅川 研究会	学籍番号	89928796	氏名	羽部正道
(論文題名)					
国内で十分な競争力基盤を持たない企業が世界市場で競争力をもつまでに至る過程					

### (内容の要旨)

本論文は、自国内で競争力基盤を持たない企業であるにもかかわらず、なぜ海外でトップクラスの製品売上シェアを誇ることができるのかという問題意識のもとで書かれている。具体的に大阪市に本社をおく「ローランド株式会社」を例にあげケース分析を試みている。

ローランド株式会社は 1972 年に創立された電子楽器メーカーである。当時国内での楽器業界のシェアは大手であるヤマハ株式会社や河合楽器製作所で占められ、流通網もおさえられていた。また日本国内での電子楽器に対する需要はそれほどない状態でもあった。そういう環境のなか、ローランド株式会社は創立当初から積極的に海外進出を図り、電子楽器業界では現在世界でトップブランドといわれるまでに成長した。ただし、日本国内での電子楽器業界全体としてとらえたシェアは大手であるヤマハ株式会社を引き離され 3 番手の位置にいる。従来の直接投資論の考えでは、まず自国内で基盤を固め、その基盤をベースに海外への進出を図るとするのが典型的パターンであったが、そのプロセス経路をたどらない企業が出現してきたと捉えることができるのではないかとということを出発点に分析を試みた。

その結果、本論文では海外でのマーケティング活動と日本国内での高度な研究開発との密接な結びつきが、ローランド株式会社が成功している一つの要因になっていると結論付けている。海外においては技術者がマーケティング活動を行うことによりエンドユーザーの感性や消費特性を的確にすばやくつかみ、日本国内ではその情報と従来から保有する高度な研究開発とを結びつける。そうすることで消費者の人気を獲得する商品をつくりだす仕組み作りがされているのである。またその仕組みのおかげで研究開発拠点と需要の距離の遠さをカバーすることができた。このことは、海外メーカーに対しては研究開発という点で優位な立場にたち、海外で流行したものが日本でも流行するという業界内において国内メーカーに対しては需要ニーズの把握という点で優位な立場にたつことを意味していた。