

Title	グローバル企業の対日参入戦略 - 外食産業市場における成功要因 -
Sub Title	
Author	児玉健太郎(Kodama, Kentarou) 小林喜一郎
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	2001
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2001年度経営学 第1683号 不可
Genre	Thesis or Dissertation
URL	<a href="https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00002001-1683">https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00002001-1683</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	小林研究会	学籍番号	80028358	氏名	児玉 健太郎
(論文題名)					
グローバル企業の対日参入戦略—外食産業市場における成功要因—					
(内容の要旨)					
<p>自国以外の市場において、グローバルな活動を行う企業の日本への進出は、長年にわたり製造業が中心であったが、近年は金融・保険・小売り・外食・レジャー・通信といった既存のサービス産業、さらには情報サービス、経営コンサルタントなどの全く新しいサービス産業にも広がり、日本市場は海外企業の重要な進出舞台となっている。</p> <p>このような状況の中で、近年、日本はこれまで経験したことの無い長期のデフレ構造不況に陥り、しかも外食市場においては成熟化が進み、ここ数年、業界全体の売上げ成長は頭打ちとなっている。70年以降の30年間で、グローバルなビジネス展開によって対日進出を果たした海外の有力外食企業にも、その競争力・シェアに明らかな差異が生じ、高業績組・低業績組が明らかとなってきた。</p> <p>経済や市場のグローバル化に対応して、自国以外の地域や国に進出し、ビジネス活動を展開する企業においては、参入後の優位性をどのように構築し維持していくかは非常に重要なテーマである。そこで、本研究においては、1)グローバルな海外展開を目指す企業が、自国以外の海外マーケットへ進出後、その競争優位性の構築・維持に必要な諸条件は何であるか。2)進出企業のパフォーマンスの差はどのようなマネジメント上の課題が原因となるのか、について、日本国内に進出した海外企業の事例を検証することでその要因を抽出しまとめた。特に近年進出企業の増加が目覚ましい外食産業に焦点をあて検討を行なった。</p> <p>今回の研究対象である「グローバル企業の参入戦略」に関しては、以下の2つの視点で分析を行う必要があると考えられる。ひとつは、「外部的環境要因に対する視点」、もうひとつが「内部的環境要因に対する視点」である。これは、海外市場に参入する企業がその参入課題を考察する上で重要であることは勿論、参入後の経営課題をどのように克服し現地化を進めることが成功につながるのか、という分析視点が必要不可欠であると考えたからである。また本研究では、この2つの分析視点を、さらに以下8つの視点で詳細に分析することが、個々のケースの成功要因の抽出につながると思った。</p>					
<p><b>8つの視点</b></p> <p><u>外部環境要因に対する分析アプローチ</u></p> <p>①競合関係—それぞれの企業が国内市場に参入した際のマーケットの競争環境とその対応は？</p> <p>②需要条件—進出の際、マーケットのポテンシャルをどう評価し、どのように対応したか？</p> <p>③サプライヤー—高い業績をあげる企業の調達政策はどのようなものであったか？</p> <p>④要素条件—出店政策：高い業績をあげる企業の出店政策はどのようなものであったか？</p> <p style="padding-left: 40px;">労働力確保：人的資源確保に対する施策は、どのような取り組みがなされたのか？</p>					
<p><u>内部環境要因に対する分析アプローチ</u></p> <p>⑤パートナーシップ—現地のパートナー企業の選定基準や出資比率はどのようなものであったか？</p> <p>⑥リーダーシップ—現地企業のトップにはどのような人材が相応しいのか？</p> <p>⑦インタラクションメカニズム—本社と現地経営陣とのインタラクションはどうであったか？</p> <p>⑧コントロールシステム—親会社から現地企業へのコントロールはどのようなものであったのか？</p> <p style="padding-left: 40px;">(現地企業のオペレーションに関するイニシアティブへの許容度は？)</p>					