慶應義塾大学学術情報リポジトリ
Keio Associated Repository of Academic resouces

Title	中国進出のためのマーケティング戦略について：成功・失敗事例研究を通して
Sub Title	
Author	王, 亜琳(O, Arin) 池尾, 恭一(Ikeo, Kyoichi)
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	2010
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2010年度経営学 第2504号
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00002010-2504

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.

学籍番号	氏名
80930129	王 亜琳

主査	副査 1	副査 2
池尾 恭一	岡田 正大	坂下 玄哲

研究テーマ

中国進出のためのマーケティング戦略について
―成功・失敗事例研究を通して―

内容の要旨

背景

私は中国で生まれ、5 歳の頃に日本に来た。中国人でありながら中国の事をあまり知らない為、今回の研究を通じてさらに深く知りたいというのが前提にある。また、少子高齢化による人口の減少により国内市場が飽和した為に成長が見込まれない。一方、中国の経済成長は著しく、かつ人口 10 億人の中国市場はとても魅力的である。さらに、中国は地域によって経済の発展が違う為、とても興味深い市場であるといえる。

目的

現在、人口が多く、経済成長が著しい中国の市場を魅力的と感じ中国へ進出していく企業は多い。だが、中国の市場において事業を成功させるには、なかなか困難である。しかし、失敗している企業も多い中、継続的に成功している企業も存在する。そのような企業では、どのようにマーケティング戦略を行っているのか？どうすれば、中国で成功できるのか？マーケティング戦略をどのようにすれば成功できるのか、それらを明らかにしたい。一つの手掛かりを得るために高級化粧品という新しいカテゴリーにおいてパターンを見出す。また、失敗事例をも研究し、結論を裏付ける。そこから、成立する成功条件を見出し、ひとつの足しにする。

これらを解明するために、中国で成功した代表企業である資生堂と P&G の事例研究を行った。

また、中国市場において失敗した小林製薬、ユニクロの失敗事例を行った。各々の中国市場における代表製品に絞り、徹底的に研究を行った。