

Title	テストマーケットとしての台湾の戦略的優位性
Sub Title	
Author	韋, 宇誠(I, Usei) 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	2012
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2012年度経営学 第2724号
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00002012-2724

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.

慶應義塾大学大学院経営管理研究科修士課程

学位論文 (2012 年度)

論文題名

テストマーケットとしての台湾の戦略的優位性

主 査	池尾 恭一 教授
副 査	余田 拓郎 教授
副 査	岡田 正大 准教授
副 査	

2013 年 1 月 7 日 提出

学籍番号	81130075	氏 名	章 宇誠
------	----------	-----	------

論文要旨

所属ゼミ	池尾 恭一 研究会	学籍番号	81130075	氏名	章 宇誠
(論文題名)					
テストマーケットとしての台湾の戦略的優位性					
(内容の要旨)					
<p>中国で日本企業がとくに一般の消費者に商品を販売すること場合に現地商習慣や食の嗜好の違いを理解することが難しい。中国進出を失敗させないためにはそれらの違いを理解することが必要である。企業が台湾を経由して中国に進出する方法の有効な条件を見つけること本論文のテーマである。実際に台湾を経由して中国へ進出したファミリーマートと中国へ直接進出したローソンの2社を分析することで、台湾経由中国進出の有効な条件を見つけた。</p> <p>まず、2社の中国進出の展開の流れを分析し、それぞれの特徴を整理していく。両社の共通の特徴は、台湾や中国において、進出当初日本のような発達した中間業者がなく、自前で整備をする必要があったことである。一方で相違点として、ファミリーマートは現地パートナーに事業の運営を積極的に任せているのに対し、ローソンは完全な日本型コンビニ経営の現地導入に拘っていた。その結果、ファミリーマートが中国へ進出をした際、台湾系大手食品メーカーに事業運営の責任を与え、積極的な多店舗展開を行った。</p> <p>次に台湾ファミリーマートと中国のファミリーマートに絞り、それぞれの特徴を整理していく。ここでは、小売の国際化プロセスの理論の中で説明されている、自国の“標準”を現地に“適応化”させるプロセスが必要で標準化と適応化の両立が外資の成功可能性を高めることについて、分析する。</p> <p>具体的には、台湾ファミリーマートにおける日本の標準を移転した特徴とその標準を導入した成果、また、台湾ファミリーマートにおける適応化の特徴とその成果である。</p> <p>さらに、台湾ファミリーマートと中国ファミリーマートのサプライサイド（標準化）とディマンドサイド（適応化）を分析し、比較をした。</p> <p>最後に上記の分析結果をもとに企業が台湾を経由して中国に進出する方法の有効な条件を導出した。</p>					