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

Title	中国企業の国内及び海外進出の成功要因に関する考察
Sub Title	
Author	土橋, 竜也(Dobashi, Tatsuya) 小林, 喜一郎(Kobayashi, Kiichiro)
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	2016
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2016年度経営学 第3186号
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00002016-3186

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（　　2016　年度）

論文題名

中国企業の国内及び海外進出の成功要因に関する考察

主　査	小林喜一郎
副　査	浅川和宏
副　査	中村洋
副　査	

氏　名	土橋竜也

論 文 要 旨

所属ゼミ	小林喜一郎研究会	氏名	土橋竜也

（論文題名）

中国企業の国内及び海外進出の成功要因に関する考察

（内容の要旨）

[研究の目的]

本研究の目的は中国のような新興国企業が自国においての市場確立の成功要因を明らかにすること。まだ自国で成功した後に海外市場へ進出した際に、どういうアプローチで戦略を組み立てて成功を治めたのかを明らかにすることである。さらにこれらの成功要因を理解した上で日本をはじめとする先進国企業が、新興国企業との競争をどのように勧めるべきかの示唆を得ることである。

[研究方法]

先行理論研究を元に、新興国企業のリバース・イノベーション戦略、国内市場確立、海外市場確立から分析を行う。国内市場の確立については、「自国から得られる競争優位」、「自国市場へアプローチの仕方」についての分析を行う。海外市場確立については「自国と進出国との差異について」、「マーケティングアプローチ」の分析を行う。

[結論]

定性分析から得られた新興国企業の国内及び海外市場確立においての成功要因は以下である。

● <u>自国内の成功要因</u>

1. 低賃金で働く労働者が豊富なため、低コストで価格帯性能比にすぐれた製品でローエンド型イノベーションを起こしたことである。
2. 政府の改革開放に伴い、80 年代から 90 年代まで中国国内経済が高度成長し、国民の生活水準が向上したことで、莫大の需要を生み出したことである。
3. 外資系企業や国有企業との競争により、品質の向上のために国内外の様々な機関と共同開発や戦略提携を行い、品質改善務めていることである。

● <u>海外市場の成功要因</u>

1. 新興国企業の海外市場確立においての成功要因は、自国の莫大の市場で成功をおさめ、安定したキャッシュフローを得ていることである
2. 新興国企業の海外進出の成功要因は、価格競争力のある自社の既存製品で参入し、これを受け入れられるターゲットに集中することである。
3. 新興国企業が海外進出の成功要因は、製品の付加価値を高めるために先進国での研究開発で最新の技術を獲得することである。
4. 新興国企業が海外進出の成功要因は、段階的に参入することである、また最終的に完全所有形態である。