

講義名	新興国市場戦略論			授業形態	
担当教員	潘 志仁	開講期・曜日・時限	後期 木曜日 2時限		
		単位数	2	履修開始年次	2年生

主題と概要

新興国が目覚ましい成長を上げている。日本企業をはじめとする欧米の多国籍企業が相次いで新興国へと進出を続けている。しかし、日米欧の多国籍企業がどのように新興国に参入してきているか、実際どのように戦略を構築してきたかがあまり知られてない。そこで、日本企業がどのように新興国市場戦略を進めているかを明らかにするが、本講義の狙いである。本講義はケーススタディを採用したい。「事業は小規模より奇なり」というが、本講義を受講すれば、新興国市場の理論を読んでもわからない参入戦略の実態を知ることができる。本講義は基本的に日本企業をケーススタディとして取り上げるが、途中、講義する順番が変わりうることもあるかもしれない。

到達目標

- (1) 従来の国際化モデルの課題を認識し、新興国市場の特殊性を把握することができる。
- (2) グローバル市場における重要な新興国市場に適合する企業それぞれの製品革新戦略の特徴及び課題についても理解することができる。
- (3) 新興国市場開拓の課題を理解することで、多様性に富んだ新興国市場のダイナミズムに対し、自分の視点から捉える能力を身につけることができる。

提出課題

なし

課題（レポートや小テスト等）に対するフィードバックの方法

授業中で小テストの解説を行います

評価の基準

授業中で小テストを10回実施し、1回につき、10点とします。教員と質疑応答をする学生には加点を与え、1回につき、2点とします。

履修にあたっての注意・助言他

特別の理由（公共交通機関など）はないがぎり、授業開始30分後の入室を固く断ります。「遅刻する」、「授業中の出入りをする」、「私語をする」、「居眠りをする」、「スマホをいじる」と大人の態度と行動を遵守できない学生には、受講を強く遠慮願います。授業中で質問・発言する学生は、大歓迎します。

教科書

、「使用しない」。

参考図書

その他

毎回資料を配布します。

授業計画

- 『対面授業』
- 第1回 新興国市場戦略と日本企業
予習内容：新興国と新興国市場の定義、新興国における日本企業、新興国市場戦略のジレンマを配布資料より読み込む（120分）
復習内容：新興国市場のニーズと所得の多様化・多様化および市場ジレンマを整理復習（120分）。
- 第2回 新興国市場における課題と戦略転換のための分析視点
予習内容：新興国中間市場への対応、ものづくりの競争力および適正品質を目指す製品・サービス戦略と経営組織の再設計と能力開発を配布資料より読み込む（120分）
復習内容：日本企業による戦略転換の分析視点を整理復習（120分）。
- 第3回 新興市場の適正品質と製造・サービス戦略と組織の再編成
予習内容：低価格製造の投入・高付加価値戦略・差別化の転換を配布資料より読み込む（120分）
復習内容：現地適応とグローバル統合と能力構築及び戦略インフラとしてのITシステムを整理復習（120分）。
- 第4回 イオンのマレーシア戦略
予習内容：ドミナント戦略、先発者の競争優位、競争優位性の持続を配布資料より読み込む（120分）
復習内容：経営トップのビジョンと現地化の「意図せざる結果」を整理復習（120分）。
- 第5回 イオンの中国戦略
予習内容：外国消費者文化志向ボジショニング、正解消費者文化志向ボジショニング、現地消費者文化志向ボジショニングを配布資料より読み込む（120分）
復習内容：世界共通（現地化）戦略と世界共通（グローバル）を整理復習（120分）。
- 第6回 イオン青島
予習内容：「2核1モール」型、多店舗化、モール戦略を配布資料より読み込む（120分）
復習内容：モール戦略と多店舗化の特徴を整理復習（120分）。
- 第7回 センイレブンの北京進出
予習内容：北京の市場環境、高層とドミナント戦略、ニーズ差別化を配布資料より読み込む（120分）
復習内容：顧客ニーズへの対応、差別化と商品本文の機能を整理復習（120分）。
- 第8回 伊藤忠商事の中国進出
予習内容：総合商社の特徴や基本ビジネスモデルを配布資料より読み込む（120分）
復習内容：同社の中国戦略の特徴を整理復習（120分）。
- 第9回 ホンダの東南アジア戦略
予習内容：二輪車の製造・販売・研究開発を配布資料より読み込む（120分）
復習内容：タイ市場への低価格モデルの投入と開発を整理復習（120分）。
- 第10回 ホンダのベトナム戦略
予習内容：ベトナム市場での低価格モデルとプラットフォーム戦略を配布資料より読み込む（120分）
復習内容：中国メーカーとの合併と低価格モデルを整理復習（120分）。
- 第11回 インドでの日立製作所の取り組み
予習内容：インドエレクトロニクス市場の特徴を配布資料より読み込む（120分）
復習内容：日立がニーズを捉え販売と機能を伝える販売を整理復習（120分）。
- 第12回 テンソー・インドの事例
内容内容：タタ自動車の世界最小自動車への受注戦略とコスト削減の工夫を配布資料より読み込む（120分）
復習内容：現地エンジニアの人材活用の重要性を整理復習（120分）。
- 第13回 コマツのブラジル市場進出
予習内容：IT活用の実態を配布資料より読み込む（120分）
復習内容：IT活用による新しい価値の創造を整理復習（120分）。

授業形態（アクティブ・ラーニング）

ア：PBL（課題解決型学習）	イ：反転授業（知識習得の要素を授業外に済ませ、知識確認等の要素を教室で行う授業形態）
ウ：ディスカッション、ディベート	エ：グループワーク
オ：プレゼンテーション	カ：実習、フィールドワーク
キ：その他（A-L型であるけども、以上の項目のいずれにも該当しない場合）	

卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目の関連

本授業の到達目標は、本学ディプロマ ポリシー「経営のグローバルな側面に関心を抱き、グローバルな課題に直面する組織で現状分析を通して、具体的な改善や解決の提案ができる」に関連する。

双方向授業の実施及びICTの活用に関する記述

本授業ではオーラル・ラーニングを目指す。スライドごとに質問をさせるなど発言と質疑応答を重視しているため、振るって発言をください。

実務経験の有無及び活用

備考

オフィスアワー：水と木曜日12時15分から12時50分
研究室メールアドレス：Zhiren_Pan@red.unds.ac.jp