

システム情報工学研究科特定課題研究報告書概要

年 度	平成 21 年度	学位名		修士(ビジネス)
専 攻	経営・政策科学	専攻	著者氏名	黄 暁竹
指導教員氏名 佐藤 亮				
報告書題目				
在中国日系家電企業のビジネス戦略 (在中国日系家電企業の顧客適合戦略に関する分析)				
報告書概要				
<p>現在「顧客革命」の進行につれて、従来の「高技術」だけではなく、「顧客」を加えるからこそ、真の企業価値をもたらすことが言える。言い換えれば、すべての企業活動を、顧客と共に創造した価値の基準に見直し、顧客適合の方向にやり直さなければならない時代になる。そのため、まず、顧客ニーズ、顧客価値、表舞台と裏舞台という重要な側面から、成功な顧客適合戦略に導く関係を論理的に明らかにした。また、幅広い中国市場で、異なる地域顧客の求める価値もそれぞれである。特に、中国市場といえば、主に「先富論」の恵みを受けた沿海部に対して、今の日系家電企業は顧客価値創造と適合戦略の構築を積極的に進んでいるが、発展速度が遅かったが、独特のメリットがあり、今後中国経済成長を支える強い力になる見込み内陸部に対して、顧客適合戦略を構築しなければならない。</p> <p>日系家電企業の中、中国での知名度も高いし、従来から大成功を収めたソニーとパナソニック両社を、顧客価値創造サイクルを用いて、沿海部上海顧客に対するそれぞれの価値創造面と適合戦略進行の状態を明らかにし、比較した上で、内陸部の成都顧客に対して、自ら顧客価値創造サイクルの要素を基づき質問表を作り、インターネットチャット及びインターネット電話方法の組み合わせで、80 通の質問表から、45 人の有効回答を得られたアンケート調査とヒアリング調査を実施した。これを通して、現時点で成都顧客は抱えている問題点と求めている価値を明らかにして、沿海部上海市との同質性と異質性(例えば、成都顧客も上海顧客と同じように、年齢又は収入の増加につれ、「こと」の価値を追求する傾向が多いこと)を抽出するだけではなく、中国市場でより真の成功を収めるために、改善方法として日系家電企業に対して助言をした。</p> <p>また、今回の調査地域と対象者の数が限られていたため、成都顧客全体の価値を反映できるとは言えないから、予備的な調査と呼ぶが、より幅広い地域研究と調査母集団を基で、できるだけ面談の方式で調査することが望ましいから、今後の課題として考えている。</p>				
審査日 平成 22 年 2 月 3 日				
審査員 (大学名 職名) (学位) (氏名)				
主査	筑波大学 准教授	博士(理学)	原田 信行	
副査	筑波大学 教授	理学博士	佐藤 亮	
副査	筑波大学 教授	Ph.D. in Sociology	松田 紀之	