

## 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 22 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     |
| 周 雯  |                  |                             |          |
| 指導教員氏名 大貫 裕二   |                  |                             |          |
| 報告書題目  |                  |                             |          |
| 日本に進出するアジア企業への提言及び政府の受入施策<br>(中国企業の日本進出における電子商取引ビジネスサービス戦略への提言)  |                  |                             |          |
| 報告書概要  |                  |                             |          |
| <p>グローバルな電子商取引が普及し、発展することによって、商品やサービスの提供者とこれらを享受する消費者が直接に双方向の情報を送受できるようになる。日本への投資は供給能力が過剰で価格競争がますます厳しい。中国企業が日本の市場開拓を急いだことで日本の取引市場は活気に満ち溢れ、その電子商取引は新たな販売チャネルとして、今急速に拡大している。</p> <p>このような急成長する電子商取引の発展状況を概観し、現在日本における電子商取引ネットサービス市場の動向を代表例を挙げて分析した上で、それぞれのオンラインサービスの強みと相違点とを比較し、中国企業が日本市場に進出する際、顧客に対してより実効性が高いオンラインサービス戦略をとるために必要な要素を明らかにし、提案することである。</p> <p>本章では電子商取引とそのサービス戦略に着目し、日本における BtoC 電子商取引の現状、電子商取引サービスの戦略分析と中国企業電子商取引の現状にわけて、それぞれを説明しながら実際の代表例を挙げている。その中で浮かび上がった課題に対する提言として、宣伝力の強化、付加サービス不足の改善、自社特有モデルを持たないという問題の解決、アフターサービスの重視が必要であると言える。今後、中国企業は日本へ進出するときはこれらを重視すべきと考える。</p> |                  |                             |          |
| 審査日  | 平成 23 年 1 月 31 日 |                             |          |
| 審査員  | (大学名 職名)         | (学位)                        | (氏名)     |
| 主査   | 筑波大学 教授          | 博士(工学)                      | 張 勇兵     |
| 副査   | 筑波大学 准教授         | 工学修士                        | 大貫 裕二    |
| 副査   | 筑波大学 教授          | Ph.D.in Sociology           | 松田 紀之    |
| 副査   | 筑波大学 准教授         | Ph.D. in Management Science | 倉田 久     |