

## 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 26 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 刘 莹
指導教員氏名		TURNBULL Stephen John	
報告書題目  <div style="text-align: center;">                     楽天の中国戦略に関する研究                      (楽天における M&amp;A 戦略の変遷及び中国に再進出の M&amp;A 戦略に関する分析)                 </div>			
報告書概要 <p>本研究では、楽天の M&amp;A 戦略の変遷と特徴を明確し、中国に再進出ための M&amp;A 戦略を分析した。まず、2000 年 1 月から 2014 年 9 月までの楽天における M&amp;A に関する 71 件のプレス・リリースを内容分析により考察した結果は、楽天はこの 15 年間にわたり「技術獲得」と「機能強化」をベースとして M&amp;A を行ったこと、2000 年から 2005 年まで最初の 6 年間で「事業多角化」を中心に新規事業を展開したことと、2010 年から「海外進出」に注力し、グローバル企業を目指しているということの三点である。また、中国 EC 市場は楽天が撤退した唯一な市場として、近年さらに成長し、楽天は自社の M&amp;A の強みを活かし、成長可能性の高い中国 EC 市場に再び進出し、中国で活躍することを期待することを考えられる。</p> <p>続いて、楽天は中国に再進出の M&amp;A 戦略について分析を行った。まず、楽天における中国再進出の SWOT 分析により、中国に再進出の形式を分析した結果、M&amp;A 形式を推薦できると判断した。さらに、楽天と Baidu のジョイントベンチャー及び Tarad.com の買収の例をケーススタディーで分析することにより、楽天は中国に再進出する際に、差別化戦略を取ることと、提携パートナーの資源の有効利用、市場の理解と顧客ニーズの把握、パートナーとの事業関連性の有無とパートナーのブランド力は重視すべきことを明らかにした。以上の分析結果を踏まえ、中国企業である「唯品会」Vip.com と「一号店」Yhd.com を楽天の M&amp;A ターゲット企業として検討した。</p>			
審査日	平成 27 年 1 月 26 日		
審査員	(大学名 職名)	(学位)	(氏名)
主査	筑波大学 教授	博士 (学術)	秋山 英三
副査	筑波大学 助教	博士 (理学)	佐野 幸恵
副査	筑波大学 准教授	Ph. D. in Economics	TURNBULL Stephen John