

Title	アジア市場開拓に向けた国際企業の戦略：サムスン (パネルディスカッション アジア市場開拓に向けた国際企業の戦略, 第22回年次学術大会)
Author(s)	石田, 賢
Citation	年次学術大会講演要旨集, 22: xvii-xviii
Issue Date	2007-10-27
Type	Presentation
Text version	publisher
URL	http://hdl.handle.net/10119/7188
Rights	本著作物は研究・技術計画学会の許可のもとに掲載するものです。This material is posted here with permission of the Japan Society for Science Policy and Research Management.
Description	パネルディスカッション

パネルディスカッション

アジア市場開拓に向けた国際企業の戦略

ーサムスンー

日本サムスン株式会社顧問、
韓国漢陽大学校大学院兼任教授

石 田 賢

2. 講演内容のあらすじ

(1) サムスンの特徴

- ①財閥企業サムスは、韓国経済に大きな影響力を及ぼすまでに拡大している。
- ②売上高、収益性、投資規模など世界を代表するグローバル企業へと成長している。
- ③そこには「選択」と「集中」、素早い意思決定などの特徴が見られる。

(2) サムスンの国際戦略成功要因

- ①サムスン成功の背景には、大規模投資というトップダウンとともに、投資時期にも恵まれていた。
- ②価格競争に勝ち残るために、基礎研究より応用研究に注力している。ただしこれは独創的な新製品が生まれないという弊害も伴っている。
- ③サムスンの国際戦略には、「地域専門家」の育成が大きな戦力となっている。

(3) 中国市場とサムスン

- ①中国ではサムスン・ブランドが高く評価されている。
- ②上海にデザインセンターを置くなど、市場開拓を積極的に推進している。
- ③中国市場は競争が激化しており、さらに人件費の安いベトナムを生産拠点として活用する方針である。

(4) サムスンの今後の展開

- ①携帯電話、半導体、液晶パネルという 3 本柱から、次世代の新製品を創出すべく努力している段階である。
- ②基礎技術の不足を産学協同などにより、打開していく方策を推進している。
- ③韓国にとって中国は歴史的・文化的に日本以上に特別な意識を生む国であり、国際競争が激化するとはいえ、今後も深い関わりを持ち続ける。

以上