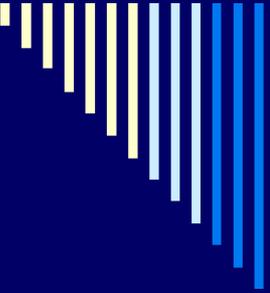


特定の企業を 選んだ理由

明確な問題意識

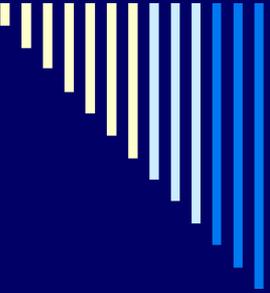
なぜ成功したのか？なぜ失敗したのか？

コア製品の競争力(コア・コンピタンス)、差別化戦略、コスト・リーダーシップ、戦略的アライアンス(資本・業務提携など)、M&A、経営統合など



事例研究の明確なテーマ & 発表全体の流れ

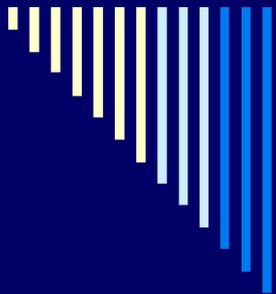
小論文のような明確なメインテーマと副題
発表テーマに沿って3回の発表のつながり
を重視し報告



企業の沿革(歴史)と概要

単に今までの歴史や出来事などを調べるだけでなく、そこから様々な要因を検討・分析し、今後のグローバル・マーケティング戦略の展望に結びつける。

経路依存性に基づいた分析



企業のCI (Corporate Identity)

企業の経営理念(ビジョン&ミッション)

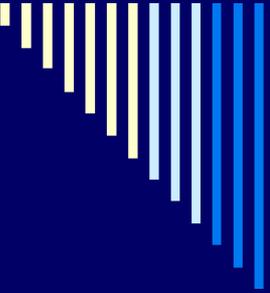
企業哲学

企業文化

企業価値観

企業行動

企業デザイン

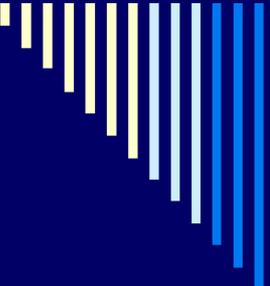


業務内容と企業の業績

明確な事業ドメイン

高業績の要因(売上高、経常利益、当期純利益、店舗数など)

低業績の要因((売上高、経常利益、当期純利益、店舗数など)



自社のSWOT分析

【内部環境における強み】

自社内の資源ベース論(成長戦略の原動力)

コア製品の競争力(コア・コンピタンス)、マーケティングやブランディング能力、コスト・リーダーシップ戦略、差別化戦略など

【内部環境における弱み】

資源依存論

アウトソーシング、OEM生産方式、戦略的アライアンス、サプライヤーとのリレーションシップ、現地化生産など

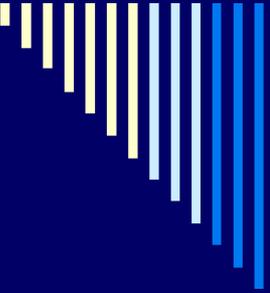
【外部環境における機会と外部環境における脅

威は相対性原理が働く】



SWOT分析から導き出された 結果に基づいた仮説の設定

客観的事実に基づいた仮説の設定



顧客分析 (S T P M)

Segmentation

Targeting

Positioning

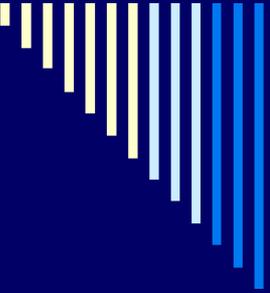
Marketing Mix



国別や競合他社の比較分析 & それらのまとめ

成功した国と失敗した国の因果関係

競合他社の動向分析(競合他社のSWOT分析など)



今後のグローバル・マーケティング戦略の展望と課題

展望

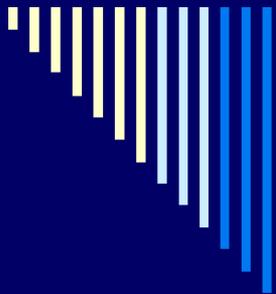
1

2

課題

1

2

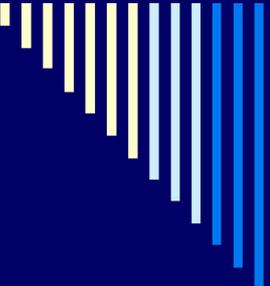


3C分析

自社分析(SWOT)

顧客分析(STPM)

競合他社分析(SWOT)



2回目発表以降の必須事項

前回のおさらい

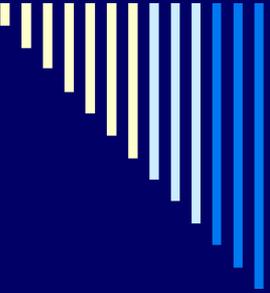
前回指摘・質問されたことや、はっきり答えられなかったことに対する明確な答えの提示

正確な参考文献や、図表の出所の提示

各チームに与えられる発表時間は20分（5分の質疑応答時間を含む）とする。

発表に対する評価項目は次の4点に絞る。

1. 分析能力（明確な問題意識、客観的な事実に基づいた仮説の設定、明確な今後の展望と課題など）、
2. プレゼンテーションの能力（伝達能力など）、
3. チームの協力度、
4. 授業参加の積極度（出席代用で他チームへのコメントを出す）



発表全体的な流れ

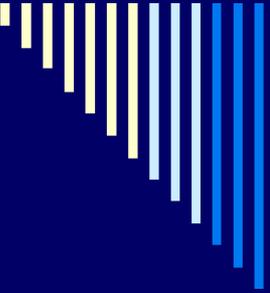
全般的な分析



明確なテーマと問題意識に基づきグローバル・マーケティングの特定戦略の焦点を絞り込む



まとめと仮説に基づいた今後の展望と課題の提示



事例研究から得られるもの

就職活動に関わる一連のプロセスと類似

1. チームワーク能力の向上
 2. 全体的な視点から捉える分析力の向上
 3. コミュニケーション能力の向上
 4. ディスカッション能力の向上
 5. プレゼンテーション能力の向上
 6. 問題解決能力の向上
 - 7.
-



企業を取り巻くグローバル 市場環境の変化要因

1. 企業間の技術の陳腐化と技術の平準化によるPBの差別化の困難性
 2. ITの進歩によるPLC(製品寿命周期)の短縮化
 3. 市場の成熟化と細分化の崩壊
 4. 熾烈な価格競争による企業間の体力消耗戦
 5. 連結経営中心主義への移行
-



企業を取り巻くグローバル 市場環境の変化要因

6. 外部のステークホルダーの価値決定要因の変化
 7. ブランド間の相乗効果の創造
 8. ブランド・マネジメントの近視眼的な問題の浮上
 9. 重要視されるステークホルダーの概念と範囲の拡大
 10. バランス・スコアにおけるCBVの割合の増加(有形資産から無形資産へ)
-



企業を取り巻くグローバル 市場環境の変化要因

11. 透明性に関わる需要向上の対応
12. 現代企業(多国籍企業・グローバル企業)の諸活動の一貫性と効率性を向上させるための積極的な取り組み
13. 企業を取り巻くグローバル市場環境において、続発しつつある企業の不祥事に対する社会からの厳しい企業行動批判の高まり(主に、経営者と現場の従業員の倫理観の欠如と標準作業をはじめとするコンプライアンスの違反)



企業を取り巻くグローバル 市場環境の変化要因

14. 人的資源の重要性の浮上、優れた人材の不足、従業員の企業(CB)に対するブランド・ロイヤルティと愛着心の低下
 15. 地球持続可能性の向上に対する関心の高まり
 16. 急速な経済のグローバル化の進展と企業活動のさらなるグローバル化に伴うマイナス面への懸念
 17. ITの進歩による多様な価値観を持った市民社会(NPOとNGO)の台頭と発言力の増大
 18. 市場における企業評価の手段として、投資家のSRIに対する関心の高まり
 19. 先進諸国におけるCSRへの取り組みを支援するような幅広い対応の実施
-