【レポート販売】「2011年版 韓国Samsung電子携帯電話事業の成功要因と日本企業戦略」を販売開始

報道関係者各位

平成２３年１月２１日
株式会社クロス・マーケティング
（東証マザーズ 3629）

「2011年版 韓国Samsung電子携帯電話事業の成功要因と日本企業戦略」
を販売開始

～韓国Samsung電子携帯電話事業の成功要因を、発展の歴史、各年代における取り組みを踏まえて、リーダーシップ、意識改革、現地化、プレミアム戦略をキーワードに分析～

■■ 要約 ■■

マーケティングリサーチを行う株式会社クロス・マーケティング（代表取締役社長 五十嵐幹 東京都中央区）は、エレクトロニクス・ITと医薬・医療・バイオ分野を中心に様々な調査を行っている株式会社シード・プランニング（代表取締役 梅田佳夫 東京都台東区）が提供する「2011年版 韓国Samsung電子携帯電話事業の成功要因と日本企業戦略」を販売開始しました。

詳細：http://www.cross-shop.jp/products/detail.php?product_id=466

■■ 商品概要 ■■

◇韓国Samsung電子携帯電話事業の成功要因を、発展の歴史、各年代における取り組みを踏まえて、リーダーシップ、意識改革、現地化、プレミアム戦略をキーワードに分析。

◇最近では、スマートフォンの出遅れを克服し、2010年3Qでは、上位を占めるなど、現在から将来に渡っても好調を持続しています。
1990年代前半からは、CDMA集中、GSM参入、欧州市場での成功など、各年代ごとに成功要因があります。
Samsung電子の成功要因を分析したレポートとして事業に役立つものとなっています。

◇AppleやGoogleなどの企業がEMSと組んで参入していますが、Samsung電子は、自社生産体制を採用しており、それが環境変化の中でも競争力を持つ可能性が存在しています。

◇日本の企業戦略としての重要な教訓・諸点を取りまとめています。

◇シード・プランニングがこれまでに発刊した「携帯電話の世界市場」
シリーズ16冊、LTE等「次世代携帯電話」シリーズ9冊、「スマートフォン」
シリーズ2冊等の成果の上に立って、今回、「海外現地調査及び事例研究」
シリーズの2回目として発刊！

■■ 資料目次 ■■

はじめに
調査概要

I. Samsung電子の成功要因が注目される理由
1.Samsung電子携帯電話事業発展の歴史
（1） Samsung電子の携帯電話事業の現在の概況
（2） Samsung電子の携帯電話事業の歴史（略史）
（3） Samsung電子における携帯電話の位置
2.Samsung電子の成功要因に学ぶ目的
（1） Samsung電子総体の成功要因
（2） Samsung電子携帯電話事業の成功要因
（3） 成長期及び現在の両方に教訓

II. Samsung電子の企業概要・業績指標
1.Samsung電子の企業概要
（1） 基本情報
（2） 組織体制
（3） 基本メッセージ
（4） 日本Samsung
2.業績指標
（1） 5年間の業績推移

III. Samsung電子の成功要因 ― リーダーシップ ―
1.オーナー経営による強力なリーダーシップ
2.スピード経営
（1） 果敢な投資決定
（2） 経営資源の集中
3.携帯電話事業の展開
（1） 携帯電話は主力事業で、グローバル展開
（2） 高級携帯電話特化戦略
（3） 1990年代
（4） 2000年代前半
（5） 2000年代中盤
（6） 2000年代後半
（7） 2010年代
（8） 開発重点
（9） 次世代方式の開発

Ⅳ. Samsung電子の成功要因 ― 意識改革 ―
1.1993年新経営宣言と1997年IMF危機が転機
（1） 1993年新経営宣言が転機
（2） 新経営宣言
2.1997年IMF危機を転機
（1） 1997年IMF危機を転機に
（2） 生存対策会議
（3） 先端製品メーカーに脱皮する構造改編
3.Samsung電子の人事
（1） 前向きに実施した改革
（2） 人事評価システム
4.半導体の成功体験を他部門に拡散
5.Samsung電子の研究開発
（1） 品質重視／研究開発力強化
（2） Samsung電子研究開発
（3） グローバルな人材登用
6.世界のベストプラクティスをベンチマーク

Ⅴ. Samsung電子の成功要因 ― 現地化 ―
1.グローバル展開
（1） グローバル展開は生命線
（2） Samsung電子のグローバル比重
（3） 韓国におけるグローバル展開
2.海外地域専門家制度
（1） 海外地域専門家制度
（2） 現地勤務
3.マーケティングの現地化
（1） 海外現地のマーケティング体制
（2） 情報収集分析、顧客に食い込むマーケティング力
（3） 現地ニーズに対応した商品開発
（4） 現地に適した量販店・販売チャネルで攻略戦略

Ⅵ. Samsung電子の成功要因 ― プレミアム戦略 ―
1.デザイン力とマーケティング力を両輪
（1） プレミアムブランド戦略
（2） デザイナーが情報発信／デザイン部門強化
（3） 高級ブランド戦略展開
（4） 広告宣伝
（5） 高級機種特化戦略が成功した要因
（6） プロダクトミックスで新興市場を攻略
2.スポーツマーケティング
（1） スポーツマーケティングの取り組み
（2） オリンピックマーケティング
（3） スポーツマーケティング

Ⅶ. Samsung電子の発展戦略と日本企業
1.Samsung電子の今後の発展戦略
（1） スマートフォン強化戦略

（2）　育成事業分野の強化
（3）　アフリカ市場への先行投資
2.日本企業の課題

■■ 商品詳細 ■■

商 品 名：2011年版 韓国Samsung電子携帯電話事業の成功要因と
日本企業戦略
発 刊 日：2010年12月21日
発 行：株式会社シード・プランニング
販 売：株式会社クロス・マーケティング
判 型：A4 / 148ページ
頒 価：
■製本 210,000円（本体価格200,000円、消費税10,000円）
■製本＋CD-ROM 231,000円（本体価格220,000円、消費税11,000円）
※別途送料500円

詳細URL：http://www.cross-shop.jp/products/detail.php?product_id=466

【お申し込み方法】
上記URLよりお申し込みください。

■■ 株式会社クロス・マーケティングについて ■■

株式会社クロス・マーケティングは、国内130万人超の大規模モニターを軸に、生活者の「生」の声を、主にインターネットを活用して収集するマーケティングリサーチ会社です。
生活者の嗜好の多様化や、商品サイクルの短期化に対応するため、ネットリサーチの優位性である「スピード」「コスト」に加え、「品質」を最大限に重視したリサーチサービスを展開しています。
調査企画から設計、実査、集計・分析レポートまで、マーケティングリサーチに関するあらゆるサービスをトータルにサポートいたします。

■■ 株式会社クロス・マーケティング 会社概要 ■■

名称：株式会社クロス・マーケティング
本社所在地：東京都中央区銀座8丁目15番2号 銀座COMビル6Ｆ
代表者：代表取締役社長 五十嵐 幹
設立：2003年4月
URL：http://www.cross-m.co.jp/

■■ 本件に関するお問い合わせ先 ■■

株式会社クロス・マーケティング

Cross Shop 販売窓口担当

Tel：03-3549-1319
Fax：03-5565-5848
Mail：cs-info@cross-m.co.jp

※NSーShopは、2010年10月1日 にCross Shop(http://www.cross-shop.jp/)へと
サイト名を変更いたしました。
今後とも引き続きご愛顧賜ります様、宜しくお願い申し上げます。

Generated by ぷれりりプレスリリース
https://www.prerele.com