

## 設問 2

日本企業は、薄型テレビ(液晶・プラズマ)で、サムスン、LG エレクトロニクスなどのアジア勢企業に大敗し、巨額の赤字を出した。その結果、プラズマテレビは 2014 年に全面撤退した。

技術で勝って、経営で負ける日本企業。

なぜ、日本企業は、薄型テレビ競争に大敗したのか？

## 設問 3

1990 年代までは、日本企業は、競合他社の動向を注意深く見ることで、ある程度互角に戦えた。例えば、新製品が出ても、半年後に同等以上の類似製品を出せば、売上を確保することができた。しかし 2000 年に入ると、大量生産によって利益を上げることが難しくなった。

積極的に生産量を増やすと、すぐに在庫過剰になって、経営を圧迫するようになった。

今までにない驚異的な新製品を作るか、従来の半額以下の新製品を売り出すか等、工夫をしないと、苦戦を強いられるようになった。

2000 年以降、何が起きたのだろうか？