

論文要旨

所属ゼミ	小林(喜)研究会	学籍番号	80631087	氏名	矢治 光
(論文題名)					
循環型ビジネスにおける競争戦略					
(内容の要旨)					
<p>大量生産・大量消費・大量廃棄型の経済活動は、資源やエネルギーの逼迫や不法投棄などの問題を発生させている。こうした環境問題を解決し、持続的な経済発展を続けていくため循環型社会の構築が求められている。循環型社会への認知が高まり、例えば省エネや再資源化への取り組みなど個人の生活スタイルは変化している。しかし、これらの活動は既存のワンウェイビジネスの延長で考えられているのではないだろうか。そこで、ビジネスモデルに着目し循環型ビジネスを「3Rを中心としたビジネスモデル」と定義し、リユースビジネスで成功を収めている企業について分析を行った。リユースビジネスを選択する理由は、事業のイニシアティブが民間であり企業の競争戦略が明確であること、上場を果たした企業が増加しドラスティックは変化が起きていることの2点である。</p> <p>分析課程においては、バリューチェーン、循環型社会モデル等の理論研究を行なった後、ポーターのバリューチェーンをもとにリユースビジネスのバリューチェーンを作成した。主活動を調達(買取対象・買取チャネル・査定方法)、店舗オペレーション(商品管理・修理清掃・商品陳列)、販売マーケティング(販売チャネル・販売価格・顧客の組織化)、サービス(返品・保証・周辺サービス)、支援活動を経営管理(店舗展開・スキーム)、技術開発(情報システム)、人材資源(採用・教育)として分析の基準とした。加えて製品属性の違いによりリユースビジネスを商品鮮度を重視する／しないと嗜好品／実用品のどちらかで4つのタイプに分類した。①トレンド重視嗜好品型、②ブランド重視嗜好品型、③ブランド重視実用品型、④トレンド重視実用品型)事例分析の対象企業は、ブックオフ(書籍)、ゴルフパートナー(ゴルフ用品)、コメ兵(貴金属など)、シンワアートオークション(美術品)、テンポスバスターズ(厨房機器)、オフィスバスターズ(オフィス家具)、ガリバー(自動車)、パシフィックネット(PC機器)の8事例とした。</p> <p>事例分析の結果、リユースビジネスが4つのタイプにおいて異なる傾向を示し、製品属性により異なるアプローチが必要であるという示唆が得られた。特に品揃えの充実に向けた買取インセンティブの構築、最適な査定及びローコストオペレーションの実現に向けた情報システム投資は、現在のリユースビジネスにとって不可欠なものになっている。①トレンド重視嗜好品型は商品回転率を向上させるため査定方法とオペレーションの簡素化が重要であり、模倣が容易であるため価格競争を避ける仕掛けが鍵となる。②ブランド重視嗜好品型は買取と販売を最適化させるためバイヤー能力と本質的なサービスが重要であり、専門性を高めたブランド化が鍵となる。③ブランド重視実用品型は買取と販売を最適化させるため独自の修理清掃ノウハウと本質的・表層的サービスが重要であり、低価格新品との差別化が鍵となる。④トレンド重視実用品型は、商品回転率を向上させるため詳細な査定とオペレーションの最適化が重要であり、規制対応など外部環境変化への迅速な対応が鍵となる。</p>					