

論文要旨

所属ゼミ	小林喜一郎研究会	学籍番号	80830163	氏名	魚住 拓也
(論文題名)					
競争優位回帰の企業戦略 —成熟期を迎えた国内製造業の成長戦略—					
(内容の要旨)					
<p>本研究は、成熟期を迎えた製造業の中でも、競争優位を築いた企業の戦略を明らかにすることを目的とし、実証研究と個別企業研究によって仮説を検証するものであった。成長機会を求めめるために、より収益性の高い事業への多角化と、成長余地を残す地域での海外展開という2つの戦略オプションによって、競争優位を築いているものと仮説を設定した。</p> <p>仮説 1 として設定した『海外売上比率を高めることや、事業多角化は企業の収益性にプラスに寄与する』は、2008年の国内上場製造業 1126社について検証した。その結果、海外比率は企業の収益性にプラスに寄与するが、多角化はマイナスに作用することが判明した。ただし、各企業の所属業種を加味して重回帰分析をすると決定係数が倍以上に高まることから、前提として所属する業種が重要な因子であるとわかった。</p> <p>仮説 2 として設定した『高収益の業種は專業度を高める傍ら海外比率が高い。逆に、低収益の業種は多角化度が高く、海外比率が低い傾向が認められる』を、収益別に業種単位のグループ分けをして検証をおこなった。その結果、高収益業種は專業度が高く海外比率が高いことがわかった。また、低収益業種は海外比率が有意に低く、多角化度は有意ではないものの低い傾向が認められた。本結果から、高収益業種は成長の源泉を他事業よりも海外展開に求めていること、低収益業種は成長の戦略オプションとして、海外・多角化のいずれも十分に活用していないことがわかった。</p> <p>さいごに、仮説 3 として設定した『競争優位に回帰・転換した企業は、成長機会を求め多角化あるいは海外比率を高めた』を、個別企業研究によって検証した。成熟市場で競争優位を築いたユニ・チャーム、小松製作所、伊藤園について成長戦略を分析した結果、小松製作所・ユニ・チャームともに主業に集中、海外展開を積極化しており、成熟産業において企業成長を遂げ、競争優位を築いて企業は国内での多角化より海外展開にシフトしているものと判断した。伊藤園は、多角化度は海外比率がほぼゼロながら成熟した飲料市場の中で競争優位を築いた特異な企業であったが、緑茶飲料というホワイトセグメントを国内で開拓・成長させた企業であった。ただし緑茶飲料市場が漸減してからは収益性が低下していることから、海外展開の戦略オプションとしての必要性が予想された。</p> <p>本研究から、高収益業種の多くは海外展開によって成長をとげており、かつてのような内需依存の多角化は困難になっていること、したがって、成熟産業が競争優位を築くためには、多角化ではなく本業集中の可能性を再検討し、海外展開によって成長する戦略が求められているものと結論した。</p>					