

Title	米国コンピュータ業界における製品市場戦略と経営成果の分析
Sub Title	
Author	横手威夫(Yokote, Takeo) 関口操
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	1980
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	複写許諾が必要
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001980-0113

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

学生氏名	横手 威夫	主査	関 口	操	教授
	(日本ユニパック株式会社)	副査	古 川	公 成	助教授
所属ゼミナール	古 川 公 成 研		小 野	桂之介	助教授

米国コンピュータ業界における製品市場戦略 と経営成果の分析

1979年現在、米国系汎用コンピュータ・メーカー上位6社が総額1.181億ドル（設置高で買取価格ベース）の世界コンピュータ市場で81.8%を支配している。この6社の中で圧倒的な市場支配力を示しているのがIBM社である。そこで、

- * 上印6社の業績の差を説明する要因は何なのか、
- * コンピュータ市場における成功要因は何なのか、
- * そして、IBM社の製品市場戦略には基本的パターンがあるのか、
- * IBM社に対抗する大手5社の製品市場戦略には基本的パターンはあるのか、
- * そして大手6社間の業績の差は各社の製品市場戦略によって説明できるのか、

この一連の疑問を解明することが本論文の目的である。

この疑問解明にあたり、コンピュータ産業で激しく変化する市場環境と技術的進歩を外部環境の変化としてとらえ、この外部環境に対する各社の製品市場戦略パターンと経営成果について、主として10年間（1969年～1980年）の2次データより資料を作成し分析した。

その結果、以下のことが判明した。1970年代の汎用コンピュータ市場は、時代の経過に伴い、より大型のコンピュータ・セグメントが拡大する傾向にある。かかる市場で、企業が存続し成長する為には、常にユーザをより大型の市場へ円滑に移行させる製品・市場戦略（大型化戦略）が重要である。又、IBM社に対抗する企業は、コンピュータ市場を注意深く細分化することによって、高い成長性（設置高、売上高）と利益率を得ている。これらの事実は、コンピュータ業界において、的確なセグメント選定が、いかに重要であるかを示唆するものである。