

Title	建設機械産業における需要構造 - 需要構造の変化と地域差が販売業経営に与える影響の分析 -
Sub Title	
Author	木村繁之(Kimura, Shigeyuki) 小林規威
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	1983
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 1983年度経営学 第263号 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=KO40003001-00001983-0263

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 木村 繁之

主査 小林 規威

副査 古川 公成

所属ゼミナール 古川 公成 研

柳原 一夫

建設機械産業における需要構造 —需要構造の変化と地域差が販売業経営に与える影響の分析—

現在建設機械の国内市場においては激しい競争が展開されその結果大幅な値引きが行なわれている。特に急成長をとげた油圧ショベルにその傾向が強く、メーカー1社が入り乱れて競争している。製品においては、大型化と小型化への両極化や汎用化といった傾向がみられ、成熟製品の中には中古機やリース・レンタル機が市場に出廻っているものもある。

本論文ではメーカー系列販売業者の視点より典型的な機種である油圧ショベルを取り上げ、それを通し建設機械の需要構造を探ることを試みた。まず業界の状況を知るために建設機械産業全体と油圧ショベルメーカーの競争分析を行なった。その結果M. E. ポーターが述べるところのコストのリーダーシップ、集中、差別化といった3つの戦略に分けることができた。全国需要を考慮したこれらのメーカー戦略は地域の販売業者へ製品、価格の制約として影響してくるものと考えられた。また販売業者に直接影響を与える需要構造は建設工事と建設業者という視点で分析した。1件の工事を考えるならば建設機械の需要は工事量と工期とで決定される。工事量が増えれば当然多くの需要が生まれる。しかし同じ工事量でも工期が短くなればそれだけ必要な能力が増え、その結果需要が生まれることとなる。また工事件数にも依存し、同時に多くの工事が発生すれば需要が生まれる。この観点より工事の特性を①時間当りの工事量、②時間当りの工事発生件数、③工事技術という要素でみたならば工事内容と建設機械との関係を説明することができた。①はサイズ(大型化、小型化)、②は台数、③は汎用性といったニーズとなり現われると考えられた。一方、建設業者の特性は投資収益率、下請比率、保有台数とその稼働時間といった要素に分解でき販売業経営上の種々の問題点を生みだしている。中古機、リース・レンタル機の出現はこれらの建設業者特性で、ある程度説明することができ、新機販売が使命の販売業者にとって割賦販売がどれだけの効果を持つかが明らかとなった。また建設業者特性の要素を変えるセグメントへ目を向けることが問題解決への糸口となると考える。