

Title	ベンチャー企業に見られる新しい競争原理
Sub Title	
Author	笹沼泰助(Sasanuma, Taisuke) 高橋吉之助
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	1985
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 1985年度経営学 第412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=KO40003001-00001985-0412

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	笹 沼 泰 助	主査	高 橋 吉之助
		副査	伏 見 多美雄
所属ゼミナール	矢 作 恒 雄 研		奥 村 昭 博
			矢 作 恒 雄

ベンチャー企業に見られる新しい競争原理

近年になって、ベンチャー企業と呼ばれる新しいタイプの中小企業の活動が活発化してきているが、それらの企業の競争戦略に関しては、事例紹介がなされているにとどまっており、統計的手法に基いた実証研究はなされていなかった。

そこで10社余の事例研究から仮説を導き、それを70社余りのサンプル企業を対象とした調査、分析により、実証しようと試みた。

仮説は、ベンチャー企業群の市場における戦略展開と競争原理について述べられた「市場戦略モデル」と、同モデルの実行戦略として位置づけられる「競争力生成モデル」の2モデルから構成されている。市場戦略モデルは、提供する製品のタイプによって3つのカテゴリーに分けられるベンチャー企業群が、それぞれ異なる基本戦略と展開戦略を有することを示した。

基本戦略については「製品集中—顧客集中」戦略と「技術集中—顧客(製品)分散」戦略の2つが示され、展開戦略については、「垂直統合戦略」、「多角化戦略」そして「参入→展開→深耕」戦略の3つのタイプが示されている。

競争力生成モデルは、ベンチャー企業の業績が、「技術力の生成」→「製品力の生成」→「競争力の生成」→「業績の決定」という遂次モデルのプロセスで生成されることを示している。

重回帰分析による検証の結果、売上高成長率、売上高経常利益率の2つの業績指標について、それぞれ自由度修正済 $R^2 \div 40\%$ 程度の数学的モデルを導くに至った。