

Title	マーケットシェアと収益性の関係について
Sub Title	
Author	河合洋(Kawai, Hiroshi) 矢作恒雄
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	1989
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 1989年度経営学 第678号 複写許諾が必要
Genre	Thesis or Dissertation
URL	<a href="https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001989-0678">https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001989-0678</a>

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.

## マーケットシェアと収益性の関係について

マーケットシェアと収益性の関係については、これまで多くの議論があったが未だ確立された説はない。これまでの議論では、シェアを算出する際の市場の定義が論者により異なっており、かみ合った議論がなされていなかったように思う。本稿では、市場構造を細分化し、最小戦略市場という概念を使って分析をすることにより、これまでの理論、実証研究結果とも整合性のある理論を模索した。この結果、対象市場におけるマーケットシェアと収益性の関係は逆U字型を描くとの結論に達した。

本稿後半においては、専門比率の高い12業種の日本企業をサンプルとして、上記モデルの推定作業を試みた。この結果は、各社のセットした戦略ドメインの大きさ、Flexibility の格差、Stalemate に陥っているか否か等により、業種によりサンプルの位置するポジションは異なるが、いずれも逆U字上にいると考えられ、上記モデルに反するものではなかった。

この結果を踏まえ、戦略作成に当たっては、(1)高シェアを取れる最小戦略市場を見つける、(2)規模の経済と範囲の経済を組み合わせる、(3)資産のFlexibility を高く保つ、(4)短期ROI のみの評価を行わないことに留意すべきことを提言する。

尚、現在逆U字上のどこにいるかは、製品ライフサイクル同様その場ではどのステージにいるのかが明確には分かりにくいものと考えられる。

今後の課題としては、理論の一層の精緻化、検証モデル及びサンプルの問題点の解消等が挙げられよう。