

Title	市場競争における時間の価値 - Time Based Competition とその有効性研究 -
Sub Title	
Author	中村敏行(Nakamura, Toshiyuki) 嶋口充輝
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704号 可能
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001989-0704

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 中 村 敏 行
(静岡放送株式会社)

主査 嶋 口 充 輝
副査 古 川 公 成

所属ゼミナール 嶋 口 充 輝 研

青 井 倫 一

市場競争における時間の価値 — TIME BASED COMPETITION とその有効性研究 —

今日、消費生活においても、企業行動においても、時間は重要な要素となっているはずである。しかし、現在の経営では、この要素はもっぱら生産性の基準として用いられており、市場における競争優位をもたらす源泉ととらえている企業は多くないのではないだろうか。

顧客が要求する多様な製品やサービスに対応するとき、企業は、顧客に時間費用を負担させるか、自ら在庫を増加させねばならない。市場に製品やサービスをすばやく提供していくこと（迅速に開発し、迅速に生産・販売し、流通させていくこと）によって、顧客の時間的費用を軽減していくことは、競争力の源泉となるはずである。そして、それは、価格、機能とならぶ市場価値の重要な構成要素となると考えるのである。

そこで、本論文では、時間をベースにした競争力の重要性を説き、次にその競争力が発揮される条件を実証研究する。この結果、時間をベースとする競争力は市場リーダーにおいて一層効果を発揮することが認められた。また、時間をベースとした競争力は、大別して二つの方向（イノベーション・タイム競争力とリサプライ・サイクル競争力）からなり、市場発展段階や競争地位、企業の目指す方向（成長性か収益性か）によって、それぞれの競争力発揮場面が異なることも発見された。

本論文では、さらに、時間をベースにした競争力を、単一企業をこえる価値連鎖を通じて追求している企業の実例研究も行ない、そこから実際の経営への示唆も得ることとした。

以上から、時間をベースにした競争力は在庫のあるなしにかかわらず、情報、金融、サービスなど多くの産業で有効であると提言する。