

Title	ドメインと企業成長
Sub Title	
Author	今井英晶(Imai, Hideaki) 奥村昭博
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	1992
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 1992年度経営学 第897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=KO40003001-00001992-0897">https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001992-0897</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.

学生氏名

今井 英晶  
(エーザイ株式会社)

主査 奥村 昭博

副査 嶋口 充輝

矢作 恒雄

所属

奥村 昭博 研究室

## ドメインと企業成長

これまで順調に成長してきた日本企業も、今や極めて厳しい現実に直面している。ここしばらくは、以前のようにどの企業も成長して行くという理想的な図式は表れてこない。

本研究は、このような不透明な時に重要性が増してくるドメインについて示唆を与えることを主眼としている。これまでドメインは、戦略策定における一つのツールとして捉えられていることが多く、ある静的な一時点から考えられていることがほとんどであった。この論文では、長期に渡るドメインの変遷を基に、ドメインの認知・定着にスポットを当てて論じている。

事例研究と、公刊資料による調査を並行して実施し、ドメインと製品との関係、ドメインの変化、所有する技術とのかかわりを明らかにすることができた。対象企業はイメージング産業の5社に絞り、最後に一般化するという方法を用いた。

成長の高い企業と低い企業とでは、ドメインの変遷、所有する技術、製品コンセプトに明らかな差異があった。成長の高い企業は、製品指向型の技術を擁し、前のドメインに関連を持たせながら新たなドメインを構築している。そして、明示する表現がより具体化の方向へと向かっているのである。また、製品とドメインとの関係では、使用場面や、使用方法を全面に打ち出した製品が、ドメインの社会的な認知と社内における定着に大きく関与していることが判明した。

以上の結果を踏まえ、仮説を構築し、企業が成長を遂げるためにドメインをどう構築するべきかについての提言を行った。