

Title	放送業界における経営戦略に関する考察
Sub Title	
Author	杉嶋秀也(Sugishima, Hideya) 森川英正
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	1994
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 1994年度経営学 第1095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=KO40003001-00001994-1095">https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001994-1095</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

杉嶋 秀也

主査 森川 英正

副査 柳原 一夫

河野 宏和

所属

森川 英正 研究室

## 放送業界における経営戦略に関する考察

民間放送業界は、マクロ経済の低成長、テレビ、ラジオの多局化の進展、衛星放送を始めとする新しいメディアとの競争などにより、一定の市場のパイをめぐる、プラス・マイナスの総和がゼロに止まるというゼロサム型の競争状況が今後ますます進行するものと考えられる。

そこで本論文では、民放テレビ業界において、競争優位を築くためにはどのような経営資源を持ち、どのような経営戦略・行動を採ることが有効であるのかという分析を試みることにした。具体的には、在京の民放テレビ局五社の事例を取り上げ、導入期、成長期、成熟期のそれぞれの市場環境下において、どのような経営資源を持つ企業が、どのような競争戦略・需要戦略を採用すると、いかなる業績を達成することができるのかというフレームワークに沿って、研究を進めた。

その結果、民放テレビ業界において、競争優位を築くためには、競争戦略では差別化戦略を採り、需要戦略では、ステーション・イメージを創出するほどの新しいコンセプトを持った新規番組の開発により、新たな市場、顧客を開拓する市場創造型の戦略を採ることが有効であると判明した。そして、それらの戦略を実行し、業績の向上を達成するためには、広範囲なネットワーク網の構築、番組ソフト生産に関する情動的経営資源の蓄積、編成部門と制作部門の一体化、トップ・マネジメントによる権限委譲、現場重視、若手活用、人事交流などの環境整備、という経営資源戦略が必要であることが確認された。

これらの戦略が一体となってはじめて、競争優位を構築することができると思われる。