

Title	QRにおける情報技術の活用と組織整合 - QR推進企業における企業戦略と動機付けインセンティブの相互作用について -
Sub Title	
Author	石田珠里(Ishida, Jiyuri) 高木晴夫
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	1996
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 1996年度経営学 第1236号 可能
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001996-1236

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

石田 珠里

主査 高木 晴夫

副査 嶋口 充輝

國領 二郎

所属

高木 晴夫 研究室

QRにおける情報技術の活用と組織整合

—QR推進企業における企業戦略と動機付けインセンティブの相互作用について—

本稿は、第1にQRに取り組む企業が、QR対応するために導入する情報技術により、組織にどのような影響を受けているのか、第2に、組織に影響を受けた結果、企業戦略にどのような変化がおきているのか、またその要因は何か、第3に、企業戦略変化の結果、動機付けインセンティブがどのように変化しているのか、その関係について、実地調査に基づいた研究を行い、QR対応企業、また今後対応を検討する企業に対し、提言を行っている。

調査対象は、衣料品業界においてQR対応しようとしている企業であり、テキスタイルメーカー、アパレルメーカー、小売の計14社18人に対してインタビューを実施した。QRは本来、川上から川下まで一貫して協力体制を構築するものであるが、日本では、テキスタイル中心のものと、小売・アパレル中心に2分化して行っている。今回の研究は、小売とアパレルのQR対応を調査の対象とし、活用されている情報システム、企業戦略などについて6つの個別企業の事例について検討した。

本調査では、戦略の変化の中で、アパレルメーカーの小売機能の内部化が顕著に観察された。その中で解明されたことは、第1点は取扱う商品のファッション性が高ければ高いほど、取引先も限定され、その結果、共有できる小売の資産が少なくなるため、内部化が進むこと、また、ファッション性が高いと、需要予測の不確実性が高まり、このリスクを回収するために、機能の密接な連結による迅速な対応が必要とされ、内部化が進んでいることである。

また、各企業がQR対応しようとして、戦略を変化させているのではなく、自社の生き残りをかけて、仕組みづくりを行っており、またそれをさらに強化させるためや、新たな仕組みを構築した結果起こる副作用を防止するために、仕組みを変化させているという点が観察された。その中で情報技術は、ツールとして活用されており、それにより、組織へ影響があると、インセンティブも戦略とともに変化するものの矛盾も生じ、企業はその矛盾を解決すべく、新たな仕組みを構築し、組織整合しようとしている点が観察された。