

Title	ネットワーク社会における企業戦略と組織構造
Sub Title	
Author	小林英夫(Kobayashi, Hideo) 千本倅生
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	1999
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 1999年度経営学 第1505号 可能
Genre	Thesis or Dissertation
URL	<a href="https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001999-1505">https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001999-1505</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.

所属ゼミ	千本研究会	学籍番号	89828354	氏名	小林英夫
(論文題名)					
<h2>ネットワーク社会における 企業戦略と組織構造</h2>					
(内容の要旨)					
<p>情報通信革命と呼ばれる情報処理技術と情報伝達技術の発展と融合により、ビジネスに関わる要素が緊密に結び付いた社会—ネットワーク社会—が到来している。企業をとりまく様々な関係の変化によりビジネス環境は変わり、これに伴ない企業の戦略や組織の構造も変化しつつある。</p> <p>本研究では、ネットワーク社会の到来により発生する関係性の変化を、“企業間の関係”“企業と消費者の関係”“企業と従業員の関係”の3つの側面から事例研究を交えて分析し、変化要因の分析と今後に及ぼすであろう影響の提示を行った。</p> <p>企業間の関係については、ネットワーク社会の進展は企業の提携戦略の有効性を高め、また事業領域特化型の水平統合が有効に機能している一方、多くの事業領域を手掛ける総合型企業の優位性は無くなりつつあることが明らかとなった。また製造における規模の経済は失われていないが、同時に信用における規模の効果が大きな意味を持ってきていることが指摘された。</p> <p>企業と消費者の関係については、消費者からの情報発信力の高まりから、より高い水準のサービスや企業倫理が求められることや、消費者の力を包含した形で企業のビジネス・モデルを構築していくことの有効性が示された。</p> <p>企業と従業員の関係については、企業依存から個人重視への動きが推進され、企業と個人の垣根が問い直されているが、これらの動きがドラスティックに進行しているわけではないことも示された。その上で企業の目的と役割が、個人の自己実現を支えるものと変質し、組織構造もより柔軟な個の集合体の形態に進むべきであることが指摘された。</p> <p>これらの分析から、ネットワーク社会の本質は『特定主体間の関係の緩和と不特定多数の主体間の関係の緊密化』にあり、取引可能性、情報伝達性、連携・結合容易性、仮想現実性、少量貢献性における変化がもたらされていることが明らかとなった。企業は、そこで発生するバリュー・チェーンのスパイラル化に応じた自社ビジネス・モデルの構築を行うことが必要とされる。また、業務プロセスに埋め込まれた価値の存続性はこれまでと同様に存在するが、人に埋め込まれた価値は解放することを企業は迫られており、それを受け入れた上で、人に埋め込まれている価値の業務プロセスへの転換の促進と、長期的関係から解放した人的資源を自社に引き寄せる戦略を採ることが必要となっている。</p> <p>本研究からの提言としては、ネットワーク社会において企業は戦略的に企業境界を低くして多くの外部資源を自己のビジネスに役立てる仕組みを作るべきであることと、企業と個人の関係はより短期的にフェアなものに向かうべきであり企業は価値創造機会の提供を通じて人的資源の確保を行うべきであることが挙げられる。その上で企業は、“綿密に設計されたシステム”ではなく“自律的なシステム”として機能する柔軟な組織体を目指すべきである。ネットワーク社会のもたらす関係性の変化をうけて、企業には“外部とのつながりを活かす”ことと“個のつながり活かす”ことが求められていると言えるであろう。</p>					