

Title	ラージEとスモールeのインターネットビジネス - 金融業を題材として -
Sub Title	
Author	飯塚敏裕(Shimaguchi, Mitsuaki) 嶋口, 充輝
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	2000
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2000年度経営学 第1567号 不可
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00002000-1567

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.

論文要旨

所属ゼミ	嶋口 研究会	学籍番号	89928050	氏名	飯塚 敏裕
<p>(論文題名)</p> <p style="text-align: center;">ラージEとスモールeのインターネットビジネス — 金融業を題材として —</p>					
<p>(内容の要旨)</p> <p>近年、インターネットの発展はめざましく、日本においても、その普及率は急増している。当然、ビジネスにおけるインターネットの利用も増加しており、E コマースの市場も急拡大している。その中で、過去に存在しなかった新たなビジネス・モデルが出現し、いわゆるベンチャー企業が勃興してきた。日本の新興株式市場である東証マザーズや NASDAQ JAPAN においても、いくつかのベンチャー企業が上場している。最近それに対抗するかのよう、大企業がインターネットビジネスに続々参入を開始している。そこでは既存の大企業対ネットベンチャーという構図がみてとれる。</p> <p>その中でも、金融業は情報が重視され、物流が必要がないということから、インターネットで取り扱われる商品の中でも、その相性が最もいい商品の一つだといわれている。</p> <p>このインターネット金融について、ラージEとスモールeの観点から分析していこうというのが、本修士論文の主眼である。ラージEとスモールeは金融業においては、以下のように定義される。</p> <p>ラージE： 店舗網とインターネットを併用している会社 スモールe： 店舗網を持たずインターネットだけでビジネスをしている会社</p> <p>近年、金融業界では大きな変化がおこっている。その大きな2つの波（ビッグバン）が規制緩和とIT化の進展である。それを、契機に大型の合併や提携による業界再編が行なわれている。</p> <p>第1次ビッグバン：金融業界の規制緩和 第2次ビッグバン：インターネットを中心とした金融業のIT化</p> <p>アメリカに遅れながらも、日本の金融業界では、インターネット化が進展しておりつつあり、2つのビッグバンの中で、大きな変化がおこっている。</p> <p>そこで、この金融業界で、ラージEとスモールeがどのように競争優位性を持つかを分析するために、以下のような理論を整理している。</p> <p style="padding-left: 20px;">(外部要因を重視する立場)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ M.E.ポーターの3つのポジショニング ・ 4つの競争地位と競争戦略 <p style="padding-left: 20px;">(内部要因を重視する立場)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ Resource Based View <p>インターネットの世界では、リアルの世界と異なり、低コスト、オープンなネットワークという特徴があり、これまでのように経営資源の囲い込みの重要性は相対的に低下しているといえる。よって、経営資源が重要な競争優位の源泉であるという Resource Based View や経営資源の独自性と経営資源力をその分類の前提とする4つの競争地位の立場は重要性が低いといえる。むしろ、インターネットというものの出現により、経営資源の外部からの調達には以前より容易になっており、どのようなポジショニングをとるかが重要である。これは、M.E.ポーターが前提としている企業はボックスであり、経営資源は必要なら外部から調達してくればよいという立場に近くなっている。これから、基本的にラージEがサービスマ重視の差別化戦略、スモールeがコスト重視のコスト・リーダーシップ戦略をとっていると分析される。</p> <p>そして、ネット証券市場において、代表的な企業がどのような立場に立って、どのように戦略を展開しているかを分析している。インタビューやケースによって、野村証券、マネックス証券、松井証券をとりあげている。そこでは、M.E.ポーターの枠組みに従って、野村証券が差別化戦略、マネックス証券がコスト・リーダーシップ戦略、松井証券が集中戦略をとっていると分析される。</p>					