

Title	インターネットB2Bによる業界変革 - 日用雑貨・化粧品業界における考察 -
Sub Title	
Author	村田慎(Murata, Makoto) 國領二郎
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	2001
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2001年度経営学 第1727号 可能
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00002001-1727

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	國領 研究会	学籍番号	80028906	氏名	村田 慎
(論文題名)					
<p style="text-align: center;">インターネット B2B による業界変革 - 日用雑貨・化粧品業界における考察 -</p>					
(内容の要旨)					
<p>インターネットの企業間取引(B2B : Business to Business)への適応可能性が模索されている中、そこには、業界構造の革新、競争戦略の再構築への期待が存在している。</p> <p>そこで、まず先行研究や先行事例を参考に、今日の企業間取引において必要とされている革新ニーズの強いポイントと、それに対するインターネット技術の適用可能性について検討する。企業を取り巻く環境としては、市場の成熟化や経済活動のグローバル化状況があり、その為、提携による迅速な経営資源の獲得、パワーよりも信頼による中間組織の構築、需要変動に敏感な SupplyChainManagement の構築などである。</p> <p>その上で、今日的な事例として日用雑貨・化粧品業界について調べた。</p> <p>特に、大きな傾向が、メーカーと小売の関係性の変化を期待して様々な試みが行われている。具体的には、パワーを行使しあうだけでなく、消費者価値の創出に向けて協働するための情報基盤としてのインターネットへの期待がある。</p> <p>また、電子ネットワークの中で取引プロセスを最適化させるために、メーカーや卸売業などの取引インターフェースにおいてもデジタルかつオープンなものに代わる動きが出てきている。</p> <p>ただ、企業間の関係は、このように滑らかな、摩擦の無い関係だけでなく、やはりパワーを基盤としたものも重要であり、大手小売の中では、インターネットのグローバルリーチを生かした調達や PB (Private Brand) 開発を志向するものも出てきている。</p> <p>今後、オープンかつグローバルな環境での経営競争に向けてメーカー、卸、小売、ともに自社の競争優位の確立が一層重要になってきている。</p>					