

| | |
|------------------|---|
| Title | 上流部品企業のサプライヤー・マネジメントの研究 - Z社 液晶事業を通じて - |
| Sub Title | |
| Author | 門奈, 由記(Monna, Yoshinori) 河野, 宏和 |
| Publisher | 慶應義塾大学大学院経営管理研究科 |
| Publication year | 2005 |
| Jtitle | |
| JaLC DOI | |
| Abstract | |
| Notes | 修士学位論文. 2005年度経営学 第2090号 不可 |
| Genre | Thesis or Dissertation |
| URL | https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00002005-2090 |

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 | 河野宏和研究会 | 学籍番号 | 80430939 | 氏名 | 門 奈 由 記 |
| <p>(論文題名)</p> <p style="text-align: center;">上流部品企業のサプライヤー・マネジメントの研究 — Z社 液晶事業を通じて —</p> | | | | | |
| <p>(内容の要旨)</p> <p>日本におけるハイテク産業の国際競争力は 1990 年代から低下してきた。その背景としては、例えばフォーカスが徹底されていない事業戦略、資金調達の難しさ、流動性の低い人材育成とそれによる高コスト体質などが指摘されている。その中で、資材の購買・調達のあり方も根本的なパラダイム転換を迫られ、1990 年代を通じて、購買は、企業の経営陣が重視すべき分野のひとつになり、特にサプライヤーとの良好な関係を築くことの戦略的重要性が再認識されつつある。</p> <p>本論文では、液晶産業を事例として、サプライヤー・マネジメントに着目して考察している。一般に、サプライヤー・マネジメントを強化する際には、購買部門に必要な人材を移し、開発購買という形で全社の標準組織機能とすべきという議論と、サプライヤーと接する部門ごとに調整を任せておけばよいという議論とが存在している。本論文では、極端な開発購買を志向しても、特定の機能部門にしわ寄せが生じる一方で、部門別にサプライヤーとの調整を進めていくやり方も社内外における業務プロセスに支障が生じるとの考えから、他に望ましいサプライヤー・マネジメントの形態があるという考えに立ち、その内容を文献研究と事例調査で考察し検証するアプローチを採用している。</p> <p>具体的には、サプライヤー・マネジメントのあり方について、液晶業界全体のサプライチェーンという側面から考察している。本論文の主体である LCD メーカーは、すでに寡占化され独自の技術を有して交渉力のあるサプライヤーと、買い手の論理としての強い交渉力をもつセット・メーカーとに挟まれた歪な立場に立たされている。このように強い交渉力のある両社に挟まれた LCD メーカーのサプライヤー・マネジメントについて、まず LCD メーカー自社内の情報の流れに歪みがないかという観点から調査する。その上で、サプライチェーンを、LCD メーカーと上流部品企業、LCD メーカーと下流企業であるセット・メーカーという 2 社間関係に分類し、情報の流れや在庫政策という観点で LCD メーカーの上流・下流企業が何を重視し、何に困っているのかをインタビューにより分析・考察し、サプライチェーン全体という視点から望ましいサプライヤー・マネジメントのあり方について考察している。</p> <p>結論として、LCD メーカー自社内のサプライヤー・マネジメントがどうあるべきかという議論を超え、業界全体のサプライチェーンの歪みを克服するための調整弁であるという立場に立って、これからの液晶産業のサプライチェーン全体のあり方、特に LCD メーカーが果たすべき役割について具体的な提言をまとめ、今後のサプライヤー・マネジメントのあるべき姿と課題を要約して提示している。</p> | | | | | |