

Title	テレビ業界における持続的競争優位獲得のための一考察 - マーケティング能力の高い組織資本、人的資本の保有 -
Sub Title	
Author	倉知, 圭介(Kurachi, Keisuke) 小幡, 績
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	2006
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2006年度経営学 第2136号 連絡が必要
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00002006-2136

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	小幡 績 研究会	学籍番号	80530387	氏名	倉知 圭介
(論文題名)					
<p>テレビ業界における持続的競争優位獲得のための一考察</p> <p>～マーケティング能力の高い組織資本、人的資本の保有～</p>					
(内容の要旨)					
<p>規制等により競争環境に直面していない業界が、技術の進展や、規制緩和等により競争を余儀なくされつつある環境に直面した場合に、持続的競争優位を獲得するために、どのようなケイパビリティを保持すべきかという疑問に対し、環境変化を的確に察知し、それに瞬時に対応できるようなケイパビリティを保持することが、解決策であるという自身の考えを検証することを目的として研究をすすめてきた。</p> <p>その際に、デジタル放送導入や、ニューメディアという新たな競合が参入し出したことにより、競争環境が激化し始めている業界でもあり、自身がビジネスの経験を通じて過去の成功体験を踏襲することに危機感を抱いていたテレビ業界を抽出した。本研究の仮説として、「テレビ業界は持続的競争優位を獲得するために、マーケティング能力の高い組織資本、人的資本を保有すること～マーケティング機能を組織の中核に位置づける、マーケティングに精通した経営者によるマネジメント、従業員のマーケティング教育等の施策を講じる～」を構築した。</p> <p>仮説を検証するために、テレビ業界における事例研究を通して導出したテレビ業界の現状、戦略やそれに付随した課題を勘案した上で、バリューチェーン分析およびVRIOフレームワークを用いて、自身が仮説の中で言及している経営資源が、テレビ在京キー局の持続的競争優位を獲得する上で、有用であるか否かをとという検証方法を採用した。バリューチェーン分析を通じて、在京キー局の付加価値活動を強化するためにも、それらのマーケティング能力を高める必要性を指摘した。またVRIOフレームワークの分析を通じて、当該仮説で言及した経営資源が、「経済価値に関する問い」「希少性に関する問い」「模倣困難性に関する問い」のいずれにおいて、クリアすることに成功した。その結果、現状において、いち早く、高いマーケティング能力を保持した人的資本や組織資本を獲得することが、持続的競争優位の獲得に繋がることを二つのフレームワークでの検証およびキー局が公表する戦略と客観的な立場での現状分析において導き出した課題を解決するための要素であるかどうかの視点から検証することが出来た。</p> <p>更に、当該仮説が実現可能であるかを検証するために在京キー局の中における一社であるテレビ東京を仮想企業として具体的な戦略および戦術の提言を行った。仮説で言及した経営資源を獲得するための方策について言及するために、テレビ東京を仮想企業として、有用であると思われる方策を五点指摘した。加えて、テレビ東京にとって優先順位の高いと想定される戦略を策定した。</p> <p>本研究は、「現状のテレビ業界」において仮説を立証できただけであり、事例研究やフレームワークでの検証であるため、定量的には検証できてはいないことである。そのために、規制等により競争環境に直面していない業界が、技術の進展や、規制緩和等により競争を余儀なくされつつある環境に直面した場合に、持続的競争優位を獲得するために、どのようなケイパビリティを保持すべきかという問いに対して、一般化出来る仮説にはなりえなかったことが、当該研究の限界である。しかしながら、当該研究によって導出した仮説が、外部環境変化に突如直面した企業が持続的に競争優位を獲得するために必要とする経営資源を獲得する上での、一つの示唆を与えることが出来たと考える。</p>					