

Title	ケニアBOP市場における乳製品製造販売事業の成功要因
Sub Title	
Author	下城, えりか(Shimojo, Erika) 岡田, 正大(Okada, Masahiro)
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	2010
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2010年度経営学 第2537号
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00002010-2537

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.

80930508

下城 えりか

主査

副査 1

副査 2

岡田 正大

浅川 和宏

中村 洋

研究テーマ

ケニア BOP 市場における乳製品製造販売事業の成功要因

内容の要旨

様々な社会問題の解決策として、ビジネスは極めて有効である。今もなお存在する貧困により、その人にとって価値ある人生をおくるための多様な選択肢を得られていない人々に、ビジネスを通じて地球上の限りある資源が配分されれば、世界は変わるのではないだろうか。故 C.K.Prahalad 教授らが「BOP ビジネス」という概念を用い、企業がその市場に取組む利点を説いたことより、変化は加速している。しかし、企業は経済効率性・合理性において、地球に存在する他のどの活動主体よりも優れており、その能力によって社会的厚生を最大化に多大な貢献ができるのである。BOP ビジネスにおいても、既存の経済的価値最大化という単一ゴールは変えないほうが良いのではないかと。

上記の問題意識のもと、本論文では、BOP ビジネス提唱者の定義から解き放たれ、BOP ビジネスを「BOP 層を対象としたビジネス（インフォーマル経済からフォーマル経済への移行を伴うことが多い）」と定義して研究を開始した。そして BOP という概念提唱前から存在し、BOP 市場としての検討が妥当な場所及び事業として、ケニアの乳製品製造販売事業に着目した。そのケニア BOP 市場における乳製品製造販売事業の成功要因として、基本的にはバリューチェーンに沿って 6 つの仮説を設定し、検証を試みた。現地企業へのインタビューと事例分析により、リソースベースドビューを中心とした既存の戦略理論や、エマージングエコノミーでの理論の適用可能性を探った。また、実際にビジネスの制約が厳しい BOP 市場で成功している企業の成功要因から、ターゲット層の所得を問わず、より筋肉質で持続可能な企業となるための普遍的要因を発見することも期待した。

結果、少量小分け活用度、資本有効活用度、NGO との連携重視度、特に原材料調達における土着化度、BOP 下層部に対する前方垂直統合度については、正の関係性があると解釈できた。また、正の関係性が推定できなかった、製造での

土着化度や BOP 上中層に対する前方垂直統合度、先行者優位についても、企業行動の実情が把握できた。企業にとって親しみにある既存の戦略理論に基づいて研究を進めることにより、実務界に対しては新規性にあふれる BOP 市場への参入検討ハードルを緩和し、学術界に対しても BOP ビジネスの研究視点を広げることができたのではないかとと思う。