

Title	バーチャル・プロジェクト・カンパニーのビジネスモデルに関する研究
Author(s)	伊佐田, 文彦
Citation	大阪大学, 2004, 博士論文
Version Type	
URL	https://hdl.handle.net/11094/45776
rights	
Note	著者からインターネット公開の許諾が得られていないため、論文の要旨のみを公開しています。全文のご利用をご希望の場合は、 〈a href="https://www.library.osaka-u.ac.jp/thesis/#closed"〉 大阪大学の博士論文について 〈/a〉 をご参照ください。

Osaka University Knowledge Archive : OUKA

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

Osaka University

氏名	伊佐田 文彦
博士の専攻分野の名称	博士(経済学)
学位記番号	第 18971 号
学位授与年月日	平成 16 年 7 月 14 日
学位授与の要件	学位規則第 4 条第 1 項該当 経済学研究科日本経済・経営専攻
学位論文名	バーチャル・プロジェクト・カンパニーのビジネスモデルに関する研究
論文審査委員	(主査) 教授 小林 敏男 (副査) 教授 浅田 孝幸 助教授 里村 卓也

論文内容の要旨

本研究は、今日の情報通信技術の進展を契機にした、企業を取り巻く企業間関係、業界構造の変化に適合するビジネスモデルの理念型として、バーチャル・プロジェクト・カンパニーの理念モデルを提起し、事例研究を行うものである。

その基本的な視角は、業界を横断する水平方向へのプラットフォーム化と、バリューチェーンの上流から下流への垂直方向の連携との相互作用に着目した、従来の垂直統合と水平分業との対立という議論では不十分であった動的な視点である。それは、今日の複合化し、多様化し、変化しやすい企業間関係のもとでの、企業の成長戦略、競争戦略に対する指針を示し、そのための、他の企業との競争的あるいは協調的な組織間関係構築の指針を示すものである。そこで求められるのは、企業が直接的な顧客や取引業者だけでなく、業界全体へ働きかけ、自身の成長戦略、競争戦略にとって望ましい組織間関係を構築していくという視点であり、それはバーチャル・プロジェクト・カンパニーを企画しリードするプロデューサーとなることである。バーチャル・プロジェクト・カンパニーのプロデューサーは、さまざまな業界の補完業者や、最終の消費者と相互にやり取りし、目利きをしながら、①業界全体のアーキテクチャを決定し、②業界全体のイノベーションを牽引し、③業界全体の発展に貢献する。このバーチャル・プロジェクト・カンパニーのプロデューサーは、業界の中で 1 社に限らない。むしろ、こうした理念モデルが適合するような業界においては、硬直的な垂直統合型の業界とは異なり、業界のどのレイヤーからでも、業界をリードするようなプレイヤーが登場しうる。そうしたプレイヤーは、それぞれ自社を中心としたプラットフォームを各レイヤーで形成しながら、他のレイヤーのプラットフォームと連携し、バーチャル・プロジェクト・カンパニーを形成する。

本研究論文の構成は、以下の通りである。まず、第 1 章では、バーチャル・プロジェクト・カンパニーの前提となる環境変化について整理し、理念モデルとしての検討を行った。そして、従来の組織間関係のモデルとの対比を通じて、その意義を明らかにした。

第 2 章では、このバーチャル・プロジェクト・カンパニーについての検討をしていく上で、注目すべきと考えられる先行研究の検討を行った。

第 3 章では、半導体の部品・材料業界を事例に、これまでの組織間関係と競争戦略との関係に関する理論をレビューしながら、情報通信技術の進展といった環境変化が、業界の企業間関係に変化を及ぼしつつあるという分析を行い、バーチャル・プロジェクト・カンパニーが求められる状況が進行しつつあることを示した。

第4章では、そうした環境変化を踏まえて求められるバーチャル・プロジェクト・カンパニーの視点を、いわゆるサプライヤーから最終消費者までの流通システム、サプライチェーンにおいてみてきた。その中で、B2Cのモデルについて、流通業におけるいくつかの事例の比較を通じて、従来型の垂直統合モデルがうまく機能しない中で登場してきた多様なビジネスモデルの中でも、バーチャル・プロジェクト・カンパニーとしての要素を持つ企業モデルの成長力について注目した。また、B2Bのモデルでは、メーカーとサプライヤーといった従来の企業間関係が、水平的な連携関係に移行しつつあり、多様なプレイヤーが共通の開発プラットフォーム上で対等な関係で協業するという方向性を示した。

第5章では、第4章で検討してきたサプライチェーン上のモデルに関する進化型の1類型として、最終の消費者間のプラットフォームを基点にしたモデルであるC2C4Bモデルを提起し、そのモデルの競争優位性を示した。C2C4Bモデルの競争優位の源泉は、消費者を集めることのできるプラットフォームであり、それを主催するプロデューサーの目利きであることを示した。

第6章では、バーチャル・プロジェクト・カンパニーの進化型の1類型として、プラットフォーム・アライアンス・モデルを提起した。これは、前述の消費者プラットフォームと、供給者のレイヤーのプラットフォームが連携することによる競争優位性を示したものである。

第7章では、本論文の各事例をサプライチェーンの全体像として関連付けるとともに、各事例分析の共通点として、バーチャル・プロジェクト・カンパニーを形成することで、技術、知財、消費者情報などといった情報財を競争優位の源泉とし、既存市場におけるシェア争いという枠組みではなく、新市場を創造し、業界全体を拡大させる戦略的な枠組みを示すことができると総括した。

なお、補論として、通信業界におけるプラットフォーム間競争に、バーチャル・プロジェクト・カンパニーのコンセプトの適用を試み、特に製品アーキテクチャのモジュラー化、組織間関係の水平分業化が進んでいる業界では操作性が高いことを示した。

論文審査の結果の要旨

本研究は、近年IT産業の隆盛により、注目を集めている「水平分業型」の産業構造と伝統的な「垂直的統合型」のそれとをビジネスモデルの観点から統合しようとする意欲的な試みである。事例研究に基づき、理念型を整理し、C2C4Bなど新しい概念から最新のビジネスモデルを比較考察している点が評価に値する。尤も、概念関係において若干曖昧な部分も残され、いきおい描写しようとしているビジネスモデルが幾分多義的なものになっている点が窺えるが、着眼点の新しさ、豊富な事例・文献研究の価値を損なうものではない。よって本研究は、博士(経済学)の学位に値する、と判断する。