OUKA
The University of Osaka
Institutional Knowledge Archive

Title	老舗企業と地域社会の共有価値の創造　～　CSVによるイノベーション創出に関する研究
Author(s)	西岡, 慶子
Citation	大阪大学, 2018, 博士論文
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/69604
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

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

The University of Osaka

様式３

論　文　内　容　の　要　旨

氏　　名　（西岡　慶子　）	
論文題名	老舗企業と地域社会の共有価値の創造 ～CSVによるイノベーション創出に関する研究

論文内容の要旨

第1章では、本研究の背景、目的、構成を説明した。本研究では、事例研究に傾きがちであった老舗企業と地域との関係、並びに老舗企業とCSV先進企業に関する研究や論文に対して、これまで十分に行われてこなかった定量分析に焦点をあて、「老舗企業輩出率」と「地域活性指数」の相関並びに「老舗企業」と「CSV先進企業」の収益性に関する考察を交えながら、「老舗企業」がCSVを通じてイノベーションを創出するための戦略を導き出すことを試みた。

第2章では、先行研究の整理を行った。先ず、CSR（corporate social responsibility）の時代的変化についてふれ、その後CSRとの対比を交えて「CSVとは何か」について詳述した。その後、「CSVに関する研究」、「『老舗企業』と『地域活性化』に関する研究」、「イノベーションに関する研究」について、先行研究を俯瞰し、本研究で使用する用語の定義を「老舗企業」、「CSV企業」、「CSV推進企業」、「地域」、「活性化」について行った。

第3章では、「老舗企業」と「地域活性化」の関係について定量的な分析を行い、地域経済の側面から「老舗企業」と「地域活性化」の関係における課題を確認した。

第4章では、「CSVは老舗企業のイノベーション戦略になりうるか」「また、CSVがイノベーション戦略になりうるなら、どのような戦略的マネジメントが必要か」というリサーチクエッションのもと、1）「老舗企業」と「その他の企業」の収益性の比較分析、同様に、2）「CSV推進企業」と「その他の企業」の収益性の比較分析を行った。それにより、仮説3：「老舗企業」の収益性は高い、並びに、仮説4「CSV推進企業の収益性は高い」、の立証を試み、「老舗企業」と「CSV推進企業」の収益性を確認する。さらに、その分析結果から、老舗企業の課題について理解した。

第5章　CSVによる「老舗企業」のイノベーション創出に関する事例研究として、「老舗企業」で且つ「CSV企業」2社のCSVの取り組み事例を詳細に分析した。

第６章では、「『老舗企業』と『地域活性化の定量分析』」「地域活性化が促進されやすい都市サイズ」、「『CSV推進企業』及び『老舗企業』の収益性に関する定量分析」、「CSVによる『老舗企業』且つ『CSV企業』のイノベーション創出に関する事例研究」から、得られた結果に基づき考察を行った。

第７章　結語として、イノベーションを創出するために必要な戦略的マネジメントについて、5つの重要な視点を得た。それらは、1）社会的価値を経営の高い優先順位に位置付けること、2）経営者の強いリーダーシップ、3）オープンイノベーションまたは連携、4）地域との密接な関係と拠点を置く地域のサイズ、5）システム思考、である。

様式 7

論文審査の結果の要旨及び担当者

氏　名	（　西　岡　慶　子　）

	(職)	氏　名
論文審査担当者		
主 査	教授	加賀　有津子
副 査	教授	上西　啓介
副 査	教授	澤木　昌典
副 査	講師	武田　裕之
副 査	教授	玄場　公規（法政大学大学院イノベーション･マネジメント研究科）

論文審査の結果の要旨

日本経済の活性化には、雇用を生む多様な産業が存在しなければならない。その源泉は地域にある企業、とりわけ老舗と呼ばれる企業である。「老舗企業」には、長い年月をかけて育んできた「知」を戦略的に活かしノベーションの創出につなげることが地域活性化の観点からも求められるが、市場の変化が激しく、価値観が多様化する社会にあって、新しい価値を生み持続的に発展していくことは簡単なことではない。Porterは、2011年に“Creating Shared Value”を著し、共通価値の創造を提唱した。“Creating Shared Value”（CSV）とは、社会の課題を企業の本業により解決するという経営のフレームワークで、社会的価値と企業の経済的価値を同時に実現するという考え方である。すでに、GE、グーグル、IBMなど、世界で多くの企業が、共通価値を創造しうる取り組みに着手している。

本研究では、日本において世界で群を抜いて多く存在し、地域の代表的存在である、「老舗企業」がCSVによりイノベーションの創出との関係性を定量的に分析し、およびその実現のために必要な戦略的マネジメントについて明らかにした。その成果を要約すると次の通りである。

(1) 「老舗企業」と「地域」の関係において、東京商工リサーチの協力を得て、1955年以前に設立された「老舗企業」43,693社のデータから市別の「老舗輩出率」を求め、地域活性指数との関係を定量的に分析した。その結果、「老舗企業」の輩出率と地域活性指数の間には相関が認められなかった。これは、「老舗企業」が地域経済に十分なインパクトを与えていない可能性を示唆していると考えられる。

(2) 「老舗企業」と「CSV推進企業」の収益性指標を上場企業のデータを用いて分析した。その結果、「老舗企業」の収益性指標の平均値は「その他の企業」の平均値より低く有意であった一方、「CSV推進企業」では「その他の企業」より高く有意であることが立証された。この結果は、CSVがイノベーションの創出に好影響を与えている可能性があることを示唆している。

(3) 「老舗企業」で且つ「CSV企業」である2社のCSVの取り組み事例を分析した結果、CSVがイノベーション創出の戦略になりうること、そして、その実現のために必要な戦略的マネジメントについて、5つの重要な視点を得た。それらは、1）社会的価値を経営の高い優先順位に位置付けること、2）経営者の強いリーダーシップ、3）オープンイノベーションまたは連携の推進、4）地域との密接な関係と拠点を置く地域のサイズ、5）システム思考、である。

以上のように、先行研究において十分なされていなかった定量分析により、「老舗企業」と「地域」の関係において、また、「老舗企業」と「CSV推進企業」の財務指標を基に収益性について検証を行い、それによって「老舗企業」の収益性の課題を提示した。さらに、イノベーション創出の観点から「老舗企業」で且つ「CSV企業」のCSVによる取り組みを分析し、CSVがイノベーションの創出につながりうること、そして、そのために必要な戦略的マネジメントについて提示した。

本論文により示されたこれらの知見は，今後の日本の「老舗企業」におけるCSVによるイノベーション戦略の方向性を示唆する価値を有しており、よって本論文は博士論文として価値あるものと認める。