

Title	食料品加工業における競争優位の分析
Author(s)	今橋, 裕
Citation	大阪大学, 2019, 博士論文
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/72417
rights	
Note	

Osaka University Knowledge Archive : OUKA

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

Osaka University

論文内容の要旨

氏 名 (今 橋 裕)	
論文題名	食料品加工業における競争優位の分析
論文内容の要旨	
<p>本研究では、日本で最も労働者人口が多い食料品製造業、特に食料品加工業に焦点をあて、競争優位の戦略と技術開発力を分析し、戦略が必要であることを示すことを目的とした。</p> <p>第1章では、日本の食料品製造業においては、従事者が多いにもかかわらず、付加価値率が低いことや、大手企業より中小企業が多く、継続的な収益を上げることができていない現状について述べた。そのような現状において、食料品製造業が自社製品の付加価値向上や競争優位性を高くするためには、技術開発力と産業構造を理解したイノベーション戦略が必要であることを示し、本研究の目的は、食料品製造業のうち食料品加工業に焦点を当て、競争優位を高めるための戦略を明らかにすることを示した。</p> <p>第2章では、イノベーションを創出するための戦略的マネジメントについての先行研究を示し、本研究で実施した、自社のサプライチェーン、技術開発力、および経営者の能力の観点から、食料品加工業の競争優位の分析を行うことの学術的新規性と進歩性を提示した。</p> <p>第3章では、日本の食料品製造業における収益構造を調査するため、食料品製造に関わる企業を川上、川中、川下産業に分類し、それぞれの売上高営業利益率を比較した。その結果、半導体産業において指摘されている、川中産業が川上や川下産業に比べて利益率が低い、いわゆるスマイルカーブ化を呈していることを明らかにした。また、本研究で新たに導入したB to B率という、顧客の属性を示す指標を、産業連関表と経済センサスを用いて求め、各企業のB to B率と収益性との関係について定量分析を行った結果、B to B率が低い企業ほど収益性が高いことを明らかにした。</p> <p>第4章では、食料品製造分野における技術開発・イノベーション能力を評価することを目的に、特許分析を行った。その結果、この分野における特許は、食料品そのものだけでなく、包装や加工装置など、多様な業種から出願されており、自主開発率という業界全体での出願に対する大手食料品加工企業による出願割合を算出した結果、その割合は過去30年間10～20%程度の、水平分業化が進んだと言われる半導体産業並みの割合に留まっていることを明らかにした。</p> <p>第5章では、食料品加工企業がイノベーションを創出したケーススタディとして、ブランド構築に成功した豆腐製造企業の事例を取り上げ、その付加価値向上と競争戦略について調査した。その結果、サプライチェーンの観点からは顧客との関係性を高めるため百貨店やスーパーマーケットなど川下産業への販路開拓が、イノベーション創出には原材料や包装材料などとの共同開発が有効で、それを経営者がリーダーシップをもって進めることがイノベーション創出につながったことを明らかにした。</p> <p>第6章では、第3章、第4章、第5章の検証結果と、海外における食料品製造企業の事例を踏まえ、競争優位獲得のための戦略について考察した。収益性の低い川中産業に位置する食料品加工業は、自社のサプライチェーンにおける位置づけを理解し、その上で顧客戦略としては、より収益性の高いB to C寄りに顧客を絞ること、製品開発やイノベーション戦略においては、川上産業など多様な業種業態の企業と協業することが重要であることを、学術的新規性を踏まえて示唆された。</p> <p>最後に第7章では、本論文全体の主要な結論や今後の課題をまとめて、研究成果を総括した。</p>	

論文審査の結果の要旨及び担当者

氏 名 (今 橋 裕)	
論文審査担当者	(職) 氏 名
	主 査 教授 上西 啓介
	副 査 教授 加賀 有津子
	副 査 准教授 森 裕章
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 イノベーション・マネジメント専攻)	

論文審査の結果の要旨

日本の食品加工業は、国際的に技術的には優れているにもかかわらず、その収益力は低いことが指摘されている。更に近年のコンビニエンスストアなど流通業の台頭により、食品加工業の収益力が低下し続けている。このような状況において、食品加工業が自社精神の付加価値を高め、競争優位を獲得するためには、イノベーション創出のための製品や技術の開発だけでなく、サプライチェーン全体と其中で自社のポジションの理解と、それを踏まえた事業戦略を構築する必要がある。この技術開発と産業構造を理解したイノベーション戦略をそれぞれ個別に扱った先行研究は存在するものの、両者を総合的に議論した研究は存在しない。

本研究では食品製造産業のうち、特に食品加工業に焦点を絞り、自社のサプライチェーン、技術開発力、および経営者の能力の観点から、食料品加工業の競争優位の分析を行い、それを踏まえた戦略について考察した。以下にその成果を要約する。

- (1) 日本の食料品製造業における収益構造を調査するため、食料品製造に関わる企業を川上、川中、川下産業に分類し、それぞれの売上高営業利益率を比較した。その結果、食品製造業においても、半導体産業において指摘されている、川中産業が川上や川下産業に比べて利益率が低い、いわゆるスマイルカーブ化を呈していることを明らかにした。また、顧客の属性を示す指標（B to B率）を新たに導入し、企業の収益性との関係について定量分析を行った結果、B to B率が低い企業ほど収益性が高いことを明らかにした。
- (2) 特許分析により、食料品製造分野における技術開発・イノベーション能力を評価した結果、この分野における特許は、食料品そのものだけでなく、包装や加工装置など、多様な業種から出願されていることを明らかにした。また、自主開発率という業界全体での出願に対する大手食料品加工企業による出願割合を算出した結果、その割合は過去30年間10～20%程度の、水平分業化が進んだと言われる半導体産業並みの割合に留まっていることを示した。
- (3) 食料品加工企業がイノベーションを創出したケーススタディとして、ブランド構築に成功した豆腐製造企業の事例を調査した結果、サプライチェーンの観点からは顧客との関係性を高めるため百貨店やスーパーマーケットなど川下産業への販路開拓が、イノベーション創出には原材料や包装材料などとの共同開発が有効で、それを経者がリーダーシップをもって進めることがイノベーション創出につながったことを明らかにした。

以上のように本論文では、食品加工業が自社製品の付加価値を向上し、競争優位を獲得するためには、自社内での技術開発に加えて、自社の川上や川下の企業とのオープンイノベーションなど、サプライチェーンを意識した共創戦略が重要であることを、統計的検証と事例調査から明らかにしたものである。本論文により示されたこれらの知見は、今後の食品加工業の戦略のありかたについて実践的な方向性を示唆する価値を有している。

よって本論文は博士論文として価値あるものと認める。