

2013 年度 中央大学特定課題研究費 一研究報告書一

所属	商学部	身分	教授
氏名	久保 文克		
NAME	Fumikatsu Kubo		

1. 研究課題

(和文) 後発企業効果に関する長期的分析
 一期間・戦略要因をめぐる経営史的アプローチ

(英文) Long-run Analysis on Latecomer Effect
 —Business Historical Study on the Effect's Factor of Period and Strategy—

2. 研究期間

2 年間

3. 研究の概要 (背景・目的・研究計画・内容および成果 和文 600 字程度、英文 50word 程度)

(和文)

後発企業効果 (後れて市場参入した後発企業によるトップ逆転) の可能性のある約 120 市場のマーケットシェアグラフを再作成し、63 市場において同効果を確認した。そして、業種別分布、市場参入の年代別分布、逆転の年代別分布、逆転に要した年数、停滞期を除くキャッチアップ年数について業種別に検討を加え、以下の事実を発見した。

(1)業種別	製菓、家電、食品が多い	(4)停滞期を除く	キャッチアップ期間は10年以下
(2)市場参入	消費者ニーズの変化期が多い	(5)後発企業効果	4つの壁の克服が不可欠
(3)逆転	制約条件の到来期が多い	(6)内部資源活用型	4つの壁は低く短期の逆転が目立つ

なかでも、技術力、経営資源 (技術者、販路、資金)、消費者、ブランドの 4 つの壁を後発性のデメリットと位置づけたことの意義は大きく、最大の事実発見である(4)を踏まえ、キャッチアップ期間や停滞期間の違いが生じる要因を考察していく上で、4 つの壁の克服が重要となった。

また、後発企業効果の分析フレームワークを構築できた点も重要である。同効果に至るプロセスを市場参入前、市場参入、キャッチアップ、逆転の 4 局面に分けた結果、4 つの壁を克服するタイミングによってキャッチアップ期間や停滞期間の長短が左右されること、資源→技術力→ブランド→消費者というプロセスをたどり 4 つの壁が克服されることも、8 企業 (鈴木自動車、ダイハツ工業、味の素、オタフクソース、花王、キャノン、日本コカコーラ、ジャスコ) を対象とした試験的定性分析によって明らかとなった。

(英文)

Latecomer effect was verified in 63 markets. The ultimate fact finding was catch-up period except coasting phase up to the effect was less than 10 years and getting past four barriers, skill, resource, consumer, and brand, was key point to bring out the effect.

4. おもな発表論文等（予定を含む）

【学術論文】（著者名、論文題目、誌名、査読の有無、巻号、頁、発行年月）
「後発企業効果をめぐる経営史的考察-マクロ分析と分析フレームワークの構築-」
（『商学論纂』第57巻第5・6号掲載予定）
【学会発表】（発表者名、発表題目、学会名、開催地、開催年月）
第50回経営史学会全国大会自由論題報告、文京学院大学、2014年9月11日（木）：
「後発企業効果をめぐる経営史的考察-マクロ分析を中心に-」
【図 書】（著者名、出版社名、書名、刊行年）
【その他】（知的財産権、ニュースリリース等）