

ベンチャー・ビジネスにおける競争優位の研究

～環境ベンチャー・ビジネスの事例を中心に～

M041538 森 宗一

1. 本論文の背景と課題

ベンチャー・ビジネスをはじめとする企業には、どのような対市場行動が求められているのか。従来の競争という概念が普遍性を持ち、競争が企業の目的となることに問題はないのだろうか。また、地球環境問題への対策を含めた新しい市場へと漕ぎ出していくベンチャー・ビジネスが、どのような対市場行動で競争優位を構築しているのかを考察することは、競争優位の本质や企業の対市場行動の根底にあるものを問直すことであるといえるのではないか。

2. 先行研究

2-1 環境ベンチャー・ビジネスについての考察

まず、ベンチャー・ビジネスという用語には、ベンチャー企業、ベンチャーといった種々の類義語があり、また提唱者により定義に違いがある。

そこで、本論文における定義を行う前に、これまでの主な定義について時系列に概観した後に、種々の定義より共通要素を抽出し、ベンチャー・ビジネスの定義を行った。

また、環境ベンチャー・ビジネスは、われわれ地球市民の喫緊かつ新規の課題である地球環境問題へ対応することにより、多様化した市場を創造してきている。

そのため企業を取り巻く地球環境問題について時系列に整理を行い、その後、本論文における環境ベンチャー・ビジネスの定義を行った。

2-2 競争優位についての考察

ベンチャー・ビジネスにおける競争優位構築について論じるために、競争優位の概念についての整理を行い、その特性に応じて5つに分類した。

3. パイロット・スタディ

先行研究により分類された5つの視点から、環境ベンチャー・ビジネスの事例を対象に、競争優位性の構築についての考察を深めた。

パイロット・スタディの対象企業選定においては、本論文におけるベンチャー・ビジネスの定義と、本論文の研究対象企業である環境ベンチャー・ビジネスに該当する企業3社を選定した。

4. 環境ベンチャー・ビジネスにおける競争優位構築についての分析視座

パイロット・スタディの結果、以下に示す3つが環

境ベンチャー・ビジネスにおける競争優位構築に特に重要な要素として抽出された。

4-1 コア・コンピタンス

ベンチャー・ビジネスは、ハード面、ソフト面に限らず独自の技術や、ノウハウをコア・コンピタンスとしたドメインにおいて自社の経営資源を集中する戦略を行っている。地球環境問題に対し回答するためには、ハード面、ソフト面においてコア・コンピタンスも要求されてくる。この2つの面より、環境ベンチャー・ビジネスにとってコア・コンピタンスが不可欠な要因になると考えられる。

4-2 バリューチェーン

環境ベンチャー・ビジネスにおいては外部環境との繋がりも重要である。このため、フォワード・チャネルから企業内部のベンチャー・ビジネス、そして、バックワード・チャネルへと循環するバリューチェーンの構築が重要な要素となる。

4-3 ビジネス・サイクル・スピード

環境ベンチャー・ビジネスにおいては、競争優位を維持し続けるために、市場参入時のままのコア・コンピタンスやバリューチェーンに依存するだけではなく、常に他社よりも速く改善を行い、市場の先発者として追従者を引き離すための、ビジネス・サイクル・スピードを高めることによって競争優位を構築しなければならないと考えられる。

5. 研究の成果

本論文では、以下のことが環境ベンチャー・ビジネスにおいて重要であるとの分析視座を得た。

環境技術というハード面でのコア・コンピタンス以外に、ソフト面においての循環システムや、製品の供給システムというコア・コンピタンスによって対市場行動を行っていること。

次に、バリューチェーンは製品の開発のみではなく、原料の仕入れ、市場からのニーズを吸い上げるリサイクリング構造を実践することが戦略展開において極めて重要であること。

最後にビジネス・サイクル・スピードは、技術やソフト面でのコア・コンピタンスによる競争優位を維持し続けるため常に新しいものを取り入れ市場深耕の速度を上げることにより、競争優位が構築できること。

また、3つの要素は、一方通行的な連関ではなく、それぞれが相互に連関することにより競争優位を構築していることが分かった。