

(別紙)

成果の説明書

(氏名) 関根 雅則	(学部) 経済学部
<p>1 重要事項</p> <p>【研究面】</p> <p>競争戦略における差別化のタイプに関する研究を行った。差別化とはユニークさ（独自性、特異性）を持たせることであるが、それは大きく 2 つに分類することができる。垂直的差別化と水平的差別化である。垂直的差別化とは、例えば、スペック（機能面での性能）を上げることである。携帯電話で言うと、繋がりやすくする、画面の解像度を高める、バッテリーの持ちを良くするといったことで、その変化は数値で表される。もちろん、これはこれで顧客価値を高めることになる。一方、水平的差別化とは、その変化を数値で表すことができないが、結果として顧客価値を高めるような差別化を意味する。例えば、携帯電話の分野で全く新しい価値を提供した iPhone の創出などは水平的差別化とすることができるであろう。</p> <p>上述のような見解に立つと、企業が陥りやすい罠が見えてくる。つまり、企業は、他企業との競争の中で垂直的差別化を追求する傾向が強くなる。つまり、数値で表される機能を高めることによって、自社製品の違いを顧客に訴えようとするのである。その理由は、機能的違いを生み出すことが、顧客の「顕在的」ニーズを満たすことに繋がるからである。換言すれば、垂直的差別化は、当然のごとく誰もが望むことを満たすイノベーションなのである。しかし、顧客の「潜在的」ニーズを満たす水平的差別化は、垂直的差別化とは比べものにならないほどの影響を市場に与えることがある。例えば、iPhone の誕生によってほとんどの携帯電話がスマートフォンに取って代わられた。ただし、簡単な数値で表すことができない潜在的ニーズの充足は、極めて困難なイノベーションである。</p> <p>以上のような観点から、今年度は水平的差別化の有効性および実現可能性に関する研究を行った。</p> <p>【教育面】</p> <p>◆学部</p> <p>講義、演習ともに、理論的フレームワークを提供するのはもちろんのこと、学生がなるべくたくさん具体的な事例に触れられるように心掛けた。ベンチャービジネス論の講義では、実務家である外部の講師をお招きして、実存ベンチャービジネスに関わる講義をしてもらった。ゼミでは、教科書だけでなく「日経ビジネス」を教材として利用し実存企業の戦略について考察するなどした。</p> <p>◆大学院</p> <p>大学院では、博士前期課程 2 年の学生 1 名、博士前期課程 1 年の学生 3 名の演習を担当した。2 年の学生は、「中国アパレル企業の経営戦略—競争優位を確立するための方法に関する研究—」という論文で修士号が授与された。1 年の学生に対しては、競争戦略を中心とした経営戦略の基礎的知識を教授すると同時に、学術論文の書き方に関する指導を行った。</p>	
<p>2 その他の事項</p> <p>①JA 栃木中央会からの依頼により、「職員資格認証研修会（特級）」において、「経営戦略論」の講義を行った。</p> <p>②JA 栃木中央会からの依頼により、「中核人材育成研修会」において、「経営戦略論（基礎理論）」および「イノベーション（基礎理論）」というテーマで講義した。</p> <p>③JA 群馬中央会からの依頼により、「戦略型中核人材育成研修会」において、「イノベーションの基礎理論」および「経営戦略の基礎理論」というテーマで講義した。</p>	

④群馬県産業経済部産業政策課からの依頼により、「群馬県優良企業表彰」の審査委員を務めた。

3 次年度以降の計画・抱負

研究面では、今年度行った差別化のタイプに関わる研究が C.M.Christensen の提唱する「イノベーションのジレンマ」に結び付けて体系化できるのではないかと考えているので、その考察を深めたい。

教育面では、引き続き学生が具体的事例に触れる機会を多く持てるようにすると同時に、大学院博士前期課程 2 年の 3 名が質の高い修士論文を執筆できるよう細やかな指導をしたい。

社会的活動の面では、今年度務めた講師および審査委員を来年度も同様に依頼されているので、それを通じて知識の社会還元を図ると同時に、大学の知名度向上に貢献したい。