

2015年度 東京経済大学大学院博士論文審査報告書

2016年1月27日

経営学研究科委員長殿

論文審査委員

主査 中 光政

副査 一瀬 益夫

副査 本藤 貴康

審査の結果、下記のとおり報告します。

記

審査請求者	経営学研究科博士後期課程	
	学籍番号	13DB001
	氏名	コウ ケイケン 黄 景賢

評価欄	審査委員氏名	評価
	中 光政	◎
	一瀬 益夫	◎
	本藤 貴康	◎

論文題名

宅配便取扱事業者のビジネスモデル・イノベーションに関する研究
—ヤマト運輸、佐川急便、FedEx、UPSの事例分析を中心として—

(A Study of Business Model Innovation of Express Enterprises : the Case Study of Yamato Transport, Sagawa Express, FedEx, UPS)

(NO. 1)

(所見欄)

「宅配便取扱事業者のビジネスモデル・イノベーションに関する研究」と題する本論文は、宅配便取扱事業者の発展成長をビジネスモデル・イノベーションの視点から文献調査などをもとに詳細な検討を行っている。具体的には、宅配便取扱事業者の発展成長について日米を代表する4社の宅配便取扱事業者の事例を取り上げ、詳細な検討を行っている。

1. 本論文の主旨

経済成長に伴って1960年代以降、米国や日本においては、従来の郵便小包よりも利便性の高い宅配便のような小口貨物サービスの個人ニーズが高まってきた。また、1990年代以降、本格的にインターネットがビジネスに利用されるようになると、インターネット通販事業などの拡大に伴って、法人利用の宅配便のような小口貨物輸送サービスに対するニーズもさらに高まり、宅配便サービスが一層拡大展開してきた。

論文提出者の母国である中国においても、近年、重要な経済インフラの一つとして宅配便の整備が国家の経済政策の重要な柱となっている。このような状況の下で論文提出者は宅配便サービスを提供する大手の宅配便取扱事業者がどのように発展成長してきたかについて、検討してみることが今後の物流問題を研究していくうえで重要であると考えている。

なお、本論文の第3章での先行研究の検討にみられるように、宅配便取扱事業者の成長発展に関する研究は、進化論、イノベーション論、ビジネスモデル論、実証研究のような様々な視点から分析することが可能であるが、本論文では、宅配便取扱事業者の成長発展をビジネスモデル・イノベ

ーションの視点から詳細に検討を行っている。

具体的には、第4章、第5章、第6章で展開しているように、宅配便取扱事業者の発展成長を本論文では、アフォー (Allan Afuah) のビジネスモデル・イノベーションの視点から検討を行っている。宅配便取扱事業者の発展成長について日米を代表する4社の宅配便取扱事業者の事例を取り上げ、アフォーの分析フレームワークであるビジネスモデル・イノベーションのタイプ、ビジネスモデル・イノベーションを引き起こす企業環境、ビジネスモデルの構成要素の分析の別に詳細な検討を行っている。

2. 本論文の構成

本論文の構成は、以下のごとく、本文は第1章から第7章からなり、末尾に参考文献が付されており、全体でA4 (1200字) 約250頁に及ぶ論文となっている。

第1章 序章

第1節 研究動機と問題意識

第2節 研究目的、研究方法及び論文構成概要

第2章 宅配便取扱事業者のビジネスモデル・イノベーションの意義

第1節 宅配便、宅配便サービス、SCM の概念

第2節 日本における宅配便ビジネスの形成と発展

第3節 欧米における宅配便ビジネスの形成と発展

第3章 宅配便取扱事業者の成長発展に関する先行研究文献レビュー

第1節 進化論による宅配便取扱事業者の成長発展に関する先行研究

第2節 イノベーション論による宅配便取扱事業者の成長発展に関する先行研究

第3節 ビジネスモデル論による宅配便取扱事業者の成長発展に関する先行研究

第4節 実証分析による宅配便取扱事業者の成長発展に関する先行研究

第4章 分析フレームワークの設定と仮説提示

第1節 ビジネスモデル、イノベーションに関する理論のサーベイ

第2節 ビジネスモデル・イノベーションの概念

第3節 宅配便取扱事業者のビジネスモデル・イノベーションの分析フレームワーク

第4節 仮説の提示と論証方法

第5章 事例分析

第1節 宅配便前史

第2節 宅配便ビジネスモデルのイノベーション

第3節 SCM ソリューション・モデル・イノベーション

第6章 事例分析の要約 (仮説論証のまとめ)

第7章 結論と今後の課題

第1節 結論の要約

第2節 今後の課題

参考文献リスト

3. 本論文の概要

本論文の内容を各章ごとで示せば、以下ようになる。

第1章では、研究動機と問題意識を紹介した上、本論文の研究目的と研究方法、そして論文構成を明らかにしている。

第2章では、米国、日本、中国の博士論文、研究論文、データベース、書籍、辞書、雑誌、政府機関及び団体組織の報告書、各企業の財務諸表、各企業のホームページ、各政府機関及び団体組織のホームページをもとに、宅配便、宅配便サービス、SCM の定義・意義などを明確にし、その後、日本と欧米における宅配便ビジネスの発展と形成の概要を明らかにしている。

第3章では、宅配便の成長発展に関する先行研究のレビューを行った。研究の視点としては、進化論、イノベーション論、ビジネスモデル論、そして実証分析などの視点別に主要な先行研究を紹介している。

第4章では、まず、本論文の分析フレームワークに影響を与えるビジネスモデル論、イノベーション論、ビジネスモデル・イノベーション論の紹介を行っている。

さらに、本論文で、宅配便取扱事業者の成長発展を検討するビジネスモデル・イノベーションのフレームワークについては、アフォーの研究に基に、ビジネスモデル・イノベーションのタイプ、ビジネスモデルの企業環境、ビジネスモデルの構成要素を明らかにしている。

まず、宅配便取扱事業者ビジネスモデル・イノベーションのタイプを「既存製品の競争優位を減ずる程度」と「既存ケイパビリティを陳腐化する程度」によって、4つに分類している。また、宅配便取扱事業者のビジネスモデルのイノベーションに影響を与える環境はICT環境とマクロのような企業環境によって構成されている。宅配便取扱事業者のビジネスモデル・イノベーションの成功のカギはビジネスモデルの構成要素によるところが大きい。

次に、本論文では、宅配便取扱事業者の成長発展は1段階目の宅配便前史、2段階目の宅配便ビジネスモデル・イノベーション、そして3段階目のSCMソリューション・モデル・イノベーションによって構成されている。2段階目の宅配便ビジネスモデル・イノベーションと3段階目のSCMソリューション・モデル・イノベーションが本論文の中心となっている。

以上の先行研究と分析フレームワークに基づいて、本論文の仮説を以下のように設定している。

仮説1 宅配便取扱事業者のビジネスモデル・イノベーションは宅配便サービスの競争優位性と宅配便取扱事業者のケイパビリティに規定される。

仮説2 宅配便取扱事業者のビジネスモデル・イノベーションは企業環境から重大な影響を受ける。特に、ICT環境により、大きな影響を受ける。

仮説3 宅配便取扱事業者のビジネスモデル・イノベーションは宅配便取扱事業者のビジネスモデルの構成によるところが大きい。

仮説4 現代宅配便ビジネスに新規参入する企業や新興市場に進出する場合にも、上記3つの仮説が重要である。

第5章では、第4章で示した分析フレームワークに準拠して、日米を代表する4社の宅配便取扱事業者ヤマト運輸、佐川急便、FedEx、UPSの事例分析を行っている。以上の仮説1、仮説2、仮説3について、「宅配便ビジネスモデル・イノベーション（2段階目）」と「SCMソリューション・モデル・イノベーション（3段階目）」を分けて、イノベーションの類型、企業環境、ビジネスモデルの構成要素（顧客価値提案、市場セグメント、収益モデル、成長モデル、ケイパビリティ）について、それぞれ詳細に検討を行っている。

第6章では、事例分析の要約を行っている。

第7章では、結論と今後の課題を提示している。仮説1、仮説2、仮説3について、4つの宅配便取扱事業者のビジネスモデル・イノベーションの分析によって、概ね以上の仮説が支持されることを論証できたとしている。仮説4について今後の課題のところ、中国やインドの市場などについて概略的な検討を行っているが、更なる研究が必要である。今後は、中国やインドなどの国における宅配便取扱事業者の研究を詳細にしてみたいとしている。

4. 本論文の評価

(1) 本論文の評価すべき点

宅配便取扱事業者の成長発展に関する研究は、進化論、イノベーション論、ビジネスモデル論、実証研究のような様々な視点から分析することが可能であるが、本論文では、宅配便取扱事業者の成長発展をビジネスモデル・イノベーションの視点から詳細に検討を行っている。従来のビジネスモデル・イノベーションの研究の多くは、ビジネスモデル特許の対象となるような情報機器メーカー、デジタルコンテンツ配信業者、ネット通販事業者などの事例が多い中で、宅配便取扱事業者の発展成長をビジネスモデル・イノベーションの視点から詳細に検討した点は新規独創的で高く評価できる。特に、宅配便取扱事業者の発展成長について日米を代表する4社の宅配便取扱事業者の事例を取り上げ、アフォーの分析フレームワークであるビジネスモデル・イノベーションのタイプ、ビジネスモデル・イノベーションを引き起こす企業環境、ビジネスモデルの構成要素の分析の別に詳細な検討を行っている点が評価できる。

(2) 本論文の問題点

まず、宅配便取扱事業者の発展成長について日米を代表する4社の宅配便取扱事業者の事例を取り上げ詳細な検討を行っているのではあるが、各国の宅配便取扱事業者の発展成長には各国の郵便

取扱事業者との関係の検討が不可欠であるが、十分な検討がなされていない。また、地域も日米に限定され欧州地域の問題については全く触れられていない。

今後、文献なども少なく困難も予想されるが、上記に指摘したような視点を踏まえて検討がなされれば、一層研究の厚みが増すものと考えられる。

(3) 総合評価

本論文は、提出者が2013年4月に東京経済大学大学院経営学研究科博士後期課程に入学し3年間研究してきた研究の成果を集大成したものである。本論文については、上記のような問題点も一部見受けられたが、それは、本論文の評価すべき点と比較するとき、本論文の優秀性を損なうものではない。

ところで、論文提出者・黄 景賢は、2006年4月に東京経済大学大学院経営学研究科修士課程に入学し、修了後、貴州民族大学商学部の専任講師に着任し、物流関連の科目の授業を担当してきた。さらに、2011年、日本の文部科学省の国費留学生試験に合格し、勤務先を休職して2013年4月から東京経済大学大学院経営学研究科博士課程に入学し研究を続けてきた。博士課程入学後も日本物流学会の研究会などに積極的に参加し研究に努めている。

以上の審査結果に基づき、本論文の提出者・黄 景賢は、博士（経営学）の学位を受ける十分な資格があると認める。

さらに、2016年1月20日に行われた申請論文の最終試験でも、適切な説明と質疑に適切な回答をされており、審査委員全員一致して合格と認めた。

2016年1月27日

論文審査委員

(主査) 中 光政

(副査) 一瀬 益夫

(副査) 本藤 貴康