

題名（発表テーマ）：

サムスン電子の液晶技術を用いた製品プラットフォームの構築プロセス

Product platform construction process through Samsung Electronics' LCD technology

阪南大学 千島 智伸

エレクトロニクス製品では、異業種との競争激化やコモディティ市場への対応などの環境変化に適応するために競争戦略が複雑化して久しい。そして、製品差別化戦略のためには新しい価値を創造することが求められるが、単一企業では限界がある。たとえば、製造業に必要な「大変革時代」における競争戦略について、W・アルスタイン、G・パーカーは「バリューチェーンのような順次的なプロセスを含む事業からの脱却」を主張した(2016)。この中で、業界の枠や国境を超え共栄する仕組みとしてのプラットフォーム構築の必要性について触れている。

本研究は、そのような状況を背景に、自社の固有技術を用いた液晶を核とし、製品プラットフォーム構築によって持続的競争優位性が実現している企業（サムスン電子）に着目した。そして、同社が様々な顧客や協業社（サプライヤー）との接点を獲得して多様な効果を得ているメカニズムを明らかにすることが本研究の目的である。

本研究では、このような目的を達成するために、関連があると思われる分野として、「取引費用理論」・「製品アーキテクチャー」論・「製品プラットフォーム」を中心に先行研究をレビューしている。

分析手法は、質的データから理論構築を目指す方法を用いた。これは、ケースを深く観察し事実として現れた内容や情報を共通属性に分類することで命題を抽出し、そこから因果メカニズムを導く。このような、質的データから理論構築を目指す定性的研究方法を採用した。

分析を通じて明らかになったことは、以下の2点である。

第1に、製品プラットフォームの構築には、自社のコア技術を定め、付加価値領域を維持拡大する仕組み、オープン領域をコントロールする仕組みが重要となる。具体的には、標準性の高い製品を開発し、それによって複数の異なる顧客に価値を提供するのが有効であること、その際、企業境界線を自社主導で設計し、調整や管理のための取引コストを抑制することが望ましいことが明らかになった。

第2に、サムスン電子の液晶事業は、インテグラル化とモジュール化が両立し、強い協調行為として協業社とアライアンスを組むことで事業価値を高めていたことである。この点で、液晶(パネル)を他製品にも適用する開発設計を進めたことにより、他のビジネス領域にも製品が横断的に採用されたことを挙げている。

以上が本研究の概要であり、その最もコアとなるのは、製品プラットフォームの構築プロセスを要因とし、エレクトロニクス市場における競争優位を得ている結果の関係性を導いたことが、本研究で得られたことである。

以 上