[博士論文審査要旨]

申請者：伊藤誠悟

論文題目：製品普遍化と製品普及化のメカニズム

審査員：　青島矢一

米倉誠一郎

古川一郎

本論文は、デンソーで開発された5つの自動車コンポーネント（メータゲージ、SRラジエータ、III型オルタネータ、メータ文字盤、EFI の5つ）に関する詳細な事例分析に基づいて、特定の顧客（自動車メーカー）との深い取引関係を維持しつつ、その他の顧客との幅広い取引をも可能にする製品開発や組織マネジメントのあり方を解明したものである。

顧客の多様な要求に応えつつ規模の経済性を維持するにはどうしたら良いのか。これは多くの製造企業が抱える本質的な課題である。多様性と経済性の両立は難しい。しかし、その両立こそが製造企業の高い競争力につながると既存研究の多くは指摘する。しかしどうすればその両立が可能になるのか。両立のためにはどのような組織能力が必要になるのか。筆者は、これらの問いに正面から取り組み、両立のメカニズムと、その背後にある組織能力の中身を解明している。

本論文の最大の特徴は、技術文献の広範なサーベイと、徹底したフィールド調査にもとづく深い事例研究にある。そこでは、トヨタ自動車の厳しい要求を満たしつつ他社にも広く製品展開するためにデンソーのエンジニアが行った具体的な製品設計と工程設計の内容が詳細に記述されている。同時に、歴史的な経緯に言及しつつ、そのような設計を可能にした組織的な仕組みや顧客とのやりとりの方法も明らかにされている。

これまでマスカスタマイゼーションなどの概念で表現されてきた、多様性と経済性を両立するためのマネジメントの内容と、そうしたマネジメントを支える組織能力のあり方を具体的に解明したことは本研究の大きな貢献といえる。

一方、いくつかの課題も残されている。1つは、製品普遍化と製品普及化という概念の曖昧さである。筆者は、顧客の多様性に対するデンソーの対応を、製品普遍化と製品普及化という2つの概念で整理しているが、両者の区別が必ずしも明確でなく、また既存概念との差異もはっきりしない。2つめの課題は、デンソー1社に対する事例研究であるがゆえに、デンソーのもつ特殊な歴史的事情が大きく関係している可能性を否定できない点である。

ただし、概念整理の課題は今後十分に改善可能なものであり、それによって本論文の貢献が大きく損なわれるものではない。また、2つめの課題に関しては、筆者自身、引き続き比較分析を進める計画をもっており、今後の発展を期待したい。

よって審査員一同は、所定の試験結果をあわせ考慮して、本論文の筆者が一橋大学学位規則第5条第1項の規定により一橋大学博士（商学）の学位を受けるに値するものと判断する。