

## インポートアパレル企業アオイの研究

著者	井上 徹
学位名	博士（経営学）
学位授与機関	甲南大学
学位授与年度	令和3年度(2021年度)
学位授与番号	34506甲第118号
URL	<a href="http://doi.org/10.14990/00004350">http://doi.org/10.14990/00004350</a>

氏名・本籍	井上 徹（兵庫県）
学位の種類	博士（経営学）
報告番号	甲第118号
学位授与の日付	令和4年3月31日
学位授与の要件	学位規則第4条第1項該当者
論文題目	インポートアパレル企業アオイの研究
審査委員	（主査） 教授 廣山 謙介 （副査） 教授 西村 順二 （副査） 教授 Manoj L Shrestha

## 論文内容の要旨

本研究は、経営史的視点から、1950年に神戸で創業し現在にいたるまで、世界屈指の高級ブランド品（婦人服・シューズ・雑貨等）の取扱いを主たる事業とする国内有数のインポートアパレル企業「株式会社アオイ」の事例を検討し、ファミリー企業としての永続性を検証した。

各章の概要は以下の通りである。

第1章及び第2章では、先行研究の分析と戦後のファッション産業における神戸地域の役割とインポートアパレル・同ブランドとアオイの関係を示した。

第3章は、アオイの年代別経営状況を現経営陣とアオイ創業家ファミリー・元役員などを含む約10名のヒアリングと社外秘資料を含む内部資料を中心に、創業期におけるアオイの状況、インポートブランドの展開、歴代経営者の役割と組織の変容、売上高・資産合計などの財務状況の変化、経営理念の変容を調査・分析した。

第4章は、第3章までのアオイの調査・分析から、ファミリー企業としてのアオイに着目しアオイの強みを分析した。強みとして、『1. ブランド・企業風土「らしさ」の伝播による企業としてのブランド形成』、『2. 専業による組織・戦略の集中と活用』、『3. 一貫したファミリービジネスによる信頼性』であることを解明した。

第5章は、アオイを通して解明された「インポートアパレルとインポートブランドビジネスの役割」を「目的」「価値創造者（意思決定）」「価値創造手法」「所有と経営」「継続性による収益性」の5つの視点より考察した。「ブランドの繁栄」「ファ

ミリーの繁栄」については、考察から導き出したブランドビジネスとファミリービジネスの役割より、ファミリー企業であることがインポートアパレル企業の永続性の要因として優位であることを示した。

最後に Appendix として戦後の日本のファッション産業年表を「社会・経済」「ファッション」「小売・百貨店」「国内アパレル」「インポートアパレル」「アオイ」の6つに分けて整理・分類した。特に代表的なインポートアパレル企業の創業や取扱ブランドなどを詳細に整理・分類しており、この年表は今後のインポートアパレル研究分野において大いに役立つものである。

以上の研究からファミリー企業の優位性がインポートアパレル企業の生成・発展・継続において実例をもって示され、今後の成長戦略策定のための一助となることを確信している。

## 審査結果の要旨

本論文は、経営史的視点からインポートアパレルを主事業とする「株式会社アオイ」の事例を検討し、企業の永続性を考察する。

第1章では、先行研究の分析と本研究で使用する用語の定義、インポートアパレル／インポートブランドとアオイの位置付けを示す。第2章では、ファッションにおける神戸地域の役割、戦後のファッション産業の変容とインポートアパレルにおけるアオイの役割を整理し、アオイの活動の歴史を、百貨店・ファッションショー・バーゲンの3点に着目して検討する。第3章では、アオイの年代別経営状況を、アオイの協力のもとで、現経営陣・アオイ創業家ファミリー・元役員などを含む約10名へのヒアリングと社外秘資料を含む同社保有資料を中心に調査し、創業期におけるアオイの状況、アオイのインポートブランドの展開、歴代経営者の役割及び創業期・成長期・現在の組織の変容、財務情報（第13期1972年～第51期2010年）による売上高・資産合計などの情報の分析、経営理念の変化をあきらかにする。第4章では、第3章までのアオイの調査・分析を踏まえ、ファミリー企業としてアオイに着目しアオイの強みを分析する。ヒアリング調査の際に頻繁に語られた、「アオイらしい」「アオイファミリー」という2つのキーワードを利用して、アオイの強みとして、1.『企業風土「らしさ」の伝播による企業としてのブランド形成』、2.『専業による組織・戦略の集中と活用』、3.『一貫したファミリービジネスによる信頼性』であることを抽出する。第5章では、インポートブランドビジネスの概要を、「インポートアパレル企業におけるブランドビジネスとファミリービジネスの役割」として述べる。ブランドビジネスとファミリービジネスの役割を「目的」「価値創造者（意思決定）」「価値創造手法」「所有と経営」「継続性による収益性」の5つの視点より考察する。そのなかで両ビジネスの「目的」である「ブランドの繁栄」「ファミリーの繁栄」では、インポートアパレル企業の永続性の要因としてファミリー企業が優位である

ことを示される。付録では、今後のインポートアパレル研究に重要な枠組を与えるであろう、戦後日本ファッション産業年表を「社会・経済」「ファッション」「小売・百貨店」「国内アパレル」「インポートアパレル」「アオイ」の6分野に整理・分類して作成し提示されている。

本論文は、個別企業の発展についての実証研究であるとともに、ファミリーを結節点とする企業戦略策定に実践的にも重要な貢献を行うものである。公聴会等でのコメント等への対応は必ずしも全て行われてはいないが、それを上回る発見や貢献があるという評価ができる。今後、関連領域の研究のさらなる涉猟も期待される。よって、本論文は、博士（経営学）の学位授与に値するものと判断する。