

経営学研究

《講義内容》

講義科目の地域産業分野全体を「経営学研究」によって展望し、それを踏まえて研究課題、テーマを絞り込んでいく。前半は、科学としての経営学が誕生・発展した 20 世紀を「マネジメントの世紀」として捉えその主要テーマ、科学的管理法、人間関係論、品質管理マーケティング、経営戦略論を年代順と同時に、社会的ニーズとその問題解決という構造として、理解させる。後半は、特に沖縄産業研究に必要な「企業ドメイン」を中核(整理箱)として SWOT 分析、ポーターの基本戦略、コア・コンピネンス、PPM、製品ポートフォリオ理論、等の現代の重要な経営戦略論を沖縄の産業・企業をケースとして説明する。

《授業の流れ》

- 0) 受講生の中で既に経営学をどの程度学んでいるかによって、以下の 1)~3)の前半か 4)~6)の後半に力点を置くかウェイトを決めたい。

マネジメントの世紀、1901 - 2000年

- 1) マネジメント(経営)の時代、世紀といわれる 21 世紀の経営理論、思想の変遷を時代を追って展望することによって、単に(私)企業のみではなく組織(自治体、NPO、第三セクターなど)すべてに「経営学(マネジメント)」が適用可能であり、このような視点から講義したい。

- 2) (第二次大戦前)

ストップ・ウォッチ・サイエンス(科学的管理法の誕生、テーラーの後継者たち) フォードの大量生産ライン、ホーソン実験と動態的管理、制度学派の誕生と専門経営者の立場。

- 3)(第二次大戦後)

品質管理と日本再生、マーケティングの興隆と 4P、戦略概念の提案(チャンドラー、アンゾフ、ポーター)、新しいパワー・バランス(ABB、GE、トヨタ、デル)、ニューエコノミーの到来。

経営戦略

- 4) 前半の講義を踏まえて、後半部は経営学で重要な位置を占める“戦略概念の提案”を中心に、かつ具体的(沖縄を中心に)なケース・スタディーを加えた実践的な講義を行う。

(経営戦略理論)

経営戦略の定義、経営学(各分野)の統合的位置、戦略レベルを明確にした上で、経営理念 - 経営環境の把握 - ドメインの確立 - 事業の選択(成長戦略) - 事業戦略の確立(競争戦略)の戦略策定の順で以下、講義を展開する。

5) <経営環境の把握 - SWOT 分析>

SWOT 分析を使い、経営環境を自社に対して好・悪影響と内部・外部環境の組合せ(マトリックス)として捉え 強み(Strength)、弱み(Weakness)、機会(Opportunity)、脅威(Threat)に整理し、「攻めと守り」の戦略を具体化する。

6) <企業・事業ドメイン>

すなわち企業の事業活動の範囲(企業のアイデンティティ、基本的性格)の決定であるが、ここでは「製品 - 市場マトリックス(ポートフォリオ)による事業の選択」「コア・コンピタンス(バリュー・チェーンによる)の確立」による決定方法を説明する。

7) <ファイブフォース分析、ポーターの3基本戦略>

決定した企業ドメインの競争優位をさらに確立、継続するために、業界内での競合(5つの要因)状況を分析・把握し、これに対抗するコストリダーシップ、差別化、集中の3つの戦略、さらには戦略的ポジショニングを検討をする。

8) ケース・スタディー、沖縄型ビジネス・モデルを中心に

沖縄(という地域)での企業で成功している経営戦略をケース・スタディーとし、つぎのような視点、ポイントで取り上げる。

- ・ 経営環境の把握 (SWOT 分析) - 市場細分化 (ニッチ市場) 戦略、グローバルイゼーション、IT 技術
- ・ 企業・事業ドメイン - 沖縄地域差別化戦略
- ・ 競争優位の確立 - 沖縄型ビジネス・モデルの構築

上記のケース・スタディーを紹介、解説すると同時に、受講生に具体的な企業をケースにした分析をさせ、レポートを提出させる。