

科目名	企業研究 B Case Study B		選択	2 単位
学期・曜日・時限	秋・金・5 限	-	-	-
担当教員名	宮島 敏郎	e-mail		
<p><講義の概要と目的></p> <p>時代の流れに伴う環境の変化の中にあつて、競争優位を作り出すための経営戦略は、企業が継続し成長していくために不可欠である。ケースメソッドの手法を用いて企業の事例にあたる本科目では、現実の経営に関する出来事や状況を、テキストのケースを読み、あるいはゲスト講師（経営者）の講義を聞くことにより疑似的に体験する。その中で経営のディテールに触れ、問題点を見つける分析能力と経営戦略構築能力の育成を図る。</p> <p>複雑な現実に対峙すると、とかく思考は発散し収束させていくことが難しくなりがちである。そこで本科目では、各ケースにおいて経営学の理論やフレームワークを用いて問題の構造化に努める。また新しい経営戦略を生み出すためには、論理的な分析だけでなくその企業の文脈に沿った新たなストーリーを、アナロジーやアブダクションを用いて描きだすことが求められる。</p> <p>ケースを用いた授業の醍醐味は、分析や解決策を披瀝し合い意見交換を行う双方向性にある。そのやり取りの中で多様な考え方に触れることで、思考の幅を広げあるいは深めていくことを目指す。</p>				
<p><講義計画></p> <p>1 週目：ケースメソッド概論 ケースメソッドの意味や手法を概説し、授業の進め方や成績評価の方法などを説明する。</p> <p>2 週目：「カモ井加工紙」のケース 製品やサービスに内在するニーズをユーザーが顕在化させるユーザーイノベーション。</p> <p>3 週目：「スルガ銀行」のケース 急速に変化する環境下で、企業に持続的な競争力をもたらすダイナミック・ケイパビリティ。</p> <p>4 週目：「コマツ」のケース ビジネスシステムの変革による差別化で競合の模倣が困難な参入障壁を築くコマツの戦略。</p> <p>5 週目：ジョブ理論 客が片づけたいジョブ「Jobs to be done」の洞察によりイノベーションを起こすジョブ理論。</p> <p>6 週目：「ヤマト運輸」のケース 顧客は誰で、そのどの様なニーズを満たすべきなのか。宅配便事業における戦略の顧客適合。</p> <p>7 週目：「Apple」のケース 非連続性と価値次元の転換がもたらした、破壊的イノベーションとしての iPhone。</p> <p>8 週目：「いちごカンパニー」のケース 植物工場で高級イチゴを栽培し市場創造に挑戦する、いちごカンパニーの戦略と条件。</p> <p>9 週目：「バイオテックジャパン」のケース 差別化された製品と積み重ねてきた知見がもたらす独占的優位性で進める急速な国際化。</p> <p>10 週目：「サウスウエスト航空」のケース ビジネスの仕組み全体を連動させる戦略で航空業界に革命を起こした LCC の先駆け。</p> <p>11 週目：「塩川酒造」のケース① 伝統産業のコンピテーショントラップから抜け出して起こす酒造りのイノベーション。</p>				

<p>1 2 週目：「塩川酒造」のケース② 日本酒づくりにおけるイノベーション戦略を、グループごとに考察してまとめる。</p> <p>1 3 週目：「塩川酒造」のケース③ 塩川酒造社長、塩川和広氏をゲスト講師として招聘。</p> <p>1 4 週目：未定 最新の企業ケースを取り上げる。</p> <p>1 5 週目：まとめ 各ケースでとり上げた理論のまとめ。</p>
<p><講義の進め方> 講義の前半では、ケースに関する課題の解答を受講生がプレゼンする。 講義の後半は、教員がケースを分析しその背景にある論理を説明する。</p>
<p><準備学習内容> ケースの読み込みと課題のプレゼン資料の作成のために、2～3時間程度の予習が必要である。</p>
<p><教科書及び教材> 各回で使用するケースや資料は、前の講義の終了時に配布する。</p>
<p><参考書> 1 高橋広行・徳山美津恵・吉田満梨 『ケースで学ぶケーススタディ』同文館出版 2 小樽商科大学ビジネススクール『MBAのためのケース分析』同文館出版</p>
<p><成績評価方法> 欠席6回以上は成績評価しない。 毎回の発表、テスト、ディスカッションへの参加状況を4：3：3の比率で評価する。</p>
<p><履修条件> 特になし。</p>
<p><DVDによる視聴> 可</p>
<p><オフィスアワー> 金曜 17:00～18:00。事前にアポイントをとること。</p>
<p><その他> 学内SNSを連絡と情報交換のツールとする。</p>