

科目名	事業戦略ケーススタディ Strategy Case Study		選択	2 単位
学期・曜日・時限	秋・月・4 限	秋・月・6 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であって、競争優位を作り出すための事業戦略は、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。理論は思考の軸としての極めて重要な役割を果たす。経営学の歴史の中でその価値を認められてきた重要な理論を分かりやすく講義することに努める。</p> <p><到達目標></p> <p>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出すことが求められる。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><アクティブ・ラーニング要素></p> <p>毎回事前に配付したケースをもとに講義とディスカッションを進める。グループワークにより課題の解決案や戦略をまとめ発表する回も設ける。</p>				
<p><講義計画></p> <p>1 回目：ケースメソッド概論</p> <ul style="list-style-type: none"> ・要点：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>2 回目：「カモ井加工紙」のケース</p> <ul style="list-style-type: none"> ・要点：リードユーザーと連携することでまだ顕在化していない消費者ニーズや市場規模を可視させ「用途革新」によるイノベーションを起こすユーザーイノベーションの事例を取り上げる。 <p>3 回目：「ヤマト運輸」のケース</p> <ul style="list-style-type: none"> ・要点：全ての戦略的思考は顧客が出発点となる。どのような顧客のどのようなニーズを自分たちは満たそうととするのか？ 宅配便事業における「戦略の顧客適合」を考察する。 <p>4 回目：理論講義</p> <ul style="list-style-type: none"> ・要点：「知の探索・知の深化」「弱いつながりの強さ理論」「トランスフォーメーション・リーダーシップ理論」など、ケース分析をする上で有効な経営学の理論を講義する。 <p>5 回目：「コマツ」のケース</p> <ul style="list-style-type: none"> ・要点：問題解決に焦点をあてたビジネスシステムの変革による差別化でそれまでの競争の構造を変え、競合の模倣が困難な参入障壁を築くコマツの戦略を考察する。 				

6回目：ジョブ理論

・要点：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。相関関係ではなく因果関係を追及し既存マーケティングの限界を超える理論を取り上げる。

7回目：「バイオテックジャパン」のケース

・要点：事業機会は発見するものか創造するものなのかについては議論が分かれているが、イナクトメントとセンスメイキングで創造するケースを新潟のバイオベンチャーで考察する。

8回目：「ジャパネットたかた」のケース

・要点：独自のターゲットングや商品戦略で差別化されたビジネスシステムを構築し、新たな市場を開拓してきたジャパネットたかたの事業戦略を考察する。

9回目：「塩川酒造」のケース①

・要点：さまざまな「しがらみ」による伝統産業のコンピテーショントラップを独自の考え方で抜け出して起こす酒造りのイノベーションについて、新潟の酒蔵の事例で考察する。

10回目：「塩川酒造」のケース①

・要点：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。

11回目：「塩川酒造」のケース③

・要点：塩川酒造社長、塩川和広氏をゲスト講師として招聘。

12回目：理論講義

・要点：「二重過程理論」「レジティマシー」「取引費用理論」「エージェンシー理論」など、ケースを分析し考察していく上で有効な経営理論を講義する。

13回目：「富士写真フイルム」のケース

・要点：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・ケイパビリティと、破壊的イノベーションの事例を考察する。

14回目：先進企業のケース

・要点：その経営手法やイノベーションが注目されている最新のケースを取り上げる。

15回目：本科目で取り扱ったケースと理論のまとめを講義する。

注意：各回で使用するケースの変更や、それに伴うテーマや講義内容の変更もありうる。

<講義の進め方>

講義の前半30分は、ケースに関して出された課題の解答を受講生がプレゼンする。

講義の後半60分は、教員がケースを分析しその背後にある論理や理論を講義する。

<事前事後学習内容>

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時間程度の準備が必要である。

<予習・復習時間>

各回の予習・復習にはそれぞれ2時間相当かかると想定され、詳細については講義時に指示する。

<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付する。

<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 ローバートK・イン 『ケーススタディの方法』千倉書房
- 3 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

<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、最終レポート、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。

<課題等に対するフィードバック方法>

講義内と SNS サークルでフィードバックを行う。

<履修条件>

特になし。

<DVD による視聴> 可

<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。

<その他>

学内 SNS を連絡と情報交換のツールとする。