

経営学（4/17）1 限目

<講義の目的>

◎経営学を学ぶ基礎を身につける

- ・知識
- ・考え方
- ・研究の進め方

◎他の講義や学位論文に繋がる研究で、経営学の文献を理解できるようになる

- ・経営学に興味をもつ

◎実際の企業、組織の動きを自分自身で読み解けるようにする

- ・経営学的な社会の見方ができる

<経営学とは>

◎「経営」を対象とした学問

- ・経営が行われている場
 - *組織、企業
 - 組織、企業は身の回りに溢れている
 - 経営学の対象は身の回りに「溢れている」
- ・組織、企業とは
 - *経営資源の集合体
 - 経営資源…ヒト、モノ、カネ、情報

◎実践的な学問

- ・実際の経営現象を記述、分析する
- ・記述と分析に基づいて、「企業や組織をよくする」方法を考える
- ・「企業、組織をよくする」とは
 - *利益が上がる
 - *従業員が満足する
 - *顧客が満足する 等
- ・経営資源→【経営】→結果（良い、悪い）
 - *企業を通して社会を見る学問
- ・経済学…社会を読み解くための「文法」
 - *伊藤秀史（2012）『ひたすら読むエコノミクス』
 - *均衡論、ゲーム理論、契約理論などのツールで社会を理解する
 - *Discipline の学問

◎経済学との対比

- ・経済学…企業にフォーカスして社会を読み解く
 - *現在の経済社会で「小さくない」役割を果たす企業を理解することで、社会を理解する
 - *対象によって規定される学問
 - *Discipline がない（複数の Discipline を使い分ける）学問
経済学、社会学、心理学、歴史学、法学、工学…等
- ※なにかを解明するために、「これは経営学的手法じゃないから使わない」ということはまずない。節操のない学問である。

◎社会科学の中の経営学

- ・情報（知識）、価値、貨幣などを中心に社会を読み解く社会科学としての相補性
- ・企業にフォーカスする意義と限界
 - *企業の役割の変化
 - *組織がもつ機能の普遍性

◎これからの経営学

- ・現在を相対化する思考の必要性
- ・企業のパフォーマンスを視野に入れつつ、相対化する

◎経営学の主要分野

- ・経営学では、主に二つの視点で考察
 - *戦略論（経済学の影響が強い）
企業と環境の相互作用
企業という境界の内と外の関係
 - *組織論（社会学や心理学の影響が強い）
企業の中のヒトのダイナミズム
企業の境界を超えるヒトの相互作用

<成績評価等>

◎講義の予定

- ・経営学の基礎、概要
 - *経営学とは
 - *基本概念
 - *学説史（略史）

- ・経営戦略
 - *経営戦略とは
 - *競争優位の確率と持続
 - *競争戦略、全社戦略
- ・組織論
 - *近代組織論
 - :意思決定論
 - *動機付け
 - *組織学習
- ・その他
 - *技術マネジメント (MOT)
 - *情報通信 (IT) 技術との関連 など

◎成績評価

- ・出欠、講義への参加状況などの評価
 - *最終評価の 40 点分
- ・学期末試験の結果
 - *最終評価の 60 点分
- ・テキスト
 - *別途検討

◎講義において留意すること

- ・ノートを取る
- ・スライドの内容、講義で聴いたこと、考えたことを自分なりの方法で纏める
- ・理解できないことは質問する
- ・社会、企業、組織で起きていることを知る
- ・自分が経験することを記憶に留める
- ・ニュースを見る
- ・本、雑誌を読む

2 限目

◎経営学の対象

◎経営学は、「経営現象」を扱う、実践的な学問

- ・企業、組織で生じている現象を扱う学問
- ・経営現象について記述し、分析する学問
- ・経営現象の記述と分析を通じて、「企業や組織が良くなるためになにをすべきか」を考える学問

問題提起：経営学の対象である企業、組織とはどのような存在か。

<企業>

◎企業とは

- ・利益を上げることが目的としている（営利）
- ・法的に認められている（法人）
- ・人の集団

※「会社」という言葉とほぼ同じ

◎企業を調べるときに

- ・インターネットを使って、企業について調べてみる

※インターネット…非常に簡単、便利なツール

- ・企業の情報公開が、「紙（ハードコピー）」中心から「電子媒体」中心に変化
 - *IR (Investor's Relations)
 - *宣伝、広報活動
 - *求人活動
- ・企業の Web サイトを見るときに、見るべきところ
- ・企業概要（現在）→沿革（過去）→会計（ROI 等・現在）、製品サービスの構成（現在）、戦略（未来）
- ・得られる情報は部分的な情報であり、良い情報の方が出ている。メディアリテラシーを持って臨みたい。
- ・自分の関心にあわせて、さらに調べる必要がある。
 - *バイアス
 - *ソース
 - *リアリティ

◎企業は多種多様である

- ・知名度
 - *有名企業、無名企業
- ・規模（売上、従業員数）
 - *大企業、中企業、小企業
- ・産業（提供する製品・サービス）
 - *製造業、非製造業、サービス業など
- ・歴史の長さ
 - *古い企業、新しい企業、ベンチャー企業
- ・法律上の区分
 - *株式企業（上場企業、非上場企業）、有限会社など

<組織>

◎公式組織とは

- ・C.I.バーナードが定義
 - *同じ目的を持っている人の集まり（共通目的）
 - *自分なりに「役に立とう」と考えている人の集まり（貢献意欲）
 - *お互いにコミュニケーションが取れる人の集まり（協働）

※一般には公式組織の条件を満たしていない場合でも「組織」と呼ぶことがある

◎組織の「難しさ」

- ・一般的に、身の回りで「組織」だと思っているものも、「公式組織」にはなっていない場合がある
- ・公式組織を創り上げ、維持し、運営して行くことは難しい
- ・Barnard は、自分の経験（実務経験）から主張
- ・公式組織の成立条件…共通目的、貢献意欲、コミュニケーション
- ・公式組織の存続条件…誘因・貢献バランス（C-I バランス）

※組織を創りあげたり、組織に参加したりするとき「本当に、組織が公式組織として機能しているか」を考える必要がある

<企業と組織の違い>

◎企業と組織は異なる言葉（概念）

- ・必ずしも 1 企業=1 組織ではない
- ・企業は境界の概念、組織はシステム（ネットワークの概念）

◎企業という境界の役割

- ・外部（環境）と内部を隔てることで、境界内部の活動を単純化、安定化させる
- ・われわれが社会を理解するときの「(境界) 単位 (ユニット)」
- ・経営学は、企業と組織、両方を対象とする
- ・企業、組織共に「人の集まり」である
- ・現実には、企業と組織が密接に関連している場合が多い
- ・ヒト、モノ、カネ、情報に着目することで研究（理解、記述、分析）できる
- ・ただし、対象とする企業もしくは組織、研究（理解）の目的に応じて、記述や分析の仕方を変える