

ビジネスと良心



同志社大学大学院ビジネス研究科

北 寿郎

Doshisha Business School

自己紹介

北 寿郎(きた としろう)

1952年生まれ 65歳 愛知県名古屋市出身
名古屋大学大学院 機械工学専攻 工学博士

現職:同志社大学大学院ビジネス研究科
株式会社ナカヨ 社外取締役(独立役員)

1976.4より2004.3までNTTに在職

- ・磁気ディスクの大容量化・高密度化の研究
- ・知能ロボット、画像通信、自然言語処理の研究
- ・テレビ会議システムPhoenixのビジネス化
- ・ICカードビジネスの立ち上げ
- ・住基ネット構築

講義アジェンダ

- 企業とは何か
- イノベーションの社会的意義
- ビジネスにおけるステークホルダー
- 中間評価

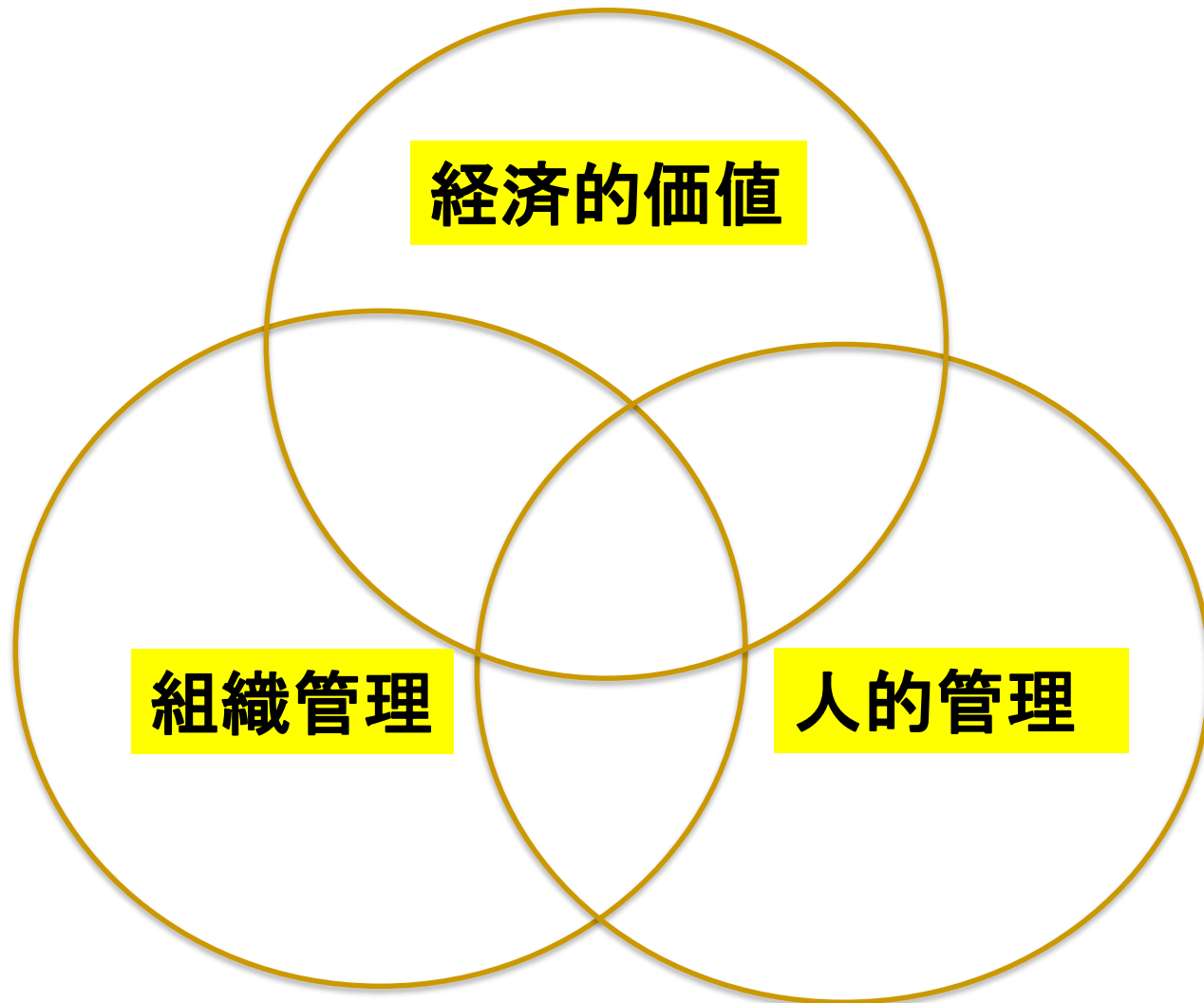
まず最初に

- 最も良心のある企業を一つ挙げてください
- 最も良心のない企業を一つ挙げてください

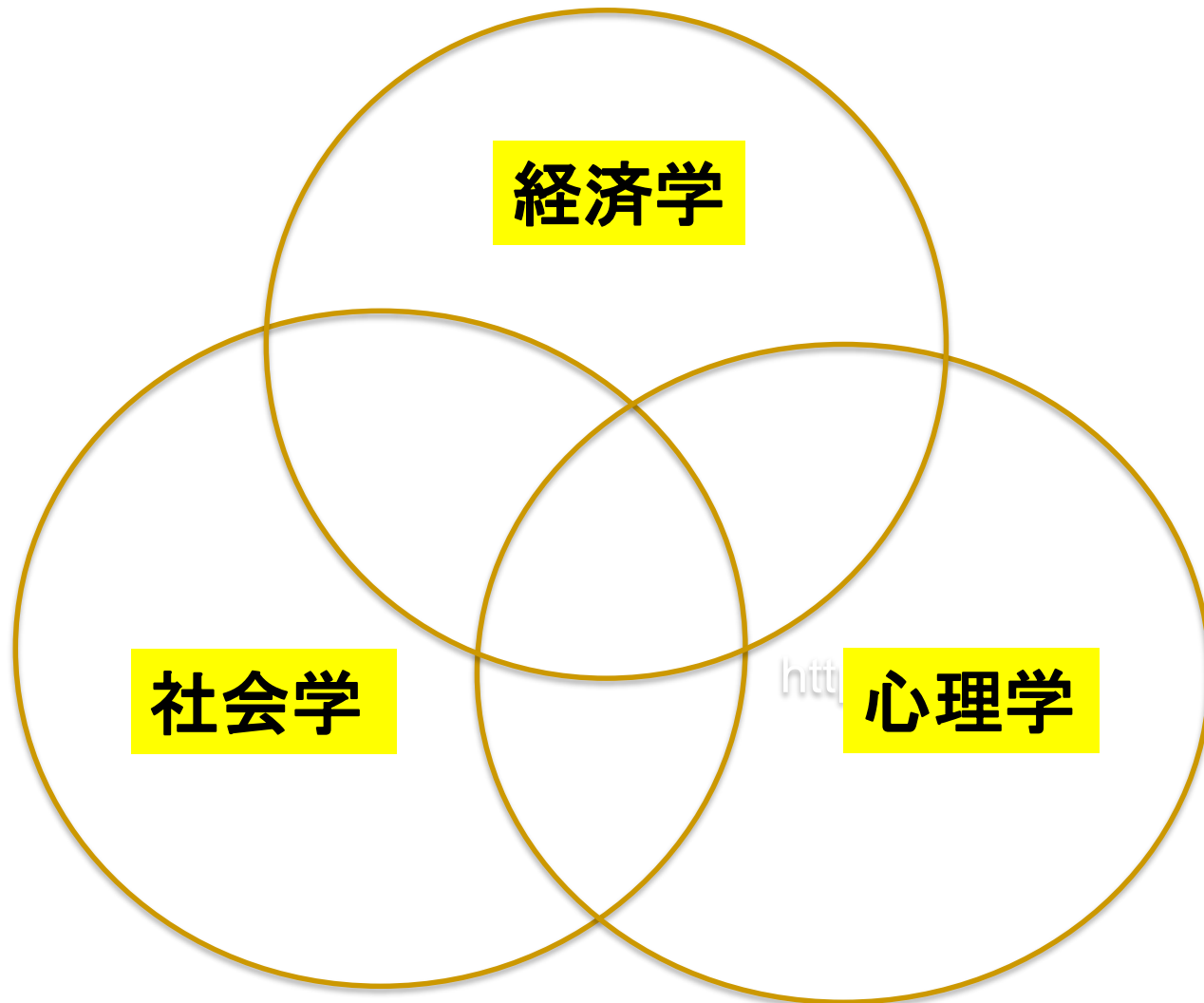
ビジネスの環境変化

- 分業から大企業へ、そしてベンチャーへ
- クローズからオープンへ
- 競争の激化、グローバル化
- 売り手から買い手へのパワーシフト
- 急速な技術革新とフラット化
- 人間と機械の新たな関係

実務としての経営



科学としての経営学



経済学と経営学

- 完全競争市場と不完全競争市場

人か組織か？

- テイラーの科学的管理
 - 定量的分析に基づくマネジメント
- メイヨーの人間関係論
 - 人間的側面を重視したマネジメント

テイラーの科学的管理法

- 作業の標準化と作業計画策定



- 生産性向上と賃上げ

- フォードのベルトコンベアによる流れ作業の大量生産システムはその代表的な成果

ヘンリー・フォード

- ①徹底した作業の標準化・マニュアル化
 - ② 徹底した「分業化」
 - ③ベルトコンベヤによる「流れ作業」
-
- 「奉仕を主とする事業は栄え、利得を主とする事業は衰える」

モダンタイムズ



メイヨーの人間関係論

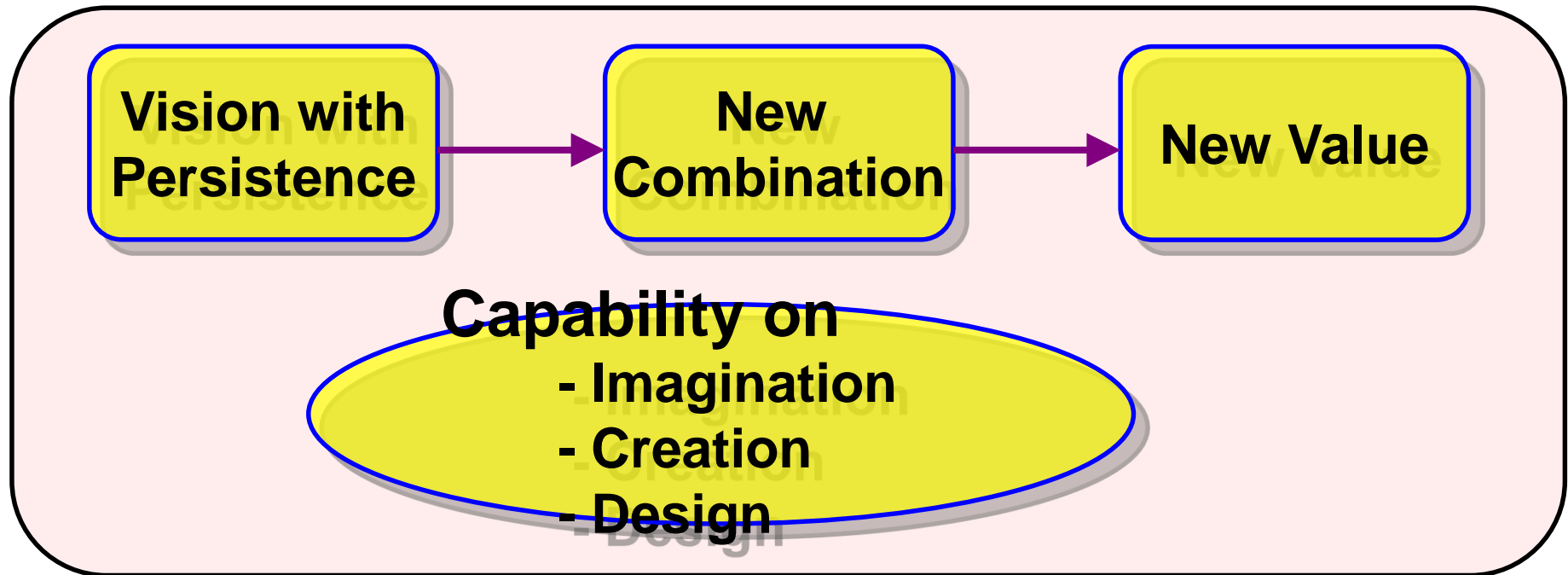
- ① 人間は、経済的対価より、社会的欲求の充足を重視する
- ② 人間は合理的ではない。感情に左右される生き物である
- ③ 人間は組織的な権威より、非公式組織（職場内派閥・仲良しグループ）内の人間関係を重視する
- ④ 労働意欲は、物理的な職場環境の良否より、職場での人間関係に左右される

企業、イノベーション、社会とは？

- イノベーションによって価値を創造し、それを社会に提供することによって、社会に貢献する存在
- 社会：全てのステークホルダー + 環境

Innovation

- Joseph Schumpeter(1883~1950)
- New combination of existing resources
(Neuer Kombinationen)

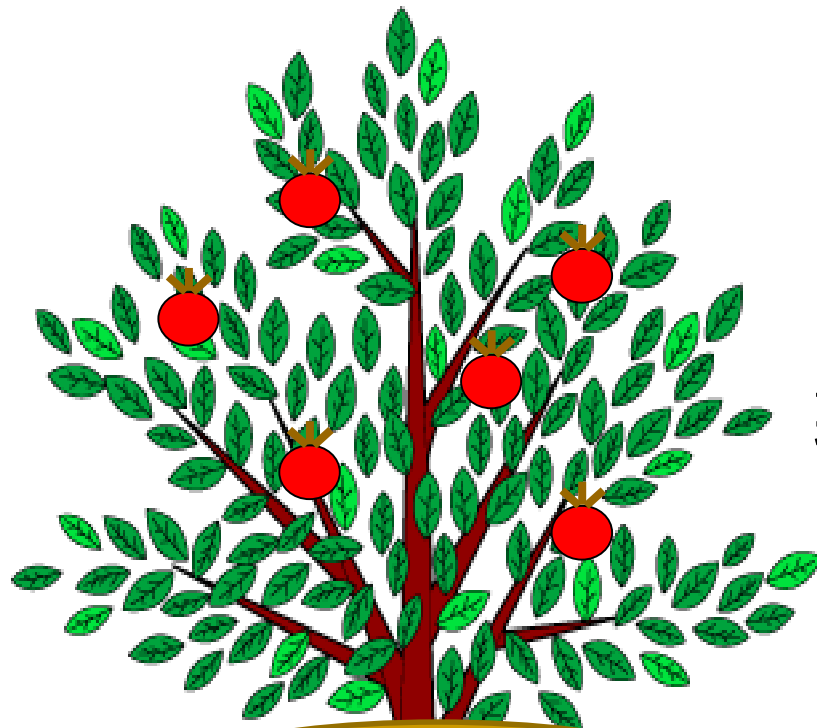


**Value : new product, new process, new market,
new source of raw materials**

イノベーションの特性

- 賞味期限がある
- 模倣される
- 一回限りでは意味が無い

企業を木で表す

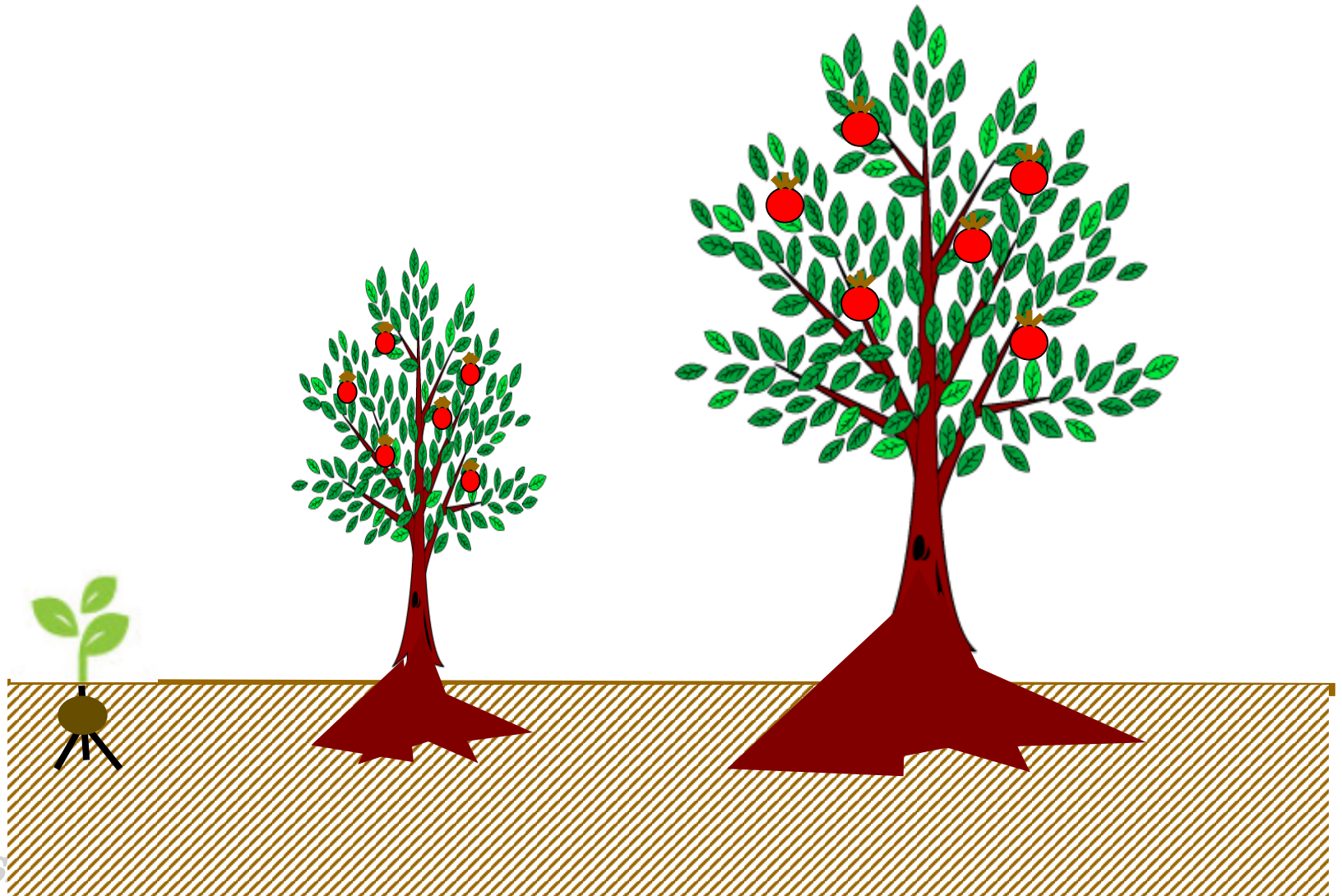


製品・サービス

イノベーション
(価値創造システム)

企業の根幹
including 良心

企業の成長



良心@企業への問いかけ

- 人との違いは何か？
- どこに良心があるのか？
- 良心の形成、維持、改善のプロセスは？

等々

良心@企業

- 継続性
- 社会的貢献と社会的負荷
- 法制度的な規範への対応
- 自律

企業の良心を支えるもの

- 文化
- 人
- 統治やマネジメントシステム

Copy or Steal

- Picasso said "Bad artists copy. Good artists steal."
- T.S. Eliot said exactly same thing; "Immature poets imitate; mature poets steal."
- When Steve Jobs quoted it during a 1996 PBS documentary Triumph of the Nerds, he quoted "Good artists copy. Great artists steal."
- In either way, the idea is the same; bad artists do nothing but mimicking works by somebody else, whereas true artists take in whatever surrounding them and turn them into their own art.

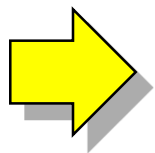
Co-opetition: 競創(共創)戦略

- 企業同士が協力と競争を同時に行っていく必要があるという考え方

ビジネスにおける戦争と平和

- 価値創造あるいは価値増大ための協調
- その価値を奪い合うための競争
 - Not cycles of War, Peace, War ...
 - Simultaneously War and Peace

“You have to compete and cooperate at the same time” Ray Noorda, Novell



共創戦略 Co-opetition

共創のポイント

- cooperate without being a saint
- compete without killing the opposition

Competitors & Complementors:

- 自社の製品やサービスの価値を高めてくれる製品やサービスを提供してくれるプレイヤーを補完的生産者(Complementors)と呼ぶ
- 自社の製品やサービスとシェア争いをするような製品・サービスを提供するプレイヤーを競合(Competitors)と呼ぶ

ゲーム理論から見たビジネス

- 主たる関与者
 - 顧客, 供給者, 競合

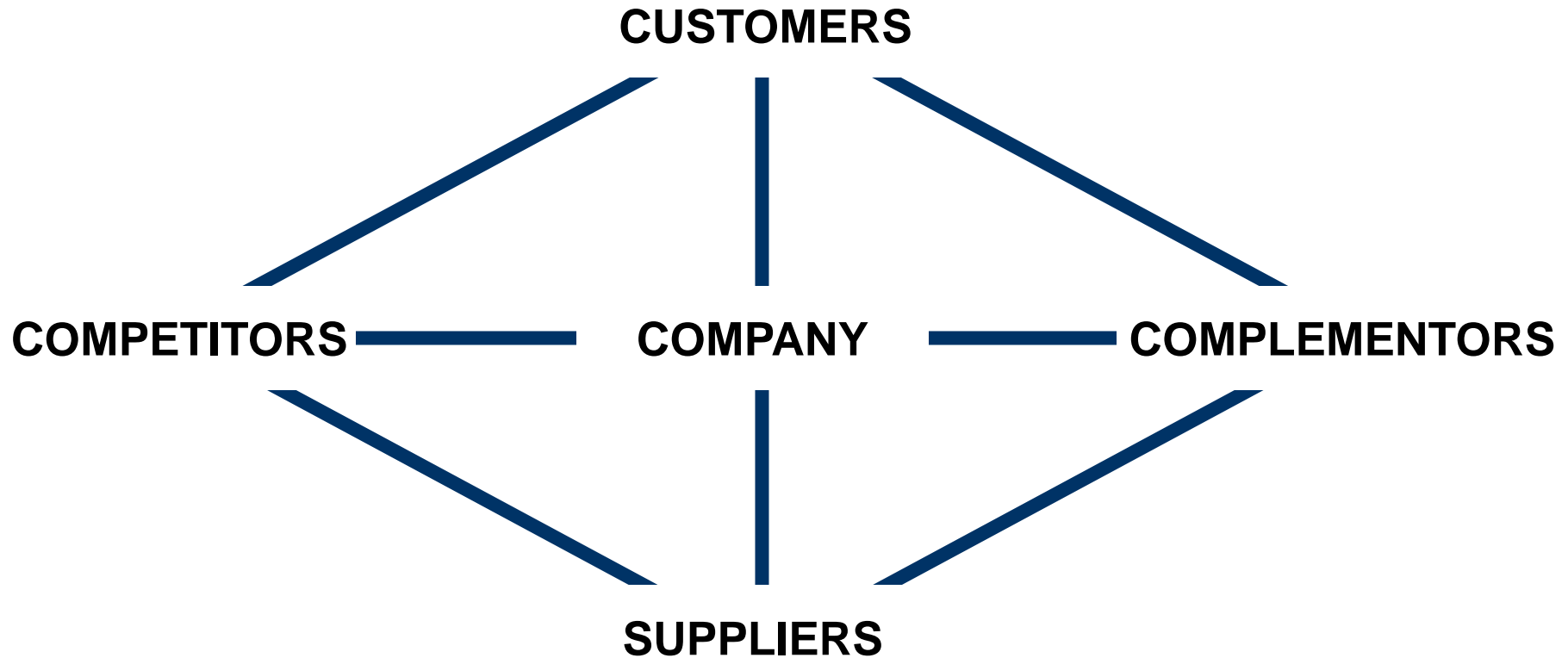
Plus

- 製品やサービスの補完的生産者 (Complementor)
 - *Hardware and software*
 - *Cars and auto loans*
 - *VCRs and HBO*
 - *Intel and ProShare*

例：自動車

- 舗装道路
- 自動車ローン(銀行、信用組合)
- 自動車保険
- 自動車用部品(タイヤ、等)
- ミシュランガイドブック
- 自動車雑誌(カーグラフィックス、等)

The Value Net: 価値相関図



ビジネスを観る視点

- 高度
- 時間
- 良心

最終週

- レポートを書いていただきます
- テーマはその時に提示します