

ビジネス・デザイン論

担当者 小川 正博

開講時期 前期

単 位 2

●講義の概要

企業は製品やサービスそのものだけで顧客を獲得するのではない。企画や生産、販売、納入方法、アフターサービス、情報提供などさまざまな方法を駆使して顧客を獲得する。このとき、顧客の求める価値を提供するためのトータルな事業の仕組みがビジネスシステムである。顧客を獲得し競争企業に優れたビジネスシステムは、価値創出の方法や顧客のとらえ方、業務の方法、組織、活用できる資源、蓄積してきた組織能力によって、またこれらの相補的な関係によって異なったものになる。事業環境が激しく変化する今日、新しいビジネスシステムが求められ、また新しいビジネスシステムが可能になっている。多様な事業のデザインをビジネスシステムという視点から解明する。

●講義の到達目標

企業が新たな事業を創出するとき、また既存の事業を革新するとき製品やサービスからの発想だけではなく、事業の仕組みという視点から発想することで、他社とは異なった事業が可能になる。

本講義ではビジネスシステムの体系を理解し、企業活動や資源をトータルに組合せて、顧客価値を創造できる事業設計についての知識や技法を身につけることを目標にする。

●講義計画

- 第1回：ビジネスデザインの必要性と意義－今日の経済環境、模倣しにくい事業の在り方
- 第2回：ビジネスモデル論－登場の背景、その後の進展、課題
- 第3回：ビジネスシステム論－ビジネスモデルとの差異、事業の設計ツール
- 第4回：ビジネスシステムの考え方－競争優位性、製品や技術による差別化の限界
- 第5回：ビジネスシステムのモデル－さまざまな考え方、モデルの提示
- 第6回：事業コンセプト－経営戦略、事業ドメイン
- 第7回：業務プロセス－プロセスの考え方、プロセスの重要性
- 第8回：組織－組織構造、組織過程、今日の組織の考え方
- 第9回：資源－資源とは何か、資源と企業、RBVの戦略
- 第10回：組織能力－コア・コンピタンスからケイパビリティへ、模倣しにくい能力
- 第11回：ものづくりのビジネスシステム－製造業の特質、製造業のビジネスシステムの体系
- 第12回：流通業のビジネスシステム－流通業の特質、流通業のビジネスシステムの体系
- 第13回：ビジネスシステムのダイナミズム－成長・発展とビジネスシステム、組織能力の変容
- 第14回：ビジネスデザインの進め方Ⅰ－ケース研究
- 第15回：ビジネスデザインの進め方Ⅱ－ケース研究

●成績評価基準と方法

授業テーマへの参加状況と発言で70%、レポート30%によって総合的に評価する。

●テキスト又は参考文献

小川正博『中小企業のビジネスシステム』同友館、2015年。

●受講上の留意点

本科目ではビジネスシステムの考え方、具体的な体系を提示するので、身近な事業や注目する事業について実際に適用したり、仕組みの視点から事業を解明するように興味を持って欲しい。そして仕組みの必要性和重要性を理解する。