

初学者のための経営戦略論第1回
オリエンテーション・経営戦略論を始めるにあたって

1. あいさつ
2. 授業の進め方とテキストの活用
3. 単位認定について
4. 企業のマネジメントとは何か（テキスト序章から）
 - ①（経営）資源の配分としての企業のマネジメント
 - ② 企業の定義と市場への働きかけとしての経営学
5. 付加価値とは
6. 砂田の仕事歴
7. 商店街診断の実際

1. あいさつ

LEC 大学の講師として、どのような授業をやってきたか

2. 授業の進め方とテキストの活用

共通語を作りたい。基礎的用語を共有したい。

それが、ビジネスパーソンになったときに役立つはずだ。

テキストの活用の仕方

私の経営学講義の特徴

・経営学全体をフォロー

① 経営管理論

② 経営組織論

③ 経営戦略論

④ マーケティング論

・経営学の多くの書籍・テキストを読んで、理解度が進むような基礎を解説する。

追求・追及・追究　一緒に「追究」しましょう(この科目が好きで、楽しいものになる)

3. 単位認定について

出席点=70%　期末試験=30%

質問・発言を歓迎。それは、評価の基準には入れない。

「解答」と「回答」

4. 企業のマネジメントとは何か

① (経営)資源の配分としての企業のマネジメント

・経営資源とは

(1) ヒト

(2) モノ

(3) カネ

(4) 情報

(5) (企業文化)

*企業は人なり

*資源配分

*『組織は戦略に従う』アルフレッド D. チャンドラー著 有賀裕子訳

ダイヤモンド社 2004 年発行

② 企業の定義と市場への働きかけとしての経営学

企業とは何か、企業の目的とは何かについては、経営学の分野で様々な定義されているが、いくつかの定義をここで紹介する。

企業の定義と企業目的

- ・企業は、顧客や仕入先、競争企業、さらには社会全体を環境とし、人間や機械、資金などの経営資源で組織された組織システム
- ・企業とは、他人需要充足の役割を伴った経済的、社会的及び技術的単位
- ・経営システムとは、会社の経営する製品、サービスの特性に従って、最大限の製造販売付加価値追求を目的とする経営機能

このように企業とは、経営資源の構成要素としての、ヒト、モノ、カネ、情報などや、機能面の構成要素としての仕入れ、生産、販売などが、互いに関係しあった状態で成立する全体である。したがって、企業の目的である利潤獲得は、これらの要素が互いに働きあった結果として、その関係に応じて達成されたものである。

5. 付加価値とは

物的生産活動またはサービス供与活動によって新たに加えられた価値。

財貨・サービスを市場に供給して得られた対価から、生産活動またはサービス供与活動に要した機械設備の減耗や外部から購入した原材料などの対価を減じたもの。

これら控除される対価が一定であっても、生産物またはサービスの対価(販売価格)が上昇すれば、付加価値額は増大することになる。付加価値の内容は、人件費・利子・利潤である。

会計上の付加価値とは(added value)

企業が生産を通じて新たに生み出した価値で、総生産額から、ほかから購入した前給付費用を差し引いたもの。価値表示でみた生産性把握のため、企業が生み出した価値の分配状況をみるために利用される。算出法としては、減算法と加算法がある。

減算法は、売上高から原材料費、動力費、外部用役費用(保険料、修繕料、手数料など)を差し引いて算出する。

加算法は、人件費、租税公課、利子、家賃、特許使用料に純利益を加えて算出する。

なお、減価償却費は、外部から購入した固定資産の移転費用であるから、本来は付加価値額に含めない純付加価値額をとるのが妥当である。しかし、企業による償却の差が大きいため、これを含めた付加価値額をとったほうが分析上はよい。

6. 砂田の仕事歴

時計・ジュエリーの業界紙編集長 中小企業診断士 キャリア・コンサルタント

企業にずっと関心を持ってきた

職場にずっと関心を持ってきた

7. 商店街診断の実際（商店街活性化戦略の実際）

診断の準備

- ① 来街者アンケート調査（一種のマーケット・リサーチ）
- ② 通行量調査
- ③ 街並み調査
- ④ 経営者意識調査

* 商店街の機能

- ① 利便性
- ② 快適性
- ③ 文化性
- ④ 情報性
- ⑤ 安全性
- ⑥ コミュニティ性

* 商店街活性化の現代的施策

（ハード面）

- ① 快適な環境整備（アメニティの整備）
 - ・人車分離で安全に
 - ・駐車場の設置などで利便性を
 - ・街路灯の設置
 - ・街並みの整備
- ② ふれあい機能の強化（コミュニケーションを高める）
 - ・小公園の設置
 - ・コミュニティ施設の整備
 - ・ストリート・ファニーチャーの設置
- ③ 集客施設の整備
 - ・核店舗の誘致
 - ・共同店舗の開発
 - ・再開発事業の推進

（ソフト面）

- ① イベント展開
- ② 情報の提供
 - ・タウン情報の提供
 - ・ショッピング情報の提供
 - ・生活情報の提供
- ③ 顧客の組織化
 - ・ポイントカードの発行
 - ・宅配サービスの実施