



山梨学院大学

経営ナビゲーション —ビジネス革新への航海図—

No. 23-1

平成23年3月2日発行

山梨中央銀行

公務・法人推進室

甲府市丸の内 1-20-8

山梨中央銀行は、大学等の研究機関が有する知的資産とビジネスの現場とを結びつけ、企業経営のイノベーションや事業機会の創出を支援するリエゾン（橋渡し）活動に取り組んでいます。

本リポートでは山梨学院大学の先生方と、その研究内容を紹介していきます。中小企業のみなさまが肌で感じたビジネスの現場の空気と、気鋭の研究者たちが取り組むアカデミズムの最前線が出遭うこのリポートが、新たなビジネスの「創発(emergence)」の場となることを期待いたします。

＜第1回＞



開かれたものづくりへ ～価値の創造と提供～

東 秀忠 先生

(現代ビジネス学部 現代ビジネス学科 講師)

《要点》

- ・企業の使命とは、どのようにしたらお客様から対価を払ってもらえるような価値を生み出すことができるか、またその価値をどのようにしてお客様に届けることができるのかに尽きる。
- ・ものづくりにおける「生産管理」や「製品開発」の手法は、他産業にも応用できる。
- ・山梨には高いレベルのものづくり企業があり、研究・教育というプロセスを通じて、そこから学んだことを社会に還元していきたい。

■ どのような分野の研究をされていますか？

「技術経営」、「ものづくり経営」と呼ばれる分野の研究を行っています。具体的には、ビジネスにおいて技術やものづくりを利益に結びつけていくためにはどういうことが求められるのかということを経営学の立場から研究を行っています。その中でも特に自動車産業に着目し、工場における「生産管理」や価値創造としての「製品開発」において、日本や世界の企業が成果や業績を伸ばすために、どのような努力をしているのかということの調査・研究を行っています。これは、MOT^{*1}やイノベーションマネジメントなどとも呼ばれる分野です。

*1 MOT…「Management of Technology」の略。日本語で「技術経営」などと訳される。

技術や商品に関する戦略的・組織的なマネジメントを通じて企業の価値創造を最大化することを目指す、「製造業のための経営学」を指す。(出典：延岡健太郎(2006)
「MOT[技術経営]入門」、日本経済新聞社)

■ 研究の中心となっている「生産管理」や「製品開発」について教えてください。

例えば、工場ひとつ取っても製鉄所、自動車工場、お菓子工場でその形態は全く違います。それはものを作る技術が全て違うからです。しかし、これら形態の全く違う工場でも共通していることがあります。それは、原材料から製品完成までの流れ、つまり「生産管理」の部分です。どのようにしたら効率よく製品が作れるのか、無駄な動きや仕事はないのかといったことを考察するのが私の役目になります。一方「製品開発」においては、お客様が望んでいる価値をいかにして生み出すか、そのためには、仕事の分担はどのように行われるべきかといったことを考察します。

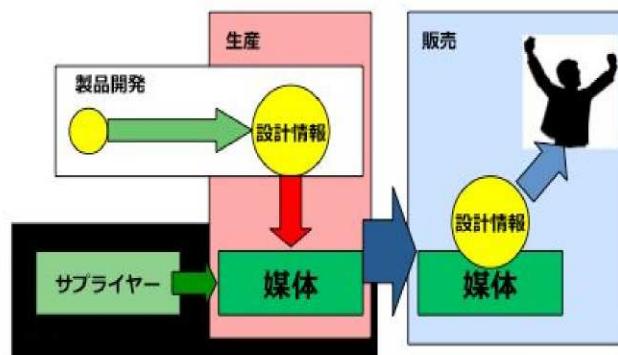
■ どんな産業でも、「生産管理」や「製品開発」の考え方は共通しているのですね。

良い価値を生み出し、それを正確に届けるための流れを実現していくこと、この点については産業間の隔たりはなく、全ての産業に共通しています。つまり、自動車産業で学んだこと、培ったことが他産業にも応用が利くのです。例えば、農業経営の分野で言えば、作業場を常にきれいにしておくこと、入口から出口まで物が直線的に流れるような仕組みにしておくこと、作業のやり方をマニュアル化しておくことなど、ものづくり経営の考え方は、産業間の壁を超えて活かすことができるのです。

■ 企業にとって、利益を上げるにはどのような要素が重要ですか？

企業の使命とは、どのようにしたらお客様から対価を払ってもらえるような価値を生み出しができるか、またその価値をどのようにしてお客様に正確に届けるができるか、ということに尽きます。つまり、バリューチェーン^{※2}の構築が必要となります。例えば、自動車を買うという行動を考えた時に、私たちは、鉄やゴム、ガラスなどの価値のみに対価を払う訳ではありません。そこには、まず移動手段という価値が存在しているのです。人によっては、さらにファンションや趣味といった側面から価値を見いだすかもしれません。つまり、お客様は自身が求める価値に対価を払うのです。企業にとっては、価値を設計し、正確にお客様に届けるためには製品開発、生産管理のプロセスが重要な要素となります。

製造企業の仕事



- 設計情報を生み出すこと = 製品開発
- 設計情報を媒体に転写すること = 生産
- お客様に製品を届けること = 販売

*2バリューチェーン…価値連鎖。製品やサービスを顧客に提供するという企業活動を調達・開発・製造・販売・サービスといったそれぞれの業務が、一連の流れの中で順次、価値とコストを付加・蓄積していくものと捉え、この連鎖的活動により顧客に向けた最終的な価値が生み出されるとする考え方。

■ 現在、企業と共同で取り組んでいる試みなどはありますか？

大学院時代の指導教員とともに、世界各国の自動車メーカーと共同で製品開発に関する国際比較研究を行っているところです。各々のメーカーからの協力を得ながら、世界の自動車産業が直面する課題とそれに対する企業のあるべき姿を、製品開発という側面から研究しています。また、ものづくり経営のコンセプトをどのように他産業に応用していくかという観点から、現在、農業生産法人に対する生産管理のアドバイスなども行っています。

■ 企業に期待することや企業と連携・協力していくことはありますか？

ものづくり経営の分野で困っている企業があれば、お役に立ちたいという気持ちは常に持っています。技術はあるのに利益に結びつかない、生産現場のマネジメントに課題を抱えているなどの課題解決に向けて的確なアドバイスができると思います。

一方で私自身も企業から学びたいという気持ちも常に持っています。山梨には、非常に高いレベルの経営やものづくりを行っている企業があります。研究・教育というプロセスを通じて、そのような企業から学んだことを社会に還元していきたいとも考えています。農業や食品業、さらにはサービス業も価値を創造し、提供するという点では、製造業と同じです。山梨の地で価値を生み出そうとしている企業に少しでも光をあてるに、私の研究がお役に立てればと考えています。

“ものづくりにおける「生産管理」や「製品開発」”についてご相談がある方は、

山梨中央銀行 営業統括部 公務・法人推進室

TEL: 055-224-1091 まで、お気軽にご連絡・ご相談ください。