

授業科目名 科目コード	マネジメント 2 (Management 2) 392096-14300					担当教員	丸山一郎 (マルヤマ イチロウ)		
科目区分	専門科目	必修・ 選択区分	選択	単 位 数	2	配当年次	2年次	開講期	後期
科目特性	知識定着・確認型 AL/協同学修型 AL								

① 授業のねらい・概要

マネジメント 2 では経営戦略(Strategic Management)を取上げる。SONY やホンダのアメリカ進出、コメリの 1000 店舗全国展開、E コマース企業の MonotaRO(モノタロウ)、メルカリやスターバックス、旭化成(ノーベル賞受賞者企業)など、グローバル化、流通イノベーションを果たした国内外の代表的企業の業績を分析し解説する。また、小レポートでは楠木 建(著)『ストーリーとしての競争戦略』を使い、著書にある企業の経営戦略を読み取り、そのコンセプトを要約してレポートを提出する。更に、グループワークでは学生自らが企業経営の実態を分析し、競争優位を得るための差別化戦略を発表する。

② ディプロマ・ポリシーとの関連

職業人として通用する能力/専門的知識・技能を活用する能力

③ 授業の進め方・指示事項

1. 授業ではポーターの競争戦略、バーニーの VRIO 分析、コッターの変革型リーダーシップ論、PPM (プロダクト・ポートフォリオ・マネジメント)、アンゾフの成長ベクトルほか、SWOT 分析などを使い各企業の経営戦略(Strategic Management)を分析する。
2. テキストは『経営戦略入門』波頭 亮 著を使うが、他に随時、楠木 建 著『ストーリーとしての競争戦略』を使用し、国内外企業における差別化戦略を学ぶ。
3. レジメ資料ではコメリ、ニトリ、マブチモーター、旭化成、MonotaRO(モノタロウ)、メルカリ、スターバックス、旭化成、無印良品、カップ寿司、アクシアルリテイリング、ヨネックス、伊藤忠商事、三井物産、三菱商事ほか、国内企業の経営戦略と経営状況についてフレームワークを使い解説する。
4. グループワークでは「企業による差別化戦略」をテーマとする。 ※上場企業を対象
各グループは課題企業の経営数値を算出し、経営戦略、差別化戦略を分析して発表する。
また、グループワークでは「自他評価表」を使い、他のグループの発表内容を評価するだけでなく自身のグループも評価する。 ※他グループの発表から気付きを得る
5. 指定テキスト、参考・指定図書は読了の事。
6. 事前学習無く授業に出席しても要領を得ない。

④ 関連科目・履修しておくべき科目

マーケティング、マーチャダイジング、マネジメントに関するすべての専門科目。

⑤ 評価 A に対応する具体的な学習到達目標の目安

- (i) 競争優位を得るためのマーケティング戦略について他者に説明できる。
- (ii) 国際化、多角化戦略について他者に説明できる。
- (iii) 企業の差別化戦略をグループワークで分析し他者に説明できる。

⑥ テキスト (教科書)

1. 波頭 亮(2013)『経営戦略入門』PHP 研究所
2. 楠木 建(2010)『ストーリーとしての競争戦略』東洋経済新報社
3. 毎回の授業でレジメを配布する。

⑦ 参考図書・指定図書

1. P.F.ドラッカー(2010)『イノベーションと企業家精神』ダイヤモンド社
2. 森田 松太郎(2004)『ビジネス・ゼミナール 経営分析入門』日本経済新聞社
3. 河瀬 誠(2010)『経営戦略ワークブック』日本実業出版社
4. 丹羽 哲夫(2013)『経営企画実務ハンドブック』日本能率協会マネジメントセンター

⑧ ルーブリック

評価項目	評価基準				
	S	A	B	C	D
	到達目標を越えたレベルを達成している	到達目標を達成している	到達目標達成にはやや努力を要する	到達目標達成には努力を要する	到達目標達成には相当の努力を要する
(i) 競争優位を得るためのマーケティング戦略	競争優位を得るためのマーケティング戦略について資料等に頼らず説明でき、授業内容を超えた学修成果を示している	競争優位を得るためのマーケティング戦略について資料等に頼らず説明できる	競争優位を得るためのマーケティング戦略について資料等を見ながら説明できる	競争優位を得るためのマーケティング戦略について資料等を見ながら、さらに教員等の支援を受けて説明できる	競争優位を得るためのマーケティング戦略について資料等を見ても、教員等の支援を受けても説明できない
(ii) 国際化、多角化戦略	国際化、多角化戦略について資料等に頼らず他者に説明でき、授業内容を超えた学修成果を示している	国際化、多角化戦略について資料等に頼らず説明できる	国際化、多角化戦略について資料等を見ながら説明できる	国際化、多角化戦略について資料等を見ながら、さらに教員等の支援を受けて説明できる	国際化、多角化戦略について資料等を見ても、教員等の支援を受けても説明できない
(iii) 企業の差別化戦略(グループワーク分析)	企業の差別化戦略について資料等に頼らず説明でき、授業内容を超えた分析も説明できる	企業の差別化戦略について資料等に頼らず説明できる	企業の差別化戦略について資料等を見ながら説明できる	企業の差別化戦略について資料等を見ながら、さらに教員等の支援を受けて説明できる	企業の差別化戦略について資料等を見ても、教員等の支援を受けても説明できない

⑨ 学習の到達目標（評価項目）とその評価の方法、フィードバックの方法								
学習到達目標（評価項目）	試験	小テスト	課題	レポート	発表・実技	授業への参加・意欲	その他	合計
総合評価割合	50%	15%		15%	5%	15%		100%
(i) 競争優位を得るためのマーケティング戦略や差別化戦略	20%	5%		5%		5%		35%
(ii) 国際化、多角化戦略	20%	5%		5%		5%		35%
(iii) 企業の差別化戦略（グループワーク分析）	10%	5%		5%	5%	5%		30%
フィードバックの方法	小レポートについては評価・考察して返却する。尚、優秀小レポートは適時授業にて公表する。また、小テストについては評価、返却と共に解答を配布し解説する。							

⑩ 担当教員からのメッセージ（昨年度授業アンケートを踏まえての気づき等）
<ol style="list-style-type: none"> 今年度も業種に偏りのない様々な国内外の企業を取上げる。業種特性や企業ごとの戦略の違いを理解する。 テキスト、参考書の経営効率計算公式は何故か難しい表現になっている。授業で用意するレジメでは理解し易い表現に努めている。例えば「変動費」は原価、$1 - (\text{変動費} \div \text{売上高})$は売上総利益率であり、荒利益率のこと。また、損益分岐点比率の計算公式は解かり易い公式に変え、可動式グラフを使い分岐点比率を構成する各要素の働きと、企業の業績に与える影響力と対策を解説する。 人間の健康診断と同様に企業の健康診断は経営分析である。企業のマネジメント力は分析数値に反映される事を理解する。 毎回新鮮でワクワクする授業を心掛け、チェーンストア企業の最新情報なども提供する。 分析する企業は国内外の多様な業種の中から取上げる。 授業に対する積極性(出席回数含め)や小レポート、グループワークに対する真剣な取組みを大いに評価する。 授業は欠席しない事。

⑪ 授業計画と学習課題			
回数	授業の内容	授業外の学習課題と時間（分） （※特別な持参物）	
1	「イントロダクション/マネジメントの誕生と戦略への進化」	テキスト、配布資料による「マネジメントの誕生と戦略への進化」の振返り	60分
2	「経営戦略の誕生」	テキスト、配布資料による「経営戦略の誕生」の振返り	60分
3	「戦略の時代/ホンダのアメリカ進出」	テキスト、配布資料による「戦略の時代/ホンダのアメリカ進出」の振返り	60分

4	「組織とリソースの時代」	テキスト、配布資料による「組織とリソースの時代」の振返り	60分
5	「リーダーシップの時代」	テキスト、配布資料による「リーダーシップの時代」の振返り	60分
6	「戦略のトレンド」	テキスト、配布資料による「戦略のトレンド」の振返り	60分
7	「戦略論の体系4つのパターン」	テキスト、配布資料による「戦略論の体系4つのパターン」の振返り	60分
8	「差別化戦略/コメリの1000店舗構想」	配布資料による「差別化戦略/コメリの1000店舗構想」の振返り	60分
9	グループワーク発表① 国内企業による差別化戦略とは何か	当該企業の有価証券報告書を使いグループで経営分析を行う	90分
10	グループワーク発表② 国内企業による差別化戦略とは何か	当該企業の有価証券報告書を使いグループで経営分析を行う	90分
11	グループワーク発表③ 国内企業による差別化戦略とは何か	当該企業の有価証券報告書を使いグループで経営分析を行う	90分
12	グループワーク発表④ 国内企業による差別化戦略とは何か	当該企業の有価証券報告書を使いグループで経営分析を行う	90分
13	「イノベーションの難しさ」	テキスト、配布資料による「イノベーションの難しさ」の振返り	60分
14	「グローバル化への対応」	テキスト、配布資料による「グローバル化への対応」の振返り	60分
15	まとめ	テキスト、配布資料の振返り	60分

⑫ アクティブラーニングについて	
1.	小レポートの作成に当たっては現地(店舗)視察をすること。 ※尚、優秀小レポートは適時授業で公表する。
2.	グループワークでは「企業による差別化戦略」をテーマとする。 ※上場企業を対象 各グループは課題企業の経営数値を算出し、経営戦略、差別化戦略を分析して発表する。 また、グループワークでは「 <u>自他評価表</u> 」を使い、他のグループの発表内容を評価するだけでなく自身のグループも評価する。 <u>※他グループの発表から気付きを得る</u>
3.	普段利用する小売店舗を注意深く観察する習慣を身に着ける。

※以下は該当者のみ記載する。

⑬ 実務経験のある教員による授業科目
実務経験の概要

1. 1977年のコメリホームセンター1号店開店の前年から、1100店舗に至る迄の間、店舗用地開発、建設を中心に業務に当たる。他にも店頭販売、店長、商品部バイヤー、販売促進、リフォーム事業部や再生可能エネルギービジネスプロジェクト、他新規事業プロジェクトの立ち上げ等、執行役員として多くの部署で実務を担当。
2. 2013年より長野県松本市に本社があるアルピコホールディングス(旧松本電鉄)の中核企業であるスーパーマーケット、株式会社アップルランド(現株式会社デリシア)にて常務取締役開発本部長として店舗開発部署を統括した。
3. 2017年2月韓国大手企業であるCJグループとコンサル業務契約を締結。同社における新規事業開発に関するコンサル業務を韓国ソウル本社にて実施。
4. 2017年7月からは福井県に本社がある東証一部上場ドラッグストア企業のゲンキー株式会社にて建設部長として店舗建設コスト削減企画他、物流センター及びプロセスセンター建設企画等の実務を中心に担当。他にも用地開発、テナント誘致、メンテナンス業務を担当。

実務経験と授業科目との関連性

ホームセンター、スーパーマーケット、ドラッグストア等、多岐に渡るチェーンストア業態での商品部バイヤー、販売担当者、店長、店舗開発、建設、新規PJリーダーの実務経験を基にして、テキスト、決算資料、最新企業情報などを使い、現場経験を交えて具体的に解説する。