

Title	つよい中堅企業に学ぶイノベーションの原点：環境変化を機会にする
Sub Title	Innovative management of middle market companies
Author	磯辺, 剛彦(Isobe, Takehiko)
Publisher	慶應義塾大学
Publication year	2018
Jtitle	学事振興資金研究成果実績報告書 (2017.)
JaLC DOI	
Abstract	<p>本研究は地方を拠点に活動する「つよい中堅企業の経営」について研究したものである。本書での中堅企業の定義は、①意思決定の権限や責任が他の組織から独立していること、②特定の市場において独自のポジショニングや事業モデルをもっていること、③経営組織やマネジメントの機能をもっていることである。その結果として、④年間売上高がおよそ5億円から300億円の範囲だった。このように中堅企業とは、先に定性的な要因があって、その結果として定量的な規模が決まると考えている。本研究での「つよい」という意味は、環境変化を機会として捉え、既存の常識や固定観念を打ち破ることで道を切りひらくことをいう。つよい中堅企業の多くが、経営理念や創業理念を経営の中核・起点にしている。そのような経営理念は、「地域の路線バスの利用客を増やしたい」、「過疎地でも衣食住のインフラをつくりたい」、「日本の伝統工芸を後世に伝えたい」、「大事な家族を転倒から守りたい」といった、今の日本に突きつけられた不安, 不便, 不満, 不快などの社会の「不」を解決することである。一般に、社会的価値の提供と企業として利益をあげることはトレードオフの関係があると考えられている。しかし、つよい中堅企業は創造的な経営を生み出している。本研究の主役は、経営理念を達成するために、旧来の枠を打ち破ることで社会的価値と経済的成果の両立を成し遂げた中堅企業である。</p> <p>This study describes the management of superior middle market companies (MMCs) based on local region. It defines the MMCs that (1) they are independent from other organizations, (2) they have original positioning and business model on specific market, (3) they have functions of organization and management. As the result, the annual sales of MMCs are in the range of 500 million yen and 30 billion yen.</p> <p>"Superior" means that such MMCs identify environmental changes as business opportunities and open the way by breaking existing common sense or stereotype. Many MMCs bring their mission and philosophy into the heart of business domain. Such corporate philosophy is to "increase users of local bus", "build up the infrastructure of clothing, food and housing", "pass traditional art and craft down the generations," and "protect family from the risk of falling".</p> <p>In general, it seems that there exist the trade-off providing the social values and earning profit. However, superior MMCs innovate the creative management. The central players of this study are MMCs which solve critical societal challenges while simultaneously drive greater profitability.</p>
Notes	
Genre	Research Paper
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=2017000001-20170132

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

研究代表者	所属	大学院経営管理研究科	職名	教授	補助額	300 (A) 千円
	氏名	磯辺 剛彦	氏名 (英語)	Takehiko Isobe		
研究課題 (日本語)						
つよい中堅企業に学ぶイノベーションの原点:環境変化を機会にする						
研究課題 (英訳)						
Innovative management of Middle Market Companies						
1. 研究成果実績の概要						
<p>本研究は地方を拠点に活動する「つよい中堅企業の経営」について研究したものである。本書での中堅企業の定義は、①意思決定の権限や責任が他の組織から独立していること、②特定の市場において独自のポジショニングや事業モデルをもっていること、③経営組織やマネジメントの機能をもっていることである。その結果として、④年間売上高がおよそ5億円から300億円の範囲だった。このように中堅企業とは、先に定性的な要因があって、その結果として定量的な規模が決まると考えている。</p> <p>本研究での「つよい」という意味は、環境変化を機会として捉え、既存の常識や固定観念を打ち破ることで道を切りひらくことをいう。つよい中堅企業の多くが、経営理念や創業理念を経営の中核・起点にしている。そのような経営理念は、「地域の路線バスの利用客を増やしたい」、「過疎地でも衣食住のインフラをつくりたい」、「日本の伝統工芸を後世に伝えたい」、「大事な家族を転倒から守りたい」といった、今の日本に突きつけられた不安、不便、不満、不快などの社会の「不」を解決することである。</p> <p>一般に、社会的価値の提供と企業として利益をあげることはトレードオフの関係があると考えられている。しかし、つよい中堅企業は創造的な経営を生み出している。本研究の主役は、経営理念を達成するために、旧来の枠を打ち破ることで社会的価値と経済的成果の両立を成し遂げた中堅企業である。</p>						
2. 研究成果実績の概要 (英訳)						
<p>This study describes the management of superior middle market companies (MMCs) based on local region. It defines the MMCs that (1) they are independent from other organizations, (2) they have original positioning and business model on specific market, (3) they have functions of organization and management. As the result, the annual sales of MMCs are in the range of 500 million yen and 30 billion yen.</p> <p>“Superior” means that such MMCs identify environmental changes as business opportunities and open the way by breaking existing common sense or stereotype. Many MMCs bring their mission and philosophy into the heart of business domain. Such corporate philosophy is to “increase users of local bus”, “build up the infrastructure of clothing, food and housing”, “pass traditional art and craft down the generations,” and “protect family from the risk of falling”.</p> <p>In general, it seems that there exist the trade-off providing the social values and earning profit. However, superior MMCs innovate the creative management. The central players of this study are MMCs which solve critical societal challenges while simultaneously drive greater profitability.</p>						
3. 本研究課題に関する発表						
発表者氏名 (著者・講演者)	発表課題名 (著書名・演題)	発表学術誌名 (著書発行所・講演学会)	学術誌発行年月 (著書発行年月・講演年月)			
磯辺剛彦	社会の「不」に立ち向かう	白桃書房	2018年7月出版予定			