

Title	経営理念の浸透メカニズム
Sub Title	The underlying mechanism of management philosophy
Author	王, 英燕(Wang, Yingyan)
Publisher	慶應義塾大学
Publication year	2021
Jtitle	学事振興資金研究成果実績報告書 (2020. )
JaLC DOI	
Abstract	<p>環境変化が急速に進む時代に、経営状況の一時的な悪化を避けることは難しい。このような時期だからこそ、我慢強く組織を牽引する原動力が求められる。この原動力を求めるヒントが、組織の本質とは何かを考える「組織アイデンティティ」という概念に隠されている。</p> <p>今年の研究はA社のケーススタディを通じて、理念を装置とするアイデンティティ・ワークのマネジメントのダイナミズムを探索した。</p> <p>最初は、創業者による「アイデンティティ探索」の段階から始まる。A社の創業者は創業初期に社内に労働争議が起きてから、どのように経営側と労働者側を一体化して企業を成長させればよいか悩んだ。経営者の社会的責任を訴える講演に感銘を受けた創業者は社会に奉仕する企業の責任を痛感し、「働き」、「生活向上」、「よりよい社会」という三つの意味が含まれる社憲をまとめた。</p> <p>次に、「アイデンティティの実践」の段階に移る。創業者によるアイデンティティの探索の結果、共通する言葉としてのものは確立できたが、その具現化は企業活動を通して実践される。具体的には、A社は世界初の工場自動化と社会システム自動化製品を次々と発売して、社憲で主張した「働き」、「生活向上」と「よりよい社会」の実現を目指した。</p> <p>三つ目は、「アイデンティティの確立」の段階となる。世界的知名度を高めることを狙いに、社名変更を行った。更に、自社が大切にしている六つの価値観を経営方針に定めた。これは理念の内容を拡充して、「精緻化」を通してアイデンティティを確立させた。</p> <p>四つ目は、「アイデンティティの進化」の段階である。組織の求心力を「創業家」から「企業理念」に転換することで、歴史的遺産として残しながら、新たな組織体としてのアイデンティティを進化させた。しかし、新たな社会的にニーズの創出の大切を強調することで攻めの体制を強めることを必要と感じた経営層は、理念の改定を行い、「社会の公器」を削除して、社憲に原点回帰を行った。</p> <p>In the era of rapid environment change, it is difficult to avoid a temporary downturn in business performance. However, it is necessary to have a driving force to lead the organization at such a hard time. I argue that the hint of the driving force is hidden in the concept of organizational identity, which examines the issue of the essence of an organization.</p> <p>This year, I explored the dynamics of organizational identity work which is triggered by management philosophy through the case study of Company A. First, it starts from the stage of "identity exploration" by the founder. In the initial stage, the founder was worried about the issue of how to integrate the management and workers during a labor dispute. At that time, the founder was impressed by a speech which was a call to the social responsibility of top managers and came to realize the importance of contributing to the society from the viewpoint of a company. He then made the company constitution involving three meanings of "hard work", "better life" and "better society".</p> <p>Next is the stage of "identity practice". As the result of identity exploration of the founder, a common message to express the identity was developed, while it should be realized through business activities. For example, company A dedicated to accomplish the mission of achieving "hard work", "better life", "better society" by inventing and selling the world's first product that help achieve factory automation and social system automation.</p> <p>The third stage is "identity establishment". To improve the familiarity of the company globally, company A changed its name after its brand. Furthermore, six important values cherished by the company were add in the business policy. This is to enrich the content of the company's management philosophy, and establish the company identity through elaboration.</p> <p>The fourth is called the stage of "identity evolution". By shifting the driving force of the organization from "founder" to "corporate philosophy", the identity of the new organization evolved while the historical heritage remains. However, top management team which felt that it was necessary to conduct business activities more aggressively revised the management philosophy and erased the strong message of "for the society". As a result, the top executives attempted to lead the company back to the original root of "hard work, better life and better society".</p>
Notes	

Genre	Research Paper
URL	<a href="https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=2020000008-20200181">https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=2020000008-20200181</a>

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	商学部	職名	教授	補助額	300 (A) 千円
	氏名	王 英燕	氏名（英語）	Yingyan Wang		

## 研究課題（日本語）

経営理念の浸透メカニズム

## 研究課題（英訳）

The Underlying Mechanism of Management Philosophy

## 1. 研究成果実績の概要

環境変化が急速に進む時代に、経営状況の一時的な悪化を避けることは難しい。このような時期だからこそ、我慢強く組織を牽引する原動力が求められる。この原動力を求めるヒントが、組織の本質とは何かを考える「組織アイデンティティ」という概念に隠されている。

今年の研究はA社のケーススタディを通じて、理念を装置とするアイデンティティ・ワークのマネジメントのダイナミズムを探索した。最初は、創業者による「アイデンティティ探索」の段階から始まる。A社の創業者は創業初期に社内に労働争議が起きてから、どのように経営側と労働者側を一体化して企業を成長させればよいか悩んだ。経営者の社会的責任を訴える講演に感銘を受けた創業者は社会に奉仕する企業の責任を痛感し、「働き」、「生活向上」、「よりよい社会」という三つの意味が含まれる社憲をまとめた。

次に、「アイデンティティの実践」の段階に移る。創業者によるアイデンティティの探索の結果、共通する言葉としてのものは確立できたが、その具現化は企業活動を通して実践される。具体的には、A社は世界初の工場自動化と社会システム自動化製品を次々と発売して、社憲で主張した「働き」、「生活向上」と「よりよい社会」の実現を目指した。

三つ目は、「アイデンティティの確立」の段階となる。世界的知名度を高めることを狙いに、社名変更を行った。更に、自社が大切にしている六つの価値観を経営方針に定めた。これは理念の内容を拡充して、「精緻化」を通してアイデンティティを確立させた。

四つ目は、「アイデンティティの進化」の段階である。組織の求心力を「創業家」から「企業理念」に転換することで、歴史的遺産として残しながら、新たな組織体としてのアイデンティティを進化させた。しかし、新たな社会的にニーズの創出の大切を強調することで攻めの体制を強めることを必要と感じた経営層は、理念の改定を行い、「社会の公器」を削除して、社憲に原点回帰を行った。

## 2. 研究成果実績の概要（英訳）

In the era of rapid environment change, it is difficult to avoid a temporary downturn in business performance. However, it is necessary to have a driving force to lead the organization at such a hard time. I argue that the hint of the driving force is hidden in the concept of organizational identity, which examines the issue of the essence of an organization.

This year, I explored the dynamics of organizational identity work which is triggered by management philosophy through the case study of Company A. First, it starts from the stage of "identity exploration" by the founder. In the initial stage, the founder was worried about the issue of how to integrate the management and workers during a labor dispute. At that time, the founder was impressed by a speech which was a call to the social responsibility of top managers and came to realize the importance of contributing to the society from the viewpoint of a company. He then made the company constitution involving three meanings of "hard work", "better life" and "better society".

Next is the stage of "identity practice". As the result of identity exploration of the founder, a common message to express the identity was developed, while it should be realized through business activities. For example, company A dedicated to accomplish the mission of achieving "hard work", "better life", "better society" by inventing and selling the world's first product that help achieve factory automation and social system automation.

The third stage is "identity establishment". To improve the familiarity of the company globally, company A changed its name after its brand. Furthermore, six important values cherished by the company were add in the business policy. This is to enrich the content of the company's management philosophy, and establish the company identity through elaboration.

The fourth is called the stage of "identity evolution". By shifting the driving force of the organization from "founder" to "corporate philosophy", the identity of the new organization evolved while the historical heritage remains. However, top management team which felt that it was necessary to conduct business activities more aggressively revised the management philosophy and erased the strong message of "for the society". As a result, the top executives attempted to lead the company back to the original root of "hard work, better life and better society".

## 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)