

Title	経営手法の流行のメカニズムと企業の立場 - BPRの流行における各プレイヤーの影響力の分析を中心に -
Sub Title	
Author	渋谷覚(Shibuya, Satoru) 高木晴夫
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	1994
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 1994年度経営学 第1090号 複写許諾が必要
Genre	Thesis or Dissertation
URL	<a href="https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001994-1090">https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001994-1090</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.

学生氏名

渋谷 覚  
(東京電力株式会社)

主査 高木 晴夫

副査 和田 充夫

河野 宏和

所属

高木 晴夫 研究室

## 経営手法の流行のメカニズムと企業の立場

### —BPRの流行における各プレイヤーの影響力の分析を中心に—

この研究では、経営手法の流行という現象を取り上げ研究対象とした。経営手法とは、過去にもさまざまなかたちで流行したと考えられるTQC、SIS、CI、BPRなどのことを指す。どこまでを経営手法に含めて考えるかという定義の問題があるが、たとえば「マルチメディア」、「インターネット」などの用語が現在もっとも最近の流行であるとはいえ、これらを経営手法とは考えていない。経営に関する何らかのノウハウを提供しようという意図を持って考え出された一連のアイデアのことを、この研究では経営手法として扱う。

そもそもの根本的な問題意識としては、「経営手法の流行などくだらない現象である」、「リエンジニアリングなどの流行の経営手法には何も中身がない」、「何も役に立たない」という批判が正しいものなのか、それとも多くの研究者やコンサルタントなどがアイデアを絞り、多くのマスコミ関係者がその流行の立ち上げに努力し、大変な数の本が出版され購読される、このような流行現象は、やはりなにがしかの存在意義を持っているのか、ということろにあった。

ビジネススクールにおいてさまざまなケースを学ぶ我々は、実際にどこの企業ではどのようなことが起こったのかということを知識として覚えても意味はない。ケーススタディーには、もちろん思考力を養うという目的もあるだろうが、これらの具体的な企業名の入ったさまざまなケースから、企業名が入っていない何かの戦略なり法則なりノウハウを学びとっていくことも、その大きな目的であろう。

そして経営手法もまさにこのようなプロセスを経て生まれてくるのである。いくつかの経営手法は純粹に研究者の机上の理論から生み出されたかもしれないが、多くのものは実際の企業の現場でおきていることを研究し、これらに共通するものを抽出してコンセプトとしてまとめたものである。したがって経営手法の元来の姿は、我々がビジネススクールにおいて学んでいるところから、その目的や方法においてそれほどかけ離れたものであるとは考えられないのである。

しかしこのようにして生み出されたさまざまな経営手法のうちの一握りのものが、流行という波に乗って、多少とも経済の動きや企業の経営に関心のある一般の人々（ビジネススクールでさまざまな企業のケースを読む我々はむしろ特殊な環境に身をおいているのであり、そのような恵まれた環境にない一般のビジネスマンこそがここでの問題である）に届けられてくる間に、何かが変わってしまうのであろうか。そのあたりがこの論文の研究対象である。

研究方法としては、まずもっとも最近の流行を形成したリエンジニアリングを取り上げた。そしてこの流行に何らかの関わりを持ったと思われるいくつかの立場の人々にインタビューを行った。インタビュー結果とさまざまな資料から、流行のメカニズムを解明しようとしている。

最終的には、流行のメカニズムを解明し、それにもとづいて企業に対する何らかの提言をすることを目標とした。またその過程で、経営手法というものの自体の意義をも明らかにしようとしている。