

KBS REPORT

2010 Vol. 2



Contents

対談



企業トップの視点で考える KBSのこれから

ファイザー株式会社
代表取締役社長
梅田 一郎 × 河野 宏和

最近の動向

2010年度セミナー開催報告

教員一覧

教員業績一覧

教員紹介



日本とアメリカの学生は どう違いますか？

清水 勝彦 教授



「ものづくり」という概念装置

坂爪 裕 准教授



KBSのさらなる前進を目指して

慶應義塾大学大学院経営管理研究科 委員長

慶應義塾大学ビジネス・スクール 校長

河野 宏和



略歴

慶應義塾大学大学院工学研究科博士課程を経て、1987年より慶應義塾大学大学院経営管理研究科助手、1991年同研究科助教授。1991～92年ハーバード大学ビジネス・スクール訪問研究員。1998年より慶應義塾大学大学院経営管理研究科教授。2009年10月より同研究科委員長、ビジネス・スクール校長。専門は生産管理、生産マネジメント。工学博士。日本経営工学会理事、IEレビュー誌編集委員長、IEMS Deputy Editor、PM賞審査委員などを務める。

今年、KBSはMBA課程に第33期(M33)の入学生を迎え入れ、卒業生は約2,200名となりました。日々、熱気のもった授業が行われていますが、KBSのように、昼間の2年間フルタイムというコースは、いまや少数派になっています。国内のMBAプログラムは、専門職大学院だけで37校、経営を扱うプログラムを広く含めると100近いコースがあるとはいえ、その多くは夜間や週末のコースです。

しかしながら、新たな経営問題を分析するスキル、リーダーとしての行動力や使命感など、MBAプログラムに期待される内容はより広く深くなってきています。そうした期待に応えるため、KBSでは集中企業研究や新事業創造といった分野横断的な専門科目や、英語による国際プログラム科目など、カリキュラムを拡充してきました。実務界との接点の充実や国際的なフィールドワーク実施など、さらにその改革を進めていきたいと考えています。

エクステンション・セミナープログラムについては、1年制課程時代の卒業生と各種セミナープログラムの修了生を合わせ、これまでに約17,000名の人材を育成してきました。その内容をより広く知っていただくため、セミナー見学会+講演会+交流会という新たなイベント(特別講演会)を、7月末の高等経営学講座(通

称:トップセミナー、開催地:大阪)で企画し、多数の人事担当幹部の方々にご参加いただきました。今後も、3ヵ月コース(MDP)、10日～2週間のコース(トップ、ミドル)、3日間のコース(週末集中)のそれぞれを、社会に開かれたビジネススクールとして進化させていきたいと考えています。

再来年、創立50周年の節目を迎えるにあたっては、同窓会のネットワークを活用しての新たな授業や就職サポート、セミナー受講者のネットワーク化、そこからの研究会立ち上げなど、将来に向けた事業もスタートしたいと考えています。経営に関わるすべての領域をカバーするスタッフ陣の幅広い知見や、各国のトップ・ビジネススクールとの交流をベースにして、東アジアを起点にグローバルにビジネスを捉え、さらなる前進を目指します。

歴史と伝統を継承しつつKBSの認知を広め、そのプレゼンスをさらに確たるものとするためには、KBSから積極的に情報発信することが必要不可欠であり、その一端として、このたび本誌『KBS REPORT 第2号』を発刊致しました。ぜひご一読ください。また、末筆ではございますが、同窓生や企業の皆様には引き続きご支援を賜りたく、宜しくお願い申し上げます。



最近の動向（2010年1月～2010年8月）

2010年 1月	慶應義塾大学・京都大学・神戸大学による MBA連携の基本合意書締結
2010年 2月	KBS REPORT Vol.1 発刊
2010年 3月	特別講演にて博報堂ブランドコンサルティング代表取締役社長 首藤 明敏氏来校 特別講演にて株式会社マザーハウス副社長 山崎 大祐氏来校
2010年 4月	国内初、AACSBによる継続認証を取得
2010年 5月	キャリアサポートを開設 第7回オープンキャンパス（授業見学会）開催
2010年 6月	第99回経営幹部セミナー開催
2010年 7月	第55回高等経営学講座開催 第7回オープンキャンパス（模擬授業）開催 第17回ストラテジック・インサイト・セミナー（KBS同窓会共催）を 開催
2010年 8月	国内ビジネススクール ケース・コンペティション2010を開催 第45回マネジメント・ディベロップメント・プログラム開始（8/31～12/3）

AACSBより3度目の継続認証を受けました



2010年4月、マネジメント教育に関する国際的な第三者評価機関であるAACSB (The Association to Advance Collegiate Schools of Business) により3度目の継続認証を受けました。

国際的認証機関によるグローバルな基準での客観的評価を継続して得たことは、KBSが提供しているカリキュラムや研究内容、また教授陣や在校生、卒業生などが「マネジメント教育の国際的基準を十分にクリアしている」と改めて確認されたこととなります。

グローバル競争の中でリーダーたり得る、優れたマネジメント人材を育成する使命を担っている本ビジネス・スクールでは、常に目標を世界のトップクラスに掲げ、高度な教育の質を確保してきました。今後もKBSは、グローバルな視点と専門知識とを兼ね備えた、社会をリードする「マネジメントのプロフェッショナル」の育成を目指します。

特別講演会の開催



2010年7月27日、帝国ホテル大阪において、KBSのセミナープログラムの内容をより広く知っていただくために、経営者・役員・人事責任者の方々向けに特別講演会を開催いたしました。当講演会は、見学会+講演会+交流会の3部構成で開催され、グローバル化時代における競争激化の中、日本企業が経営戦略を考える上での人材育成・活用方法をテーマに講演会を実施致しました。今後もKBSでは、企業経営者が直面する様々な経営課題について、特別講演会等を通じて最新の研究成果を発信してまいります。



日本とアメリカの学生は どう違いますか？

清水 勝彦 教授

14年ぶりにアメリカから帰り、慶應ビジネス・スクールで教えることになりいろいろな人から受ける質問です。そして、そうした質問をされる方は、どうも「日本の学生は元気ないですね」「アメリカの学生はすごく勉強します」といった答えを期待していらっしゃるようです。しかし、必ずしも私はそう思いません。まだ日は浅いですが、日本人でも（大学院生だからということもあるかもしれませんが）、優秀で、元気がよく、これからの授業が楽しみだと感じられる学生達は随分います。ボランティアの活動などを聞いたり、見たりしていても、若い人たちは自分達のころよりもがんばっているのではないかと感じます。若い人に限らず、外食店など

で店員さんの働き振りなどを見ても、日本の「優秀な現場」は変わっていないどころか、より強くなっているように見えます。

一方で、そうした「優秀な現場」を組織が、企業が十分に生かしているかとなると、疑問を持たざるを得ません。コスト削減が叫ばれる中、現場はますます厳しくなり、「個人」のがんばりで何とか耐えているのではないかと思うのです。さらに言えば、現場の人たちは、本当にこんな状況で耐え続けられるのだろうかとも思います。外資系ファンドの責任者の言葉を借りれば、「日本には、技術や商品力はあってもundermanagement（経営が十分にされていない）の中小企業が山のようにある」し、それは

大企業についてもあながち間違いとは言えないのではないのでしょうか。個人では出来ないことをするのが組織の価値（バーナード）であるはずで、競争が激しくなっているからこそ、組織とは、経営とは、そして自社の価値とは、もう一度原点に返ることが必要なのではないかと強く感じます。

定年のないアメリカの大学で、運よく首にならずテニユア（終身権）を得ることができ、広いテキサスでゆっくり過ごす…ことも悪くはなかったのですが、まだもう一仕事するエネルギーのあるうちに日本に帰って来ることに決めました。急成長するアジアとグローバルな競争の中で、否が応でもそのアイデンティティーの再定義を求められる日本において、個人の能力だけでなく、それを生かすことの出来る組織の力をどのように開発するか、14年間のアメリカでの経験を「客観」という強みにして、授業と研究を通じてこの古くて新しい問題に深く取り組みたいと考えています。

清水 勝彦（しみず かつひこ）

1986年東京大学法学部卒、1994年ダートマス大学エイモス・タックスクール経営学修士（MBA）、コーポレートディレクション（プリンシプルコンサルタント）、を経て、2000年テキサスA&M大学経営学博士（Ph.D.）。同年テキサス大学サンアントニオ校助教授、2006年准教授（テニユア取得）。Academy of Management Journal、Journal of Management Studies、Journal of International Management の編集委員（Editorial Board）を務める。





「ものづくり」という概念装置

坂爪 裕 准教授

「ものづくり」という言葉が頻繁に使われるようになってずいぶん経ちます。しかし、「ものづくり」という言葉が指し示す対象は何でしょう。類似語として、以前から「製造」や「生産」という言葉が存在しますが、本質的な違いは何でしょう。なぜ我々は、時として“熱く”語る時に、「ものづくり」という言葉でなければリアリティーを感じないのでしょうか。また、「日本のものづくり」と言った時に、そこに含まれる範囲はどこまでなのでしょう。「日本企業の」という意味や「国内製造拠点の」という意味、あるいは「日本人作業者の」という意味にも解釈できます。

このように考えてみると、「ものづくり」という言葉は大変都合の良い言葉である反面、何が日本のものづくりに含まれ、何が含まれないかという分類基準あるいは境界は極めて曖昧です。しかし、だからといって、この言葉がまったく意味のないものだとは思いません。むしろ、日本のものづくりの将来について我々が議論する際には、皆が実体として同一の対象を認識していると感じており、ある種のリアリティーを持って議論しています。それでは、なぜこのような錯覚が生まれるのでしょうか。

実は、日本のものづくりという曖昧な分類・範疇化がリアリティーとして機能するのは、日本のものづくりではない外部との差異が強調されている時であり、日本のものづくり内部の同



一性・均一性は必ずしも目指されていません。つまり、逆説的ではありますが、日本のものづくりという言葉は、企業のグローバル化が進展する中で、日本のものづくりの独自性や特殊性がともすれば希薄になってきたが故に、以前にも増して外部との差異化を積極的に図る目的から頻繁に使用されていると考えられます。日本のものづくりが日本の伝統文化や固有文化に根差した行為であり、その精神性・歴史性がとかく強調されるのも、このような背景からではないでしょうか。グローバル化を通じて、日本のものづくりが外に開かれているからこそ、外

部に拡大した自己を閉じ、変化に対応しつつも自らのアイデンティティーを維持し、“想像の共同体”を確固たるものにするために、「ものづくり」という概念装置が今必要になっているのではないかと思います。

坂爪 裕 (さかづめ ゆう)

1989年慶應義塾大学文学部人間関係学科人間科学専攻卒業、アンダーセン・コンサルティング(現:アクセンチュア)、(株)さくら総合研究所(現:日本総合研究所)を経て、2001年京都産業大学経営学部専任講師。2004年より慶應義塾大学大学院経営管理研究科専任講師。2006年慶應義塾大学大学院経営管理研究科助教授。1995年慶應義塾大学経営学修士。2004年慶應義塾大学博士(経営学)。



梅田 一郎

ファイザー株式会社 代表取締役社長

企業トップの視点で考えるKBSのこれから

海外でもリーダーシップを発揮できる英語力に、アジアへの深い関心。
そして、積極的にチャレンジする強い意志。
それらを持った人材が、KBSからたくさん生まれてほしい。

河野 宏和

経営管理研究科 委員長



信念を持った経営者を育てる マインド教育の必要性

河野: 梅田さんが入学された当時は、日本でビジネススクールというと慶應だけだったと思いますが、海外のビジネススクールという選択肢はなかったのでしょうか。

梅田: 私がファイザーに入社した27歳当時は、留学するとか、将来重要なポストに就くなど全く考えておらず、生涯一営業マンのつもりでした。30歳の時、思いもよらず上司から留学試験を受けたらどうかと勧められ、「英語ができないので無理です」とお断りしたのですが、国内留学という方法もあると教えられ、32歳の時にKBSを受けました。

河野: 会社に戻られてから、自分が変わったと思うことはありますか。

梅田: KBSで勉強できたことに感謝していますし、その後の仕事にとっても役立っていると感じています。私は、経営学の教科書やビジネス書をたくさん読むタイプではないので、今の知識は全部KBSで身に付いたものだと思っています。

河野: 卒業生としてKBSに対する期待、または歯がゆさのようなものはありますか。

梅田: 会社や自分の置かれた環境が厳しい時に、乗り越えようとする強い意志を持った人間を育てるマインド教育が必要なのではないでしょうか。
7、8年ぐらい前、当時小林陽太郎さ



んが委員長を務めておられた、経済同友会の委員会、幹部クラスの人を集めた1年間の研修がありました。その第一回目の講義で東京大学の今道名誉教授が、「日本という国は高等教育で哲学を教えない。しかも宗教心がない。哲学もなく宗教もなく、要するに背骨のない国民だ。こういう人間がどうやって信念のある経営者になっていけるのか」というお話をされていましたが、それでもこの話には誰もが心を打たれました。

河野: 経営に関する学問とスキルを教えるだけでなく、マインド教育のために、例えば海外フィールドワークのようなカリキュラムを実施して当たり前、という時代が来ていると思います。例えばタイのビジネススクールでは、日本企業を2週間ぐらいかけて回りレポートを発表する。中国、インドなどでもこうした国際的なフィールドワークをどんどん実行しています。こうした実行力は我々も見習わなければいけないと強く感じています。

梅田: 3年ほど前、ある開業医の先生からMR教育について、「製薬会

社は新入社員を採用すると、半年間も缶詰教育を施すらしいが一体何を教えているんだ。我々医師が忙しい中MRと会うのは、彼等に対する信頼感があり、この人のために時間を費やしてもいいと思えるからだ。半年間知識ばかり詰め込むぐらいだったら、本の1冊も読ませた方がよっぽどマシだ」とお叱りを受けました。半年間で知識が身に付いても、会いたいと思われるような人間にならなかったら価値がないということなんです。

河野: 私の専門はものづくりですが、実際に学生と工場へ行ってその改善点を検討し、発表させるという授業をしています。この場合、現場の人と話せる人間でないと有効なデータが取れないんです。上から目線でものを言う人は嫌われてしまい、何のデータももらえない。だから、データだけでは表せない、ものづくりの現場で働くこと、ものをつくることの本質に触れてもらうための授業をしています。そうしたことをマーケティングやファイナンスにおいても行っていいのではないかと思います。

梅田: そうですね。我が社でも営業社員は、とすれば、工場に1錠

1錠作っている人の努力や工夫、苦労を知らないままです。現場を知るといことは非常に重要なことだと思います。

英語で堂々と議論できる 人材の育成

梅田：日本人の英語力問題は、ずっと以前から言われています。人によっては英語が上手でなくても、力づくで話して意思を通わせることのできる人もいますが、グローバルな会議では、英語力に応じて存在感が決まってしまう。外国人の中でリーダーシップを発揮していくには、英語でチャレンジしていかざるを得ない。KBSの2年間で、ビジネスを英語でもスムーズにこなせるくらいのスキルが身に付くことを期待しています。

河野：日本のビジネススクールですから、徹底的に日本語というネイティブランゲージで議論してもらうことに意味があると思っています。しかし、英語も使えるようにしなければならないので、最近では『国際単位交換プログラム』の提携校を30校に増やし、海外のビジネススクールで受けた授業をKBSの単位に認定できる制度を拡充させています。2年間で時間は足りないくらいですが、今多くの学校が短期化に向かっており、ここが日本のビジネススクールのジレンマというか変革点ではないかと思っています。

求められているジェネラリスト

河野：KBSには新卒に加えて企業派遣、休職・退職して自費で来てい

る人、そして留学生がいます。この多様性が良さであり、舵取りの難しさでもあると思います。経営の基礎をすべてカバーしていることが強みですが、一方でマーケティングやファイナンスに特化したビジネススクールとの競合が生まれます。しかし、あくまで我々の強み、教育理念を貫き通すべきであると考えています。

梅田：ファイザーは統合で規模が大きくなったこともあり、会社の中を細分化し、一つひとつのビジネスユニットをスモールカンパニーに見立てた俊敏な経営を目指しています。そうすると、ジェネラリストがたくさん必要になって、各部署のリーダーを育てる時“この人の強みは何か”、“この人にはマーケティングの経験が必要だ、メディカル部門の経験が必要だ”という議論をするようになります。ですから、一通り勉強できるKBSは我々のような企業にとってありがたいです。

河野：今、景気の影響もあってスペシャリストが必要だと言われることがありますが、分社化が進んだり、分野ごとに事業部が分かれていくと、部門長や分社のトップが数多く必要になり、そうなればファイナンスだけ、人事だけでいいということとは決してなく、全部わからなくてはいけない。大きな企業だと何十人単位のジェネラルマネージャーが必要になるということですね。

梅田：そうなんです。分社化したり、工場や研究所が別々になると、そこには社長が必要になります。製造をやっていた人、あるいは研究をやっ



ていた人がトップをやらざるを得ないことになるわけで、そういった点でもKBSのニーズはあると思います。

2,200名を超える 卒業生ネットワークの活用

河野：今後、KBSと同窓会が上手く連携した活動を増やしていきたいと思っているのですが、梅田さんほどのように感じていらっしゃいますか。

梅田：私は2年ほど前から、同期の同窓会に参加するようになりました。普通の飲み会ですが、会社の枠を越えて懐かしい仲間と寛げる貴重な機会になっています。製薬会社という狭いところにいると業界を越えたお付き合いが少ないので、KBS卒業生という別の枠の中で、シンポジウムのような企画があれば是非参加したいと思います。

河野：我々も、例えば生産技術とか人事など、領域ごとの交流会を企画したり、現役学生に向けて講演をしていただくなど、KBSと同窓生とのつ



ながりをさらに強化していきたいと考えています。

梅田：“経済同友会”に、経営者が小学校や中学校に行き話をするというプログラムがあります。KBSの中でも幅広く世代を越えたディスカッションが実現したら面白いと思います。

河野：現在、卒業生は2,200名を超えており、このネットワークは他のビジネススクールには真似のできないことです。

梅田：それはKBSの大きな財産ですね。

河野：本来、学校がその卒業生ネットワークを活用する機会を作らなくてはいけない。KBS REPORTもそうした反省から制作しました。今はインターネットの時代ですが、広報手段としての出版物も大事だと思います。これからもっとKBSの研究・教育活動の認知向上に努めていきたいと考えています。本日はどうもありがとうございました。

梅田一郎氏プロフィール

出身

1952年大分県生まれ。

学歴

77年岡山大学法文学部法学科卒業
87年慶應義塾大学大学院経営管理研究科卒業

職歴

80年台糖ファイザー株式会社（現ファイザー株式会社）入社。医薬販売部、マーケティング部などを経て、2005年取締役、09年常務執行役員、同年12月に代表取締役社長に就任。



ファイザー株式会社

本社	〒151-8589 東京都渋谷区代々木3-22-7 新宿文化クイントビル
設立	1953年8月1日
社員数	5,850名
事業内容	医療用医薬品、動物用医薬品、 農薬の製造・販売・輸出入
売上高	4,512億円（対前年比+2.6%） ※2009年度

2010年度セミナー開催報告

■ 第55回高等経営学講座

2010年7月26日(月)～8月3日(火)



Bodo B. Schlegelmilch教授 (ウィーン経済大学)

「グローバル化時代の戦略とマーケティング」

第55回高等経営学講座は、帝国ホテル大阪にて開講されました。今回のセミナーのテーマ「グローバル化時代の戦略とマーケティング」は、企業のグローバル化が浸透した時代、

またグローバル化の局面が新興先進国(BRICs等)を巻き込んだものに変質しつつある時代にあって、わが国企業がどのような戦略とマーケティングでこの時代に臨むか、という問題意識に立脚しています。

第55回目の招聘教員として、韓国延世大学のJinho Chang教授、ウィーン

経済大学のBodo B. Schlegelmilch教授、和紙デザイナーの堀木エリ子氏、をお迎えしました。

Chang教授からは「サムスン電子：競争力と挑戦」、Schlegelmilch教授からは「グローバル・マーケティング戦略：現地適応とグローバル・シナジーの両立」というテーマで、グローバル化時代の競争環境、顧客環境、取引環境に加え、持続可能な発展を意識した戦略をどのように構築するか、またグローバル化時代のマーケティングをどのように構想・計画・実行するかについてご講演いただきました。

そして堀木エリ子氏からは「現代和紙の可能性：伝統と創造のマネジメント」について、情熱と迫力のあるご講演をいただき、受講生から大きな反響を得ました。

■ 第99回経営幹部セミナー

2010年6月7日(月)～6月19日(土)

第99回の経営幹部セミナーは京都東急ホテルで開催され、古都ならではの落ち着いた環境の中で、講義が展開されました。

今回の使用ケースは、「なぜ会社を辞めるのか?」「12人の怒れる男」などの、現在多くの企業が直面している問題から、「年金改革」に至るまで、非常にバランスの取れたプログラムで進行しました。また、「HOYAとペンタックス」のケースでは、事例を使用した買収シミュレーションの形式でディスカッションが活発に行われ、受講生から「有意義であった」との高い評価をいただきました。

また、ケースメソッドの他、今回は特別講師として、崎陽軒取締役社長の野並直文氏をお招きし、『横浜名物シウマ

イ物語—崎陽軒のブランド戦略—』と題してご講演いただきました。崎陽軒の歴史を振り返りながら、「真に優れたローカルブランドを目指す」という視点から浮かび上がる差別化戦略・ニッチ戦略などの教訓は、特に同じ食品業界の参加者の方から大きな反響がありました。

受講生の一日のスケジュールは過密

で、「宿題に追われる子供の気持ちがわかった」「ずっと勉強しているので、体操の時間に外に出るくらいでしか天気がわからない」といった意見もありました。セミナー最終日前日の終講パーティーでは、セミナーの成果を噛みしめるような晴れやかな雰囲気で行われ、受講生同士の絆を深めていました。



■ 第100回 経営幹部セミナー

2010年9月6日(月)～9月18日(土)

第100回の経営幹部セミナーは名古屋東急ホテルの格式ある落ち着いた雰囲気で開催され、講義が展開されました。

今回の使用ケースは、「大和ハウス工業株式会社」、「巨大資源メジャーBHP Billiton」など、新たな視点・概念を提供し、発想が転換されるような内容から、なじみはあるが、実際にはあまり知られていない「日本の年金」制度に至るまで、バランスの取れたプログラムで進行しました。また、

「HOYAとペンタックス」のケースでは、事例を使用した買収シミュレーションの形式でディスカッションが活発に行われ、受講生から「特に熱が入ったディスカッションができた」との高い評価をいただきました。

また、ケースメソッドの他、今回は特別講師として、早稲田大学ビジネススクールの内田和成教授、また、慶應義塾大学大学院システムデザイン・マネジメント研究科の手嶋龍一教授をお招きし、ご講演いただきました。



内田教授の『異業種競争戦略—先行き不透明な時代の新たな競争戦略—』では、「異業種格闘技」で生き残るためのカギについて具体的な事例を挙げて講義が展開されました。

また、手嶋教授の『インテリジェンスの本質とは何か～ビジネスを勝ち抜くために～』では、「インテリジェンス」「インフォメーション」という2つの言葉が持つ意味の違いから、真の「インテリジェンス」の姿、ビジネスにおける情報の精選の重要性が説明されていました。



第45回MDP 受講生インタビュー



MDPは経営者の観点で意思決定を学ぶ貴重な機会

MDPに参加しプログラムと向き合うことで、これまでの仕事で培った見識や経験を整理・修正することができました。授業では、経営者という立場での意思決定を迫られるため、相当な質と量の準備が必要となり、1日の約1/4を予習に費やしました。ハードな毎日ですが、自分自身のバックグラウンドを総動員し、自問自答を繰り返しながらも、いろいろなロジックを組み立て意思決定に至ると、充実した達成感があります。ディスカッションなどでケース内容を深く掘り下げていく中、ミクロ・マクロな視点と複眼的なアプローチの仕方を、様々な業界の第一線で活躍するメンバーの意見を通して考える機会を得たことは、企業人として大変貴重な体験でした。

筒井 祥之 氏
1971年生まれ 大阪大学工学部建築学科 1994年卒
株式会社大林組 国内建築工事事務所



様々なケースの疑似体験が今後の糧になる

毎日活字と時間との戦いでしたが、ケースの多くが実際の企業に起こった事例でリアリティーがあり、集中して取り組むことができました。各分野のスペシャリストである教員の方々の、経験と知識に裏付けられた発言の一つひとつは、社会人である我々にもスムーズに伝わりました。個人研究では、1人の教員の方にアドバイザーとしてご指導いただき、効果的に知識を習得することができたと思います。銀行員として、経営に関する幅広い知識と、より高いレベルでアドバイスできるスキルを身に付ける必要性を感じMDPに参加しましたが、学生という立場から本音で意思決定を行うことで、日常業務では得られない、物事に対する多様性が身に付きました。

森村 朋弘 氏
1978年生まれ 東京理科大学経営学部経営学科 2001年卒
株式会社群馬銀行 伊勢崎西支店

教員一覧

教授



青井 倫一

AOI, Michikazu

専攻分野

マネジリアル・エコノミクス, 競争戦略, 交渉研究論, コーポレート・ガバナンス, リスクマネジメント



河野 宏和

KONO, Hirokazu

専攻分野

生産政策, 生産マネジメント, 生産管理論, 経済性工学



浅川 和宏

ASAKAWA, Kazuhiro

専攻分野

多国籍企業論, 組織理論, グローバル・イノベーション論



小林 喜一郎

KOBAYASHI, Kiichiro

専攻分野

経営戦略論, 組織戦略論



姉川 知史

ANEGAWA, Tomofumi

専攻分野

企業経済学, 応用ミクロ経済学, 国際経営, 医療経済



清水 勝彦

SHIMIZU, Katsuhiko

専攻分野

組織学習, 組織マネジメント, M&Aにまつわる戦略実行・変更



池尾 恭一

IKEO, Kyoichi

専攻分野

マーケティング戦略, 消費者行動, 流通論



高木 晴夫

TAKAGI, Haruo

専攻分野

組織行動学, 組織とリーダーシップ



磯辺 剛彦

ISOBE, Takehiko

専攻分野

経営戦略, グローバルマネジメント



田中 滋

TANAKA, Shigeru

専攻分野

経営環境, 医療政策, 高齢者ケア政策, 医療経済学, ヘルスケアマネジメント



井上 哲浩

INOUE, Akihiro

専攻分野

マーケティング・マネジメント, マーケティング・サイエンス, マーケティング・コミュニケーション・マネジメント



中村 洋

NAKAMURA, Hiroshi

専攻分野

経済学, 産業組織論 (バイオ・医薬品), 経営戦略論



大林 厚臣

OBYASHI, Atsuomi

専攻分野

ミクロ経済学, 産業組織論



林 高樹

HAYASHI, Takaki

専攻分野

金融証券市場の計量分析, 金融工学, 応用確率過程



山根 節 | YAMANE, Takashi

専攻分野
経営戦略, 組織マネジメント, 会計管理



余田 拓郎 | YODA, Takuro

専攻分野
マーケティング戦略, ビジネス・マーケティング,
サービス・マーケティング



渡辺 直登 | WATANABE, Naotaka

専攻分野
組織心理学, 心理測定論

准教授



安道 知寛 | ANDO, Tomohiro

専攻分野
経営科学



井上 光太郎 | INOUE, Kotaro

専攻分野
企業財務, コーポレートガバナンス, ファイナンス市場



太田 康広 | OHTA, Yasuhiro

専攻分野
分析的会計研究, 情報経済学



岡田 正大 | OKADA, Masahiro

専攻分野
経営戦略論



小幡 績 | OBATA, Seki

専攻分野
企業金融, 行動ファイナンス, NPO, 政治経済学



坂下 玄哲 | SAKASHITA, Mototaka

専攻分野
ブランド・マネジメント, 消費者行動



坂爪 裕 | SAKAZUME, Yu

専攻分野
生産政策, 生産マネジメント



高橋 大志 | TAKAHASHI, Hiroshi

専攻分野
企業財務, ファイナンス, アセットプライシング



村上 裕太郎 | MURAKAMI, Yutaro

専攻分野
分析的会計研究, 税務会計

専任講師



大藪 毅 | OYABU, Takeshi

専攻分野
人的資源管理論, 労働経済学, 医療機関の人事管理

2010年10月現在

教員業績一覧 (2009年～2010年)

著書

- 池尾 恭一 ▶『マーケティング』共著(有斐閣, 2010)
- 磯辺 剛彦 ▶『国境と企業：制度とグローバル戦略の実証分析』(東洋経済新報社, 2010)
- 井上 哲浩 ▶『マーケティング』共著(有斐閣, 2010)
- 井上 光太郎 ▶「行動ファイナンスとM&A」、『現代の財務経営：行動ファイナンス』第7章(中央経済社、2010)
- 太田 康広 ▶『分析的会計研究 ―企業会計のモデル分析―』, 編著(中央経済社, 2010年)
- 大藪 毅 ▶『Work Behavior and Human Resource Management in Japanese Firms - Case and Theory for Foreign Manager in Japan』, (Keio University Press, 2010 (単著))
▶『長期雇用制組織の研究―日本的人材マネジメントの構造』(中央経済社, 2009 (単著))
- 坂下 玄哲 ▶「製品開発局面における成分ブランドの効果―空気清浄機の開発事例を手がかりに」『日本型マーケティングの新展開』第12章, (有斐閣, 2010)
▶「マーケティング・リサーチ」『ベーシック・マーケティング』第2章, (同文館出版株式会社, 2010)
▶「消費者の情報処理と意思決定」「ブランド構築と消費者行動」『産業・組織心理学ハンドブック』IV-2&22, (丸善株式会社, 2009)
- 清水 勝彦 ▶『戦略実行の組織力』(仮題、日経BP, 2010)
▶『経営の神は細部に宿る』(PHP, 2009)
- 高木 晴夫 ▶『ケースメソッド教授法』訳(ダイヤモンド社, 2010)
▶『【新版】組織行動のマネジメント』訳(ダイヤモンド社, 2009)
- 田中 滋 ▶「社会保障の役割と国民負担率」『財政と社会保障』所収(東京大学出版会 2010)
▶『ディジーズマネジメントの実際』共編著(日本医学出版, 2009)
▶『MBAの医療・介護経営』共編著(医学書院, 2009)
- 中村 洋 ▶『ライフサイエンス産業経済分析―経営と政策の共進的發展―』(慶應義塾大学出版会, 2009)
- 山根 節 ▶『なぜ、あの会社は儲かるのか?』(日経ビジネス人文庫, 早稲田大学・山田英夫教授との共著, 2009)
- 余田 拓郎 ▶『マーケティング科学の方法論』編著(有斐閣, 2009)

論文

- 浅川 和宏 ▶“Innovation and the Multinational Enterprises” (Advances in International Management, Vol.23, 2010) 共著
▶“Firms' Open Innovation Policies, Laboratories' External Collaborations, and Laboratories' R&D Performance” (R&D Management, Vol.40, No.2, 2010) 共著
▶“R&D Collaborations and Product Innovation,” (Journal of Product Innovation Management, 2010) 共著
- 安道 知寛 ▶2010: Bayesian statistical modeling and model selection. CRC Press.
▶2010: Bayesian statistical modeling (in Japanese). Asakura Publishing Co Ltd.
- 磯辺 剛彦 ▶Chung CC, Lee S, Beamish PW.; Isobe T. (2010) “Subsidiary Expansion/Contraction during Times of Economic Crisis,” (Journal of International Business Studies 41 (3) : 500-516)
- 井上 哲浩 ▶「サービス視点からのマーケティング情報と意思決定」(システム/制御/情報(9月), 2009)
- 井上 光太郎 ▶“Post-Restructuring Performance in Japan” (Pacific-Basin Finance Journal, 18-5, 2010)
▶“Do M&As in Japan Increase Shareholder Value?” (in M&A for Value Creation in Japan, World Scientific, 2010)
▶「TOB(公開買付け)と少数株主利益」(『商事法務』 1847, 2009)
▶「アクティビズムは株主価値を増大するか?日本における株主提案の検証」(『日本企業の株主構造とM&A』 第2章, 日本経済研究センター, 2009)

-
- 太田 康広 ▶ 「会計研究の危機と日本の会計学界」, 『現代ディスクロージャー研究』, 第10号, 2010年3月, 1-15頁。
▶ 「信託型デット・アサンプションが企業会計の契約支援機能に与える影響」, 『信託研究奨励金論集』, 第30号, 2009年11月, 1-11頁。
▶ “The Role of Audit Evidence in a Strategic Audit,” *Journal of Accounting and Public Policy* 28(1), 58-67, January-February 2009.
-
- 岡田 正大 ▶ 「戦略策定のリアリティと戦略理論研究への課題」(組織科学, 2009, Vol.42, No.3)
-
- 河野 宏和 ▶ “Economic Risk Analysis for Investment Alternatives Considering Yield and Capacity over Multiple Periods,” (日本経営工学会論文誌, 第60巻6E号, 2010)
▶ “Profit Sensitivity Analysis under Uncertainties for Cases of Production Capacity Surplus and Shortage,” (日本経営工学会論文誌, 第59巻6号, 2009)
-
- 小林 喜一郎 ▶ 「長寿型製品と連続イノベーション」(慶應経営論集第26巻第1号, 2009)
-
- 坂下 玄哲 ▶ 「消費者購買意思決定」(一橋ビジネスレビュー, 第57巻第3号, 2009)
▶ 「カタログショッピングにおける購買意思決定プロセスに関する研究—同伴者による比較—」(経営志林第46巻第1号, 2009 (共著))
▶ 「理想自己の決定主体—母娘関係と友人関係のノンバーバル・コミュニケーション比較—」(経営志林第46巻第2号, 2009 (共著))
▶ 「リピート購買要因の探索的研究—トライアル購買との関連を手がかりに—」(季刊マーケティングジャーナル, Vol.28 No.3, 2009 (共著))
-
- 清水 勝彦 ▶ Shimizu, K. 2010. Risks of corporate entrepreneurship: Autonomy and agency issues. *Organization Science*, forthcoming.
-
- 高橋 大志 ▶ “An Analysis of the Influence of Fundamental Values' Estimation Accuracy on Financial Markets,” (*Journal of Probability and Statistics*, 2010)
▶ “Clarification of the Price Fluctuation Mechanism in Financial Markets: Disparity in Forecast Accuracy among Investors and Asset Price Fluctuations,” (*Int. J. of Computer Applications in Technology*, 2010)
▶ 「エージェントシミュレーションが行動ファイナンス理論と実市場をつなぐ」共著(人工知能学会誌, 2009)
▶ “New Advances in Intelligent Decision Technologies”分筆担当 (Springer-Verlag, 2009)
▶ 「ビジネスゲームによる投資と資本構成選択問題の学習」共著 (電子情報通信学会和文論文誌, 2009年)
-
- 田中 滋 ▶ “地域包括ケア：地域における医療・介護・福祉の一体的提供” (病院69巻1号 医学書院2010)
-
- 中村 洋 ▶ 「Firms' Open Innovation Policies, Laboratories' External Collaborations, and Laboratories' R&D Performance」共著 (R&D management, 2010)
▶ 「医薬品産業の課題と国民・患者の視点に立った「成長戦略」—国際競争力強化を高めるために何が必要か—」(社会保険旬報, 2010)
▶ 「医薬品のライフサイクル・マネジメントの適正「活用」と副作用」(日本薬学会誌、近刊)
▶ 「新たな派生市場セグメントに対する既存ビジネスシステムの適応困難性：競争優位劣化・逆転の要因に関する一考察」共著(組織科学, 2010)
▶ 「医療経済から見たジェネリック医薬品」(ジェネリック研究, 2009)
-
- 林 高樹 ▶ Sato, A.-H. and Hayashi, T. (2010): “Fluctuation Scaling and Covariance Matrix of Constituents' Flows on a Bipartite Graph,” *European Physical Journal B*, 76, 529-535.
▶ 林, 「離散非同期観測データ間の共分散推定」, 『数理科学』 2010年11月号(サイエンス社, 2010).
▶ 林, 「高頻度データ解析：市場リスク計測手法の新展開」, 『オペレーションズ・リサーチ』, 55-9, 546-552 (日本オペレーションズ・リサーチ学会, 2010)
▶ 林, 「高頻度データとは何か」, 『証券アナリストジャーナル』, 48-1, 56-66 (日本証券アナリスト協会, 2010)
▶ 林, 「高頻度データと時間変更」, 『統計数理』, 57-1, 39-65 (統計数理研究所, 2009).
-
- 村上 裕太郎 ▶ “Does Firm Strategy Have Systematic Effects in Predicting Future Cash Flows ?,” *Osaka City University Business Review*, No.20, pp. 15-24, 2009.(共著)
-



2012 Celebrating 50 years

KBSは2012年に50周年を迎えます

賛助員

株式会社あおぞら銀行

株式会社三越伊勢丹ホールディングス

伊藤忠人事サービス株式会社

エーザイ株式会社

株式会社カネカ

共立コミュニケーションズ株式会社

クレコン リサーチ&コンサルティング株式会社

恵和株式会社

佐藤製薬株式会社

参天製薬株式会社

新日本製鐵株式会社

スルガ銀行株式会社

セイコーホールディングス株式会社

積水化学工業株式会社

大正製薬株式会社

武田薬品工業株式会社

中外製薬株式会社

帝人株式会社

東京ガス株式会社

株式会社東芝

株式会社東武百貨店

日本ケミファ株式会社

日本サムスン株式会社

株式会社野村総合研究所

久光製薬株式会社

株式会社ビジネスコンサルタント

株式会社日立製作所

富士通株式会社

丸紅株式会社

三井住友海上火災保険株式会社

三菱重工業株式会社

株式会社守谷商会

ライオン株式会社

(五十音順 2010年10月現在)

KBSは開校以来、時代をリードするビジネスリーダーの養成と、そのために用いられるケース教材の開発に努力してまいりました。このような活動資金に、私共のビジネス教育活動の意義をご理解いただいた賛助員の方々から納入していただく賛助費を有効に活用させていただいております。

また、今後もKBSは、グローバルな視点と専門知識とを兼ね備えた、社会をリードする「マネジメントのプロフェッショナル」の育成を目指し、全力を傾けていく所存でございます。

このような事情に鑑み、KBSでは賛助員制度の拡充・強化に努めております。一層のご支援、ご協力をお願い申し上げます。

なお、賛助員に対しては、KBSの開催する特別講演会等へのご招待、KBSの発行する研究資料の一部無料配布などの特典をご用意しております。また、各種定期講座につきましては、所定の割引を行っております。

*賛助員は、賛助費1口につき、各セミナーの参加者1名様が1割引となります。