

改訂

化学・生物総合管理の再教育講座(講義内容)

前期

科目No.	307	科目名	社会技術革新学特論11			サブネーム	現代企業経営論 1	
共催機関/連携機関	新エネルギー・産業技術総合開発機構・東京工業大学大学院化学工学専攻 / 社会技術革新学会・ディレクトフォース		レベル	中級	講義日時	月曜日 18:30～20:00	講義場所	キャンパス・イノベーションセンター東京
科目概要	モノづくりの企業サイドの懸命な努力によって日本経済は緩やかな成長を続けている。急速に進むグローバル化の中で、社会(ニーズ)の動向を先取りして、自社の技術(シーズ)開発を如何に効果的に進めるか、その成否が今後の企業経営を大きく左右することとなる。前期では日本の代表的メーカーの取り組みの実状を具体的なケースを基に解説する。後期においては経営のステップ毎に、各企業の具体的なケースをさらに深めて検証する。							

サブタイトル	No.	講義名	講義概要	講義日	教室	講師名	所属
経営戦略における技術	1	「技術経営」の重要性	マネジメントと技術は現在の企業(特に製造業)の経営において根幹となる両輪である。技術系で且つ企業トップとして事業再構築を推進した経験を下に「技術経営」(MOT)の重要性を説明する。モーター事業が中心の旧芝浦製作所を芝浦メカトロニクスとして再生したケースのほかに、グループ経営、リーダーシップについても触れる。	4月14日	キャンパス・イノベーションセンター東京(JR田町駅前)	角 忠夫	芝浦メカトロニクス
	2			4月21日			
	3			4月28日			
プロジェクト及びリスクマネジメント	4	技術立国日本の強さの秘訣	ブリヂストンが現在の世界三強の地位を占めるにいたるまでには、多くの経営課題を解決してきている。市場環境の変化をビジネスチャンスと認識し、技術開発勢力を集中的に投入する。F-1レースのタイヤに進出というリスクを成果に結びつける等々である。世界三極体制での技術開発の運営の苦労話も交えて、技術開発の重要性を説明する。	5月12日		原田忠和	ブリヂストン
	5			5月19日			
	6			5月26日			
	7	商品開発で成功するにはケーススタディー①	每期最高益を更新し続ける花王の強さーDNAとも呼ぶべきものーはどこからくるのか。徹底した市場調査と自社の技術シーズをたくみに結びつけてゆく「商品開発五原則」にその原点がある。巨人P&Gの攻勢を如何に受けて立つか、ブランド価値を守ることが何故重要かなど、ヒット商品(クイックルワイパー、アジエンス)の具体例により花王の取り組みを解説する。	6月2日		山田重生	花王
	8			6月9日			
	9			6月16日			
	10	商品開発で成功するにはケーススタディー②	初代「セフィーロ」は日産自動車が期待した程の成果を挙げられなかった。トヨタ「マークII」への対抗車として、二代目をどうしてもヒットさせねばならぬという課題にプロジェクトマネージャーとして背水の陣で臨んだ講師が開発初期から価格設定、テレビCMまで、各ステップにおける試行錯誤の経緯を具体的に説明する。	6月23日		藤井 篤	日産自動車
	11			6月30日			
	12			7月7日			
プロジェクト及びリスクマネジメント	13	新事業で成功するには	1990年代に合繊(特にポリエステル)不況の影響を受けた三菱レイヨンが「脱繊維」の旗印の下に如何にして事業再構築をしたか。新規事業への進出には試行錯誤がつきものだが、「技術経営」により新しいコアビジネスを確立してきたプロセスをグループ経営、リーダーシップ論も交えて学習する。	7月14日		三村公二	三菱レイヨン
	14			7月28日			
	15			8月4日			

2008/2/14 共催機関の追加。2008/4/1講義No.1～3の講師の所属修正。