

<p>経済・経営</p>	<p>【代表的な研究テーマ】</p> <p>□ 組織の価値問題と組織統治に関する研究</p> <p>□ 日本企業の新規事業展開とグループ戦略に関する研究</p>
<p>key word</p>	<p>課題解決に役立つシーズの説明</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 組織の価値問題</li> <li>■ 組織統治</li> <li>■ スピンオフ戦略</li> <li>■ 人的結社</li> </ul>	<p>現在、日本経済・日本企業は岐路に立たされています。1990年代のバブル経済崩壊以降、これまで日本企業の成長を支えてきたとされる様々な経営上の制度や慣行—例えば、終身雇用、年功序列、企業別労働組合、メインバンクシステム、長期継続的取引等々の有効性が疑問視され、株主主権、法令遵守、成果主義等々、グローバルスタンダードに迎合すべきであるという主張が強い発言権を持っています。日本経済・日本企業の活動がグローバル化した現在、統一的な世界基準に合わせて経営すべきだという主張には、傾聴すべき点もあります。しかし、グローバルスタンダードに迎合すれば、本当に日本企業の国際競争力は向上するだろうか、日本企業の健全性は回復するだろうか、或いは今後成長が期待される分野でビジネスを創造・育成していくことができるだろうか、検討に値する重大な問題が山積しています。</p> <p>これから日本企業は、欧米諸国だけでなく、中国を代表とするアジア諸国とのグローバルな競争に対応していかなければなりません。これからの企業人は、日本企業が本当にグローバルな競争に対応していくために必要とされるものは何なのかというあらかじめ決められた回答のない問題に直面していくこととなります。諸外国の経営上の慣行や制度に学ぶことも重要ですが、日本人が培ってきた制度や慣行に学ぶことも重要であります。現行の日本企業の制度や慣行を諸外国の価値基準からだけでなく、過去の日本企業の価値基準からも評価していくことで、今後われわれが、何を目的としていくべきか、目的を実現するために、どのような制度・慣行を維持・変革していくべきかを適切に理解できると考えています。</p>
	
<p>柴田 淳郎 Atsuro Shibata</p>	
<p>経済学部 准教授</p>	
<p>【プロフィール】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●略歴</li> <li>・2006年 神戸大学大学院 経営学研究科博士課程 後期課程修了</li> <li>・現在 滋賀大学 経済学部 准教授</li> </ul>	<p>【研究テーマ①】組織の価値問題と組織統治に関する規範主義的研究</p> <p>株主主権論は、企業を構成する様々な利害関係者のうち、資本の提供者である株主の権利・利害を優先すべきだという主張として理解することができます。このような主張の背後には、企業は資本の結合体であるという会社理解があります。しかし、実際の企業活動は、資本だけでなく、人の結合体でもあります。実際の企業の運営の際、資本の論理、人の論理、どちらに優先順位を与えるべきかに関する議論、企業が生産した付加価値をどのように分配すべきかに関する議論、企業を誰がどのように統治すべきかに関する議論は、究極的には、企業の目的・性質とは何か、企業経営とはいかにあるべきかという規範的問題・価値問題から切り離して、解決することはできません。後発資本主義国である日本の経験に基づき、企業組織の価値問題と統治のあるべき姿を歴史研究・政治哲学研究との接点を持ちながら、深く考えていくことが本研究の主題です。</p>
<p>【主な社会的活動】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●所属学会</li> <li>・組織学会</li> <li>・日本経営学会</li> <li>・企業家研究フォーラム</li> <li>・日本地域学会</li> <li>・日本ベンチャー学会</li> </ul>	<p>【研究テーマ②】日本企業の新規事業展開とグループ戦略に関する実証研究</p> <p>日本企業に顕著に見られる戦略行動として、日本型スピンオフがあるとされています。将来成長が期待される新たなビジネスを日本企業は一定の所有関係を維持しつつ、社外にスピンオフさせるわけです。トヨタ自動車、富士通、ファナック、富士写真フイルム、積水ハウス等々、日本を代表するようなビジネスが、スピンオフによって育成されてきたという側面があります。問題は、なぜ親会社が将来成長が期待されるビジネスを社外へとスピンオフさせるかです。将来成長が期待されるビジネスなら社内に置いておく方が、確実に多くの利益と優良な経営資源を占有できるからです。一見すると不合理とも思える日本企業の新規事業の創造・育成制度の合理性は、個別企業の価値に準拠したものではなく、企業グループ、すなわち、企業集団の価値に準拠したものとして理解することで、その合理性が見えてきます。日本企業・日本の企業集団の共同体という性質—究極的には日本人の自己意識—に注目していくことで、従来とは異なった視角から日本企業に適合的な新規事業の創造・育成方法を考えていくことが本研究の主題です。</p>