

NEWS LETTER

甲南大学 ビジネス・イノベーション研究所

「連携」とこれからの「組織」

甲南大学ビジネス・イノベーション研究所兼任研究員（甲南大学経営学部助教授） 古田 美保

最近の社会経済情勢の変化への対応の観点から商法および関連法規の大幅な改正が行われ、2006年5月、会社組織に関する法令として会社法が施行されました。改正内容は多岐に亘り、表記を片仮名・文語体から平仮名・口語体に改めたことに始まり、有限会社法の廃止、最低資本金制度の見直し、組織再編に関する規制緩和、剰余金分配の規制の見直し、機関関係の見直し等々、多くの点で変更・見直しが行われました。その中でもビジネス・イノベーションや社会連携に関連して重要と思われるのが、合同会社（LLC）と、その検討過程において導入された有限責任事業組合（LLP）という新しい組織形態の導入です。

このLLC・LLPという組織形態は、アメリカのLLC（Limited Liability Company）のような「有限責任・内部自治・構成員課税（組織段階で課税を行わず、出資者に直接課税する方式）」という3つの要素を兼ね備える組織形態を日本に導入するための検討から生まれたものです。アメリカでは、LLCという組織形態を利用した投資・ベンチャーが重要な選択肢となっており、同様の選択肢を日本にも設けるべきとされたのが議論の発端でした。当初は上述の3要素を兼ね備えた会社組織の導入が議論されましたが、日本版LLC、すなわち合同会社では構成員課税が適用されないこととなり、その代替として、会社組織ではないが3要素をすべて備えた日本版LLPが昨年導入されました。

LLC・LLPは、いずれも創業の活発化や企業同士および産学の共同事業・事業連携の促進等を想定して導入された組織形態であり、大きな可能性を持っている組織形態といえます。共同事業・事業連携の観点から両者に共通して言える重要な特徴は、有限責任であることと、出資割合とは異なる損益分配割合を合理的な範囲で自由に決定することができる点にあります。すなわち、比較的低リスクで、貢献度合いに応じた分配を行うことが出来ることになっています。また、特に異なる点として、組織の計画と課税上の取り扱いが上げられます。すなわち、会社組織であるLLCは、組織変更により株式会社に移行することが出来ますが、LLPはあくまでも組合であるため、株式会社を含めた会社組織とするためには、解散の上改めて創設手続きが必要になります。また、上述のとおり、LLPは構成員課税が適用されますが、LLCには法人税が課されることとなります。これらの異同点から導き出される事業連携を行う際の検討課題は、次の2点に集約されます。第1に、連携の目標とその達成計画を明確にし、当該計画の終了後の展望を想定しておく必要があります。特定の目的を達成するだけであればLLPを、その後速やかな事業展開を想定するのであればLLCを検討する余地があります。第2に、組織運営上計上される損失に関する意思決定を明確にしておく必要があります。すなわち、事業開始からどの程度の期間、どれくらいの額の損失計上が予測され、その損失を誰がどのように負担するのかといったことですが、LLPであれば損益分配割合に応じて出資者が負担（他の所得との損益通算が可能）、LLCであればLLCの所得計算上7年間の繰越控除が適用されることとなります。新規事業を行う上で損失が発生するのはやむをえないことですが、その吸収の仕方に選択肢が生まれたわけです。結果として、損失の額を的確に把握することとその上でのマネジメントをいかに行うかということ、すなわち、事業連携の上で損失を見極めた組織運営がより重要となってきたということが出来ます。その内容如何により、いずれの組織形態が連携において有用であるかはおのずと明らかになるでしょう。

2006
vol. 05

ビジネス・イノベーション研究所 第3回シンポジウム

テーマ：**ビジネス・プロセス革新**—企業持続的発展の源泉を探る—

日時：2006年7月8日(土) 13:30~17:20 会場：甲南大学 甲友会館 大ホール

内容：1. 基調講演「価値創造とビジネス・プロセス・マネジメント」

講演者 ● 新潟大学経済学部教授 李 健泳 氏

2. 事例報告

(1)「ロジスティクス改革によるビジネス・プロセス革新事例」

● 佐川急便(株) サプライチェーンロジスティクス事業部 浜崎 章洋 氏

(2)「安全と環境」

● (株)堀場製作所 新事業統括センター 石倉 理有 氏

(3)「デザイン・プロセス・マネジメント革新への試み」

● (株)竹中工務店 設計部 清水 弘之 氏

(4)「交通コミュニティカードによる地域活性化の事例」

● 神戸カード協議会 西田 純二 氏

3. パネルディスカッション「ビジネス・プロセス革新の実現に向けて」

コーディネータ ● 甲南大学ビジネス・イノベーション研究所兼任研究員、同大学経営学部教授 長坂 悦敬 氏

パネリスト ● 新潟大学経済学部教授 李 健泳 氏

● 佐川急便(株) 浜崎 章洋 氏

● (株)堀場製作所 石倉 理有 氏

● (株)竹中工務店 清水 弘之 氏

● 神戸カード協議会 西田 純二 氏

企業が持続的に発展し続けるためには、IT革新、Global競争、顧客パワー増大というような外部環境変化に対応し、ビジネス・プロセスはタイミングよく柔軟に、しかし、迅速に改革される必要がある。そのプロセス改革時には、製品特性、権限委譲、企業文化というような内部環境変化も影響を与えながら、最も適した管理システムの導入が進む。その管理システムとして、企業内外におけるプロセス相互間の連携とコア・プロセスの強化を目的とするビジネスプロセス・マネジメント (Business Process Based Management) が注目されている。

本シンポジウムでは、まず、基調講演にて、ビジネス・プロセス・マネジメントのフレームワークおよびビジネス・プロセス革新の最新事例を学び、パネルディスカッションでは、パネラーだけでなくフロア参加者とともに、エクセレントモデルの抽出を試みるとともに今後のビジネス・プロセス革新のあり方を探った。

1. 基調講演

「価値創造とビジネス・プロセス・マネジメント」

ビジネス・プロセス改革というテーマは、今日の確実性、そして不連続、そして不安定という時代において問われている重要なテーマの一つであると考えている。ここでは、まず、ビジネス・プロセス・マネジメントの必要性和メリット、ビジネス・プロセス・マネジメントの視点の考察を述べた上で、ビジネス・プロセス・マネジメントの概念モデルを紹介し、そして、日本企業と韓国企業の実態、企業事例を実態の考察について説明したい。さらにまとめとして、企業価値創造のための提言を行いたい。

情報化時代においては、企業内外活動が時間と空間の制限を超えて、広範囲で同時に追跡可能な形で行われるようになった。そこでは、顧客を満足させるために、サプライヤーは顧客ごとにカスタマイズして、顧客にスピーディな、そしてソリューションを提供する必要がある。

今日の動きのひとつとして、SOX法に注目したい。これは企業改革法とも言われている。アメリカのエンロンやワールドコム等の粉飾決算をきっかけに成立したアメリカの企業改革法では、経営者が財務諸表の信頼性を保障する内部統制の構築と説明責任が義務づけられている。このSOX法は、今年7月からアメリカ企業以外の企業にも適用されている。そして、日本でも2005年7月から、金融庁がSOX法を参考に素案をつくり、2008年3月から各企業に適用されることになった。このSOX法の中には、ビジネス・プロセスが文書化されて管理されていることを要求している。すなわち、ビジネス・プロセスの明確化が必然的なものになっている。

このような時代的背景に基づいて、我々は次のようなパラダイム・シフトが起こっていると考えている。すなわち、不確実性が増している今日の企業環境では、環境変化のインプットと企業のアウトプットを素早くマッチングをする必要がある。しかし、従来の機能を中心に、部門中心の対応では、機能間、もしくは部門間のアンバランスや壁により、環境変化に対する応答性や柔軟性の欠如が生じやすい。したがって、このような企業環境において、ビジネス・プロセス・マネジメントを必要とし、IT革新のような、今日の技術的な背景がビジネス・プロセス・マネジメントを可能にしている。

ビジネス・プロセス・マネジメントを導入した場合の主なメリットとして、顧客満足度を高めるとのこと。そして、非付加価値活動を

除去できるということ。そして、製品、サービスの市場アクセス時間が短縮できるということがある。ビジネス・プロセス・マネジメントは、従来の企業の内外の壁を破り、情報や資源を共有し、業務をくくって連結・結合させて、その流れをプロセスとしてとらえ管理しようという、そういう方法論であると考えている。また、このビジネス・プロセス・マネジメントは、(1) 企業内部のプロセス管理（企業内部の機能や部門の壁を乗り越えて行われるプロセス管理）と、(2) 企業外部のプロセス戦略（企業間・国境の壁を乗り越えて行われるプロセス戦略）から行われると考えている。

顧客の創出に向けて、相互依存的な多様な活動群により構成され、プロセスのインプットとアウトプットが明確に識別できるもの、これがプロセスであると定義している。そして、我々は、このプロセスが最小の測定単位と考えている。もちろん、プロセスはさらに活動、タスクのように展開される。我々がプロセス、最小の測定単位として考える理由は、プロセス内部の活動間の柔軟な結びつきにより、企業全体の最適化が可能ではないのかと考えているからである。一方、このプロセス及びプロセスの管理領域は、今や一つの企業に限定されるのではなく、企業内外の広い範囲で広がっている。

企業内部のプロセス管理というのは、機能、部門間の壁を破り、価値連鎖の最適化を目指して、さらに基幹業務プロセスと支援業務プロセスをリンクさせる。そして、PDCAにより、プロセス全体を組織、統合でき、継続的に改善することができるプロセス管理体系である。このプロセス管理の目標としては、ムラのないプロセス、無駄のないプロセス、迅速なプロセスであり、それぞれの成果指標として、品質コスト、時間であるということができるであろう。品質尺度というのは、プロセス・バランスのよさの軽量化であり、また、時間尺度は、プロセス・リードタイムのよさの軽量化である。また、コスト尺度は経済性のよさの軽量化であり、ここでよさというのは、内外顧客の期待の充足と考えている。

企業外部のプロセス戦略、これは、国内外を問わず企業間の壁を取り壊し、プロセス・ネットワークを構築して、ビジネス・プロセスの選択・集中・提携を図るものである。また、プロセス資産を流動化させて、企業価値を向上させる戦略であると言える。ビジネス・プロセス戦略においては、コア・コンピタンスになるプロセス以外を企業外部から求めるコラボレーション戦略によって、自社の競争優位を確保することができる。

我々がビジネス・プロセス・マネジメントについて、2004年2月から5月まで行ったアンケート調査（日本企業数は193、韓国企業数は100社）から考察すると、韓国企業の場合はトップダウンの、そして日本企業の場合はミドルアップの意識決定仕組みであると考えられる。1990年代後半以降のIT革新も無視することができない。このIT革新により新しいビジネスモデル構築が必要になるが、従来の意思決定システムから考えると、日本の場合は、今、迷いの中じゃないかと。従来の延長線でいくか、パラダイム・シフトを起こすか、その迷いの中に置かれているのではないかと私は考えている。

野村総研も日韓企業の比較を行っている。そこでも似ている表現が使われているが、韓国企業は、まず新規事業として有望な分野を探索し、参入可能性のある市場で目標とする事業規模を達成するためには、どのような技術を確保し、どの程度の設備投資を行えばよいかを先に決める。戦略的なマーケティングを重視する傾向があると。しかし、それに関して、日本企業はどちらかというと、自社の研究開発資源を出発点として、ボトムアップで事業構築を検討することにより、どうしてもプロダクトアウト的な発想になり、戦略性が薄いのではないかとということが指摘されている。

最後に、企業価値の創造のための提言を考える。今日のような、そのように不確実性が高い、そういう環境では、環境変化のインプットとアウトプットが素早くマッチングされる必要があり、そのタイムラグを短縮する必要がある。このタイムラグを改善するためには、どうしてもプロセスの視点が必要である。しかしながら、このプロセス視点においては、戦略的な側面と管理的な側面の調和が必要で、まさに今、日本企業に置かれた現状から言えば、この意思決定システム、組織管理のあり方におけるパラダイム・シフトを起こすかどうかの岐路に立たされていると考えられる。

しめくりとして、パラダイム・シフトを三つの文章で表現したい。それは、大きい会社が小さい会社を負かすのではなく、速い会社が遅い会社を打ち負かす時代になったと。そして、情報を管理する企業よりも情報を共有することを習得した企業は成功をおさめていると。さらに、ビジネス・プロセスは戦略に従い、組織はビジネス・プロセスに従う。この三つが、まさにビジネス・プロセス・マネジメントによるパラダイム・シフトであると言えるのではないかと考えている。

2. 事例報告

(1) 「ロジスティクス改革によるビジネス・プロセス革新事例」

商品の開発があって調達があって生産があって販売があり、そういった中で注文いただいた商品を発送することになるが、これが物流である。一方、商品を、もしくは製品をつくるどころ、原材料を仕入れるところだとか、実際につくる部分だとか、お客様から注文いただくというようなところで、ものが流れているところを一元管理するというのがロジスティクスである。

例えば物流部といったときのその目的は、物流コストの削減だとか、品質、サービスの向上ということで、いわゆる部分最適といえる。一方、ロジスティクス部門とか企業内ということであれば、その目的はトータルコストの削減、もしくは、自社の在庫の最適化、これは社内、もしくは全社の最適だといえる。また、サプライチェーン・マネジメントになると、こういった流通在庫、自社だけでなくて仕



入れ先とか届け出先の在庫も削減して、トータルの流通在庫を減らそうとか、あるいは、流通コスト、トータルの流通コストも削減していこうということになる。これは、全体最適である。

このコスト削減について、ビジネス・プロセス視点として、物流部門の部門内のアプローチ、部門間のアプローチ、及び企業間のアプローチという3つから考察したい。

物流のコストというのは、極端な言い方をするとすべて単価×数量ということであらわすことができる。この単価を下げるというのは、実はもう限界に来ている。というのは、いろんな荷主企業の物流の担当者は、かなりの厳しい交渉を運送会社、倉庫会社、作業会社にしてきた。その結果、単価は下落の一途をたどっていて、もうこれ以上下がったら運送会社がつぶれるんじゃないかなというところぐらいまで単価は下がっている。したがって、これ以上、単価が下がらないのだったら、数量を減らすしかコストの削減はないということになる。物流現場の作業を稼働分析という方法でいろいろ調べてみると、付加価値作業と非付加価値作業が見えるようになり、無駄を省くことができたという例が少なくない。

一方、ロジスティクス部門が、トータルのコスト削減を目指す場合、在庫政策という視点が大事になる。在庫政策とは、棚卸資産の最適化と考えてもよい。在庫政策の目的は、欠品の最少化と、過剰在庫の最少化ということになる。さらに、ロジスティクスの視点では、在庫拠点の集約とか、生産とか、荷姿の方法の変更というところで、これは部門間にまたがる話になる。

(2) 「安全と環境」

私のテーマの、安全は交通安全、環境は運輸部門の環境というようにとらえていただきたい。我が国の交通事故による死亡者というのは、年々減ってはきているが、事故の件数というのは増えている。このような状況のもとで、平成18年度からは第8次交通安全基本計画というのが策定されて、交通事故の削減を目指すという動きがある。一方、日本のエネルギー需要で、とくに、民生とか運輸部門が増えている。運輸部門では、車のエネルギー消費量が増えている。これら2つについて、提言をおこなった事例を紹介する。

まず、安全対策である。具体的には、国土交通省の開発事業として採択された、映像記録型ドライブレコーダーの普及がある。これは、カメラと加速度センサがついていて、ある一定の衝撃以上でその前後の画像をフィックスして記録しようというもので、交通事故のときにどういう状況だったかというのを記録に残すことができる装置である。“どら猫”という名前商品化した（ドライブレコーダーを略して、ドラレコと呼ぶが、その変換ミスで生まれた言葉）。結果として、国土交通省はドライブレコーダーを活用した事故分析、効果評価の充実ということで支援してくれている。

次に省エネ対策である。日本のエネルギーの消費量で運輸部門が約24%であり、このうちその2割の燃費を削減することができれば、日本の消費量の5%が削減できることになる。結局、運輸部門の90%以上は、乗用車、バス、トラックで消費しているので、その燃費をよくすれば必ずその効果はあらわれる。ここでは、NEDO、経済産業省の開発事業として採択されたデジタル式運行記録計等を活用したエコドライブの普及促進を説明したい。省エネの実証実験を実施し、200台以上の車に装置をつけて、毎回の走行データをデータセンターに送り、ドライバーにフィードバックするという、PDCAのサイクルを回した結果、1年後、燃費が2割以上よくなった。

安全と環境というのは、すべてのプロセスに影響するキーワードでもある。また、新規商品の開発に関するプロセスの進め方では、先にスポンサーや実際の普及のやり方をおぜん立てするというような取り組みが成功の要因だと考える。

(3) 「デザイン・プロセス・マネジメント革新への試み」

スピードと価値基準の変化、この二つが私たちの建築という世界でも非常に大きな影響を与えていて、従来の仕事の枠組みとかワークスタイルではもう通用しないという、そういう危機感を抱いている。すなわち、柔軟性と即応性、また、地球環境保全、これらが大きな価値であるという認識に変化している。スクラップアンドビルドとよく言われたが、スクラップアンドビルドから脱却して、フロー経済からストック経済への移行が進んでいる。建設という行為においては、良質なストックを生産するという、社会へのコミットメントが求められる時代になっている。それと同時に、ゼロエミッション、これは排出物をゼロという、そういう理想をさまざまな意思決定の過程で確認し合って、社会へのコミットメントの証として、記録していくというプロセスが必要になってきている。つまり、トレーサビリティも高い価値を持っているという認識に変わってきているといえるだろう。



良質な建築、これは社会のコミットメントであるが、良質な建築をつくりながら、柔軟性と即応性をあわせもって、なおかつ、意思決定プロセスの記録がしっかりと残る、そういったデザイン・プロセスをどう実現するか、これが我々の課題になっている。良質な建築を提供することにおいては、これは日々、切磋琢磨する以外に方法はないと思うが、それ以外の組織的対応が可能なこの柔軟性、即応性、それからトレーサビリティ、こういったプロセスをマネジメントしていく必要がある。

二つの試みを紹介したい。一つはCS設計ブリーフ活用設計手法、もう一つは、竹中コラボ・ネットである。

CS設計ブリーフ活用設計手法では、デザイン・プロセスの全体像の比較ができる。これはもう最初の段階で、こういう章立てがあって、中の細目まで用意できているので、建築主が今後どういうことを決めていけないといけないう、最初の時点でわかる。参加型のプロセスで

円滑な合意形成ができる、問題点が視覚化されている。さらに、トレーサビリティが高いという効果が期待できる。また、情報資産として標準化できる、また、さまざまな分析を行うためのデータとして改修できて再利用できるという効果もねらっている。

竹中コラボ・ネットは、竹中コラボレーションネットワークスの略であり、四つの仕組みから構成されている。まず、コラボデスク、これは、情報の流通、共有を活性化するための人的サポートである。さらに、竹中ASK-OKシステム、ウェブ上のライブラリー（従来から蓄積している情報資産）、バーチャル協業空間がある。

目指すところは、やはり創造的活動への集中である。これがやはり我々のデザインの領域では大切なことであり、サービスの主眼であるところと、これを組織内のだれにも開かれた仕組みで実現し、一方で、モチベーション、これを推進力として、紹介したようなツールをもとにプロセスを洗練化しながら前に進もうと考えている。

(4) 「交通コミュニティカードによる地域活性化の事例」

KOBEPiTaPaというカードを使って地域の活性化をしようという取り組みをおこなっている。このカードを使って取り組みをしていこうという一つの背景には、今、鉄道のお客さんが大変減り続けているということがある。平成3年を100とすると、近鉄、阪急、南海、京阪、阪神という、いわゆる大手5私鉄の鉄道のお客さんの量が、平成15年で大体マイナス20%を超えている。阪神に至っては30%近い減少になっている。

こういうICカードが普及していくと、駅で切符を売るところ、それから、券売機とかのスペースとか運用費が要らなくなる。また、単にICカードと一緒に出しているとか、共通の乗車券を出しているというだけではなくて、例えば、資材の共同購入なんかを、鉄道会社みんなで一緒になってやると仕入れ力が強くなるから少しでも安く資材を入れることができる。さらに、みんなで仕様（例えば、自動改札の機械の仕様など）を統一すれば、コストが下がるというメリットがある。

非接触ICカードというのは、これをかざすことで機能するが、このメモリーを幾つかに分けておくと、まるで複数のカードを1枚のカードの上に搭載したようなサービスができる。

KOBEPiTaPaがビジネス・プロセスの革新ということで、どこがおもしろいか、興味深いかということでは、「インテグレーション」という言葉に集約されると考えている。まず一つ目は、運賃収受そのものを一つ一つの鉄道会社がやるのではなくて、京阪神の全部の交通機関が一つのシステムを供用することで、システムコストが下がる。さらにお客さんにとっては、1枚のカードで乗りかえができる。Suica、ICOCA、あるいは各鉄道会社が、ばらばらにICカードを出したら、もうそら恐ろしいことになる。山のようにカードを持たないといけない。つまり、運賃収受システムそのものが、まずインテグレーションされた。

さらに、KOBEPiTaPaは、これを単に交通ICカードとして使うのではなく、地域、公共施設などで使えるアプリケーションが乗せられる領域を持っている。地域と交通がインテグレーションをするということが二つ目である。交通事業者が駅から出ていく、あるいは地域のいろんな活動が交通事業者と手を組んで地域活性化をするインフラ・ストラクチャーができてくる。

また、駅前のいろんな店舗でKOBEPiTaPaが利用できる。加盟店ということで、これを見せるだけで割引がきく店舗が100以上もある。こういう店舗と一緒にあって、公共交通を使っていたら、お客さんにもメリットがある。

NPOとの連携というのもやっていて、市民活動団体の支援ということで、このKOBEPiTaPaを使ってたまったポイントというのをNPO団体の活動支援にまわすというプログラムをスタートしている。NPOの団体の方が自分の会員カードのようにこれを使ってもらえると、もう普通にこれで生活をするだけで、自動的に年間500円とか1,000円とかいう金額がそういう活動支援になる。寄付をするよりもかなりハードルが低く、これを今から普及させていきたいと考えている。

今後の展開として、KOBEカード協議会が解決を目指しているのは、鉄道事業者がお客さんが減っているということへのソリューションであるが、これは神戸だけの問題ではないと考えている。全国でこれから起こってくる問題で、このための一つの答えを神戸から発信しようじゃないかという意気込みで、関西神戸から新たなビジネスモデルを世界に発信していきたいと考えている。

3. パネルディスカッション

「ビジネス・プロセス革新の実現に向けて」

プロセスに依存して仕事を脈々と続ける、こういう持続的な力というのは非常に大切な一方で、さまざまな環境変化、あるいは、価値に対する考え方の変化に対しては、旧来のプロセスを抜本的に変えなければ対応できない。つまり、ビジネスでは日々、変えるべきものと守るべきもの、この区分けというのをどうしていくかという問題に直面している。

ビジネスということを考えると、やはり結果を出していくということが、これは至上命題である。しかし、結果を出すためにプロセスがあり、プロセスが充実していなければ結果が出ない。そのプロセスをどう評価するかが重要になってくる。

そのためには、プロセスの状態を見えるようにする「見える化」が非常に大切であり、さらに、プロセスに重み付けすることも必要である。結果を出すためには、実は源流のプロセスが大事である。これが見えていなければ結果は出ない。この管理、あるいはこのモチベーションをどう上げるかという点で、情報を管理するのではなくて、むしろ共有化して、メンバーのものとしてそのプロセスを見えるようにする。これが結果につながる。また、開発プロセスなどでは、「失敗」ということに対するの評価ということが、非常に重要になってくる。目標の共有、目標をきちっと定める、ここから既にプロセス・マネジメントがスタートしている。結果を出すためには目標の共有が大事である。

そして、実は、プロセスを支えるのは人であり、人をいかに大事にし、あるいは、その人の意識をきちっと構築するかが、プロセス・マネジメントの礎である。

平成18年度

技術経営人材育成プログラム導入促進事業に採択されました

経済産業省による「平成18年度技術経営人材育成プログラム導入促進事業」で甲南大学ビジネス・イノベーション研究所が応募した「アライアンス・ベースド技術経営論の研究」が技術経営研究事業に採択されました。

本研究は企業間、企業と研究機関などのアライアンスをベースにした技術経営をめざす人材養成をはかる教育プログラムの研究を行い、その成果を社会人講座および大学院カリキュラムに組み入れることを目指します。企業間のアライアンスは大企業と研究開発型ベンチャーで行われることが多いですが、ここでは、関西地域における中規模、小規模の地元企業を対象とし、各組織の強みをもつ資源を共有して、アライアンスによる技術戦略を立案できるCTO (Chief Technology Officer) の育成を目的とした教育コンテンツを開発し、それを基にしてCTO養成プログラムを開発していきます。

専門技術を有していても規模の小さい企業にとって、独自に商品化、販売拡大を達成することは容易ではなく、企業間のアライアンスを通じて技術経営を進めていくことは今後ますます重要になってきます。そこで、企業間アライアンスの目的、実施方法、意思決定項目とクライテリア、アライアンス成果の評価・計測方法等について理論的な研究を行います。

2006年度ビジネス・イノベーション研究所
シンポジウム・研究会のお知らせ

第3回研究会

テーマ：ビジネス戦略革新－分析手法のビジネスデータへの適用－

日時 2006年10月27日(金) 13:30~17:00 開場 13:15 場所 甲南大学213講義室(2号館1階)

司会・コーディネーター 石垣 智徳氏 (甲南大学ビジネス・イノベーション研究所 客員特別研究員、大阪府立大学経済学部教授)

プログラム

13:30~13:35 開会の挨拶 中田 善啓氏 (甲南大学ビジネス・イノベーション研究所長、同大学経営学部教授)

13:35~14:20 「企業データの活用技術とその応用－事例研究を中心に－」

石垣 智徳氏 (甲南大学ビジネス・イノベーション研究所 客員特別研究員、大阪府立大学経済学部教授)

14:25~15:10 「POSデータを活用した事例研究」

小澤 佳奈氏 (大阪府立大学大学院)

15:10~15:25 休憩

15:25~16:10 「POSデータを活用したベイズ統計分析－多店舗データの有効利用－」

中山 雄司氏 (大阪府立大学経済学部助教授)

16:15~17:00 「テキストデータを活用した統計分析－地域ブランド創りの事例紹介－」

荒木 長照氏 (大阪府立大学経済学部教授、株式会社ギャガ・デジタルブレイン取締役)

ビジネス・イノベーション研究所では、2006年度も引き続きシンポジウムや研究会を開催していく予定です。詳細はニュースレターやホームページでご案内いたします。ご興味のある方は下記ビジネス・イノベーション研究所までお問い合わせください。

 甲南大学
ビジネス・イノベーション研究所

〒658-8501 兵庫県神戸市東灘区岡本8-9-1
TEL.078-435-2754 FAX.078-435-2324
E-mail: bi@center.konan-u.ac.jp
http://bi.bus.konan-u.ac.jp

発行日/2006年(H.18)9月8日発行