

| 教員名 | 加藤 健太 | 所属学科 | 経営 |
|---|-------|------|----|
| <p>【ゼミでは何を学ぶのか】</p> <p>本ゼミでは、企業のケーススタディ（事例研究）を通じて、個々の企業の具体的な経営行動を学んでいる。セブン-イレブンのプライベート・ブランド（PB）商品はどのように開発されているのか。良品計画（「無印良品」）はどのように海外市場を開拓しているのか。これらは、ゼミ生が実際に“研究”したテーマである。</p> | | | |
| <p>【どのように学ぶのか】</p> <p>ゼミでの学び方は、(a) インプットと (b) アウトプットに分けられる。</p> <p>(a) は、対象とする企業の情報を集めることから始まる。とくに重視している情報源は、『週刊東洋経済』や『週刊ダイヤモンド』、『日経ビジネス』といった経済雑誌である。これらの記事には、企業がホームページ等で公開する情報よりも、オモシロい情報が豊富に盛り込まれている。読むだけでも楽しい。</p> <p>(b) は、レポートやパワーポイントの作成と発表という形で行われる。ここでは、自分が、対象企業のどこに、いかなる疑問をもち、何を明らかにしたいのかをきちんと認識すること、言い換えれば、課題を明確にすることが大切になる。なぜなら、課題がはっきりしないと、どの情報が自分のレポートにとって有用で、どの情報はいらぬのか判断できないからである。</p> <p>レポートやパワーポイントの作成に際しては、自分の意見を入れることが求められる。さらに、発表はゼミの場だけでなく、学内の他ゼミや他大学との交流イベントの場でも行われ、その内容をめぐって熱い議論を展開している。</p> <p>こうした取組みを通じて、企業の経営行動に関する理解を深めるのである。</p> | | | |
| <p>【学んだことはどのように生かせるのか】</p> <p>上記の企業研究を通じて、次の3つの“力”が身に着くと考えている。1つは、きちんとした意見を持つために、さまざまな情報を収集し、取捨選択して自分のものにしていくこと、つまり調べる力。2つ目は、他の人の意見にも耳を傾け、協力し合いながら、自分の意見をさらに磨き上げていくこと、つまり、協同する力。そして3つ目は、間違いを恐れずに、緊張の中で、発言する勇氣。</p> <p>これらの“力”は社会のあらゆる場面で生かすことができる。</p> | | | |
| <p>【おすすめの入門書・基本テキスト】</p> <p>◎横田増生（2015）『仁義なき宅配』小学館。</p> <p>◎杉原淳一・染原睦美（2017）『誰がアパレルを殺すのか』日経BP社。</p> | | | |
| <p>【まだ見ぬ君へのメッセージ】</p> <p>企業のやっていることはオモシロい。それは堅苦しい本でしか知ることができないのだろうか。否。受動的アプローチ方法ではあるが、“テレビ”も有効に活用できる。『ガイアの夜明け』や『カンブリア宮殿』からは、企業のやっているオモシロい事業活動の一端を垣間見ることができるだろう。経営学に興味をもつ第一歩になるに違いない。</p> | | | |