

## <別紙>

ご参考までに、本教科書のまえがき、執筆者紹介、目次を掲げます。

### まえがき

#### ねらい

##### 副教材としての利用

通常、授業では、専門知識やそれら理論の説明、解説に重点を置いた教科書が使用されている。経営学においても同様である。

そうした中で、ビジネスケースを中心に編纂したのが本書である。教科書で経営の専門知識を学んだ後に、本書の実際のビジネスケースについて知識を使って思考力を磨くのが目的である。専門知識や手法をどのように使えば、経営の意図や方向性が理解できるのか、を学ぶのである。主教材に対する副教材としての利用を想定している。

##### 対象とする読者

大学学部の学生をはじめ、30歳前後を中心としたビジネスに携わる方々やビジネス・スクールの大学院生の中の経営学の初学者が読者である。

実際のビジネスケースであれば、馴染みがあったり興味もわきやすい。そうした親近感を通じて学習の理解を増進していく。また、バラエティに富んだ業種のビジネスケースを16事例、取り上げているが、学部学生が仕事に関心を持ったり、特定の仕事を志望する上で、1つのきっかけ作りになればという思いもある。

## 特 徴

##### ビジネス勘が備わった執筆者

ビジネスケースは、執筆順に岡山大学、香川大学、中村学園大学、九州産業大学、西武文理大学、静岡大学—6つの大学で現在、教鞭をとっている教員と、MBAの修了生、在学生によって執筆された。

執筆した教員の多くは過去、企業に勤務しビジネスを経験していること、そうでない教員もこれまで数多くの事例を分析、考察した経験を持っていること、MBAの修了生、在学生は今まさにビジネスを追求している真ただ中にあること、つまりいずれもビジネス勘が備わった執筆者である点が特徴である。

##### 事実の記述に徹した16ケース

ビジネスケースの数は16事例。ケースの本文は「事実を記述すること」に徹している。読者である学習者に先入観を抱かせないように、分析や評価は一切加えていない。つまり、学習者が自由に分析し、評価できるように配慮したケ

ースであることが重要な特徴である。

なお、いずれのケースも冒頭部分では予備知識として業界・市場の概況を紹介している。

### 討議の促進

ケースの先頭には討議のための問いを設けている。これは、第1部のケース分析のための基礎知識やそれら以外に学んだ知識を使って問いに答えるものである。

討議の際は、ケースの本文中の該当箇所を検索したり、指摘したりするが、それらが容易に示せるように、各ページに行数を表示している。

討議のための問いに答えるには、経営に関するさまざまな知識が必要になる。本書では経営戦略とマーケティングのベーシックな知識のみを選別して、導入部分で解説している。しかし、これら基礎知識だけで本書に掲載したすべてのビジネスケースの問いに答えられるものではない。また、学習者の自由な分析を促すには本書の基礎知識だけにとらわれる必要もない。そのため、主教材の他の教科書からも知識を補完して思考をできるだけ深めて欲しい。

## 構 成

本書は、第1部のケース分析のための基礎知識と、第2部の実際のビジネスケースの2部構成である。

### 第1部 ケース分析のための基礎知識

第1部の基礎知識では、第1章で経営戦略に関して、差別化戦略、多角化戦略などを解説した。第2章ではマーケティングに関して、関係性マーケティング、サービス・マーケティングなどを解説している。

### 第2部 実際のビジネスケース

第2部のビジネスケースは、製造業、ソフトウェア、観光、外食、金融機関、医療機関など幅広い業種の16事例を取り上げた。各章は次のように構成している。

第3章は商品開発として、ハイブリッド車、食品などの開発ケース、第4章はテーマパークやワインツーリズム、第5章はホテルやアパレルなどのチェーン展開、第6章は海外事業を含めたケース、第7章は地域密着型のケース、第8章は市場に後発参入したケース、第9章は特徴を持ったICT企業のケース、最後に第10章では患者中心の病院経営を取り上げている。

なお、討議のための問いについて、本書を授業教材に用いて講義を行う大学教員用に、ティーチングガイドを用意している。希望される方は、巻末の発行所宛てにお問い合わせください。

## 謝 辞

本書は出版に際して、岡山大学から教科書作成の助成を受けている。多大なご支援をいただいた森田 潔・岡山大学学長に記して謝を申し上げる次第である。また、大学学部生の田上大貴君が、本書のドラフトに目を通し、学習者の立場から有益なコメントを寄せてくれた。このため、随分とこなれた文章に仕上がり、読みやすくなっている。

なお、本書の執筆においては、快くビジネスケースの執筆を許可して下さった関係企業や関係機関の皆様のご厚意に負うところが非常に大きかった。ここに改めて深く感謝申し上げたい。

最後に、出版に当たって的確なアドバイスをいただいた岡山大学出版会山本千明氏に御礼を申し上げる。

2016年（平成28年）3月

執筆者を代表して  
北 真収

## 執筆者紹介（＊は編者、執筆順）

北 真収（きた まさのぶ）＊

現在：岡山大学大学院社会文化科学研究科組織経営専攻 教授、博士（学術）

執筆担当：まえがき、第1章、第5章第1節、第8章第2節

日高優一郎（ひだか ゆういちろう）＊

現在：岡山大学大学院社会文化科学研究科組織経営専攻 准教授、博士（商学）

執筆担当：第2章、第4章第2節、あとがき

木全晃（きまた あきら）

現在：香川大学大学院地域マネジメント研究科 教授、博士（学術）

執筆担当：第3章第1節

前田卓雄（まえだ たかお）

現在：中村学園大学流通科学部 准教授、博士（学術）

執筆担当：第3章第2節

石元 玲（いしもと れい）

現在：株式会社中国銀行、岡山大学大学院社会文化科学研究科博士前期課程在学中

執筆担当：第4章第1節

桑名宏明（くわな ひろあき）

現在：株式会社サンマルクホールディングス、修士（経営学）

執筆担当：第5章第2節

岡田泰治（おかだ たいじ）

現在：株式会社クロスカンパニー、岡山大学大学院社会文化科学研究科博士前期課程在学中

執筆担当：第5章第3節

山中崇良（やまなか たかよし）

現在：倉敷芸術科学大学事務職員、修士（経営学）

執筆担当：第6章第1節

村山佳紀（むらやま よしのり）

現在：株式会社大塚製薬工場、修士（経営学）

執筆担当：第6章第2節

松尾知也（まつお ともや）

現在：九州産業大学商学部 准教授、博士（経営学）

執筆担当：第7章第1節

平宅栄三（へいたく えいぞう）

現在：株式会社中国銀行、岡山大学大学院社会文化科学研究科博士前期課程在学中

執筆担当：第7章第2節

加瀬部 強（かせべ つよし）

現在：マシン・テクノロジー株式会社代表取締役社長、修士（経営学）、岡山大学大学院社会文化科学研究科博士後期課程在学中

執筆担当：第8章第1節

黒崎宗宏（くろさき むねひろ）

現在：西武文理大学サービス経営学部 教授、博士（学術）

執筆担当：第9章第1節

遊橋裕泰（ゆうはし ひろやす）

現在：静岡大学大学院総合科学技術研究科 准教授、博士（学術）

執筆担当：第9章第2節

榎木進吾（まさき しんご）

現在：グラクソ・スミスクライン株式会社、岡山大学大学院社会文化科学研究科博士前期課程在学中

執筆担当：第10章

## 目 次

まえがき

執筆者紹介

### 第1部 ケース分析のための基礎知識

#### 第1章 経営戦略の基礎知識 ○北 真収

1. 経営戦略
2. 差別化戦略
3. 多角化戦略
4. 環境・資源の分析

#### 第2章 マーケティングの基礎知識 ○日高優一郎

1. マーケティング・マネジメント
2. 関係性マーケティング
3. 顧客満足
4. サービス・マーケティング

### 第2部 実際のビジネスケース

#### 第3章 商品開発のケース

1. 価格訴求型ハイブリッド車の創出—本田技研工業「インサイト」のケース  
東京都— ○木全 晃
2. 新商品開発と市場共有化のマネジメント—ふくや「味の明太子」のケース  
福岡県— ○前田卓雄

#### 第4章 観光、旅行のケース

1. 再生要因を探る—ハウステンボスのケース長崎県— ○石元 玲
2. 地域ブランド構築に向けた事業デザイン—ワインツーリズムのケース山梨県— ○日高優一郎

#### 第5章 チェーン展開のケース

1. 1円当たりの顧客満足度 No.1 をめざして—スーパーホテルのケース大阪府— ○北 真収
2. お客様にとって最高のひとときを創造—サンマルクホールディングスのケース岡山県— ○桑名宏明
3. アパレルビジネスの成長シナリオ—クロスカンパニーのケース岡山県—

○岡田泰治

## 第6章 海外事業のケース

1. 国内外でカテゴリートップを走るグローバル企業—ユニ・チャームのケース 愛媛県— ○山中崇良
2. 米国企業を買収—大塚製薬のケース 徳島県— ○村山佳紀

## 第7章 地域企業のケース

1. 企業の成長と多角化—西日本鉄道のケース 福岡県— ○松尾知也
2. 預金ピークアウト時代における地方銀行の差別化戦略—大垣共立銀行のケース 岐阜県— ○平宅栄三

## 第8章 後発参入のケース

1. 逆境からの再出発—バーガーキングのケース 東京都— ○加瀬部 強
2. ネット販売で生命保険に参入—ライフネット生命のケース 東京都—  
○北 真収

## 第9章 ICT企業のケース

1. 小さな高収益システム会社—エリアのケース 東京都— ○黒崎宗宏
2. 価値創造戦略—チームラボのケース 東京都— ○遊橋裕泰

## 第10章 医療機関のケース

- 患者中心の病院経営—倉敷中央病院のケース 岡山県— ○柁木進吾

あとがき

索引

编者紹介