

授業シラバス

詳細情報

2011-4020000397-01

科目名「クラス名」(サブタイトル)	期別	単位数	開講年次
経営組織論	前期	2	2
担当教員	三浦 隆之		

概要

経営者は、組織のデザイナーである。組織を構成する諸要素（事業分野、専門職能領域、人材など）がたとえ同じでも、その組織デザイン（束ね方や組み合わせ方）が異なれば、企業の業績や成長を大きく左右することになるからである。本講義の目的は、そうした組織デザイン上の問題を理解し解決するのに有効な分析枠組みを模索し構築することである。

組織デザインの問題には、特定の立地あるいは敷地に所与の素材でどのような建物（内部組織）を建てるかという問題だけではなく、労働力、原材料部品、耐久生産財といった生産諸要素を市場取引からどの程度内部組織に取り込むかという問題、企業の利潤極大化行動からの変異・乖離と修復・回帰をもたらず組織的要因を探る問題、所有と経営が分離した状況下において企業統治・支配の仕組みをどのように構築するかという問題、組織メンバー間への成果分配や報酬体系の在り方を探る問題などが含まれる。こうした問題は複合的に現象することが多い。経営組織論と企業行動論とが理論的に強い繋がりをもつ所以である。

到達目標

生産要素市場を内部化したり、生産物市場を系列化することによって、現実の企業は、なにがしかの組織的な膨らみをもっている。それにしても、自由競争市場の理想からすれば、市場取引を内部化・系列化することによってどのような合理性があるのだろうか？また、そうした組織的な膨らみは、ややもすれば大企業病につながることもある。諸企業はいかにしてこれを克服してきたのか？こうした疑問に自分なりに答えられるようになることを目指す。

成績評価基準および方法

主として、定期試験によって評価する。日常の受講態度が反映される場合もある。

テキスト

- ・ロバーツ『現代企業の組織デザイン』NTT出版、2005年、全296頁、3,200円。ISBN 4-7571-2139-3
- ・三浦隆之稿「書評：ロバーツ『現代企業の組織デザイン』」『福岡大学商学論叢』第54巻・第2・3・4合併号、2010年3月、391-434頁。福岡大学図書館のホームページからダウンロードできるし、残部があれば、福岡大学文系センター4階の研究推進部事務室で入手可能。以下同じ。

参考書

- ・ミルグロム&ロバーツ『組織の経済学』NTT出版 ISBN 4871885364
- ・三浦隆之稿「我が国ストックオプション制度の特質」『福岡大学商学論叢』第53巻・第4号、2009年3月、403-423頁。
- ・三浦隆之稿「株主はもはや企業の所有者ではない!?」『福岡大学商学論叢』第52巻・第3・4号、2008年3月、391-418頁。
- ・三浦隆之稿「東洋新薬：トクホ日本一企業はこれからも他社ブランド生産を貫くのか?」『福岡大学商学論叢』第53巻・第1号、2008年6月、45-64頁。
- ・三浦隆之『近代経営の基礎(第2版)』創成社 ISBN 9784794422897
- ・三浦隆之稿「企業行動と経営組織の構造」一寸木俊昭編『現代の経営組織』第5章所収、有斐閣 ISBN 4641053030
- ・三浦隆之稿「市場か組織か..企業境界論争を超えて」川端久夫編『組織論の現代的主張』第3章所収、中央経済社 ISBN 4502329053
- ・ウイリアムソン『市場と企業組織』日本評論社 ISBN 9784535572799
- ・ウイリアムソン『現代企業の組織革新と企業行動』丸善
- ・サイアート&マーチ『企業の行動理論』ダイヤモンド社

履修上の留意点

後期の「企業行動論」（2単位）に連続する。併せて受講することが望ましい。
テキストをよく読み、毎回出席して、よく聴くこと。
板書は、あくまでも講義内容の視覚的な補助にすぎない。講義の時に、私と一緒に考えることが大切である。すぐ解らないからといって、簡単に諦めないこと。私も、難しいことをできるだけやさしく解説することに情熱を傾ける。学問の楽しさは、濃い霧が少しずつ晴れてゆく喜びにこそ存在する。
FUポータル教員のプロフィールも参照されたい。

授業計画

【前期】

- 第1章 戦略と組織
 - 戦略、組織、そして環境
 - 組織デザイン問題：戦略と組織の設定
 - 戦略と組織の変化
 - 乱気流環境の戦略と組織
- 第2章 組織デザインの主要概念
 - 補完性
 - 非凸性と非凹性
 - タイトorルース・カップリング
- 第3章 企業の性質と目的
 - 市場の失敗の源泉と性質
 - 企業vs.市場
 - 企業の本質
 - 協力とイニシアチブ
- 第4章 現代企業とモチベーション
 - モチベーション問題の原因と性質
 - 基本的なエイジェンシー理論
 - 業績指標の選択
 - PARCとモチベーション