

## ケースに学ぶ経営学

新版

東北大学経営学グループ著

有斐閣 2008（有斐閣ブックス）



所蔵館 請求記号

本 館：K/335.1/To25

神田分館：/335.1/To25

### 小川 健（経済学部准教授）

この「ケースに学ぶ」シリーズはそれぞれの事例を学ぶ上で、具体的な企業名・国名などを出してその状況を取り上げ、理論を使って後から解説をしていく形式をとっていて、イメージがわかりやすく作っている。中でもこの「ケースに学ぶ経営学」は概括的に学ぶ上では最適と思われ、ぜひ1年生のうちに読んでおいてほしいと思われるものである。末尾には各章の分野のさらに進んだ本の紹介だけでなく、調査からプレゼンまでの流れなども掲載されていて、手元に置く価値のある本と思われる。このシリーズは旧版から新版になって、事例が半数以上入れ替わっているが、「ライオンの部屋干しトップ」「セブン-イレブン・ジャパン」「三菱ふそうのハブ」など、より今の人たちが読みやすい事例に切り替わった反面、「ヤマト運輸の宅急便」「トヨタ自動車」など従来から大事な話はほぼそのまま残してある意味で、古典的な性質も残っている。

経済学部などでもこの本は読んでほしいと思う。経済学を理論ないし事例のみで通過してしまい、「どう活かすか」の視点が欠けたまま卒業して民間企業などに就職すると、経済学部で学んだこ

とは就職後には「意味がない」という誤解を招きかねない。この本を見ておくことで、その点を補える上に、「個々の理論が分かれていて問題を提示してくれる経営」に「比較的体系化されていて答えを出せる経済学」という視点を持って当たれる。

一方、経営学部には所属している人にはぜひこの本を新版・旧版照らし合わせて読んでほしいと思う。例えば旧版にはあったが新版からは消えてしまった事例の中に「アサヒ・スーパードライ」や「花王（現：kao）」があるが、それぞれなぜ置き換わったのか、旧版と新版のメッセージの違いは何か、その一方で「シャープ」のようにあえて残したのはなぜかを見ることで、時代に合わせて変えるべきものと変えてはいけないものがあることも分かる。また、いわゆる文系廃止論などでやり玉に挙げられたポーターの経営戦略論についても、「マクドナルドとモス」で取り上げているが、なぜこの理論がある意味で重要で、その反面なぜこの理論がある意味で重要ではないのかも読み進めていくとわかると思われる。