

平成 26 年度 日本学生経営学会

冬季全国大会

日時	2014 年 12 月 6 日（土） 会場受付開始 9:00 開演 9:30 終演 17:00 懇親会 19:00
場所	福岡大学（福岡県福岡市城南区七隈八丁目 19 番 1 号） 1 号館 123 教室（大会主会場）/121 号室（1 年生大会会場）
主催校	日本学生経営学会 福岡大学経営学研究部
参加大学	大阪商業大学・関西学院大学・甲南大学・福岡大学・松山大学
後援	大阪商業大学学生経営学研究会顧問 中津孝司教授

【目次】

プログラム（大会スケジュール）	p.3-4
顧問・理事長挨拶文	p.5-6
問題提起文・評価基準	p.7-10
大会注意事項	p.11
〈午前の部〉	
【1年生の部】	
福岡大学（内田・伊美・木下）	
『Japanese Café ～世界に伝えるお・も・て・な・しの心～』	p.13-15
関西学院大学（岡野・中尾）	
『日本企業による鉄道事業の海外輸出』	p.16-18
【2～4年生の部】	
福岡大学（楠田・山田）	
『オープン・イノベーションによる日本企業と外国企業のコラボレーション』	p.19-21
関西学院大学（清武・曾川・寺田）	
『日本におけるイノベーションとタイムベース競争戦略』	p.23-25
〈午後の部〉	
甲南大学（松浦・山下・吉見）	
『「日本製造業の Innovation 戦略 ～新興国における新たな価値創造～」』	p.27-29
松山大学（赤坂・西原）	
『ダイバーシティマネジメントによるイノベーションの促進』	p.31-34
【総会資料】	
会計報告	p.35
会計監査報告	p.36-37
書記広報報告	p.38
渉外報告	p.39
研究報告	p.40
日本学生経営学会の一年	p.41-42

平成 26 年度 日本学生経営学会夏季全国大会 プログラム

日	時	2014 年 12 月 6 日
場	所	福岡大学 (福岡県福岡市城南区七隈八丁目 19 番 1 号) 1 号館 123 教室 (大会主会場)
松山大学 HP		http:// www.fukuoka-u.ac.jp/ (交通アクセス、キャンパスマップなど参照)
大会テーマ		2～4 年生 「日本におけるイノベーションの要因とその創造」 1 年生 「日本的経営資源を活用した国際展開」
顧問		中津孝司 (大阪商業大学総合経営学部教授)
参加 (加盟) 校		大阪商業大学・関西学院大学・甲南大学・福岡大学・松山大学

大会プログラム

- ✚ 開場 受付開始 9:00
- ✚ 開演 9:30-9:45
 - 開会宣言
 - 諸注意
- ✚ 午前の部発表 9:55-11:40
 - 【1 年生の部】(1 号館 122 教室) [※発表 15 分・質疑応答 15 分]
福岡大学 内田・伊美・木下……………10:00-10:30
『Japanese Café ～世界に伝えるお・も・て・な・しの心～』
関西学院大学 岡野・中尾……………10:35-11:05
『日本企業による鉄道事業の海外輸出』
 - 【2～4 年生の部】(1 号館 121 教室) [※発表 20 分・質疑応答 30 分]
福岡大学 楠田・山田……………9:55-10:45
『オープン・イノベーションによる日本企業と外国企業のコラボレーション』
関西学院大学 清武・曾川・寺田……………10:50-11:40
『日本におけるイノベーションとタイムベース競争戦略』
- ✚ 昼食休憩 11:40-12:30
- ✚ 午後の部発表 12:30-14:15 (1 号館 123 教室) [※発表 20 分・質疑応答 30 分]
 - 甲南大学 松浦・山下・吉見……………12:30-13:20
『「日本製造業の Innovation 戦略 ～新興国における新たな価値創造～」』
 - 松山大学 赤坂・西原……………13:25-14:15
『ダイバーシティマネジメントによるイノベーションの促進』

✚ アンケート記入 14:15-14:30

✚ 休憩 14:30-14:45

✚ 総会 14:45-16:35

福岡大学顧問合力先生の講評

顧問中津先生の講評

会計報告

会計監査報告

書記広報報告

渉外報告

研究報告

年間総括

甲南大学からの報告

関西学院大学からの報告

結果発表・表彰

次期理事紹介

閉会宣言

✚ 懇親会 19:00-

たら福 3号店

✚ 12月7日

夏季大会反省会 9:00-12:00

ご挨拶

大阪商業大学総合経営学部教授・日本学生経営学会顧問

中津孝司

日本、並びに日本企業を取り巻く内外の環境は激変を続けています。

「ベルリンの壁」崩壊以降、世界の企業は、いわゆる冷戦終結という国際環境を前提に戦略を練り上げてきました。しかし、日本企業はこの環境激変に対応できなかったのです。その産物が「失われた 20 年」。日本の「失われた 20 年」には冷戦終結、すなわちグローバル経済時代の到来に対応できなかったことにそもそもの原因があります。

冷戦終結によるグローバル経済時代の到来で貿易と投資の空間が格段に広がりました。その結果、相対的に日本市場の重要性が低下しました。にもかかわらず、日本企業はグローバル経済への対応が遅れたのです。極端な円高局面に入ってようやく、日本企業は重い腰を上げ、国際化へと舵を切りました。

ところが、日本は新たな脅威に直面します。民主党政権の成立と東日本大震災です。特に、有権者の意思決定とは言え、民主党政権の成立は日本全体にとって悪夢でした。悪夢を払拭したのが現在の安倍政権誕生です。「アベノミクス」には理論的根拠はありませんが、少なくとも日本の閉塞状況を打破するには有効です。それは円高修正と株価上昇とに如実に表れています。やがて 1 ドル 120 円、日経平均 20,000 円の局面を迎えるでしょう。

この安倍政権が新たな戦略を打ち出しました。解散総選挙と消費税率再引き上げの延期です。消費税率を現行の 8% から 10% に引き上げることを安倍政権は見送りました。この意思決定に有権者の是非を問うというのが解散総選挙の大義です。

しかしながら、真意は違います。女性閣僚のダブル同時辞任による政権の損傷をリセットすることに解散総選挙の狙いがあります。仕掛け人は菅官房長官。安倍首相は菅官房長官が描くドラマの主演を演じたに過ぎません。総選挙では与党が再び圧勝することでしょう。現在の野党に与党を撃ち落とす能力はありません。安倍政権は新たな船出を迎え、来秋に予定されている自民党総裁選で安倍首相が再選される布石が打たれます。

党利党略による総選挙ではありますが、国民も企業も政治を土台とする空間に存立しています。政治が経済政策を左右する以上、否が応でも受け入れざるを得ません。政治と経済政策を前提に企業は戦略を打ち出します。逆ではありません。これは重要な視点です。

一方、冷戦終結の世界に挑戦状を突きつけた国がクリミア半島を略奪したロシア。懲罰として欧米諸国はロシアに金融制裁を突き付けました。資金と先端技術へのアクセスを遮断されたロシア。ロシアからは多額の資本が流出し、株安・通貨安・債券安のトリプル安に見舞われました。窮地に陥ったロシアは中国に泣きつく一方、日本には秋波を送るようになりました。

日本企業は眼前に広がる激変に対応していかなければなりません。企業の能力とは煎じ詰めれば外部環境変化対応能力です。学生諸君にも対応能力を磨くことを期待しています。

ご挨拶

日本学生経営学会理事長 稲田風子

日本学生経営学会理事長を務めさせています、関西学院大学の稲田風子と申します。今大会も、例年と同様に冬季大会は福岡大学での開催となりました。会場を提供していただいた福岡大学様には、感謝の意を表したいと思います。また、今大会では現理事はもちろん各大学次期理事とともに準備を行いました。今大会を現理事と次期理事そして、福岡大学経営学研究部様のご協力のもと開催できることをうれしく思います。

今大会のテーマは、前回に続きイノベーションについて考える内容です。イノベーションとは何かそしてそこに必要なものとは何か。発表者の定義を受けとめ各々が自らのものと照らし活発な議論が繰り広げられることを期待します。

今大会のテーマは、前回から続くものでした。各大学の研究を見てみると、夏季大会にて日本学生経営学会顧問中津先生や福岡大学経営学研究部顧問合力先生にいただいた講評を反映しておられる研究も見受けられました。これについては、学会理事長として大変うれしく思います。学会の運営上、毎年理事会が刷新されます。理念やテーマなどが大きく変わります。しかし研究とは1年間で終わるべきものではありません。ましてやテーマが発表されてからの1か月で知識を得、形にするものではないと思います。その意味で夏からつながりのある研究が見られることについて理事長として大変うれしい気持ちです。学会に参加する各学生が学会と研究テーマと自らが本来専攻する研究とを合わせた発表を行う日が来ればと思います。

今理事会では質の向上、外への情報発信、内への情報共有を方針として掲げました。しかしそのすべてが成功したとは言いきれません。加盟校増加については、数字としての結果をあげることはできませんでした。しかし、研究理事を設けたことで、つながりのあるテーマを設定し、つながりのある研究発表が行われることとなったことは大きな成果であると感じます。

理事会では、発足からほぼ2週にいちどのペースで会議を行ってきました。時にはお互いに厳しい意見を交わすこともありました。しかし、学会の開催というひとつの目標に向かい取り組み、こうして最後を迎えております。それぞれの理事が支えとなり、動いてくれたおかげで活動を無事に終えようとしています。理事長とし至らない点多々あった自覚があります。協力して取り組んでくださったそれぞれの理事、そして学会会員の皆様に感謝の意を表します。

1年間、ありがとうございました。

問題提起文

大会テーマ（1回生）

「日本的経営資源を活用した国際展開」

前回では、日本企業の未開拓市場への進出について研究をしてもらい、一部の議論の中で日本的経営資源を用いた未開拓市場による進出が取り上げられた。これから日本的経営資源による国際展開の必要性が高まっていくだろう。

なぜなら日本では、自国内で生産・消費し利益を得ることが難しく、国際展開をしていくことは企業にとって大きな課題である。しかし、日本では日本独自の経営資源が多くあるにも関わらず、それらが最大に有効活用できていないのが現状である。

よって今回は、「日本的経営資源の国際展開」というテーマのもと、現在日本にある日本独自の経営資源をどのように国際展開するべきかについて研究してもらいたい。各大学には、まず経営学における「経営資源」を調べるところから研究を始めてもらいたい。

審査員・審査基準（1回生）

◆審査項目

1. テーマに沿っているか
 - ①日本の経営資源について捉えられているか
 - ②具体的な国際展開について論じているか
 - ③上記2項（①、②）を踏まえた上でイノベーションの可能性について論じているか

2. 自分の考えとオリジナリティがあるか

3. 研究の質について
 - ①1つの論に対して裏付けされているか（根拠の明確化）
 - ②裏付けに対しての信憑性があるか（データ・分析）
 - ③提案に対して実現可能か

4. 表現力（わかりやすく工夫しているか）
 - ①レジュメ
 - ②パワーポイント
 - ③発表の仕方

◆審査方法

審査員：加盟大学5校の代表2名の合計11名で行います。

（大阪商業大学1名、関西学院大学2名、甲南大学2名、福岡大学2名、松山大学2名）

採点：10項目で学生は各5点、教授は1・3が各8点でその他は5点で採点します。

※自分の大学には採点しないでください。

大会テーマ（2～4回生）

「日本におけるイノベーションの要因とその創造」

前回のテーマでは未開拓市場への進出を研究することによって飽和市場から新たな市場への進出を模索してもらった。未開拓市場への進出は熾烈な競争を強いられている企業にとっては新しい可能性となるだろう。さらに新たなマーケットを開拓する事は市場の成長にともない大きな収益を生むこととなる。しかし市場が魅力的であればその分他の企業も追随してくることであろう。なぜなら絶えず企業は他のライバル会社の動向に注意しているものである。未開拓市場を探し続けるのもいつかは限界が来てしまうだろう。今はゼロベースで製品、サービス、ビジネスモデルを創造するイノベーションを企業が起こせるかどうか企業が及び市場の活性化につながる。

今回の冬季大会テーマは「日本におけるイノベーションの要因とその創造」である。これまでにイノベーションの必要性は説かれることはあってもそのイノベーション自体を起こす方法論についてはあまり話されてこなかった。イノベーションは偶発的なものであり計画的に起こすことは困難であるといわれてきたからである。

しかし偶発性によるものであるならばなぜイノベーションを起こせる国と起こせない国、また企業によって起こせる企業とそうでない企業に分かれてしまうのか。特に日本企業はイノベーションを起こしたくても起こせないでいる。イノベーションを起こせる企業とそうでない企業との差異は一体何であるか。組織か戦略か、またはその他の要因や総合的問題とも考えられる。各大学には日本企業がイノベーションをおこすための要因とはなにか。そして、それをどう取り入れて応用していくべきかを考えてもらい、イノベーションをさらに探求する機会にしてもらいたい。

審査員・審査基準（2～4回生）

◆審査項目

1. テーマに沿っているか
 - ①イノベーションの要因について研究されているか
 - ②これからどのように日本企業がイノベーションの要因を取り入れ応用していくべきかについて具体的に述べられているか

2. 自分の考えとオリジナリティがあるか

3. 研究の質について
 - ①1つの論に対して裏付けされているか（根拠の明確化）
 - ②裏付けに対しての信憑性があるか（データ・分析）
 - ③提案に対して実現可能か

4. 表現力（わかりやすく工夫しているか）
 - ①レジュメ
 - ②パワーポイント
 - ③発表の仕方

5. 視点の広さについて
 - ①国際的な視点があるか（企業・国を含む）

◆審査方法

審査員：加盟大学5校の代表2名の合計11名で行います。

（大阪商業大学1名、関西学院大学2名、甲南大学2名、福岡大学2名、松山大学2名）

採点：10項目で学生は全て各5点で採点、教授は1・3は各8点、その他は各5点で採点します。

※自分の大学には採点しないでください。

注意事項

- ・時間厳守でお願いします。
- ・遅刻の場合は各大学の理事を通して理事会に連絡してください。
- ・必ずスーツの着用をお願いします。ジャケットも着用してください。
- ・男性はネクタイの着用をお願いします。
- ・空調は一括で管理されているので、温度調整は各自でお願いします。

〈大会発表中について〉

- ・貴重品に関しては自己管理をお願いします。
- ・発表中は飲食禁止とします。
- ・携帯電話はマナーモードにしてください。
- ・1 挙手 1 質問をお願いします。但し、それに該当しないと判断した場合は強制終了します。
- ・質疑に関しては発表後に質疑応答の時間があるのでその際をお願いします。
- ・発表中のコートの着用は禁止します。
- ・電子辞書の使用は許可します。

<このページには何も印刷されていません>

Japanese Café

～世界に伝えるお・も・て・な・しの心～

冬季テーマ「日本的経営資源を活用した国際展開」

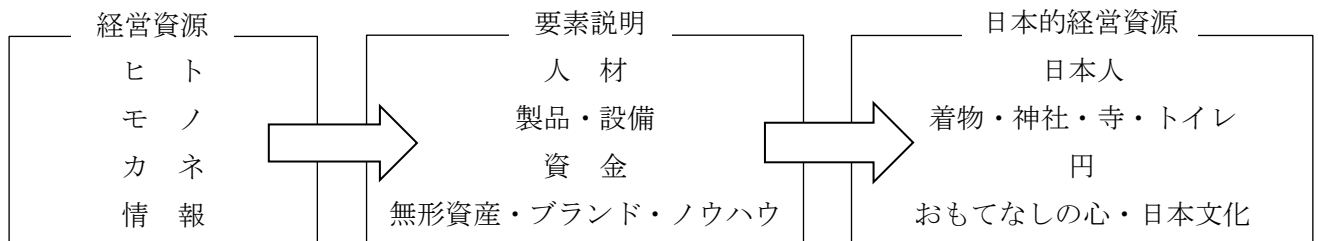
福岡大学経済学部 1年 内田 杏実

福岡大学商学部 1年 伊美絵里花

福岡大学商学部 1年 木下 愛海

1. 日本的経営資源について

企業や団体の成長を支える、いわゆる「ヒト」「モノ」「カネ」、そして「情報」（知的財産）などの無形資産の総称。



2. 日本の文化×観光産業(おもてなし)＝洗練された新たな価値

日本文化：情報（着物、無形文化遺産である日本食、わびさび）

《海外に伝わっている日本文化》→本来の日本古来の文化とは異なった認識

観光産業：ヒト（日本人ならではのおもてなし、丁寧さ、こだわり）

《問題点》→おもてなしの心を日本にだけとどめている

3. 『Japanese Café』

本物の文化を外に出そう！そして、日本への観光客を増やそう！

☆文化を伝えるために提供するサービス☆

空間のサービス：掘り炬燵、引き戸、のれん、座布団、畳

文化のサービス：着物、アニメ、漆器、和食、忍者、侍、抹茶などの和菓子、日本舞踊や音楽

知識のサービス：体験（抹茶立て、浴衣・法被を着る）、日本の今（写真、映像）

☆日本への観光を促す 日本の有名スポットを伝える☆

手 段：日本風景や観光地の写真を飾る

旅行会社と協定を結ぶ

<旅行会社との具体的な連携方法>

観光客のニーズに合わせたツアーを組む

Ex) 忍者なりきりツアー、舞妓さんはんなりツアー、抹茶味わいツアー

→自社だけで発信するよりも、効率的により多くの人に自社を知ってもらえる。

→宗教や文化が違うことで生じる「食」に対しての配慮も可能。

<その他の手段>

① 多言語に対応したホームページ作成

→ネットからツアーの申し込みや現状を確認できるような環境を作る。

② SNS の活用

→気軽に見ることができる Twitter や Facebook を活用して季節の写真や瞬間の写真をこまめにアップする。

☆生まれる雇用と経済効果☆

現地で現地の従業員がお客に伝えることで親しみやすく、触れやすくなる
現地での雇用も生まれる。

以上を踏まえて考えると…

4. 展開先

では、受け入れられやすい展開先はどこなのか？



なぜ、東南アジアなのか？

総人口約六億人といった市場規模で、年率 5.6% の経済成長をみせている。

今後の **中間層・富裕層** の増加も期待され、周辺国への展開可能性も高い。

→所得の増加に応じて消費も増加する為、現在発展している東南アジア諸国に
大きな市場があるとみたから。

→お茶やお花などはお抹茶代やお花代など費用が掛かるから。

→親日国が多く、日本食や日本への旅行等の興味関心が高いから。

5. まとめ

日本独自の経営資源の一つである、「文化そのもの」また、日本人のおもてなしの心が現れる観光業。

この二つを融合し国際展開することにより、海外でも日本のそのものを味わえる事ができると考えた。

親日国である東南アジア諸国に **Japanese Café** を展開することによって、日本の文化を実際に伝えることができる。またそれだけでなく、日本への観光を促すきっかけにもなるだろう。

これは、訪日外国人の向上だけでなく観光業への経済効果に繋がるのではないかと考える。

<参考文献>

日本政府観光局 東南アジアの訪日旅行の現状と課題 [2013年]

<https://www.tb.mlit.go.jp/chubu////////kikaku/syoryudo/sectional-meeting-esa-rd01/no4.pdf>

アウンコンサルティング株式会社 アジア諸国の親日度調査 [2012年]

<https://www.auncon.co.jp/corporate/2012/2012110602.pdf>

電通 外地域で日本のイメージや興味・関心を調査 [2012年]

<http://www.dentsu.co.jp/news/release/pdf/cms/2012077-0704.pdf>

フェネトル・パートナーズ 成長市場東南アジア [2011年]

<http://www.fenetre.co.jp/jpn/2011/05/post-52.html>

三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング日経サービス業グローバル展開動向調査 [2014年]

<http://www.murc.jp>

長崎県東南アジアビジネスサポートデスク

東南アジア地域における日系サービス業進出について[2013年]

<https://www.pref.nagasaki.jp/shared/uploads/2013/12/1386657425.pdf>

BCG インドネシアの中間・富裕層は急増 [2013年]

<http://www.bcg.co.jp/documents/file142871.pdf>

BCG ベトナムの中間・富裕層 [2013年]

<http://www.bcg.co.jp/documents/file159085.pdf>

日本企業による鉄道事業の海外輸出

関西学院大学 学生経営研究会

岡野聡次郎 中尾真由

1. はじめに

今回、私達は今季のテーマである「日本的経営資源を活用した国際展開」において、日本が世界に対抗しうる分野はどこかを考えてみた。そのなかで、実際に2004年に中国へ鉄道の輸出があったことを思い出し、調べたところ鉄道の海外への輸出事例がいまだに少ないことが分かった。そこで私達は日本が持つ鉄道技術を日本的経営資源として捉え、輸出事業とすることができないかと考えた。

2. 鉄道の定義

今回の研究で鉄道の定義「レールを敷いた専用通路上」を「人と物を迅速かつ大量に運送する一切の設備と、人を含む事業」とした。

3. なぜ国際展開か？

日本はこれから、少子高齢化による市場規模の縮小に見舞われることになる。国内の需要の減少に伴い、技術継承も難しくなっており、技術喪失の可能性すらある。日本の鉄道業界は国際展開を余儀なくされ、国際市場での競争力強化が急務とされる。そこで注目したのが近年、経済成長が著しい東南アジア、特にインドネシア、タイ、マレーシア、フィリピン、ベトナム（以下ASEAN5）である。ASEAN5はその飛躍的な成長とは裏腹に、交通インフラの整備が遅れている現状がある。今回の研究で私達は発展途上国のインフラ需要が高いASEAN5に進出することが国際展開のファーストステップとなるのではないかと考えた。

4. 輸出形式

今回の研究では、近年増加しているパッケージ輸出という輸出形式に焦点を当てた。パッケージ輸出とは車両・部品単体の調達だけでなく、保守・オペレーションを含めた鉄道事業トータルをパッケージで入札にかける調達方式である。

5. 国際化の利点

日本企業が鉄道事業をパッケージ輸出する場合に発生すると考えられる利点。

- 日本の鉄道各社の国際市場への進出
- ビジネスモデル変化による技術の相乗効果
- 日本企業の知名度・イメージの上昇

6. 国際化の課題

- 現地話者の技術者の確保
- 技術の流出
- 莫大な規模の投資

7. 鉄道産業の世界市場規模

鉄道産業の世界市場規模は UNIFE（欧州鉄道産業連盟）によると年間で14兆円程度であり、2016年まで年率2～2.5パーセントほどで成長していくと予測している。

8. 日本の鉄道の優位性

日本の鉄道の特性としては地震への対応が挙げられる。アジア圏内でも地震の発生が多いことを鑑みると、日本の地震対応技術は東南アジアへの輸出に適していると思われる。

- 早期地震検知システムの運用
- 耐震補強
- 列車の線路からの逸脱防止

9. 国際基準の必要性

現在東南アジアではヨーロッパ基準の列車、日本基準の列車などが混在している現状がある。また、将来鉄道どうしを接続する可能性があることから、信号システムや線路の規定などの分野で国際基準の導入を視野に入れる必要がある。

10. まとめ

今回の研究で私達は日本の鉄道事業を本格的に海外輸出することについて考えた。海外に輸出するには政府によるトップセールスや鉄道事業自体の国際標準化へ適応する課題がある。しかし、国内の市場が縮小している中、海外展開は急務である。その現状を打破するためには、ASEAN5 のインフラ需要を海外展開の第一歩として捉え、積極的な海外への進出をしていくことが必要であると結論づけた。

参考資料

国際協力銀行調査報告書

http://www.ibic.go.jp/wp-content/uploads/press_ja/2013/11/15775/2013_survey.pdf

国土交通省 「我が国鉄道システムの海外展開」

http://pari.u-tokyo.ac.jp/event/policy_discussion/pari110610_rail.pdf

一般社団法人日本民営鉄道協会

<http://www.mintetsu.or.jp/knowledge/term/161.html>

Scope net 特集 海外インフラ事業における PPP

http://www.scopenet.or.jp/main/scope_net/pdf/vol64.pdf

世界経済のネタ帳 経済・統計 情報サイト

http://ecodb.net/ranking/imf_ngdgd.html

オープン・イノベーションによる

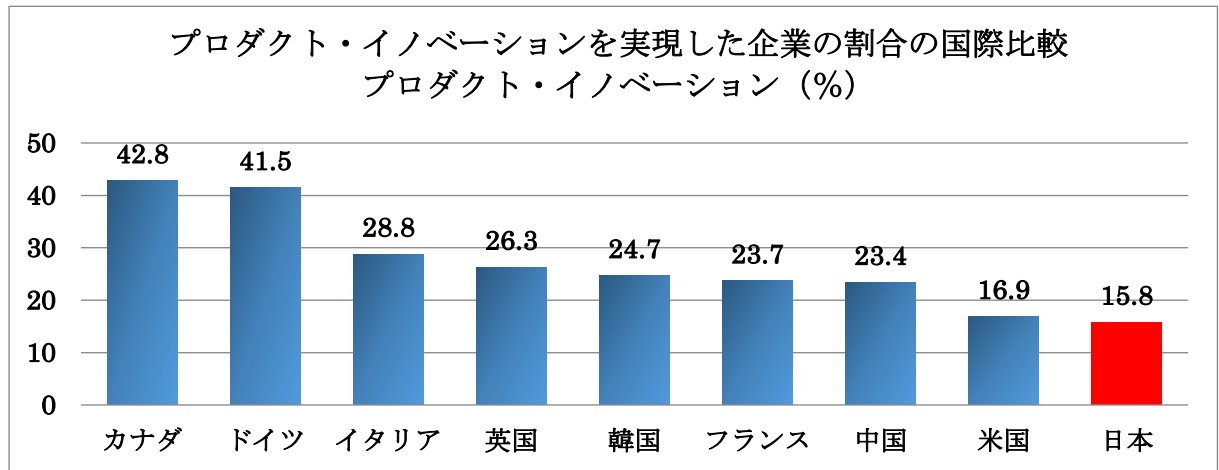
日本企業と外国企業のコラボレーション

福岡大学 経営学研究部 2回生 山田 翔
2回生 楠田史佳

○イノベーションとは

競争優位を獲得するための「何かを実行する際の新しいやり方すべて」なのであり、「他の企業が軽視するかまたは利用できないような機会を活用すること」なのである。

○日本の現状



出典：科学技術・学術政策研究所「第3回全国イノベーション調査」公表資料より作成

○日本におけるイノベーションの要因

技術や知識の交流

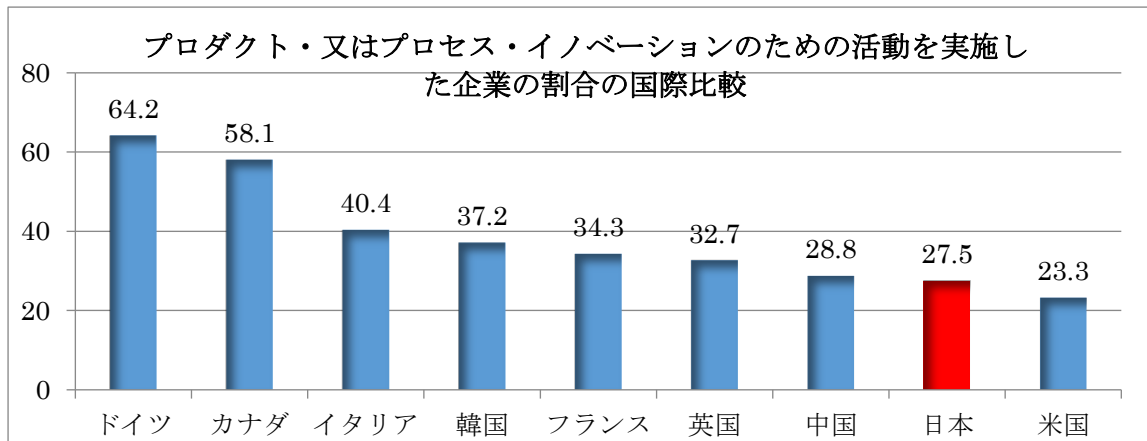
⇒自社内の技術には限度があり、多様なニーズに応えるためには新たな技術や知識を取り入れる必要がある。



これをどのようにして取り入れていくか？



オープン・イノベーションを行い、企業間の
コラボレーションにつなげる

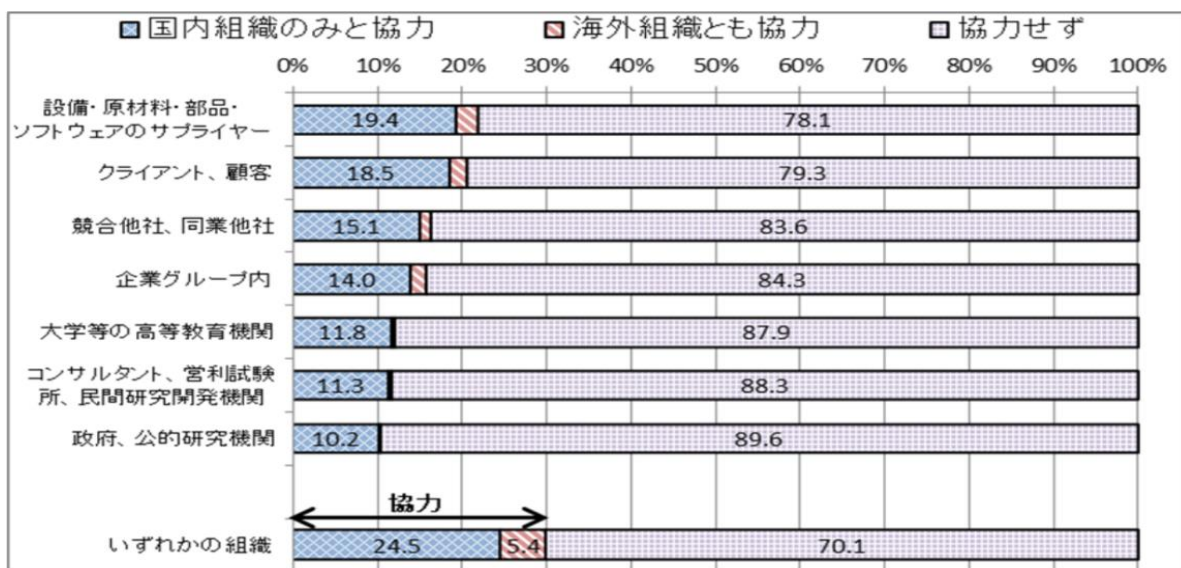


出典：科学技術・学術政策研究所「第3回イノベーション調査」公表資料より作成

⇒日本企業はイノベーションのための活動をあまり実施していない



オープン・イノベーションを行い、積極的に社外の技術や考えを取り入れる
 プロダクト又はプロセス・イノベーションのために国内外の他組織と協力した企業の割合



出典：科学技術・学術政策研究所「第3回全国イノベーション調査」公表資料より

⇒日本はイノベーションを起こすために外国企業との協力をほとんどしていない

○なぜ外国企業との協力をほとんどしていないのか

日本企業と外国企業のコラボレーションは文化の違いにより相互理解が難しいため、コラボレーションを成功させるのは難しいのではないのか？

○自社の技術と他社の技術をマッチングする web サイトの登場

→国内、国外関係なくオープン・イノベーションを容易にする



日本企業＋外国企業⇒新たな価値創造の可能性

○まとめ

日本におけるイノベーションの要因は知識や技術の交流である。これをオープン・イノベーションによって企業間のコラボレーションにつなげる。さらに自社の技術と他社の技術をマッチングする web サイトを利用することにより、日本企業と外国企業によるコラボレーションが容易となる。日本企業はこれをターゲットにし、新たな価値を見出してもらいたい。

参考文献

- ・高橋宏幸・丹沢安治・花枝英樹・三浦俊彦/2011『現代経営入門』有斐閣ブックス
- ・NISTEP（科学技術・学術政策研究所）『第3回全国イノベーション調査』
<http://www.nistep.go.jp/archives/15311>
- ・livedoorNEWS 2012/10/10
<http://news.livedoor.com/article/detail/7032128/>
- ・オープン・イノベーションをリードする 2014/11/11
http://jp.pg.com/innovations/open_innov.jsp
- ・オープン・イノベーションマッチングプラザ
<http://www.matching-plaza.com/>
- ・u-note 2013/11/13 http://u-note.me/note/47486910#/47500392?&_suid=141653166287008268866351176753
- ・日経 Biz Gate 2014/07/07
http://bizgate.nikkei.co.jp/article/75643916_6.html#214627167848437
- ・creww コラボ
<https://creww.me/collaboration>

<このページには何も印刷されていません>

日本におけるイノベーションと タイムベース競争戦略

関西学院大学 学生経営研究会 清武直子 曾川涼太 寺田夏海

1.はじめに

今回のテーマは「イノベーションの創造とその要因」である。しかしイノベーションは偶発的かつ結果論的側面が強く、イノベーションの方法論を確立することは困難であると考えた。

これを受け、筆者は上記のようなイノベーション不確定的要素を克服するカギを「いかに顧客のニーズと合致した製品を迅速に開発できるか」であるとして考え、研究を行った。

2.イノベーションの結果論的側面

過去の研究や事例からイノベーションの起こり方のパターンは存在することが分かった。しかしイノベーションの成功は結果論である。業界や企業、組織形態、ターゲットによって大きく左右されその方法も異なる。よってイノベーションの明確な方法論は存在しないと筆者は考えた。

そして、イノベーションにおいて重要な点は二つあると筆者は考えた。

- ・いち早く顧客のニーズを知る
- ・迅速な製品開発

以下はこれらについて論じていく。

いち早く顧客のニーズを知る

顧客のニーズに沿うためにはまずそれらを把握しなくてはならない。ニーズを把握するため、市場分析の利用を考えた。

迅速な製品開発

ニーズを認知した後、どの企業よりも迅速に製品を市場へ出さなければならない。

イノベーションが起こる上で「時間」は非常に重要な要素であると考え、タイムベース競争戦略の利用を考えた。

3. タイムベース競争戦略

文字通り時間を競争軸とした戦略である。企業の競争戦略において「時間」こそが希少資源であると考え、製品の開発・製造期間を短縮化と開発頻度を増やすことによりイノベーションを成し遂げる戦略である。

タイムベース競争戦略は「顧客価値の向上 (=高価格設定を可能とする)」、「生産性の向上」の他にも、同じ時間でより多くの企画や開発に取り組めることから「多様な製品投入による市場対応力の向上」、「間接的なコスト低下」、「リスクの軽減」、「過剰在庫リスク」の回避といった競争優位につながる。

タイムベース競争戦略の起源の一つに JIT 生産システムが挙げられる。必要なものを必要なときに必要なだけ供給することをコンセプトとした生産方式で、緻密な生産計画に基づいている。製品生産における無駄、在庫にかかるコストを省くことが可能となり、生産効率の向上につながるものである。

4. 考察

日本企業は製品開発における技術や能力などの面で他国企業と大きな差がついているとは言えない。では、なぜ日本企業はイノベーションを起こせていないのだろうか。

イノベーションを起こすには前提として、顧客のニーズに合致した魅力ある製品を提供する力が必要となる。日本企業の製品開発力を強化するためには、今一度タイムベース戦略に立ち返る必要があると考えた。

また、過去のタイムベース戦略は、リードタイムの短縮化によりコスト低下、製品の多様性などの競争優位をもたらすものであったが、筆者は今回これをイノベーションが発生するプロセスに当てはめられないかと考えた。

タイムベース競争戦略をとりいれることで顧客のニーズを迅速かつ正確に認知、合致した製品を提供し、在庫面でのコストカットをはかることができると考える。しかし、その一方でタイムベース競争戦略を実行する上で、企業には大きな組織改革も求められる。組織改革も視野に入れた製品開発力強化こそが、日本企業の活性化につながるのではないかと考える。

5. 終わりに

夏研究に引き続いて、日本におけるイノベーションを考えるにあたり、私たちはイノベーションそのものについて再考した。

そして、イノベーションの成功論は、当該企業を取り巻く環境や内部の環境によって異なるため、結果論にすぎないという結論に達した。

競合他社との差別化をはかるには、急速に変化、かつ多様化する「顧客のニーズ」に沿った製品を開発する製品開発力を強化し、さらにいかにすばやく市場に製品を提供するかが重要であると考ええる。

6. 参考文献

- ・ ジョージ・ストーク Jr.、トーマス・M・ハウト『タイムベース競争戦略・競争優位の新たな源泉・時間』ダイヤモンド社 1993年
- ・ ジョージ・ストーク Jr.、アラン・M・ウェーバー『ダイヤモンド・ハーバード・ビジネス 1993年11月号日本企業にみられる時間競争からの脱却』ダイヤモンド社 1993年
- ・ 入山章栄『世界の経営学者はいま何を考えているのか 知られざるビジネスのフロンティア』英字出版 2012年
- ・ 池田信夫『イノベーションとは何か』東洋経済新報社 2011年

<このページには何も印刷されていません>

「日本製造業の Innovation 戦略」

～新興国における新たな価値創造～

甲南大学 学生経営学研究会

山下 真悟

吉見 龍太郎

松浦 駿

I. はじめに

1. テーマ背景とその理解

バブル崩壊、リーマンショック以降、日本の経済状況は深刻な景気悪化に見舞われており、長い目で見て低迷状態から浮上できずにいる。このような経済の不振の一因としてたびたび指摘されているのが、日本企業の競争力低下である。

かつて高いシェアを誇ってきた製造業においても、日本企業は劣勢に追い込まれている。本校では、今回の大会テーマである「日本におけるイノベーションの要因とその創造」を、イノベーションによる日本企業の競争力の底上げの必要性であると捉えた。

2. イノベーションの要因

- ・ ニーズ、シーズの協導

II 現状分析

1. 日本企業を取り巻く環境変化

- ・ 新興国市場の大幅な拡大
 - 世界の名目 GDP に占める新興国の比率の上昇
 - アジア新興国の市場規模の拡大
- ・ ものづくりのパラダイムシフト
 - 従来の概念を覆す破壊的製品の出現
 - 新興国の供給力が先進国の供給力を凌駕

2. 日本企業の課題

- ・製品ライフサイクルの短縮化への対応不足
- ・本国目線での製品企画、エンジニアリング
- ・現地対応の遅れ

Ⅲ 日本企業の具体的方向性

1. 新興国からの学習

- ・新興国ニーズによるイノベーションの創造
- ・新興国製品の先進国への逆輸入

2. 製品に対する意識変革

- ・ハイエンド製品からローエンド製品への転換
- ・先進国の常識からの脱却

3. 組織変革

- ・研究開発（R&D）主導ではなくマーケット主導へ
- ・買収提携による現地企業の活用

Ⅳ まとめ

かつてナンバーワンであった家電など日本の製造業は、世界ではグローバルマイナーとなり新興国市場では太刀打ちできなくなっている。今、日本企業に求められるのはイノベーションの要因であるニーズ、シーズを把握し、新興国目線の製品開発を行うことである。

- ① 新興国からの学習
- ② 製品に対する意識変革
- ③ 組織変革

本研究では製造業の課題を克服し、先進国の発想とは異なるアプローチを行うための方法論として上記の三点を掲げた。今後、日本の製造業が復活を遂げるための第一歩として、新興国での大きな成果をもたらすことを期待したい。

参考文献

- Clayton M,Christensen (1997) 「イノベーションのジレンマ」 翔泳社
- Henry,Chesbrough (2006) 「オープンイノベーション」 英知出版
- Vijay Govindarajan (2012) 「リバーズ・イノベーション」 ダイヤモンド社
- Peter Ferdinand Drucker (2001) 「マネジメント エッセンシャル版 基本と原則」
ダイヤモンド社
- 今井健一 (2008) 「創造的破壊とはなにか」 東洋経済新報社
- 伊丹敬之 (2009) 「日本の技術経営に異議あり」 日本経済新聞社
- 榊原清則 (2005) 「イノベーションの収益化」 有斐閣
- 後藤晃/児玉俊洋 (2006) 「日本企業のイノベーションシステム」 東京大学出版会
- みずほ総合研究所 (2010) 「日本企業の競争力低下要因を探る ～研究開発の視点
から見た問題と課題～」
- 東レ総合研究所 (2011) 「シリーズ 海外文献から今を読み解く 成長戦略として注
目されるリバーズ・イノベーション戦略とは」
- 野村総合研究所 (2011) 「潮目が変わる新興国での競争優位戦略 新興国展開を加速
するためのイノベーション戦略」
- 野村総合研究所 (2009) 「製造業に今、何が起きているのか」
- 日本開発銀行 (1985) 「R&D の経済学」

<このページには何も印刷されていません>

ダイバーシティマネジメントによるイノベーションの促進

松山大学 経営学研究部
赤坂知洋
西原博之

1. はじめに

イノベーションを起こすためには、組織の「知」が多様性に富んでいることが求められる。組織の「知」を増やす方法は二つある。自らの持つ「知の範囲」を広げる「知の探索」と、その活動を通じて得た知を継続して深める「知の深化」である。企業にはこの両方の「知」をバランスよく取り入れることが求められるが、多くの企業は手間やコストがかかり新しい知見を発見しても収益につながるか不確実な「知の探索」を怠りがちであると言われている。以上のことから、私たちは日本企業がイノベーションを起こせない原因を「知の探索」の怠りであると定め、問題の解決に向けて研究を進めることにした。

2. 「知の探索」を活発にするために

◎人材に着目する

企業の持つ人材を性別・年齢・国籍・身体障害・キャリアやライフスタイルといった点多様化し、幅広い「知」を獲得することで、様々な「知」の組み合わせが起こり、イノベーションが起こりやすくなる。

アプローチとしてダイバーシティマネジメントを用いる。

3. ダイバーシティマネジメント

人材の多様化によって生じる経営の成果によって企業の競争優位を築くための経営戦略のことであり、多様な人材が意欲的に仕事に取り組める職場風土や働き方の仕組みを整備することを通じて、その能力を最大限発揮させることにより大きく4つの成果が期待できる。

- ① プロダクトイノベーション：対価を得る製品・サービス自体を新たに開発したり、改良を加えたりするもの
(多様な人材が異なる分野の知識、経験、価値観を持ち寄ることで、「新しい発想」が生まれる。)
- ② プロセスイノベーション：製品・サービスを開発、製造、販売するための手段を新たに開発したり、改良を加えたりするもの
(多様な人材が能力を発揮できる働き方を追求することで、効率性や創造性が高まる。)

- ③ 外的評価の向上：顧客満足度の向上、社会的認知度の向上など
(多様な人材を活用していること、及びそこから生まれる成果によって、顧客や市場などからの評価が高まる。)
- ④ 職場内の効果：従業員のモチベーション向上や職場環境の改善など
(自身の能力を発揮できる環境が整備されることでモチベーションが高まり、また、働きがいのある職場に変化する。)

4. サトーホールディングスの事例

(導入の背景)

- ・柔軟な発想を尊重し変化を楽しむ組織風土
- ・社員の多様な発想から事業展開を加速させ、多様化し続ける市場ニーズに対応するため

(サトーホールディングスの取組)

- ① ダイバーシティ推進室を設置(2011年10月)
 - ・国内グループ会社社長が責任者となり、各社の状況に応じたダイバーシティ推進プロジェクトをトップダウンで進める体制作り
 - ・「サトーグループのダイバーシティ宣言」を作成し、全ての会議室や執務室に掲示するとともに、社外に対しても発表
- ② ワークショップの実施
 - ・グループ内のトップマネジメントからワークショップ形式での研修を実施
(社長自ら経営陣が変化することで組織が変化することを訴える)
 - ・部長職、課長職、新入社員といったように階層別ダイバーシティ研修を順次実施
(経営戦略としてダイバーシティを推進するという方針を浸透させる)
- ③ 多様な社員の活躍を支える様々な取組
 - ・女性社員のキャリアサポート
 - 子育て中の女性社員のために保育料を一部会社が負担する復職支援
 - ⇒女性社員の働く環境の整備と女性管理職比率の増加
 - ・「イングリッシュ・アワー」
 - 日本人社員と外国籍社員の母国語を使って会話をすることで日本人の視野拡大と言語力の向上
 - ⇒文化の異なる社員同士のコミュニケーションを促進
 - ・障害者社員支援
 - 聴覚障害者社員のための誰にでもわかりやすい業務マニュアル作り
 - ⇒新入社員受け入れにも活用
 - 聴覚障害者社員による手話講習会
 - ⇒社員同士のコミュニケーションツール取得

- ・シニア社員への働き方の提案
 - 56 歳段階で希望者に独立支援、転職支援
 - 65 歳の定年後年齢制限なしに再雇用する制度を整備
 - ⇒高齢化社会を見据えベテラン社員の能力活用
- ・「三行提報」(3 行 127 文字の提言) 制度
 - 社員全員が経営トップに対して現場での情報・アイデアを毎日報告
 - ⇒社員の自由な発想を経営に取り入れる

(成果)

一連の取組から、年齢、性別、国籍等を問わず優秀な人材の獲得・定着に成功し、外国籍社員は海外展開の拡大にも貢献。

多様な発想を活かす社風のもと、福祉・介護市場向けなどの新規事業やサービスが次々に立ち上がり、従来以上のスピーディな事業展開を実現している。

5. まとめ

今回の研究では、大会テーマの中にある「日本におけるイノベーションの要因」を「知の探索」を行っている企業とし、その方法としてダイバーシティマネジメントをあげた。しかしながら、多くの日本企業はダイバーシティマネジメントを女性活用または出産育児支援であると考えており、正しい認知をしている企業はまだ少ない。また多様性の点で見ても、性別・年齢・身体障害にとどまり、欧米企業のように、国籍・宗教・文化といった部分の多様性については未達成である。今後の課題としては、ダイバーシティマネジメントの認知をあげるための取組と成果の明確化、より多様性の幅を広げる環境の提案がもとめられるだろう。

6. 参考文献

- ① 入山章栄/2012/『世界の経営学者はいま何を考えているのか——知られざるビジネスの知のフロンティア』英治出版
- ② クレイトン・M・クリステンセン/2005/明日は誰のものか イノベーションの最終解 (Harvard business school press) ランダムハウス講談社
- ③ ITmedia エグゼクティブ 日本企業とダイバーシティマネジメント
<http://mag.executive.itmedia.co.jp/executive/articles/1002/22/news006.html>
- ④ ダイバーシティ経営企業 100 選ベストプラクティス集 平成 25 年 経済産業省
<http://www.diversity100sen.go.jp/practice/index.html>
- ⑤ サトーホールディングス HP
<http://www.sato.co.jp/>

用語解説

①「知の探索」と「知の深化」

新しい知識を求める活動を「知の探索」、既存の知識を改良していくことを「知の深化」という。事業が成功している企業ほど「知の深化」傾向が強く、これを「コンピテンシー・トラップ (Competency Trap)」という。

②ダイバーシティマネジメント

個人や集団の中で生じる多様性を活かして、競争優位を築くための経営戦略。我が国では、女性の活用に注目されがちですが、本来の多様性とは、人種、国籍、障害、宗教、年齢といったあらゆる要素を含んでいる。

③サトーホールディングス

機械メーカーの持株会社で主にスキャナープリンターやバーコードリーダーなどの開発・製造・販売を行っている。東京都目黒区に本社を置いている。

④ワークショップ

講師の話に参加者が一方的に聞くのではなく、参加者自身が討論に参加して、身体を使った体験を行ったりするなど、参加体験型、双方向性のグループ学習。

(2014年11月25日作成)

日本学生経営学会・会計報告

松山大学理事 菊田博明

1. 本年度の収支 (2014年8月10日～11月25日)

—支出の部—

1) 夏大会の費用

賞金	5,000 円
飲み物代	1,172 円
その他スケッチブック等	108 円
合計	6,280 円

2) 渉外費

交通費	1,840 円
合計	1,840 円

3) 雑費

印紙代	1,000 円
通信費	362 円
合計	1,362 円

—収入の部—

連盟費徴収による収入	200,000 円
合計	200,000 円

2. 現預金の金額

2014年11月25日現在の当会の現預金の合計額は、295,414円となっています。

3. 改善点と今後の課題

—改善点—

- ・今後の学会運営にあたり過去の収支を把握しやすいよう、会計記録の記載方法を一部追加しました。

—今後の課題—

- ・加盟校の減少で、連盟費による収入が減るため、予算について話し合う必要があります。
- ・領収書についての注意を常に行っておく必要があります。

(2014年11月27日作成)

監査報告

大阪商業大学理事 森康平

1. 監査役の役割

会計を務めている大学以外の理事がこの役職に就き、会計の仕事に不正等が無かったことを確かめます。

2. 今年度の予算と実際

①今年度の会計である菊田は、以下の通り今年度の予算を立てました。

1) 収入の部

【前年度繰越金】 198,682 円 【連盟費】 200,000 円

2) 支出の部

【理事会費】 110,000 円 【顧問費】 30,000 円 【大会運営費】 20,000 円
【渉外費】 10,000 円 【次年度繰越金】 208,682 円

②実際の収支は以下の通りでした。

1) 収入の部

【前年度繰越金】 198,682 円 【連盟費】 200,000 円 【受取利息】 24 円

2) 支出の部

【理事会費(春合宿)] **93,810 円**

(内訳) ①交通費 68,810 円 ②宿泊費 25,000 円

【大会運営費(夏大会)] **6,280 円**

(内訳) ①賞金 5,000 円 ②お茶代 1,172 円 ③スケッチブック代 108 円

【渉外費] **1,840 円**

(内訳) ①交通費 1,840 円

【雑費] **1,362 円**

(内訳) ①収入印紙代 1,000 円 ②通信費 362 円

3) 現預金残高 = **295,414 円**

3. 今後予測される支出等について報告しておきます

【顧問費] **30,000 円**

(内訳) ①中津先生顧問費 30,000 円

【大会運営費(冬大会)] **13,000 円**

(内訳) ①賞金 6,000 円 ②お茶代等 7,000 円

【理事会費] **9,000 円**

(内訳) ①冬大会理事会費 9,000 円

4. 監査事項

- 1) 現在の現預金の残高が、295,414 円であることを確認。
- 2) 収入 (398,706 円) から支出 (103,292 円) を差し引いた金額が、現預金の残高 (295,414 円) と一致することを確認。
- 3) 支出の内訳について、夏大会の賞金(5,000 円)を除いた金額(98,292 円)はすべて領収書がありまた金額が一致することを確認。

以上、会計に関する問題や不正がなかったことを、森が確認を致しました。

5. 今後の課題

直接、理事会のメンバーが集まる機会は年 3 回しかなく、会計との密な確認が困難な状況となっております。そのため、現金出納帳の確認等を中心に、今まで以上に正確な監査の仕事をする必要があります。

書記広報 報告

関西学院大学 青木志帆
松山大学 富永圭佑

1) 後期の活動報告

◎書記

- ・各会議での議事録の作成
- ・資料の共有および管理

◎広報

- ・SNS の更新
- ・ホームページの改良

引き継ぎが容易になるよう簡素化

新規ページの作成：加盟校募集ページ、OB 会ページ、お問い合わせページ

2) 学会 SNS のお知らせ

- ・ホームページ : <http://gakusei-ka.jimdo.com/>
2013 年冬季大会以降に提出された学会論文が閲覧できます。
- ・Facebook : <https://www.facebook.com/NihonGakuseiKeieiGakkai>
いいね！ 88 件(2014 年度 11 月現在)
- ・Twitter : @gakusei_ka
フォロワー数 58 件(2014 年度 11 月現在)

3) おわりに

今年度は「質の向上」「内への情報共有」「外への情報発信」という理事会の目標のもとに、書記広報として役職につきました。学会活性の一助となるよう SNS の充実には特に力を入れました。来年度以降も、学会 SNS をよろしく願いいたします。

渉外 報告

渉外 甲南大学 山下真悟
福岡大学 岸本彩花

1. 後期活動報告

今年度後期の大会に向けての渉外活動は、九州地区、特に福岡県周辺での参加大学の加盟校増加を目的とし、ホームページ調査、電話を使った調査を行いました。

また、今年度前期に作成した日本学生経営学会の公式ホームページに設置している加盟校募集ページに新たに項目の追加を行いました。この活動については書記広報理事と渉外理事が連携を取り、作成を進めました。

<調査、もしくは渉外活動を実施した大学>

- ・近畿大学
- ・兵庫県立大学
- ・四国大学
- ・福岡女子大学
- ・九州産業大学
- ・九州情報大学
- ・九州共立大学
- ・北九州市立大学
- ・西南学院大学
- ・久留米大学
- ・武蔵野大学
- ・日本大学

2. 総括

冬季大会では、新規に見学校として参加いただける大学はありませんでした。ホームページ調査、電話調査にて新たに調査した大学では、経営学を学ぶ組織の団体はありませんでしたが、会計学など近い分野を学んでいる組織の存在を確認することができました。

平成 26 年度 12 月 6 日 (土)
日本学生経営学会 総会資料

研 究

中平 武志 (甲南大学)
古庄 佑梨 (福岡大学)

〈仕事内容〉

冬季全国大会においては夏季に引き続き、大会テーマ及びその諸規定に関する一括管理を行った。それに加え参加者の要望や夏季大会における反省点を積極的に取り入れ一部諸規定を改善した。

仕事内容は以下の通りである。

- ① テーマの作成
- ② 評価シートの作成
- ③ 大会マニュアルの作成
- ④ 審査基準の作成
- ⑤ 注意事項の作成
- ⑥ タイムスケジュール

〈改善点〉

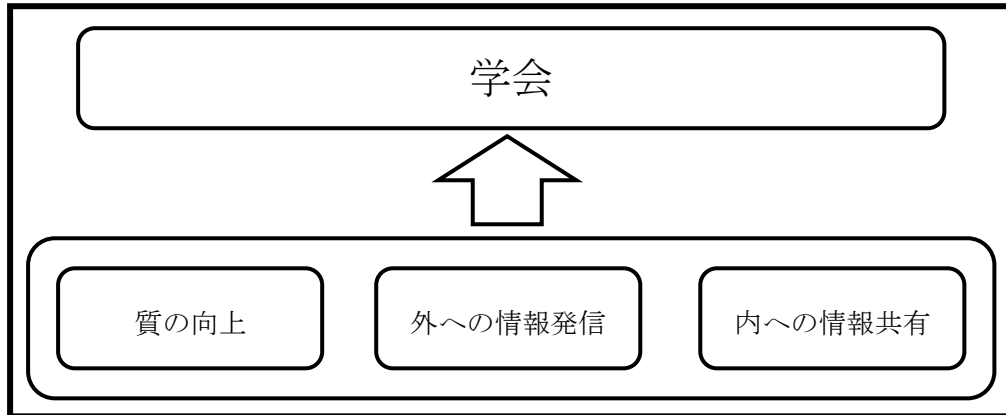
仕事内容の内、テーマ並びマニュアル、評価基準においては上回生大会と一回生大会で別途に設けている。審査員基準ではテーマに合わせた評価項目を一部改定した。

また、評価シートにおいては夏季大会における配点は各項目異なり、基準があいまいであるとの指摘を受け、冬季大会では配点を全統一の 5 点にし、訂正を加えている (教授用評価シートは公平性を考慮の上、研究項目の配点のみ 8 点とする)

日本学生経営学会の一年

日本学生経営学会理事長 関西学院大学 稲田風子

【年間の方針】



平成 26 年度理事会として上記 3 つの方針を掲げた。それぞれについて、1 年間の成果を記録する。

1. 質の向上

研究理事の設定

適切な研究テーマの設定を目標とした。

冬季大会での『1 年生部門』の復活

次代を担う、長期的な視点での質の向上を狙う。

2. 外への情報発信

学会 HP リニューアル

後進の停止していた HP をリニューアルし、最新の情報を掲載した。

加盟校募集ページを新設した。

OB 会発足

学会 OB である岡剛志さんの発案で始動。

HP アドレス (<http://gakusei-ka.jimdo.com/>)

3. 内への情報共有

学会 HP リニューアル

学会論文を掲載。

問題提起文について

評価基準を同時に発表。

【課題点】

1. 質の向上

評価基準のとらえ方

意図していないとらえ方での採点が行われた点。

『1年生部門』への参加校

全ての加盟校からの参加は叶わず。

2. 外への情報発信

加盟校数

調査の限界。非公認団体の存在。

3. 内への情報共有

学会 HP 運用について

本年度は、書記広報理事が務めた。

技術、知識的な問題。

【1年間の総括】

平成26年度日本学生経営学会理事会は、この1年間という短い期間で、学会をより良いものにするため尽力した。その中でも、研究理事を設け研究テーマの質の向上を図ったことは私たちにとって、大きな意義を持っていた。研究理事の貢献により、研究テーマおよび評価基準について、より質の高いものを提供できたと感じる。また、外への情報発信として、更新の停止していた学会 HP のリニューアルを行った。これについては、書記・広報理事の二人の尽力があつてこそなされた。今後の運用を考えてのリニューアルである。来年度以降も更新が続くことを願う。また、OB会も発足した。詳細については、学会 HP を参照してほしい。渉外について、本年度も精力的に加盟校増加へ取り組んだ。団体への連絡と並行し、学会 HP に加盟校募集ページを設置した。

本年は、新たに加盟校となった松山大学で夏季全国大会を開催した。また、学会 HP リニューアルなど、新たな取り組みが多く見られた都市であつたと思う。今後について、これらの積極的な運用が課題になるだろう。次期理事会については、必要なものは継続し、情報発信などに努めることを願いたい。

平成23年度理事長岡の計画した5カ年計画について、本理事会では保留とし、学会運営に取り組みざるを得なかった。次期以降、新たな計画を立案し、学会の盛隆を図ってもらいたいと思う。