

はしがき

第1章 企業・ビジネス活動とは何か	1
第1節 企業の経営活動	1
第2節 企業活動の制度的基盤：企業の形態	2
第3節 企業経営活動の基盤	5
第4節 企業経営戦略の策定	12
第2章 戦略を実現する資源としての「人」	20
——人的資源管理論——	
第1節 人は城，人は石垣	20
第2節 リーダーシップ	21
第3節 モチベーション	26
第4節 人的資源管理	29
第5節 集団性	33
第3章 企業活動の統治体制	38
——コーポレートガバナンス——	
第1節 コーポレートガバナンスの基本概念	38
第2節 コーポレートガバナンスを取り巻く理論的背景	40
第3節 コーポレートガバナンスのメカニズム	42
第4節 コーポレートガバナンスの活用	49

第4章 企業が競争に勝つためには	55
——企業の戦略を考える——	
第1節 経営戦略：事業の方向性を考える	55
第2節 企業(全社)戦略：企業は「何をして」「何をしない」のか	56
第3節 事業戦略：いかにして他社との「違い」を作り出すのか	61
第5章 戦略のための組織，組織のための戦略	73
——組織デザイン——	
第1節 組織は戦略に従う？	73
第2節 組織と環境	75
第3節 戦略実行のための組織デザイン	82
第4節 組織の構造	85
第5節 組織の文化	89
第6章 企業活動の成果を正しく読み取る	94
——財務会計——	
第1節 会計とは何か	94
第2節 制度としての会計の社会的役割	97
第3節 貸借対照表からわかること	100
第4節 損益計算書からわかること	104
第7章 事業活動の数値的根拠を示す	110
——管理会計——	
第1節 管理会計とは何か	110
第2節 管理会計に必要な原価情報	113
第3節 意思決定における会計情報の活用方法：意思決定会計	117
第4節 業績管理における会計情報の活用方法：業績管理会計	121

第8章 企業や投資対象の価値を推定する	127
——ファイナンス——	
第1節 ファイナンスとは何か	127
第2節 ファイナンスに必要な基礎知識	129
第3節 正味現在価値法による投資案件の評価	136
第4節 内部収益率法による投資案件の評価	138
第5節 回収期間法による投資案件の評価	140
第9章 ものづくりの競争力を高める	144
——生産マネジメント——	
第1節 生産活動とは	144
第2節 製品と工程	146
第3節 生産マネジメントの競争力	150
第10章 新たな価値をいかにして創り出すのか	164
——イノベーション・製品開発——	
第1節 企業成長の原動力としてのイノベーション	164
第2節 技術開発と製品開発	168
第3節 技術・製品開発の戦略	172
第4節 技術・製品開発の組織	176
第5節 イノベーションの難しさとその克服に向けて	178
第11章 企業戦略の勝敗は市場の掌握から	183
——マーケティング戦略——	
第1節 ターゲット・マーケティング	183
第2節 企業を取り巻く環境の把握	184
第3節 市場細分化とターゲティングの手法	187
第4節 ポジショニング	193
第5節 マーケティング・ミックスを用いた戦略的枠組み	196

第12章 戦略的差別化のための企業活動の取組み	202
——ブランド戦略——	
第1節 ブランドとは	202
第2節 差別化効果を生むブランド知識	204
第3節 ブランド知識の形成を助けるブランド要素	206
第4節 効果的なブランド・ポジショニング戦略	209
第5節 無形資産としてのブランド	215
第13章 消費者の心を読もう	220
——消費者行動, マーケティング・リサーチ——	
第1節 消費者行動の範囲	220
第2節 消費者行動論を学ぶ意義	222
第3節 消費者行動とマーケティング戦略	224
第4節 消費者理解のためのマーケティング・リサーチ	231
第14章 SDGs/ESG時代の企業経営	237
——“CSR”と“環境経営”から考える——	
第1節 SDGs/ESGが企業経営に提起したこと	237
第2節 CSRと企業経営	240
第3節 環境問題と企業経営	244
第4節 環境経営の到達点と課題	247
第5節 人新世の企業経営!? : まとめにかえて	253
第15章 国境を越えて行われるビジネス	256
——国際経営——	
第1節 グローバルビジネスの現状	256
第2節 グローバルビジネスと自由貿易体制	258
第3節 グローバル統合か現地適応か	260
第4節 グローバルビジネスの形態	262

第 5 節 進出先の国を評価する ..... 266

索 引.....273