

はしがき

Preface

バブル崩壊から20年以上もの長期にわたって不況に苦しむ日本も、世界を見渡せば豊かな国であることに変わりはない。街に出ると、デパートや路面店にさまざまなデザインの、さまざまな色の、さまざまな価格帯の洋服が飾られており、高級店からファスト・フード、ファミリーレストランまで外食の選択肢はとて幅広く、和洋中にとどまらない世界各地の食を楽しめる。デパ地下を歩き回って中食^{なかしよく}を購入し、買い損ねたものをコンビニで調達して家に帰れば、薄型テレビやDVDレコーダーなどの家電が出迎えてくれる。

このような豊かな社会はどのように形づくられ、変容してきたのか。言い換えれば、日本社会のあり方にインパクトを与えた要因は何であったのか。本書の根底には、そうした問題意識が流れている。この点を考えるに際して、消費ないし消費社会をキーワードに設定することにした。それは、以下の認識に基づく。

本書に3つ設けられている部の冒頭でも、時代背景として説明する通り、日本は第一次世界大戦と第二次世界大戦の間、いわゆる戦間期に大衆消費社会の黎明^{れいめい}を迎えたといわれる。その展開は、戦争によって一時的に阻まれたが、戦後の高度成長によって次第に加速するようになる。そして近年、日本のGDPに占める個人消費の割合は60%に達し、経済にとって大切な要素となっている。ここで強調したいのは、そうした社会のあり方は、企業が活動する際の環境であると同時に、企業の活動自体が社会のあり方を変える原動力にもなりうるという点である。つまり、両者は、一方（環境）が与件として独立しているわけではなく、相互に作用し合う要素と捉えたほうがよい。

たとえば、消費の多様化ということを考えてみる。今日、多様な消費者に対応するべく、メーカーは豊富なバリエーションを持つ商品を市場に投入し、流通企業や外食企業は複数の異なる業態に手を広げている。それはひとまず、経営環境に応じた企業行動と理解できる。ただ、一面で企業自身がそうした環境をつくり出してきたということも忘れてはならない。すなわち、ニーズ（欠乏を感じている状態）は、企業のマーケティング活動によりウォンツ（欲求＝人間

のニーズが具体化されたもの)として顕在化し、具体的な商品やサービスを通じて満たされる。企業は、顧客のニーズやウォンツを見つけ出し理解するために、消費者の好き嫌いを調査し、データを分析し、顧客を観察し、満たされていない部分を「製品」化する(フィリップ・コトラー=ゲイリー・アームストロング [1999]『コトラーのマーケティング入門』ピアソン・エデュケーション、7-9頁)。そして、時に自社の保有する技術やアイディア(シーズ)をベースに、商品・サービスを開発したりもする。こうして生み出されるさまざまな商品・サービスを目にし、欲望し、手にすることで、消費者のニーズは多様化してきたのである。

おおむね以上のような考えに基づいて、この本では、消費ないし消費社会との関連から日本企業を考えてみることにした。だから、ケースは消費財を提供する企業、つまりB to C (business to consumer) 企業に偏っているし、時代(本書では「部」)によって、取り上げる業種もかなり異なっている。

第Ⅰ部は、消費社会の開花していない戦前を扱っているから、B to C企業は少ない。基幹産業は明治期の紡績、鉄道、鉱業(石炭)から戦間期に重化学工業へとシフトしていったが、食品や日用品、電機など一部の企業を除いて、消費財メーカーで大企業(ビッグ・ビジネス)になった例は多くなかった。また、サービス業も百貨店を除けば個人で細々と営む家業を中心としていた。したがって、顧客ターゲットに「大衆」を据えた阪急や、西洋の日用品を積極的に手がけた資生堂は、先駆的なケースを対象にしたことになる。他方、産業界の主役は財閥であり、それ以外では紡績企業や鉄道企業、電力企業が目立った。そのため、第Ⅰ部ではそれ以降と趣を変え、あえてB to C企業でない大阪紡績、三菱合資、および三井物産を取り上げている。そして、大阪紡績に企業(株式会社)とは何か、三菱合資には組織やマネジメントとは何かといった基本的なテーマを与え、三井物産についても、戦後の日本企業を特徴づける企業グループ化の先駆けとしての位置づけを与えた。

第Ⅱ部は、消費社会の本格的な展開の見られた高度成長期を主な対象期間に設定し、ケースとしては、この時代を代表する耐久消費財メーカーと小売業者を中心に取り揃えた。すなわち、家電メーカーの松下電器産業とソニー、自動車メーカーのトヨタ自動車と本田技研工業、小売業者のダイエーである。ど

れも戦後の日本を象徴する企業といっても過言でない。さらにいえば、強いカリスマ性を持つ創業者の魅力が後世まで語り継がれている点も共通している。松下幸之助、井深大^{いふかまさき}と盛田昭夫、本田宗一郎と藤沢武夫、中内功。彼らの多くは創業者であり、株主としての影響力が相対的に強い経営者であった。

ところで、戦後日本の経済成長を説明する際、日本型企業システム（ないし日本的経営）を1つの要因にあげることが多い。ここでは、その構成要素をさしあたり、内部昇進型の専門経営者によって構成される取締役会、株主の発言力を抑制する株主法人化と株式持合い、長期雇用・年功制・企業別労働組合を特徴とする雇用システムとそれに基づく協調的な労使関係、間接金融の優位とメインバンク・システムを軸とする企業統治構造と考えておく。その典型例は、6大企業集団（三井、三菱、住友、富士、第一勧銀、三和）のメンバー企業であろうが、第2部のケースには、トヨタを除き、これらの企業集団に属する企業がない（1974年時点）。

このことは何を意味するのか。それは、消費社会の展開を直接的に牽引したのは、日本型企業システムを典型的に示す企業ではなかったということである。新しい技術を開発して商品へと昇華させたり、独創的なアイデアでそれまでにないサービスを生み出したりして、モノの充足とサービスの充実に貢献したのは、日本型企業システムという枠から外れた企業群だったのかもしれないのである。ただし、この点は検証の余地を多分に残している。

第3部は、安定成長期以降を取り上げ、バブルの発生と崩壊、そして長期不況へと時代が移りゆく中で、変容する消費社会とそれに向き合いあれこれ工夫を凝らす企業の姿、さらに、そうした活動が消費社会のあり方に作用していく過程を描き出そうとしている。1980年代に世界から賞賛を浴びた日本型企業システムは、バブル崩壊を境に改革すべき古い仕組みへと評価を下げた。とくに近年の金融再編により、みずほ銀行、三井住友銀行、三菱東京UFJ銀行が誕生、前出の6大企業集団の中核に位置した都市銀行は3つのメガバンクへと収斂するなど大きな変貌を遂げた。産業界の主役も交代のときを迎えつつある。もちろん、トヨタやキヤノン、コマツ、京セラなど日本を代表するモノづくり企業は健在であり、輝き続けている。

しかし、世間の注目を集めたのは、オリエンタルランドや任天堂、ソフトバンク、そしてファーストリテイリングではなかっただろうか。これらの企業は、

お腹いっぱいの消費者がどうしたら食指を動かすかをひたすら考え、固く結ばれた財布のひもを緩めることに成功した。すべてにあてはまるわけではないが、集英社を含めると、どの企業も消費者1人1人に“楽しい体験”を提供しているように思われる。『ONE PIECE』を読んで好きなキャラクターを論じ合うのは楽しい。東京ディズニーリゾートで遊んだ経験は楽しい記憶となって残り続ける。ゲームの世界にドップリと浸ることも、友達や家族とWiiで対戦することも時間を忘れるほど楽しい。ケータイ（やスマホ）で友達と楽しくコミュニケーションをとり、写メを撮って楽しい思い出を切り取る。

長引く不況に疲れた消費者は、“楽しい体験”にこそ価値を見出し、対価を支払う。消費社会のあり方は、モノの充足とサービスの充実を超えた、そうした価値を提供する企業の経営行動によって変容する。そして、この環境のもとで、一部の企業は新たな成長機会を見つけるだろう。

「企業の活動が社会のあり方を変える原動力にもなりうる」という一文の意味は、以上の説明で理解してもらえただろうか。



著者紹介

加藤 健太 (かとう・けんた)

高崎経済大学経済学部准教授

1971年生まれ。1994年、青山学院大学経営学部卒業。2005年、東京大学大学院経済学研究科博士課程単位取得退学。博士（経済学）。

千葉商科大学商経学部非常勤講師，東京大学大学院経済学研究科 COE 特任研究員，高崎経済大学経済学部講師を経て，現職。

主な著作に、「三菱電機と三菱商事」（『三菱史料館論集』第13号，2012年），「太平洋戦争と山陽パルプ工業の株主総会」（『年報 日本現代史』第16号，2011年），「太平洋戦争末期の合併交渉」（『社会経済史学』第74巻第5号，2009年），「東京電灯の企業合併と広域電気供給網の形成」（『経営史学』第41巻第1号，2006年）などがある。

大石 直樹 (おおいし・なおき)

埼玉大学経済学部准教授

1974年生まれ。1998年、岡山大学経済学部卒業。2003年、東京大学大学院経済学研究科博士課程単位取得退学。博士（経済学）。

三菱経済研究所附属三菱史料館研究員を経て，現職。

主な著作に、『新長崎市史 近代編』（長崎市史編さん委員会編，分担執筆，近刊），「戦前期三菱商事の組織機構」（『三菱史料館論集』第14号，2013年），「近代日本と三菱財閥」（『岩崎彌太郎』長崎歴史文化博物館，2010年），「初期三菱の事業化と資金循環」（『経営史学』第40巻第3号，2005年）などがある。



目 次

Introduction 歴史とケース・スタディ 1

| | |
|-----------------------------------|----|
| はじめに | 1 |
| 1 なぜ企業の歴史を知るべきなのか | 2 |
| (1) 今, “そうある” 理由を探る | 2 |
| (2) 波瀾万丈のドラマを観る | 3 |
| (3) 時代背景を知る | 5 |
| 2 なぜケース・スタディというスタイルを採用するのか | 6 |
| (1) 見えにくい “今” を知る | 6 |
| (2) 読んで, 考えて, 議論して, 柔軟な思考を身につける | 8 |
| ま と め | 10 |
| 参考文献 (10) | |

第 1 部

羽織から背広へ

勃興する市場と模索する企業

| | |
|--|----|
| 第 1 部の時代背景 近代日本の経済と社会 ——1867~1945 年—— | 12 |
|--|----|

Case 1 大阪紡績 15

● 会社を創るということ

| | |
|-------------------|----------------|
| このケースで考えること | 15 |
| 1 会社を創る | 16 |
| (1) 規模を決める | 16 |
| 紡績に目をつけた渋沢栄一 (16) | 1 万鍾という選択 (18) |
| (2) おカネを集める | 18 |

| | | | |
|----------|-------------------|----------------------|------------------|
| | 分割払込制度とは (18) | 呼び水としての“華族ブランド” (19) | |
| 2 | 工場を建てる | | 21 |
| | (1) 情報を集める | 21 | |
| | | 白羽の矢を立てられた山辺丈夫 (21) | 山辺, 工場に潜り込む (22) |
| | (2) 立地を決める | 23 | |
| 3 | 利益を上げる | | 24 |
| | (1) 情報 (知識) を伝播する | 24 | |
| | | 4 人の技術者候補 (24) | “2人”の教師 (25) |
| | (2) 経営を実践する | 27 | |
| | | 工場は昼も夜も動く (27) | 能率「二倍化」論 (28) |
| | このケースの解説 | | 29 |
| | 思考と議論のトレーニング (31) | 参考文献 (31) | |

Case 2 三菱合資

32

●「財閥」って何？

| | | | |
|----------|--------------------------|----------------------|-------------------|
| | このケースで考えること | | 32 |
| 1 | 創業者・岩崎弥太郎と新興企業・三菱 | | 33 |
| | (1) 海運ビジネスの成功と苦戦 | 33 | |
| | (2) 多角化による飛躍 | 34 | |
| 2 | マネジメントの模索 | | 35 |
| | (1) 組織を活用する | 35 | |
| | | 「管事」から「事業部」へ (35) | 独立採算方式の導入 (37) |
| | | 本社のチェック機能 (37) | 組織管理の分権化 (38) |
| | (2) 株式会社制度を活用する | 38 | |
| | | ——「分系会社」の創設と持株会社への転換 | |
| | | 財閥と会社組織 (38) | 事業部の独立と株式会社化 (39) |
| | | 株式会社制度のメリット (40) | 真のねらい (41) |
| 3 | マネジメントの進化 | | 42 |
| | (1) 時代の変化に対応するために | 42 | |
| | | 三菱重工業の設立 (42) | 株式公開という決断 (43) |
| | (2) 進化する組織, 進化するマネジメント | 44 | |

社会的存在としての企業 (44) 株式の代表としての持株
会社 (45)

このケースの解説..... 46

思考と議論のトレーニング (48) 参考文献 (48)

Case 3 阪 急 49

●大きくなっていく事業

このケースで考えること..... 49

■1 「貧弱なる沿線」の鉄道計画 50

(1) 山の中に電車を走らせる会社 50

(2) 乗客を「創造」する 52

土地を買って住宅を建てる (52) 「理想的新家屋」を謳
って売る (53)

■2 鉄道経営を軌道に乗せる 54

(1) 休日に鉄道を利用してもらう方法 54

ユニークな動物園 (54) 箕面から宝塚へ (54) 「宝
塚新温泉」の試行錯誤 (55)

(2) 少女たちは歌って踊る 56

プールを劇場に (56) 「宝塚少女歌劇」の素晴らしき成
果 (57)

■3 私鉄経営の原型の形成 58

(1) 「遠心力」と「求心力」 58

(2) ターミナルデパートの誕生 60

このケースの解説..... 61

(1) ビジネスの根幹 61

(2) 鉄道経営のモデル 62

思考と議論のトレーニング (63) 参考文献 (63)

もう1つの阪急..... 64

Case 4 資 生 堂 66

●憧れの演出

| | |
|------------------------------|----|
| このケースで考えること | 66 |
| 1 化粧品を造る | 67 |
| (1) 初期の製品 | 67 |
| (2) 福原信三のアメリカ修行・ヨーロッパ“漫遊” | 68 |
| (3) 製品ラインナップの拡充 | 69 |
| 2 オシャレな広告を打つ | 70 |
| (1) クリエイターを育てる | 70 |
| (2) マス・メディアを使う | 72 |
| 新聞広告 (72) 婦人雑誌広告 (75) | |
| 3 憧れのブランドになるために | 79 |
| (1) 機関誌『資生堂月報』とその変遷 | 79 |
| (2) 新たな宣伝手法への挑戦——ミス・シセイドウの誕生 | 80 |
| このケースの解説 | 82 |
| 思考と議論のトレーニング (82) 参考文献 (83) | |

Case 5 三井物産

84

● “商社マン”の仕事って？

| | |
|---------------------------------------|----|
| このケースで考えること | 84 |
| 1 商社マンの活躍 | 85 |
| (1) なぜ三井物産に入社したのか | 85 |
| (2) 商社マンたちの奮闘 | 87 |
| 2 いろいろな国のいろいろな商品をたくさん取り扱う | 88 |
| (1) 商社が成長するための2つの方法 | 88 |
| (2) パイナップルから鉱石まで | 89 |
| (3) 世界を舞台にする | 90 |
| (4) 総合商社のもう1つの顔 | 92 |
| 3 総合商社はいかに機能したか | 93 |
| (1) レーヨンに目をつける | 94 |
| (2) 東洋レーヨンを設立する | 94 |
| どのような形態で進出するか (94) 足りない部分をどう補うか (95) | |
| (3) 東洋レーヨンの商品を売り込む | 96 |
| 販売体制を整える (96) 市場を開拓する (97) | |

| | |
|------------------------------|-----|
| このケースの解説 | 98 |
| 思考と議論のトレーニング (99) 参考文献 (100) | |
| もう一つの三井物産 | 101 |

第 2 部

今日よりも豊かな明日

成長する市場と挑戦する企業

| | |
|---------------------------------------|-----|
| 第 2 部の時代背景 高度成長 ——1955～73年—— | 104 |
|---------------------------------------|-----|

Case 6 松下電器産業 107

● 誰でも National を知っていた

| | |
|--|-----|
| このケースで考えること | 107 |
| 1 系列化と競争 | 109 |
| 2 流通系列化はどのように進んだのか | 110 |
| (1) 卸売段階の系列化 110 | |
| 販社という仕組み (110) 販社の直面した問題 (111) | |
| (2) 小売段階の系列化 112 | |
| 連盟店制度からナショナル店会へ (112) ショップ店制 度への進化 (112) 正価販売の論理 (114) ショップ 店制度は完璧ではなかった (115) | |
| 3 系列小売店はどのような機能を果たしたのか | 116 |
| (1) 系列小売店を育てるいろいろな方法 116 | |
| (2) 正価で販売してアフターサービスを充実させる 117 | |
| (3) 商品の知識・情報を提供する 119 | |
| (4) 外回りをして需要を掘り起こす 120 | |
| このケースの解説 | 121 |
| 思考と議論のトレーニング (122) 参考文献 (123) | |

Case 7 ダイエー

124

● 値段は誰が決めるのか

| | |
|--------------------------|------------|
| このケースで考えること | 124 |
| 1 ダイエーの創業 | 125 |
| (1) 「闇」 商売と現金問屋 | 125 |
| (2) 1号店のオープン | 126 |
| (3) “救世主” としてのお菓子 | 128 |
| 2 スーパーマーケットへの進化 | 129 |
| (1) セルフサービスの導入 | 129 |
| (2) 「単品」からの発想——チェーン化と総合化 | 130 |
| 3 価格破壊 | 132 |
| (1) 牛肉を安く売る | 132 |
| (2) 価格決定権をめぐる闘い | 134 |
| (3) ストア・ブランドへの挑戦 | 136 |
| (4) 物価上昇への抵抗 | 137 |
| このケースの解説 | 138 |
| 思考と議論のトレーニング (140) | 参考文献 (140) |

Case 8 トヨタ自動車

141

● 流れを究める

| | |
|------------------------------|----------------|
| このケースで考えること | 141 |
| 1 2つのトヨタ——自工と自販 | 143 |
| 2 「パブリカ」という実験 | 145 |
| (1) 「国民車構想」 | 145 |
| (2) パブリカが失敗した理由——戦略とニーズのギャップ | 147 |
| (3) 失敗から学ぶ | 148 |
| 3 「カローラ」誕生！ | 149 |
| (1) 「車とはなにか」からの発想 | 149 |
| 女性を意識する (149) | 生産体制を整える (151) |
| (2) ライバルへの“挑戦状” | 151 |
| 「サニー」対策 (151) | 販売体制も整える (153) |

| | |
|-------------------------------|-----|
| 4 流れを究める | 155 |
| (1) 「ジャスト・イン・タイム」 155 | |
| 理想の姿 (155) 後ろから前へ (155) | |
| (2) 品質の向上を目指して 157 | |
| 「勤と経験」から「統計」へ (157) 二兎を追う——生 | |
| 産性も品質も (158) | |
| このケースの解説 | 159 |
| 思考と議論のトレーニング (160) 参考文献 (160) | |
| もう1つのトヨタ自動車 | 162 |

Case 9 本田技研工業 164

●危機を好機に

| | |
|----------------------------------|-----|
| このケースで考えること | 164 |
| 1 自動車事業への進出を果たす | 166 |
| (1) 1960年ごろの日本自動車産業の課題 166 | |
| (2) 通産省は何を構想したか 167 | |
| 貿易自由化と通産省の認識 (167) 特定産業振興臨時措 | |
| 置法の立案と廃案 (167) | |
| (3) ホンダ、自動車市場に挑む 168 | |
| 政府の手助けなんかいらぬ (168) N360の誕生 (169) | |
| 2 排ガス問題と低公害車の開発 | 170 |
| (1) 自動車をめぐる公害問題の高まり 172 | |
| 成長の影 (172) 「マスクー法」の成立 (172) | |
| (2) どのような低公害車を作るか 173 | |
| 「オヤジさん」vs. 若手技術者たち (173) CVCC技術と | |
| シビック (174) | |
| 3 アメリカに乗り込む | 176 |
| (1) 技術を武器に 176 | |
| (2) フォードとの提携 176 | |
| (3) シビック、アメリカへ 178 | |
| このケースの解説 | 178 |
| 思考と議論のトレーニング (179) 参考文献 (180) | |

Case 10 ソニー

181

●マーケットの創造

| | |
|--|-----|
| このケースで考えること | 181 |
| 1 市場を「創る」ということ | 183 |
| (1) 市場を教育する | 183 |
| (2) 市場を開拓する | 185 |
| 情報発信 (185) ブランド・イメージの確立に向けて (185) | |
| 2 WALKMAN の誕生 | 186 |
| (1) ウォークマンのインパクト | 186 |
| (2) 歴史のはじまり | 188 |
| 開発の経緯 (188) 小型・軽量ヘッドホン (189) | |
| (3) いかにして知ってもらおうか——市場の「教育」 | 190 |
| 再生専用機という新しいコンセプト (190) 体験することの重要性 (190) 「教育」の成果 (191) | |
| 3 技術のSONY | 192 |
| (1) 2代目ウォークマン「WM-2」 | 192 |
| デザインを優先する (192) 構造をシンプルにする (193) | |
| (2) 究極のウォークマンを目指して | 194 |
| 「Zプロジェクト」始動 (194) カセット・ケース・サイズの実現 (195) さらなる進化への挑戦 (195) | |
| このケースの解説 | 196 |
| 思考と議論のトレーニング (198) 参考文献 (198) | |
| もう1つのソニー | 200 |

Case 11 全日本空輸

202

●大空への挑戦

| | |
|-------------------|-----|
| このケースで考えること | 202 |
| 1 甦る日本の「翼」 | 203 |
| (1) 航空業界の“起業ブーム” | 203 |
| (2) 規制下でのフライト準備 | 204 |

| | | |
|----------|---|-----|
| 2 | 全日本空輸の誕生，危機，そして飛躍 | 205 |
| | (1) “エンジン始動” 205 | |
| | 2機のヘリコプターからのスタート (205) 「現在窮乏・ 将来有望」(206) 極東航空と合併する (207) | |
| | (2) “離陸” 207 | |
| | JALからの支援 (207) 新機材を導入する (208) | |
| | (3) “上昇” 209 | |
| | シェア，逆転！(209) 「ビーム・ライン」の構築とその “売り” (211) 成果を上げる (212) | |
| 3 | JALのジレンマ | 214 |
| | (1) フラッグ・キャリアとしてのジレンマ 214 | |
| | 内外ともに激しい競争の中で (214) 国際線は儲からな いけれど…… (215) | |
| | (2) ANAの大株主としてのジレンマ 215 | |
| | 協調の推進 (215) 規制から競争へ (216) | |
| | このケースの解説 | 217 |
| | 思考と議論のトレーニング (218) 参考文献 (218) | |

第3部

「真似ぶ」時代を過ぎて 成熟する市場と創造する企業

| | | |
|----------|--|-----|
| 第3部の時代背景 | 安定成長からバブルの発生と崩壊，そして長期不況へ ——1974～2010年—— | 220 |
|----------|--|-----|

Case 12 セゾン 223

●やわらかい開発

| | |
|-------------------|-----|
| このケースで考えること | 223 |
|-------------------|-----|

| | | |
|----------|---------------------------------|-----|
| 1 | 堤清二と西武百貨店 | 224 |
| | (1) 西武鉄道から自立するために 224 | |
| | 2つの西武 (224) 「日本一の百貨店」を目指す (225) | |
| | 有能な人材を集める (225) | |
| | (2) 百貨店の再建とスーパーマーケットへの進出 226 | |

| | | | |
|----------|-----------------------------------|---------------|-----|
| | ロサンゼルス店という失敗 (226) | 渋谷に乗り込む (227) | |
| | 「西友ストア」のチェーン展開 (227) | | |
| 2 | PARCO の時代 | | 228 |
| | (1) 時代の先端を走る | 228 | |
| | ユニークな文化催事と地域重視の新規出店 (228) | | |
| | PARCO の誕生 (230) イメージとセンスを売る (230) | | |
| | (2) 空間をプロデュース | 231 | |
| | 街が姿を変える (231) トレンド発信基地 (232) | | |
| 3 | 多角化するセゾン・拡散するセゾン | | 233 |
| | ——多様化する社会に向けて | | |
| | (1) 地域に合わせた店づくり | 233 | |
| | (2) 「無印良品」というメッセージ | 234 | |
| | (3) そして、コンビニに行き着く | 235 | |
| | このケースの解説 | | 236 |
| | 思考と議論のトレーニング (238) 参考文献 (238) | | |
| | もう1つのセゾン | | 240 |

Case 13 吉野家 242

●ある企業の「倒産」と再生の物語

| | | | |
|----------|--|-----|-----|
| | このケースで考えること | | 242 |
| 1 | 吉野家の成長とその加速 | | 243 |
| | (1) 成長局面 | 243 | |
| | 吉野家の創業 (243) 株式会社吉野家の設立と年商1億円への道 (243) 店舗を増やしていく (244) | | |
| | (2) 吉野家のフランチャイズ・システム | 246 | |
| | (3) 加速局面 | 246 | |
| | 店舗の急増 (246) 牛丼が美味しくなくなった (247) | | |
| 2 | 吉野家の倒産 | | 248 |
| | (1) 銀行は吉野家を見限った | 248 | |
| | (2) 法律を使って再建を期する | 249 | |
| | 会社更生法という名の法律 (249) 吉野家、適用を申請する (250) | | |
| 3 | 再生への道 | | 251 |
| | (1) 会社更生法の手続き開始 | 251 | |

| | | | |
|-------------------|-----------------|--------------------|-----------------------|
| 西武流通グループの支援 (251) | 会社更生への取組み (252) | 新しいメニューを開発する (252) | 新規出店の再開とヒトの動機づけ (253) |
| (2) 新生吉野家 | 254 | 新経営体制の発足 (254) | 新生吉野家に向けたビジョン (255) |
| このケースの解説 | 255 | | |
| 思考と議論のトレーニング | (257) | 参考文献 | (257) |
| もう1つの吉野家 | 258 | | |

Case 14 集英社

260

●『週刊少年ジャンプ』はなぜ“神話”となりえたのか

| | | | |
|-----------------------------|------------------|------|-------|
| このケースで考えること | 260 | | |
| 1 『週刊少年ジャンプ』の誕生 | 261 | | |
| (1) 先発者としての『マガジン』と『サンデー』 | 261 | | |
| (2) 『ジャンプ』の創刊と週刊化 | 263 | | |
| 2 “ジャンプ・システム”——“理念”，スタイル，制度 | 264 | | |
| (1) “理念” | 264 | | |
| (2) スタイル（編集方針） | 265 | | |
| マンガで埋めつくす (265) | 新人を発掘して育てる (265) | | |
| 読者の意見を反映させる (267) | | | |
| (3) 「専属」契約制度 | 267 | | |
| 3 『週刊少年ジャンプ』の“神話”化 | 269 | | |
| (1) 発行部数 600 万部への道のり | 269 | | |
| (2) 新陳代謝と“鮮度”の維持 | 269 | | |
| (3) “少年層”へのこだわりとキャラクター | 271 | | |
| ——『DRAGON BALL』と『SLAM DUNK』 | | | |
| 4 “神話”の終焉と復活への軌跡 | 273 | | |
| (1) “神話”の終焉 | 273 | | |
| (2) 『ジャンプ』の逆襲 | 275 | | |
| このケースの解説 | 276 | | |
| 思考と議論のトレーニング | (278) | 参考文献 | (278) |

Case 15 オリエンタルランド

279

●ディズニーだけが知っている

| | |
|--|-----|
| このケースで考えること | 279 |
| 1 ディズニーランド誘致合戦 | 280 |
| (1) オリエンタルランドの設立 | 280 |
| (2) ネックとなった富士山 | 281 |
| 2 東京ディズニーランドのつくり方 | 282 |
| (1) 未知の領域への挑戦 | 282 |
| 「リゾート都市づくり」(282) “芸術作品”の創造 (283) | |
| (2) 1983年春の開業を厳守する! | 284 |
| コントロールできるのは何か (284) 「時間」との戦い | |
| (285) 「魔法の王国」に参加してもらう (286) | |
| 3 夢と魔法の秘密 | 288 |
| (1) 精確な予測を立て緻密に計画を練る | 288 |
| パーク・オペレーティング・カレンダー (288) 1000万人のゲストを迎えるために (290) コントロールという魔法 (291) マニュアルとマネジメント能力 (292) | |
| (2) テーマパークからテーマリゾートへ | 293 |
| 「ディズニーランドは永遠に完成しない」(293) 1つの“街”となる (293) | |
| このケースの解説 | 294 |
| 思考と議論のトレーニング (296) 参考文献 (296) | |

Case 16 任天堂

298

●新しい遊びの創造

| | |
|------------------------------|-----|
| このケースで考えること | 298 |
| 1 テレビゲームへの着眼 | 299 |
| (1) 花札・かるた・トランプから「ゲーム&ウオッチ」へ | 299 |
| (2) ファミコン登場! | 301 |
| 2 ゲームの支配 | 302 |
| (1) ハードとソフト | 302 |
| (2) ビジネス・モデルの確立 | 304 |

| | | | |
|----------|---------------------------|------------------------------|-----|
| | ルールを設定する (304) | ルールを遵守させる (305) | |
| (3) | ビジネス・モデルの変容 | 306 | |
| | 事前管理から市場による淘汰へ (306) | ソフトの二極化 とタイトルのシリーズ化 (306) | |
| 3 | ゲームの進化 | | 308 |
| (1) | ソニーの逆襲 | 308 | |
| | 共同プロジェクトの発足と解消 (308) | ソニーの単独開 発と差別化 (309) | |
| (2) | ソニーの完勝——ソフト・メーカーはプレステを選んだ | 311 | |
| (3) | 任天堂の原点回帰——新しい遊びの創造 | 312 | |
| | 突きつけられた問題 (312) | 「ゲーム人口の拡大」とい う答え (312) | |
| | | 「枯れた技術の水平思考」という答え (313) | |
| | このケースの解説 | | 314 |
| | 思考と議論のトレーニング (315) | 参考文献 (316) | |

Case 17 ソフトバンク

317

● “時間を買う”

| | | | |
|----------|--------------------------------|-------------------------------|-----|
| | このケースで考えること | | 317 |
| 1 | いち早くパソコンに目をつける | | 318 |
| (1) | 創業とパソコン・ソフトの卸売業 | 318 | |
| (2) | M&A という手段で海外に打って出る | 319 | |
| 2 | IT 企業への進化 | | 322 |
| | ——「Yahoo! BB」のビジネス・モデル | | |
| (1) | ADSL に目をつける | 322 | |
| (2) | 「Yahoo! BB」が成功した理由 | 322 | |
| 3 | 強大なライバルに立ち向かう | | 325 |
| (1) | 日本テレコム の事例—— NTT の牙城に挑む | 325 | |
| | 買収のねらい (325) | 新しいサービスの提供 (326) | |
| (2) | ボーダフォン日本法人の事例 | 327 | |
| | ——通信業界に旋風を巻き起こす | | |
| | なぜ移動体通信 (携帯電話) 事業に進出するのか (327) | | |
| | 移動体通信事業に参入する方法 (328) | ボーダフォン日 本法人の買収とそのねらい (330) | |
| | | 時間を買って「通信 | |

と放送の融合」を目指す (331)

このケースの解説 331

思考と議論のトレーニング (332) 参考文献 (333)

もう1つのソフトバンク 334

Case 18 ファーストリテイリング

336

●安くて高品質で“オシャレ”なユニクロはどう作られるのか

このケースで考えること 336

1 ユニクロの誕生と成長 337

- (1) 小郡商事からファーストリテイリングへの変身 337
カジュアル・ウェアへの着眼 (337) ユニクロの誕生
(338) 店舗を増やして、社名も変更する (338)

- (2) オリジナル商品への挑戦 340
商品コンセプトを立てる (340) 自主企画商品の開発に
乗り出す (341) 商品の生産にも乗り出してみる (342)

2 フリース・ブームの到来 343

- (1) ファッションのメッカ・原宿に乗り込む 343
原宿店のオープン (343) スポットライトを浴びたフ
リース (343)

- (2) そのとき、商品はどのように作られていたか 345

3 “ユニクロ・モデル”の進化 346

- (1) ブームは終わった 346
(2) さらなる高品質への挑戦 347
(3) “オシャレ”への挑戦 347
世界に広がる商品開発に向けた取組み (347) 異業種コ
ラボ (349)

このケースの解説 350

思考と議論のトレーニング (351) 参考文献 (352)

巻末付録1 読書案内 353

1 企業小説 353

2 専門書 355

- 3 論証・ノウハウ 357
- 4 新書 358

巻末付録2 レポートの書き方————— 359

- はじめに 359
- 1 課題を設定する——何を明らかにするのか 359
- 2 実証する——いかなる事実を発見したのか 361
- 3 結論を導き出す——何が明らかにされたのか 366
- おわりに 367

巻末付録3 企業博物館利用のススメ————— 368

- はじめに 368
- 1 下調べをする 368
- 2 興味の対象を見つける 370
- 3 企業博物館に行く——日本郵船歴史博物館の事例 370
- おわりに 375

あとがき————— 377

索引————— 380

- 事項索引 380
- 企業名・商品名等索引 389
- 人名索引 396



索引

事項索引

アルファベット

ADSL 322
BSE 問題 258
DC ブランド 337
FC →フランチャイズ
IT 222, 318, 322, 332
LBO [レバレッジド・バイ・アウト] 334
MADE IN JAPAN 181
M&A [合併・買収] 317, 319, 327, 329
——の効果 [メリット] 332, 334
NB →ナショナル・ブランド
OEM 136
PB →プライベート・ブランド
PR 191
QC [品質管理] 157
R&D センター 348
SPA [製造小売業] 350
——のメリット 351
TOB →公開買付
TQC [総合的品質管理] 157, 158

あ 行

熱海会談 111, 134
アタリ・ショック 306
後工程引取り 159
アパレル産業 105
アフターサービス 112, 117, 121, 136
アメリカ進出 [展開] 178, 181
アンケート 267, 271
安定成長 220
委託生産 307
——工場の集約化 345
委託取引 101
委託販売方式 340
1 億総中流社会 104

一手販売権 84
イノベーション 276
イメージ・キャンペーン 236
イメージ戦略 230
イメージ調査 265
衣料品業界 344
インサイダー 30
インセンティブ [販売報奨金] 324
インフラストラクチャー [インフラ] 12,
318, 321, 327
売上高ランキング 317
売残りリスク 340, 341
運賃競争 217
運搬の合理化 159
エアライン 202, 217
営業カレンダー 290
営業譲渡 318
駅ビル 62
エリアの開発 233
エンターテインメント・ビジネス 290
横断的な組織 201
屋外型パーク 290
オープン・プライス 139
オペレーション・システム 290
オルガナイザー機能 84, 93, 94
卸売業者 125
卸売段階の系列化 110
オンライン・コントロール・システム 151

か 行

海運業 34
海外拠点 [支店] のネットワーク 90, 101
海外進出 165
海外旅行 222
外交販売 120
外国人技術者 96

- 会社更生法 217, 242, 249, 256
 外食産業 221
 —のチェーン化 244
 開発費用 312
 外部資金 40
 価格競争 109, 112, 127, 217, 326
 価格決定権 125, 139
 価格政策〔価格戦略〕 82, 124, 165
 価格凍結宣言 138
 価格破壊 132, 134, 222
 核家族 105
 加工化 104
 カジュアル・ウェア 337, 338
 華族 19
 合併 207, 216, 317
 家庭用テレビゲーム 300
 家庭用レジャー 299
 家電 105, 112
 —メーカー 107
 —量販店〔大型—量販店〕 107, 121, 139
 ガバナンス →コーポレート・ガバナンス
 株式会社 16
 —の意思決定 318
 株式会社化 42, 39
 —の目的 41
 株式会社制度 38
 —の定着 30
 —のメリット 40
 株式公開 41, 44, 45
 分系会社の— 43, 44
 本社の— 43, 44
 株式取得 318
 株式所有 45
 株式投資 92
 株主重視の経営 27, 30
 株主募集 20
 カラー・テレビ 136
 カルテル 13
 官営紡績 16
 環境規制 173
 環境変化 →経営環境の変化
 観光地 54
 管財人 250, 256
 管事 36
 幹線 204, 208, 212, 214
 完全買取（方式） 340, 342
 関東大震災 14
 かんぱん 156
 官民協調方式 168
 企業 16, 29
 —と政府の関係 164
 —のイメージ 66
 —の再建 249
 —の持続的成長 30
 —の集中・合併・専門化 167
 —の消滅 242
 企業家 179
 企業間関係 158
 企業規模 325
 企業グループ 33, 317
 技術 181, 196, 291, 313
 —による規制 305
 —の導入 96
 技術開発力 198
 技術供与 177
 技術指導 283, 347
 技術提携 283
 技術力 179
 希少価値の創出 268
 規制 328
 —緩和 216
 技術による— 305
 公害問題に関する政府— 164
 法的— 305
 既製服化 104
 機能分化 351
 希望小売価格 139
 規模の過小性 18
 規模の経済 228, 329
 キャッシュ・レジスター 129
 キャラクター 272
 吸収合併 317
 牛井 243
 —チェーン店 258
 牛肉の輸入自由化 247
 共益券 112
 業際 201
 競争環境 259
 競争関係 215, 216

- 協調関係 206, 208, 216
 協調融資団 287
 共同融資 334
 許認可権 328
 近代化
 生活の—— 106
 日本の—— 7, 12
 金融システム 51
 空間配置 291
 空間プロデュース・ビジネス 230
 空冷エンジン 173
 口コミ 66
 クリエイターの選択 311
 グループ化構想 168
 グループ経営〔グループ・マネジメント〕
 33
 株式所有を通じた—— 45
 グローバル商品開発体制 348
 経営環境 5, 216, 275
 ——の変化〔環境変化〕 237, 300
 経営危機 145, 226, 248, 258
 経営権 318
 経営合理化 208, 226
 経営資源 99, 246
 経営陣の刷新 256
 経営戦略 334, 335
 経営統合 215
 経済成長率 104
 経済の民主化 32
 軽自動車 170
 携帯音楽プレーヤー 182
 携帯型カセット・プレーヤー 195
 携帯電話事業 327, 334
 携帯電話向け放送サービス 331
 契約主義 342
 系列化〔流通系列化〕 107, 109, 110, 114,
 119, 121, 134
 卸売段階の—— 110
 小売段階の—— 108, 112
 系列小売店〔系列店〕 107, 121
 ——改革 122
 ——の機能 121
 ——の経営安定化 120
 ——の助成策 116
 化粧品（事業） 66, 67, 69
 ゲストコントロール 291
 ゲーム →テレビゲーム
 減価償却 30
 現金問屋 125
 原作・作画分離方式 262
 建設コスト 283
 郊外 49, 52, 338
 公開買付〔TOB〕 330, 334
 公害問題 164, 172
 高価格 67
 高級路線 69
 工業化 13
 公共交通機関 217
 航空企業フィーバー 204
 航空機製造事業 203
 航空行政 216
 航空輸送ビジネス 203, 217
 広告制作 70
 広告・宣伝活動〔宣伝広告〕 66, 70, 78, 82,
 151, 211
 広告宣伝権 288
 広告代理店 67
 広告デザイン 68
 広告媒体 66, 72, 75
 合資会社 38
 工場運営 347
 工場の計画的な稼働 345
 工場立地 23
 更生管財人 252, 254, 256
 更生計画案 254
 更生手続き開始 251
 工程管理法 285
 高度（経済）成長 104, 172, 209
 ——期以降の日本経済 224
 高付加価値商品 66
 後方統合 133
 公募採用 225
 合名会社 38
 小売（業） 104, 221, 227, 336, 340
 ——による製造業への参入 234
 マーケット・オリエンテッドな—— 237
 小売業者〔小売店〕 109, 350
 小売段階の（流通）系列化 108, 112
 効率性アプローチ 47
 高齢化 121

小型化 195
顧客獲得費用 323
顧客ターゲット 272, 274
国際化 240
国際競争力 167
国際線 204, 214, 215
国際電信・郵便 99
国内航空ネットワーク 207
国内線 204, 214
——ジェット化 209
——の旅客数 209, 212
国民車構想 145
個人化 221
コスト削減 124, 163, 302
固定客 120, 132
固定資本コスト 28
コーポレート・ガバナンス〔ガバナンス、企業統治〕 41, 47
コミック誌離れ 275
コミッション・ビジネス 88, 89, 92, 97
コラボレーション 349
コンテンツ 327, 331
コンビニエンスストア 221
混 綿 101

さ 行

再建型整理 242
債権者の取立て 256
在庫リスク 309
財 閥 13, 32, 38, 47
座席利用率 210, 212, 214
雑誌広告 75
サード・パーティ 303
サービス 327
——経済化 221
——コントロール 291
——支出 222
——レベル 215
モノから——へのシフト 222
サプライ・チェーン 350
差別化（戦略） 117, 217, 262, 264, 341
参加企業制度 288
産業再編成 167
三国間貿易 90
3C 105

三種の神器 105, 106, 221
参入〔新規参入〕 192, 327, 334
——の許可制 168
——独自—— 331
——2段階の市場—— 184
事業計画 288
——長期的な—— 335
事業転換 300
事業投資 93, 98
事業部（門） 201
——間のコーディネート 201
——の自立化 39
——別のマネジメント 36
資金調達 19, 38, 40, 206, 286
仕事の細分化 286
自主企画商品 340
市場開拓 97, 150
市場経済のルール 12
市場調査 295
市場テスト 190
市場による淘汰 306
市場の教育 183, 185, 191
市場の創造〔市場の創出、マーケット・クリエーション〕 185, 191, 315
次世代機開発 192
事前管理 306
下請会社 286
室内プール 55, 57
実用品 147
自動車（産業） 5, 105, 144, 166
シナジー効果 328
品揃え 131
渋谷出店〔進出〕 227, 232
資本金 19
資本市場 51
資本蓄積 28
資本提携 177
社会現象 273
奢侈品 147
ジャスト・イン・タイム 155
ジャスト・カセット・サイズ 194
社内管理体制 158
ジャンプ・システム 269, 276
収益性の向上 252
重化学工業 13, 42, 105

- 週刊化 262, 264
 従業員 30
 　—のモチベーションの(保持・)向上
 　　253, 256
 住宅経営 52
 集団就職 105
 周波数帯 328
 出荷停止 135
 出版事業 319
 需要の創造〔開拓, 喚起, 創出〕 57, 120,
 　　185, 233
 主力銀行 248
 使用資本利益率 28
 商社 84, 102
 商社マン 84, 85, 98
 商店街 104, 108
 少年コミック誌 260
 　—市場 261
 少年少女雑誌 261
 少年層へのこだわり 272
 消費社会 234, 236
 消費者主権 139, 235
 消費者心理 150
 消費者の自立 235
 消費者の多様性 234
 消費の多様化 221
 商標 305
 商品 185
 商品化 197
 商品開発〔製品開発〕 82, 252, 351
 　—力の強化 348
 　　新技術を利用した—— 165
 　　人間の論理に基づく—— 235
 商品企画プロセス 201
 商品コンセプト 190
 商品発表会 190
 情報 99, 101, 351
 情報収集活動 99
 情報収集拠点 122
 情報通信機器 221
 情報伝達システム 99
 乗用車 142, 144, 171
 　国産—— 141
 省力化 124
 初期版社 110
 職業野球団 61
 職制改革 37
 食堂 64
 女性消費者 231
 食券前売制度 64
 職工〔工女〕 27
 ショップ店制度 113
 ショッピングセンター 222
 ショートプレート 247
 所有と経営の閉鎖性 39
 人員整理 256
 新機材導入 209
 新規参入 →参入
 新規出店 253
 人件費 28
 人口移動 105
 新興企業グループ 13
 人材教育 292
 人事改革 225
 紳士服販売 337
 新設合併 317
 人的ネットワーク〔属人的なネットワーク〕
 　　21, 29, 51
 新聞 66, 72
 新聞広告 72
 新流通体制 111
 水冷エンジン 173
 据置き型ゲーム機 311
 スカウト人事 225
 ストア・ブランド 136
 スーパーマーケット〔スーパー〕 104, 124,
 　　128, 129, 156, 221
 　　—のチェーン展開 228
 スペシャリスト 36
 スポンサー 287
 生活総合産業 236
 生活の近代化 106
 正価販売〔正価維持〕 114, 117, 119, 121,
 　　134
 生産委託(方式) 341, 342
 清算型整理 242
 生産管理 342, 345, 347
 生産技術 347
 生産計画 154, 156
 生産システム 156

生産性の上昇 158
生産体制 155
生産の標準化 156
政 商 34
製造能力 198
成長市場 213
成長戦略 332
西南戦争 17
製 品 185
——デザイン 70
——の高度化・複雑化 121
製品開発 →商品開発
石油ショック 138
セグメント化 75
世帯数 105
ゼネラリスト 36
セルフサービス (方式) 124, 129, 337, 338
繊維業 101
全国高等学校野球選手権大会 61
全国統一価格 165
全国販社 111
潜在需要 323
——予測 295
専属契約制度 268
選択的消費 220
宣伝広告 →広告・宣伝活動
宣伝手法 231
宣伝飛行 205
宣伝力 198
専売化 114, 117, 119
専売店契約 111
専門経営者 30
専門量販店 222
戦略とニーズのギャップ 147
総合工程達成確率 285
総合商社 84
——の機能 99, 101
——の構成要素 84, 91-93
総合スーパー〔GMS〕 130
総合連盟店制度 112
相 場 87, 102
訴求ポイント 147
属人的なネットワーク →人的ネットワーク
組織化 107
組織改革 158, 175

組織管理 45
——の分権化 38
組織設計 200
組織的ナリリスク・マネジメント能力 102
組織能力 175
組織の活性化 226
組織の効率性 47
ソーダ・ファウンテン 128
ソフト 303, 319
——開発 310, 313
——・ビジネス 309
——・メーカーとハード・メーカーの関係 304
損益分岐点 127

た 行
第一次世界大戦 12
ダイエー憲法 126
大気汚染 172
耐久消費財 105, 106, 220
大衆相手〔大衆本位〕 60, 62, 64
大衆雑誌 75
大衆車〔大衆乗用車〕 144, 146, 149, 171
——の量販 154
大衆消費社会 14, 104, 223, 227
——の寛容 235
大正ロマン 72
第2次産業 105
第2パーク 293
大量出店 247
大量輸送 216
多角化〔多角的な事業展開〕 35, 236
多角的事業経営 61
多種少量生産 155
縦割り組織 201
多店舗展開 130, 244
ダブル・トラッキング 216
ターボブロップ 209
ターミナルデパート 60, 227
団地族 106
担当編集者 266, 270
単 品 130
——経営 243, 258
端 末 330
地域重視 229, 235

- チェーン化 130
 外食産業の—— 244
 チェーン・ストア 80
 秩禄処分 19
 長期不況 220
 通信速度 323
 通信と放送の融合 331, 335
 低価格 147, 301, 338
 ——政策〔戦略〕 132, 322, 334
 定期航空事業 205
 定価販売 82
 提携 94, 177, 215
 低公害車 173
 デイスクォンター 221
 出稼ぎ 105
 適性利潤 119, 121
 デザイナー 200
 デザイン 192, 200, 347
 デジタル家電 221
 手数料〔口銭〕収入 88, 89
 データ 295
 鉄道経営 54, 62
 鉄道事業 61
 テナント・ビジネス 230
 デフレ 221
 テープ・レコーダー 183
 テーマパーク 279
 テーマリゾート 279
 デミング賞 157
 テリトリイ制 111, 117
 テレビゲーム〔ゲーム〕 300
 ——市場 298
 ——の流通革命 309
 ——・ビジネス 302
 電気通信事業 328
 展示会 321
 伝票制度 64
 統計的品質管理 157
 倒産 242, 249, 255
 同族経営 47
 読者
 ——とのコミュニケーション 271
 ——の意見〔反応〕重視 267
 独占 46
 独占アプローチ 47
 独占禁止法違反 135
 特定産業振興臨時措置法〔特振法〕 164,
 167, 168
 独立採算方式 37
 都市化 13, 52
 都市型ショッピングセンター 230
 都市の遠心力 58, 61
 都市の求心力 58, 61
 特許・ノウハウ〔技術情報〕の公開 176
 トップ・マネジメント 36
 ——の役割分担 165
 トヨタ生産システム〔方式〕 143, 155, 159
 トラック 142
 ドラッグストア 128
 トランジスタ 184
 取引先との関係 158
 取引仲介ビジネス 101
 トレードオフ 336

 な 行
 内部留保 30
 流れの合理化 159
 ナショナル・ブランド〔NB〕 137, 138, 340
 ナショナル連盟店制度 112
 ナチュラル・テイスト 241
 ニクソン・ショック 137
 24時間営業 251
 ニーズ 149
 ——の開拓 184
 戦略と——のギャップ 147
 日本航空株式会社法 204
 日本版マスキー法 176
 日本プロ野球 61
 二輪車 165
 農家預託 133
 納期管理 345
 ノウハウ供与 283
 能率「二倍化」論 28

 は 行
 バイニング・パワー 130
 排ガス規制 172
 買収 318, 325, 330-332
 配当率 28
 パーク・オペレーティング・カレンダー

- 290
- 薄利多売 62
- 破綻 248
- 発行部数 262, 264, 269, 273
- 発明 197
- ハード 303
 - ・メーカーとソフト・メーカーの関係 304
- バブル 220, 223, 236
- 払込資本金利益率 28
- 範囲の経済 130
- 販社 110, 121
- 販促の価格設定 124
- 販売管理 113
- 販売情報の把握 112
- 販売戦略 107, 154
- 販売促進〔プロモーション〕活動 82, 323
- 販売提携 178
- 販売網〔販売ネットワーク〕 107, 144, 147, 153
- 販売力 198
- 非関連多角化 61
- ビジネス・モデル 233, 350
 - ファミコンの—— 302, 305
- 必需的消費 220
- 筆頭株主 215
- 百貨店（業） 60, 62, 104, 124, 228
- 標準化 228, 233
- 標準作業 156
- 品質管理 336
- 品質の向上 157, 158, 250, 345
- 品質の劣化 247
- ファッション・イベント 349
- ファッション性 234, 347, 349
- ファミコン・ブーム 302, 307
- フィードロット方式 133
- フォーカス戦略 343
- 不採算店 251
- 婦人・子供服小売業 105
- 婦人雑誌広告 75
- 物価値上がり阻止運動 137
- 不動産業 52, 230
- プライベート・ブランド〔PB〕 137, 138, 234, 240
- ブラザ合意 220
- フラッグ・キャリア 203, 214
- フランチャイザー 246
- フランチャイジー 246
- フランチャイズ〔FC〕 244, 246, 339
- ブランド 137, 139, 194, 259
 - 確立〔構築〕 192, 334
 - 価値 346
 - 管理 307
 - への投資 82
- ブランド・イメージ 241
 - の確立 185
- ブランド間競争 109, 112, 117
 - の排除 111
- ブランド内競争 109, 117
- フリーズ・ドライ 247
- フリース・ブーム 343, 346
- ブレისტーション・プロジェクト 308
- ブローカー 87
- プロジェクト・マネジメント 285
- ブロードバンド事業 322
- プロモーション活動 →販売促進活動
- 文化事業 229
- 分割払込制度 19, 43
- 分割ローン販売 53
- 分系会社 39
 - の株式公開 43, 44
 - 本社と——のルール 42
- 別注方式 341
- ヘッドホン 189
 - ・ステレオ 194
- ベルトコンベア 159, 162
- 貿易 101
 - と資本自由化 157
- 貿易・為替自由化根本方針 167
- 紡績（業） 15, 87
 - 工場の規模 18
- 法的規制 305
- 法的整理 242
- 保護政策 167
- 保全管財人 250, 256
- ポータブル・ラジオ 184
- ホールディング・カンパニー 33
- 本社
 - と分系会社のルール 42
 - の株式公開 43, 44

—のチェック機能 37
—のマネジメントの合理化 41
本部集中仕入れ 130

ま 行

マイカー 105
マーケット 200
マーケット・クリエーション →市場の創造
マーケティング(活動) 82, 183, 315
ニッチなターゲットに絞った—— 184
マスクー法 172, 176
マス・メディア 66, 72
まちづくり 229, 233
街の電器屋さん 107, 121
松下電器5ヶ年計画 113
松下ヤミ再販事件 135
マテリアル・ハンドリング〔マテハン, 運搬管
理〕 162
マニュアル 292
マネキン 80
マネジメント 35
—能力 293
事業部門別の—— 36
本社の——の合理化 41
持株会社を通じた傘下事業の—— 46
マルチプラットフォーム 303
マンガ 262
マンガ家 265
漫画専門誌 265
見込商売 87, 89, 92
ミス・シセイドウ 81
無線通信 328
メイクアップ化粧品 67, 81
メインバンク 248
綿花 87
綿糸 15
モータリゼーション 105, 143, 170
持株会社 32, 41, 45, 99
—的性格 84, 92, 94
モノからサービスへのシフト 222
モノ支出 222
模範的郊外生活 53

や 行

夜業 27

安売り 124
誘因〔インセンティブ〕と責任 38
遊園地 282
有限責任制 16
有線サービス 328
ユーザーの選択 311
輸出(製品) 101, 165
輸送ビジネス 61
要員計画 291
洋食(化) 64, 104
洋風化 104
予測精度の向上 290

ら・わ 行

ライセンス生産 283, 284
ライフスタイルの多様化 222
ラジカセ 188
ランニング・コスト 196
乱売 109, 119, 128
リゾート都市づくり 282
リピーター 293
流通 221, 223
—の中抜き 309
流通革命 104, 125, 233
—論 139
テレビゲームの—— 309
流通業者 139
流通系列化 →系列化
流通経路 82, 113
量産体制 157
量販 146
量販店 228
家電——〔大型家電——〕 107, 121, 139
専門—— 222
良品廉価 240
レーヨン 94
ロイヤリティ 246, 281, 307
労働力 28
ローカル線 204, 211, 212, 214
66年規制 172
ロー・コスト・キャリア〔LCC〕 217
ロスリーダー〔目玉商品〕 124, 134
ローンチ・カスタマー 202
ワンストップ・ショッピング 108
ワンセグ 331

企業名・商品名等索引

(正確な読みが不明の項目には*を付した。)

- 数字・アルファベット
- 179A →カローラ
ANA →全日本空輸
au 328-331, 334
『CanCam』 349
CVCC 176-179
——エンジン 175
DC-3 [ダグラス DC-3] 206, 207
DC-4 208-210
DC-6 210
『DRAGON BALL』 273, 274
『Dr. スランプ』 272
EPA →環境保護庁 (アメリカ)
FOMA 329
F 型カブ 165
GHQ [連合国軍最高司令官総司令部] 32, 203
GM 5, 164, 176, 178
Google 46
G 型テープコーダー 183
H1300 171, 173
H-AIR 189
iPod 182
JAL →日本航空
J&P 319
JR 62
JR 東日本 317
J-フォン 327
KDDI 317, 325, 326
『LEE』 349
MAST [マーケット・オリエンテッド・エース・ショップ・チーム] 122
N360 170
『National Shop』 116
NEC 298, 319
NINTENDO 64 311
『non-no』 349
NTT 317, 323-326
NTT グループ 326
NTT コミュニケーションズ 326
NTT ドコモ [ドコモ] 317, 328-331, 334
NTT 西日本 328
NTT 東日本 328
『ONE PIECE』 260, 277
PARCO 230-233, 236-238, 338
PARCO 出版 236
『PINKY』 349
PP センター (ソニー) 188, 192, 200, 201
S360 169
SCE →ソニー・コンピュータエンタテインメント
『SLAM DUNK』 273, 274
T360 169
TPS-L2 189, 195
UNIQLO Design Studio, New York, Inc. 348
USA 吉野家 [YOSHINOYA & Co. (USA) Inc.] 247, 251
Wii 299, 313, 314
WM-2 193-195
WM-20 195
WM-101 196
Yahoo! BB 322, 323, 325-327, 334
Yahoo! JAPAN 335
YOSHINOYA & Co. (USA) Inc. →USA 吉野家
ZDC →ジフ・デービス・コミュニケーション
ZDP →ジフ・デービス・パブリッシング
- あ 行
- アイシン精機 158
愛知紡績所 23
藍屋 221
アオキ 222
青木航空 204
青山 222
旭繊維 96
『朝日新聞』 66, 72
朝日土地興業 280
味の素 13, 134
アタリ 305
アップル 182, 334
アメリカ任天堂 301

アメリカ・ホンダ 165
 有馬温泉 56
 飯野海運 203
 イクスピアリ 294
 伊勢丹 62, 225
 イタリアナ・デラ・ビスコーザ 96
 市田 225
 イッセイミヤケ 348
 伊藤忠商事 207
 イトキン 225
 イトーヨーカ堂 221
 岩崎家 38, 40, 44, 45
 インターフェイス・グループ 321
 インターロップ 321
 インプレス・ニューヨーク 342, 345
 ウェスチングハウス 42
 ウエテル 133
 ウォークマン 181, 182, 186-198, 200
 ウォルト・ディズニー・プロダクションズ →
 ディズニー
 うどんの吉野家 255
 梅田阪神食堂 64
 運輸省 172, 204, 207, 216
 運輸審議会 207
 運輸政策審議会 216
 エニックス 311
 エフ・アンド・エス 252
 大倉組(商会) 17, 20, 88
 大蔵省 168
 大阪朝日新聞社 61
 大阪コピーライターズクラブ 152
 大阪商船 19, 203
 大阪製銅 18
 大阪電気軌道〔近鉄〕 62
 大阪ハトヤ 129
 大阪紡績 2, 15, 16, 19-21, 23, 27, 28, 30, 90
 —三軒家工場 24, 27, 29
 大塚食品 104
 大戸屋 221
 大林組 96
 沖繩ミート 133
 小郡商事 336-340
 オスカー・コーホン 95, 96
 小田急 62
 おとくライン 326

『男一匹ガキ大将』 267
 『おもしろブック』 261
 オリエンタルランド 280-286, 288, 294, 295

か行

鹿児島紡績所 17
 檜山 225
 片倉製糸 92
 鐘淵紡績 12
 神谷商事 144
 カレー亭ターバン 255
 カローラ〔179A〕 143, 149-155, 157, 158,
 170
 カローラ店 153
 環境保護庁(アメリカ)〔EPA〕 176, 177
 関西汽船 204
 関東自動車工業 158
 菊名生協 129
 技術研 →本田技術研究所
 北浜銀行 49, 50
 紀ノ國屋 129
 箕有電車 →箕面有馬電気軌道
 共同運輸会社 34
 極東航空 204, 205, 207, 208
 麒麟麦酒 86
 『キング』 264
 クライスラー 164
 クラウン(音響メーカー) 136, 137
 クラウン〔トヨベット・クラウン〕 141,
 147, 152
 桑原紡績所 28
 グンゼ 134
 京成電鉄 280, 287
 京阪 62
 京阪薬局 127
 京葉線 283
 ゲーム&ウォッチ 300, 313
 ゲームボーイ 307, 313
 ゲームボーイアドバンス 299
 ケンタッキーフライドチキン 221
 工業技術協議会 172
 航空審議会 204, 207
 公正取引委員会〔公取委〕 112, 135
 講談社 261, 272
 高知ナショナル製品販売 110

| | | | |
|------------------------|-----------------------------|-------------------------|----------------------------------|
| 興民社 | 205 | ジャスコ | 337, 342 |
| コジマ | 222 | ジャーディン・マセソン商会 | 88 |
| コソバ電器店 | 114 | シャープ | 319 |
| 寿屋洋酒店 | 13 | 上海伏尼克服装綿針織 | 342 |
| コートールズ | 94 | 集英社 | 261, 263, 349 |
| 小林電機店 | 119 | 『週刊少年サンデー』〔『サンデー』〕 | 261- |
| コムデックス | 321 | 264, 272, 275 | |
| コールドクリーム | 69 | 『週刊少年ジャンプ』〔『ジャンプ』〕 | 260- |
| 『コロコロコミック』〔『コロコロ』〕 | 274, 275 | 269, 271-277 | |
| コロナ | 152 | 『週刊少年マガジン』〔『マガジン』〕 | 261- |
| コンシューマー・エレクトロニクス・ショー | 319 | 265, 268, 272-275 | |
| コンベア | 440 208, 209 | 『主婦之友』 | 75 |
| コンベア | 880 215 | 小学館 | 261, 264, 274 |
| | | 抄紙会社 | 17 |
| | | 上新電機 | 319 |
| | | 松竹キネマ蒲田撮影所 | 79 |
| | | 『少年ブック』 | 261, 263-265, 267 |
| | | 初心会 | 304, 309, 311 |
| | | ジョルダノ | 341 |
| | | 白木屋 | 60 |
| | | 新宿マルイカレン | 350 |
| | | すかいらく | 221 |
| | | すき家 | 258 |
| | | スギ薬局 | 222 |
| | | 鈴木商店 | 13, 94, 99, 102 |
| | | スターアライアンス | 202 |
| | | スーパーカブ | 165 |
| | | スーパーファミコン | 307, 308 |
| | | スバル | 360 105 |
| | | スピリット | 340 |
| | | スポーツ・800 | 149 |
| | | 住友(財閥) | 12, 33, 38 |
| | | 西武(鉄道) | 62, 224, 227, 232, 236 |
| | | 西武化学工業 | 236 |
| | | 西武クレジット | 236 |
| | | 西武ストア | 226, 228 |
| | | 西武百貨店 | 224-230, 232, 233, 236, 237, 254 |
| | | 西武流通グループ | 224, 228-230, 235, 236, |
| | | 251 | |
| | | 西友ストア〔西友〕 | 221, 228, 229, 233- |
| | | 235, 237, 240, 252, 254 | |
| | | セガ | 298, 299 |
| | | セガサターン | 298, 311 |
| | | セゾングループ | 223, 224, 229, 236-238 |
| | | セブン-イレブン | 221 |
| サイゼリヤ | 221 | | |
| サカエ薬品 | 125, 126 | | |
| サカエ薬局 | 125 | | |
| ザ・コンピューター館 | 319 | | |
| サニー | 105, 151, 152, 170 | | |
| 産業構造審議会公害部会自動車公害対策小委員会 | 172 | | |
| 産業合理化審議会産業資金部会 | 168 | | |
| 三精社 | 67 | | |
| 『サンデー』 | →『週刊少年サンデー』 | | |
| 山東宏利綿針織 | 342 | | |
| 三洋電機 | 135, 183 | | |
| 塩野義製薬 | 126 | | |
| 資源局(アメリカ) | 176 | | |
| 資生堂 | 66-70, 72, 74-76, 78-80, 82 | | |
| ——意匠部 | 70, 72, 74, 75, 78-81 | | |
| ——化粧部 | 69 | | |
| 資生堂特性粉白粉 | 69 | | |
| 資生堂特性水白粉 | 69 | | |
| シビック | 175, 176, 178 | | |
| ジフ・デービス・コミュニケーション〔ZDC〕 | 319, 321 | | |
| ジフ・デービス・パブリッシング〔ZDP〕 | 319, 321 | | |
| 渋谷 PARCO | 232 | | |
| 渋谷 PARCO PART II | 232 | | |
| 渋谷 PARCO PART III | 232 | | |
| 自民党 | 168 | | |
| 社会党 | 168 | | |

ゼンショー 258
 セントラル・パッキング 247
 全日本空輸〔ANA, 全日空〕 202, 203, 206-217
 総務省 328, 329
 ソニー 136, 181, 183-186, 188, 189, 191, 192, 194-198, 200
 —意匠部 200
 —技術研究所 189
 —デザイン室 193
 ソニー・コンピュータエンタテインメント〔SCE, ソニー〕 298, 308-311
 ソニー商事 189
 ソニー・ミュージック 309, 310
 ソフトバンク 317, 318, 320-323, 325, 327-332, 334, 335
 ソフトバンク BB 327, 331
 ソフトバンク・グループ 327
 ソフトバンク・ホールディングス〔SBH〕 319
 ソフトバンクモバイル 327

た 行

第一勧業銀行 249
 第一国立銀行 16, 17, 21, 24, 29
 ダイエー 124-139, 221, 233, 234, 248, 249, 319
 —セントラル牧場 133
 ダイエー薬局 126
 大栄薬品工業 126
 大気水質汚染防止小委員会（アメリカ上院） 178
 第十五国立銀行 20
 大正海上火災保険 92
 大友* 129
 ダイハツ工業 2, 146
 第三十国立銀行 18
 大丸 13, 62
 ダイヤシャツ 134
 『ダ・ヴィンチ』編集部 273
 高島屋〔タカシマヤ〕 13, 60, 62, 64
 高島屋ホール 81
 高田商会 88
 宝塚運動協会 61
 宝塚歌劇 57

宝塚唱歌隊 56
 宝塚少女歌劇養成会 56
 宝塚新温泉 55-57, 60, 61, 64
 ダグラス DC-3 → DC-3
 武田薬品 126
 竹屋電気 120
 谷崎ラジオ店 118
 チキンラーメン 104
 畜産振興事業団 247
 中央公害対策審議会 176
 朝鮮生糸 92
 蝶 理 97
 通商産業省〔通産省〕 145, 166-169, 172, 178, 179
 —産業構造研究会 166
 つかしん 229
 帝国銀行 3
 帝国人造絹糸〔帝人〕 94, 96
 デイズニー〔ウォルト・ディズニー・プロダクションズ〕 279-281, 283, 284, 286-288, 290-292, 294-296, 328
 デイズニーランド 280, 283, 296
 デイズニーワールド 280, 283, 295
 鉄道組合 19, 20
 デニーズ 221
 デ・ハビランド 205
 デ・ハビランド・ダブ 205
 デ・ハビランド・ヘロン 205, 206
 デュボン 95
 田園調布 13
 店 会 → ナショナル店会
 でんかのヤマガチ 121
 電波管理審議会 329
 東亜航空 216
 東海銀行 3, 248, 249
 東海道新幹線 214
 東急電鉄〔東急〕 62, 227
 東急ハンズ 232
 東急百貨店 227
 東京海上保険 20
 東京ガールズコレクション〔TGC〕 349
 東京芝浦電気〔東芝〕 112, 135
 東京商法会議所 17
 東京宝塚劇場 57
 東京宝塚配給会社〔東宝〕 57

東京地方裁判所〔東京地裁〕 250, 251, 254
東京通信工業 181
東京アイズニーシー 279, 294
東京アイズニーランド 279, 280, 282-286,
288-291, 293-296
東京アイズニーリゾート 279, 280, 294
東京電灯 20
東京都中学体育連盟 273
『東京日日新聞』 66
東京発動機 165
東京マネキン倶楽部 80
東京丸物 230
東西線 283
同文館 75
東洋工業 177
東洋バブコック製造 93
東洋紡績〔東洋紡〕 12, 15, 134
東洋棉花 92
東洋レヨン〔東レ〕 93, 94, 96-98, 344
ドコモ →NTT ドコモ
特許庁 (アメリカ) 176
ドトールコーヒー 221
戸畑鋳物 144
豊田工機 158
トヨタ自動車〔トヨタ, トヨタ自工〕 2-4,
6, 105, 141-146, 148, 149, 151-159, 162,
164, 170, 172, 175
——挙母工場 163
——高岡工場 151
トヨタ自動車販売〔トヨタ自販〕 145, 149,
151, 153, 158
豊田自動織機製作所 5, 92, 144, 158
トヨタ車体 158
豊中運動場 61
トヨベット・クラウン →クラウン
『ドラゴンクエスト』〔『ドラクエ』〕 311
トランジスタ・ラジオ 184
ドリーム号E型 165
『ドンキーコング』 301

な 行

なか卯 258
長崎造船所 8
中島飛行機 159
ナショナル店会〔店会〕 112, 122

ナショナル・パナソニックの会 122
灘循環鉄道 57, 58
七色粉白粉 69
南海 62
西田商店 94, 97
ニチメン 342
日産自動車〔日産〕 6, 105, 142, 144, 151,
153, 164, 170, 173, 175
日清食品 104
新田ラジオ店 120
日ペリ航空 →日本ヘリコプター輸送
日本GM 144
日本銀行 145, 206
——名古屋支店 3
日本興業銀行 287
日本航空〔JAL〕 203-211, 213-217
日本航空輸送研究所 204
日本国内航空 216
日本雑誌協会 275
日本職業野球連盟 61
日本生産性本部 162
日本製粉 93
日本ソフトバンク 318
日本テレコム 325-327
日本電装 158
日本ナショナル金銭登録機〔日本NCR〕
129
日本フランチャイズ・チェーン協会 246
日本ヘリコプター輸送〔日ペリ航空〕 204-
207
日本野球機構 61
日本郵船会社 34
日本リテイリングセンター 244
ニンテンドーDS 299, 313, 314
ニンテンドーゲームキューブ 299
任天堂 298-315
ノースウエスト航空 203

は 行

バイカウント 209, 211
ハーグリーブス 24
ハドソン 319
パナソニック 140
バブコック・アンド・ウィルコックス 93
パブリカ 105, 146-151, 153

パブリカ朝日 148
 パブリカ・スポーツ 149
 パブリカ・デラックス 148
 パーミヤン 221
 早川電機 184
 『ハレンチ学園』 267
 バロー・アンド・ウエルカム 68
 阪急〔阪神急行電鉄, 阪急電鉄〕 58-62, 64
 阪急食堂 65
 阪急百貨店 60, 62, 64, 80, 225
 阪急マーケット 60
 阪神甲子園球場 61
 阪神電鉄 58
 ハンドレページ・マラソン 207
 ヒグチ 127
 日立製作所 112, 136
 ビックカメラ 107
 ビデオ・リサーチ 274
 日野自動車 2
 ビブレ 237
 ビーム・ライン 211
 ヒューマンエレクトロニクス研究所 122
 『ファイナルファンタジー』 311
 ファーストリテイリング 3, 336, 337, 339-350
 —商品部大阪事務所 342
 ファミリーコンピュータ〔ファミコン〕 298, 302, 312
 ファミリーマート 221, 235
 フィット 143
 フィリップス 309
 フォーストマン・リトル 321
 フォード 5, 164, 176-178
 —リバー・ルージュ工場 162
 福岡ソフトバンクホークス 327, 335
 福永ラジオ商会 119
 富士瓦斯紡績 88
 富士重工業 105, 146
 藤田組 18
 不二家 252
 撫順炭販売 92
 『婦女界』 75
 『婦人画報』 75
 『婦人倶楽部』 75
 『婦人公論』 75

『婦人世界』 75
 ブブ（・カラータレビ） 136, 139
 ブラチナ・ライン 326
 プラット 22, 24, 26
 プリヂストーン 317
 プリマハム 133
 古河電気商店* 114
 ブルーバード 142
 プレイステーション〔プレステ〕 298, 307, 308, 311, 312
 プレイステーション2〔プレステ2〕 299, 311, 312
 プレスマン 188, 192
 フレツツ光 324
 フレンドシップ 209, 211
 ベガサスクラブ 132
 ボーイング 202
 ボーイング747〔ジャンボ〕 216
 ボーイング787〔ドリームライナー〕 202
 貿易為替自由化促進閣僚会議 167
 『北斗の拳』 272
 ボーダフォン（イギリス） 330
 ボーダフォン日本法人〔ボーダフォン〕 325, 327, 329-331, 334
 ボンカレー 104
 ホンダ・インターナショナル・セールス 178
 本田技研工業〔ホンダ〕 5, 6, 143, 164-166, 168-171, 173-179
 本田技術研究所〔技術研〕 165, 168, 169, 173-175, 179
 ホンダスポーツ500〔S500〕 169
 本舗中山太陽堂 70

 ま 行
 マイカル 129
 マイクロソフト 46
 『毎日新聞』 72
 毎日新聞社 267
 マエダ商事 339
 『マガジン』 →『週刊少年マガジン』
 マクドナルド 221
 松下電器産業〔松下電器〕 107-122, 134-136, 139, 183, 184, 196
 マツモトキヨシ 222

- 松屋 258
 丸井〔マルイ〕 237, 338
 丸菱百貨店 80
 丸ビル 13, 14
 丸和 128
 ミスタードーナツ 221
 三井〔三井合名, 三井財閥, 三井本店〕 12,
 33, 38, 85, 95
 三井銀行 49, 88
 三井鉱山 86, 96
 三井呉服店 13
 三井物産 12, 20-22, 24, 26, 49, 50, 84-99,
 101, 102, 144, 280
 三井不動産 280, 287
 三越 13, 56, 60, 64, 104, 138, 225
 三菱〔三菱合資, 三菱財閥〕 2, 12, 33-39,
 41-45
 三菱銀行 40
 三菱航空機 42
 三菱地所 39, 281
 三菱重工業 42, 43, 159
 三菱造船 39, 42
 三菱電機 42, 112, 135, 300
 緑屋 236
 箕面有馬電気軌道〔箕有電車〕 50, 53, 54,
 56-59, 61
 箕面動物園 54, 55, 60, 61
 無印良品 234, 235, 240, 241
 メタル・プラス 326
 メンズショップOS 337, 340
 メンズショップ小郡商事 337
 モスバーガー 221
 モーデンミルズ 343
 モバイルBB 329
 森小路薬局 127
 森永製菓 14
 や行
 八幡製鉄所 88
 ヤフー 327, 328, 334
 ヤマダ電機 107, 222
 友愛薬局 125
 ユニクロ 3, 336, 338-343, 346, 349
 ——デザイン研究室 348
 ——原宿店 343
 『横浜毎日新聞』 66
 吉野家 3, 236, 242-259
 吉野家ウエスト 255
 『読売新聞』 66, 72, 132
 ら・わ行
 ラオックス 319
 ラチンゲル 96
 ラフォーレ 237
 リコー 302
 リップルウッド・ホールディングス 325
 リミテッド 341
 良品計画 240, 241
 レストラン西武 251
 レナウン商事 225
 ローソン 221
 ロールスロイス 211, 212
 若松築港 92
 わげや 129

人名索引

(正確な読みが不明の項目には*を付した。)

- あ 行
- アイアコッカ、リー 176
青木泰助 70, 79
赤塚不二夫 267
渥美俊一 132, 244
阿部(丸和常務) 128
有賀馨 240
飯田義一 49, 86
井生春夫 125
五十嵐隆夫 274
池沢さとし 266
石河正龍 23
石田礼助 85
石森章太郎 267
伊藤博文 16
伊藤与三郎 85, 88
井上雄彦 273
井上長一 204
井深微 79
井深大 181, 188, 197
今井健雄 250, 252, 256
今西紘史 310
伊与田光男 81
入交昭一郎 177
岩倉具視 19
岩崎小弥太 35, 39, 42-44
岩崎久弥 35
岩崎弥太郎 33-35, 38, 45
岩崎弥之助 34, 35
岩下清周 49, 50
岩田聡 299, 312-315
ウィリアムソン、オリバー 47
上田照雄 133
内田勝 263
浦沢直樹 276
江口寿史 270
大川英太郎 24
大倉喜八郎 17, 20
大野耐一 156, 159
大橋千代子 80
- 岡崎哲二 47
岡田雅敏 241
岡村勝正 24-26, 28
尾田栄一郎 260, 270, 276, 277
乙部孝 70
小野金六 50
- か 行
- 柿沼谷蔵 18, 19
カーティス、マイケル 128
加藤恭之助 136
門田顕敏* 24
上澤昇 282
神谷正太郎 144, 145
亀井茲明 21
辛島浅彦 96
川島理一郎 68, 72
河東汀 79
河原林裡一郎 96
神田好武 205
岸本齐史 266, 271
ギャラガー、ウィリアム 68
国木田独步 75
熊谷辰太郎 18
栗島すみ子 79
黒木靖夫 188, 191, 200, 201
ケラー 95
小菅丹治(2代目) 225
小薺弘 114, 119
後藤広喜 272
小西湧之助 263
小林一三 49, 50, 52-54, 56, 60-62, 64, 65
小林かつゑ 119
駒井玲子 80, 81
小村雪岱 70
ゴールデンダス、ダモダール 87
今純三 70
近藤秀子 81
- さ 行
- 斎藤尚一 162

さいとう・たかを 263, 267
佐々木豊吉 24
佐々木希 350
佐々木尚 275, 276
佐々木勇之助 24
笹瀬元明 21, 22
佐竹作太郎 50
薩摩治兵衛 18, 19
佐羽太三郎* 96
佐橋滋 167
椎名誠 187
渋沢栄一 16-21, 23, 24, 29, 30
渋谷修 254
嶋田隆司 →ゆでたまご
清水格亮 21
清水雅 225
莊田平五郎 35
正力松太郎 72
ジョブズ, スティーブ 182
新庄正明 343
スカリー, ジョン 182
杉浦英男 173
杉村甚兵衛 19
杉森義郎 70
鈴木与三郎 252, 254
スターレー 95
諏訪兼紀 70
瀬古孝之助 94-96
孫正義 318-320, 322, 323, 325-327, 330,
335

た 行

高木長葉 70, 79, 81
高橋俊昌 275
竹内敏雄 251
武満徹 232
田代茂樹 85, 88, 99
多田裕 348
立花隆 265
田中一光 240
田中文藏 86
谷崎秀雄 118
玉塚元一 346, 347
壠水尾道雄 262
田村実 92

ダール 94
対馬恭三 120
津田東 21, 29
堤清二 223-229, 234, 235, 237, 241, 251,
254
堤康次郎 224, 226-228
堤義明 224
ディズニー, ウォルト 279, 293
手塚治虫 263, 265
トウェイン, マーク 261
徳中暉久 310
豊田英二 150, 151, 157, 162
豊田喜一郎 4, 5, 141, 143, 144
豊田佐吉 144
豊田章一郎 158
鳥嶋和彦 270, 274, 275, 277
鳥山明 270, 272, 273

な 行

永井豪 264, 266-268
中内功 124-134, 136, 138-140
中内力 128
中内秀雄 125
中内博 126
中川不器男 157
中谷善三郎* 70
長戸毅 129
中野勝義 205
長野規 263-265, 267, 268
七海兵吉* 86
新関八洲太郎 85, 97, 98
西村繁男 269, 270
新田次男 120
ニールド 26, 27
根津嘉一郎 50

は 行

長谷川商吉 70
長谷川龍雄 149-151, 153
長谷川昇 68
長谷川芳郎 282, 285, 293
蜂須賀茂韶 19, 20
原哲夫 272
平田篤次郎 96

福永多蔵 119, 120
福原有信 67-69
福原信三 68-70, 72, 79
藤沢武夫 165, 169, 170, 173-176
藤田嗣治 68
藤田伝三郎 18, 20, 21, 23
藤本文策 18
ブリッグス 22
古河健一* 114
ブレイン, ジェームズ・M. 68
武論尊 272
ペリー, マシュー・M. 12
ペンローズ, エディス 332
北条司 269, 270
星野芳郎 105
堀江信彦 269, 270
堀越角次郎 19
本田宗一郎 165, 168, 169, 171, 173-176, 179

ま 行

前田清則 67
前田利嗣 20
前田貢 70
牧野武朗 262
増岡章三 250-253, 256
マスクー, エドモンド 172
益田孝 20, 90
増田通二 230
松尾静磨 215
松下幸之助 111, 113-115, 120, 121, 134,
135, 196
松下正治 111
松田栄吉 243
松田瑞穂 243, 244, 247, 249
松本重太郎 18, 20, 21, 23
松山ケンイチ 350
丸山茂雄 310
三須裕 70
水上達三 86
美土路昌一 204-207
南一介 85

ミネリー 96
宮川庸一 331
三宅一朗 70
宮原照夫 272
向井忠晴 85, 86
村上元吾 64
毛利元徳 20
本宮ひろ志 264, 266-268
モネ, クロード 68
盛田昭夫 182, 184, 185, 188, 189, 196-198,
200

や 行

矢島作郎 18, 20
安川雄之助 85-87, 92-94, 96
柳井正 337, 338, 340-342, 346-348, 351
柳井等 337
柳田誠二郎 207
矢野義徹 67
矢部季 70
山内溥 299, 303, 306, 309, 310, 315
山川惣治 261
山口勉 121
山路則隆 272
山田優 349
山辺丈夫 21-30
山本鼎 68
山本条太郎 90
山本武夫 70
ゆでたまご [嶋田隆司] 270, 271
横井軍平 313
吉田達夫 263

ら・わ 行

リップ, ダグラス 286
ルノワール, オーギュスト 68
若杉末雪 86
若林卯三郎 96
和田三造 68
和田豊治 88



ケースに学ぶ日本の企業
——ビジネス・ヒストリーへの招待

Japanese Business History: Studying through Cases

〈有斐閣ブックス〉

2013年4月20日 初版第1刷発行
2015年11月30日 初版第2刷発行

| | |
|-----|--------------|
| 著者 | 加藤健太 大石直樹 |
| 発行者 | 江草貞治 |
| 発行所 | 株式会社有斐閣 |

〒101-0051

東京都千代田区神田神保町2-17

電話 (03)3264-1315〔編集〕

(03)3265-6811〔営業〕

<http://www.yuhikaku.co.jp/>

印刷 株式会社理想社／製本 株式会社アトラス製本
文字情報処理・レイアウト ティオ

© 2013, Kenta Kato, Naoki Oishi. Printed in Japan

落丁・乱丁本はお取替えいたします。

★定価はカバーに表示してあります。

ISBN 978-4-641-18408-4

JCOPY 本書の無断複写(コピー)は、著作権法上での例外を除き、禁じられています。複写される場合は、そのつど事前に、(社)出版者著作権管理機構(電話03-3513-6969, FAX03-3513-6979, e-mail:info@jcopy.or.jp)の許諾を得てください。