

研究計画プレゼンテーション～発表原稿の書き方

研究計画の概要

2008年7月5日

東日大学大学院 経営学研究科 修士課程

受験番号1001 ボンジーン

受験番号1001番のボンジーンと申します。よろしくお願ひいたします。

それでは、研究計画の概要について発表を始めたいと思います。

研究テーマ

ハレハレ自動車のロシア現地工場における
部門間のコミュニケーションに関する研究
—トヨタ自動車との比較をもとに—

わたしの研究テーマは「ハレハレ自動車のロシア現地工場における部門間のコミュニケーションに関する研究」で、トヨタ自動車との比較研究を考えています。

研究背景(1)

ロシアでの外国車の売れ行き好調 { 経済成長
個人消費拡大

☆2006年自動車市場の半分が外国ブランド
(三菱UFJリサーチ&コンサルティング調査部, 2007)



ロシアの外国車市場における今後の可能性

まず、研究の背景について説明します。

現在、ロシアの経済成長率は6%を超えていて、個人消費も伸びています。特に、外国車の売れ行きが好調で、2006年には自動車市場の半分が外国ブランドを占めているという報告もあります。

このことから、ロシアの自動車市場には、外国車の販売が拡大できる可能性があると言えます。

研究背景(2)

ハレハレ自動車のロシアへの経営移転

☆ 2003年～販売実績の低迷

☆ 2009年 現地工場がスタート



ハレハレ自動車はロシアへの経営移転を成功させるための方策が必要

サムアツ国のハレハレ自動車も、2003年にロシアへの輸入販売を始めました。

しかし、ハレハレ自動車は販売実績が日本やアメリカに比べて、よくありません。

2009年にはサンクトペテルブルグの工場が完成して、現地生産を開始するのに、このままでは販売競争に勝つことができません。

ですから、ハレハレ自動車はロシアへの経営移転を成功させるための方法を考える必要があります。

研究背景(3)

トヨタ自動車のロシアへの経営移転の成功

- ☆2001年 輸入販売会社を設立
- ☆2003年 新車販売台数が第1位に
- ☆2005年 現地工場を建設
- ☆2007年 現地生産がスタート



ロシアにおけるトヨタの経営移転の成功は、
今後ロシア自動車市場に進出する企業に有益

比較対象：**トヨタ自動車**

一方、日本のトヨタ自動車は 2001年にロシアに進出してから、年々販売台数を伸ばしていて、2007年からスタートした現地生産も、順調に生産台数が増えています。つまり、トヨタはロシアへの経営移転に成功しつつあると言えます。

トヨタの経営移転について分析することは、ハレハレ自動車^{自動車}がロシアで成功するための参考になると考えられます。

ですから、わたしはハレハレとトヨタとの比較研究^{比較研究}をしたいと考えています。

研究動機

部門間コミュニケーションの重要性^{工場生産ラインでのアルバイト経験}

☆ **生産ライン** ~~モータ~~ **部品調達部門**

納品の遅れ、欠陥品への対応の遅れ
ラインの停止などの問題



異なる国の企業文化が共存するロシア現地工場
では部門間コミュニケーションがさらに重要ではないか

研究の視点：**部門間コミュニケーション**

次に、わたしの個人的な研究動機と、研究の視点について説明します。

わたしは大学生のとき、サムアツにあるおもちゃ工場の生産ラインでアルバイトをしたことがあります。

そのとき、部品調達部門とのコミュニケーションがうまくいっていなかったために、納品の時期や欠陥品への対応が遅れて、生産ラインが止まってしまうという問題がありました。

このアルバイト経験を通して、わたしは部門間のコミュニケーションの重要性を強く感じました。ハレハレ自動車のロシア工場のように、企業文化の全く違う外国に経営移転をする場合、部門間のコミュニケーションはさらに重要になると考えられます。そこで、わたしは部門間のコミュニケーションという点から、ハレハレとトヨタの経営移転について比較研究をしたいと考えています。

先行研究

平賀(2005)

☆トヨタの豪州への経営移転を報告
会社のパフォーマンス引上げと部門間調整会議

経営の海外移転における部門間調整会議の重要性

平賀(2005)

☆トヨタの経営移転の特徴
社会会議体の構築、コーディネーター制

経営の海外移転におけるコミュニケーションの重要性

先行研究では、平賀(2005)がトヨタのオーストラリアへの経営移転を具体的に報告していて、会社のパフォーマンスを引き上げるためには、部門間の調整会議が不可欠であると指摘しています。さらに、平賀はトヨタの経営移転の特徴として社内会議体の構築や、コーディネーター制を挙げていて、このことからコミュニケーションの重要性が確認できます。

研究目的

- ① トヨタのロシアにおける経営移転を部門間コミュニケーションの点から整理
- ② ハレハレのサンクトペテルブルグ工場における部門間コミュニケーションについて実態調査
- ③ 部門間コミュニケーションが経営活動や業績に与える影響を分析

研究意義

ハレハレ自動車はロシアへの経営移転に成功するための参考資料としたい

そこで、わたしは次のことを目的として、研究したいと思います。

まず、トヨタ自動車^{じどうしゃ}のロシアへの経営移転^{けいえいいてん}について、部門間^{ぶもんかん}コミュニケーションの点^{てん}から整理^{せいり}します。その上^{うえ}で、ハレハレ自動車^{じどうしゃ}のサンクトペテルブルグ工場^{こうじょうない}内における部門間^{ぶもんかん}のコミュニケーションについて実態調査^{じつたいちょうさ}を行います。そして、その結果^{おこな}をもとに、部門間^{けい}のコミュニケーションが経営活動^{けいえいかつどう}や業績^{ぎょうせき}に与える影響^{あつ}について、分析^{えいきょう}します。

この研究^{けんきゅう}を通して、ハレハレ自動車^とがロシアへの経営移転^{じどうしゃ}に成功^{けい}するための提言^{ていげん}につながればと考^{かんが}えています。

研究方法(1)

1. 文献調査

トヨタのロシアへの経営移転^{けい}について部門間^{ぶもんかん}コミュニケーションの点^{てん}から整理^{せいり}

☆白書、トヨタのオープンデータ、社史 など

2. 現地調査

① 参与観察

トヨタの経営移転^{けい}の特徴と比較^{ひかく}

☆ハレハレ自動車サンクトペテルブルグ工場内

② ヒアリング調査

①で問題^{もんだい}になった点^{てん}について対象者^{たいしょうしゃ}の意識^{いしき}を把握^{はあく}

☆デプス・インタビュー

つぎに、研究方法^{けんきゅうほうほう}について説明^{せつめい}します。

第一^{だいいち}に、文献調査^{ぶんげんちょうさ}です。収集^{しゅうじゅう}する資料^{しりょう}はトヨタのロシアへの経営移転^{けいえいいてん}に関するもので、具体的には白書^{はくしょ}や、トヨタのオープンデータ、社史^{しゃし}などを考^{かんが}えています。これらの資料^{しりょう}を部門間^{ぶもんかん}コミュニケーションの点^{てん}から整理^{せいり}します。

第二^{だいに}に、ハレハレ自動車^{じどうしゃ}サンクトペテルブルグ工場^{こうじょう}の部門間^{ぶもんかん}コミュニケーションの実態^{じつたい}を調査^{ちょうさ}します。現地^{げんち}工場^{こうじょう}へ実際^{じつさい}に行き、トヨタの経営移転^{けいえいいてん}の特徴^{とくちゆう}と比較^{ひかく}しながら参与観察^{さんよかんさつ}を行いたいと考^{かんが}えています。また、参与観察^{さんよかんさつ}の補足^{ほそく}としてヒアリング調査^{ちゆうさ}を行いたいと思^{おも}います。

ヒアリング調査^{ちゆうさ}の形式^{けいしき}は、参与観察^{さんよかんさつ}で問題^{もんだい}になった点^{てん}について、調査^{ちゆうさ}の対象者^{たいしょうしゃ}の意識^{いしき}を把握^{はあく}するために、デプス・インタビュー^{でぷす・いんたびゆう}を考^{かんが}えています。

ハレハレ・ロシア^しに知り合い^あがいて、工場^{こうじょう}での調査^{ちゆうさ}の許可^{きよか}をもらっていますが、具体的^{ぐたいてき}な時期^{じき}についてはこれから相談^{そうだん}して決めたいと思^{おも}っています。

研究方法(2)

3. 調査結果の分析

部門間コミュニケーションと、経営活動・業績との関係进行分析

参考文献

- 1) 平賀英一(2005)「1980年代のトヨタの豪州経営:組織外部性維持の経営が与えた教訓」『東海学園大学研究紀要 経営・経済学研究編』10(A),pp.91-111,東海学園大学経営学部
- 2) 平賀英一(2006)「トヨタの海外移転モード」『東海学園大学研究紀要 経営・経済学研究編』11,pp.59-75,東海学園大学経営学部

そして、第三に、ハレハレ自動車サンクトペテルブルグ工場の部門間コミュニケーションが、経営活動や業績に与える影響について分析をしたいと思います。

最後に、参考文献はこちらです。

以上で、研究計画の概要についての発表を終わります。

ありがとうございました。