
■ 修士論文要旨

日本企業の製造現場の特徴の分析とチベットへの導入

Analyses of Japanese Manufacturing Management and its Application to Tibet

神奈川大学大学院 経営学研究科
国際経営専攻 博士前期課程

格 智

Gezhi

この論文は、戦後からの日本製造企業の経営を、日本の文化・社会的背景も考慮に入れながら分析して、日本製造企業がどんな工夫して日本独自の日本的経営を完成したのか、そのルートを明確して、日本的経営をチベットに導入することが目的である。

戦後、日本企業は欧米（特にアメリカ）から多くの経営理論を取り入れた。ところが、当時アメリカの経営理念は日本の経営環境に合致しなかったもので、日本の経営環境に合うように変化させることによって、より抵抗なく日本の経営環境に受けられるよう経営手法の日本化が行われた。

例を挙げると、アメリカの企業は部門ごとに独立して、担当部署の責任によって管理する範囲が異なる、日本企業は、在庫管理、品質管理などを全社の力を合わせながら行うことにより、より良い製品を産み出すことに成功した。

このように、海外から輸入された経営手法を日本化して、より日本の経営環境に合った経営手法に変革することによって、競争力を高めていったのである。また、経営理念の輸入ではなく、日本独自の経営手法として発展したものとして、協力（部門）企業ネットワークを挙げることができる。

日本的経営と呼ばれている経営手法の多くは、アメリカからの経営理念を日本化したものと、協力企業ネットワークのように、日本独自の経営的背景から生まれたものとの両者から成り立ち企業経営が行われている。

チベットが日本的経営を導入する時も、チベットの社会に合う経営手法はそのまま変化せずに導入し、合わない経営手法はチベットの社会・経営環境に合うように変化させることである。

なぜ日本的経営をチベットに導入するかと言うと、まず、チベットと日本の文化はよく似ている部分が多い。例えば、日本とチベットの文化で団結・協力を重視している。日本的経営でも協力が重視しているのである。次に、チベットではこれと言った経営手法と経営文化はほとんどないので、先進の日本的経営の経営理念を輸入する必要がある。

本稿の目的は大きく分けて次の3点にある。

第一に、日本的経営に関する書籍および論文に文献調査を行い、日本の製造企業は戦後どのような工夫をして日本的経営を完成させたのかについて分析すること。

第二に、成功を取めている日本企業が日本的経

営のどの部分を導入しながら企業経営をしているかについて分析すること。

第三に、将来チベット企業が行われるべき道を探す事と、国の経済発展につながる路を提案すること。

具体的には、第1章ではこの論文書いた背景と目的を書いている。背景は21世紀になり、経済のグローバル化は国レベル、企業レベルでますます進展している。その中チベットでは企業のグローバル化はさて置き、企業もあまりにも少なすぎる、この現状には様々な原因がある。

第二章では、日本製造業の歴史、特に戦後日本製造業の発展プロセスについて分析した。ここでは日本の文化・社会的背景を中心に生産面、戦略や組織などの視野からの文献調査を行った。これらを基に、日本製造業の戦後の発展プロセスの特徴について明らかにした。

第三章ではチベット製造業の歴史について議論した。チベットには製造業の歴史はあまりない。チベットの経済についての文献や資料ほとんどない中、調べて分かったのはチベットが昔から精神的もの、つまり仏教の発展に力を入れて、経済や製造業の発展をあまり重視しなかったことである。

第四章では、第二章と同様に日本製造業の特徴についてより詳細な分析を試みた。ここでは主に2つのステップで分析している。

第一段階として、内外の文献調査により、戦後の日本製造業の特徴について分析し、まとめた。

第二段階として、日本製造業の商品をお客様に届けるまでのプロセスの特徴について分析した。これにより日本的経営をより可視化することができる。

第五章では、日本的経営で成功を収めている日本を代表できるトヨタ企業事例を挙げてより深く分析し、トヨタ企業経営の特徴であるトヨタの生産方式を主に議論した。

第六章では、チベットへの導入についての分析を試みた。ここでは、日本の文化とチベット文化

の共通点を抽出し、共通点を一覧表としてまとめた。また、日本企業のハイブリッド化分析して、それをチベットに導入できるという結論に至った。