

製造業における価値づくり経営

一橋大学イノベーション研究センター 教授 延岡 健太郎



実学習時間

6h

難易度

★★

受講料

¥16,500

税込

学習目標と狙い

製造業における価値づくり経営についての基本理解を深めるとともに、価値づくり経営の実践方法を学ぶ。

新入社員

若手社員

中堅社員

管理職

上級管理職

経営職



受講期間	講義	理解度テスト	演習	チャメール	修了証	修了アンケート	制作年
6ヶ月	6回(平均60分)	なし	なし	あり	あり	なし	2017

学習プログラム

PDU

6

- 第1回 ものづくりと価値づくり
- 第2回 価値づくりの条件：独自性と顧客価値創造
- 第3回 顧客価値創造：消費財
- 第4回 顧客価値創造：生産財
- 第5回 模倣されない組織能力とコア技術
- 第6回 価値づくり経営の実践

【概要】

日本の製造業は、擦り合わせ技術などの職人芸的強みに特化したものづくりで世界市場をリードしてきました。ただ、要素技術が発達しデジタル化・プラットフォーム化が進んだ現代では、競争優位性を保てず苦戦を強いられています。これからの製造業は、イノベーションを創出し利益を社会に還元していく必要があります。イノベーションとは、社会に役立つ新たな価値を創出することにあります。そのためには、これまで日本企業が培ってきた「ものづくり」に加えて、「価値づくり」が重要であり、日本企業には、価値づくりを目標に置いた経営が求められています。企業は、高くても喜んで購入したいと思う商品・サービスの創出を効率的に行うことで、付加価値の最大化を目指す必要があります。ここで言う付加価値とは、営業利益のみならず、人件費、研究開発費、法人税など、企業が社会に還元する「総利益」を意味します。本講座では、日本企業が実践すべき「価値づくり経営」の要点を6回にわたって考察します。