



# 「ビジネス・ケース・ライティング」の方法論的研究—ジャーナリスト経験者による、メディアの長所と短所を踏まえた経営学的論考—

長田, 貴仁

---

(Degree)

博士 (経営学)

(Date of Degree)

2008-05-21

(Resource Type)

doctoral thesis

(Report Number)

乙3003

(URL)

<https://hdl.handle.net/20.500.14094/D2003003>

※ 当コンテンツは神戸大学の学術成果です。無断複製・不正使用等を禁じます。著作権法で認められている範囲内で、適切にご利用ください。



氏 名	長田 貴仁
博士の専攻分野の名称	博士（経営学）
学 位 記 番 号	博ろ第 106 号
学位授与の 要 件	学位規則第 5 条第 2 項該当
学位授与の 日 付	平成 20 年 5 月 21 日

【 学位論文題目 】

「ビジネス・ケース・ライティング」の方法論的研究—ジャーナリスト経験者による、メディアの長所と短所を踏まえた経営学的論考—

審 査 委 員

主 査	教 授	加護野 忠男
	教 授	金井 壽宏
	教 授	三品 和広

# 学位論文審査要旨

氏 名

長田 貴仁

論 題

「ビジネス・ケース・ライティング」の方法論的研究

—ジャーナリスト経験者による、メディアの長所と短所を踏まえた経営学  
的論考—

審 査 平成20年5月21日

神 戸 大 学

## 論文内容の要旨

本論文の目的は、経営学におけるケース（事例）の記述をめぐる方法論の解明を行う点にある。問題の奥行きとしては、社会科学における記述はいかにあるべきかというところまで行き着く問題について、メディアが提供するデータ、その分析方法、表現方法をめぐる長所と短所を踏まえた経営学的論考となっている。

この分野では、Yin（2002）をはじめとするケーススタディの方法論に関する先行研究があるが、読み易く、なおかつ、経営学の研究・教育に役立つアカデミック・ビジネス・ケースをつくるにはどうすべきか、ジャーナリズムの方法論を応用できるかどうか、といった観点から論じた先行研究は見られない。それも、「納得性」と「信頼性」に着目し、ビジネス・ジャーナリズムの第一線で活躍してきた人物が、その「日常の理論」を念頭に置き書いたものは皆無である。加えて、そのような現場で培った方法論を用いて執筆した自著を具体例として紹介している研究はないだろう。これらが、他の経営学関係の方法論に関する研究と差別化されている点である。

本論文は、第1部と第2部で構成される。

第1部では、第1章でジャーナリズムの定義について述べ、その一ジャンルであるビジネス・ジャーナリズムの歴史が展望されている。第2章では、ジャーナリズムの視点から見たケース論が展開される。ジャーナリズムの手法をそのまま、アカデミック・ビジネス・ケースには適用できないという結論が導かれ、それをもとに、第3章において、ジャーナリスティック・ケースとの比較の視点からアカデミック・ケースについて論じられる。その中で、第2章と同様、ジャーナリズムの欠点が指摘され、それを経営学の研究、教育へ単純に持ち込むことのリスクについて検討が加えられている。

第4章では、「アカデミック・ビジネス・ケース」を作製するプロセスが分析されることにより、ジャーナリスティック・ケースへの建設的応用の可能性が具体的に示される。さらに第5章では、アカデミック・ビジネス・ケースも精緻であるだけでは十分ではないという問題が提起され、読みやすく魅力的な文章にする技法が提案される。第6章においては、アカデミック・ケースの「納得性」と「信頼性」を例証するため、Burgelman（2002）の研究に焦点を当て、ケースと理論との関係について考察されている。以上の議論を踏まえ、Burgelman の研究成果を、分析一般化し理論を構築するのではなく、例外を中心に取材するジャーナリストの方法論と比較することで、「合理性と例外」を超える深い洞察が与えられている。

第2部ではジャーナリスティック・ケースの社会的影響について討議されている。その具体例として著者の自著が紹介される、これらはすでに多くの経営者やビジネスマンに読まれている。その意味では、「社会的影響力」を持っていると言えよう。しかし、研究者の

価値観では、大衆の間で支持されることは第一義ではない。ここで言う社会的影響力とは、経営学をベースにした作品を刊行し、より多くの人々の目を経営学に向けることだ。言い換えれば「啓蒙」である。こうすることで、経営学に関心を持つ人口が増え裾野が広がる。ひいては、経営学の発展につながる。そこで、第7章で学術書と一般書の溝を埋める作品の可能性が論じられている。そして、第8章では、その具体例として第2部で取り上げる4冊の著作が書かれた背景を説明した上で、執筆時点では書けなかった主要な出来事について論考を加えている。

第2部は著者の著書が具体例として示されている。これらは、いずれもジャーナリズムとアカデミズムの長所を活かして書かれた書籍である。いわゆる「ビジネス書」とは一線を画す作品である。このうち、『The Panasonic Way 一松下電器「再生」の論理一』と『ソニー 復活の経営学』は、神戸大学大学院経営学研究科助教教授就任（2005年4月）以降に書かれた著作である。一方、『シャープの謎』と『ベンチャースピリットの研究 一ケーススタディ 三洋電機一』は、ジャーナリスト時代に、いずれの本も、緻密なインタビューと資料収集に基づいて書かれている。