

教 育 研 究 業 績 書

2020年 3月1日

氏名 小林英幸

研 究 分 野		研 究 内 容 の キ ー ワ ー ド		
経営学、機械工学 原価企画、製品開発に関する実務		研究内容：会計学、経営学、設計工学 職務内容：原価企画、製品企画、設計		
授 業 ・ 教 育 向 け 業 績				
著書、学術論文等の名称	単著・ 共著の別	発行又は 発表の年月	発行所、発表雑誌等 又は発表学会等の名称	概 要
(区分) OIS 1. 『コストデザインート ヨタ/研究者の実践コミュニ ティ理論』	共著	2015年3月	大阪公立大学共同出版会	トヨタ自動車の製品開発と原価企画について、トヨタ自動車技術部と研究者の共同により執筆。門外不出とされたトヨタの原価企画を当事者が語る、かつてない書籍となった。
				pp132-140, pp158-159, pp161-169, pp237-240 安井慎一、岡野浩、木村彰吾、澤良宏、木村徹、小林英幸、小西雄三、仁科健、坂田浩己、吉田栄介、ト志強
(区分) OIS 2. 三菱航空機「MRJ」開発遅延の理由を読み解く ーオペレーションズ・マネジメントの視点からの3 つの指摘	単著	2017年12月	『SBI大学院大学紀要』第5号、PP132-145	三菱航空機はMRJの開発にあたり、5回も遅延を繰り返している。オペレーションズ・マネジメントの視点で分析すると、①部署横断的な協働が見られないことによる開発期間への影響、②組織の縦割りによるチーフエンジニアの影響力の減衰、③大日程の修正と対策の遅れ、の3点が浮かび上がる。
(区分) MGT 3. 製品開発と原価企画ー トヨタブランドの源泉	単著	2017年7月	国際戦略経営研究会ーグローバルブランド和歌山 @和歌山大学	トヨタ自動車はレクサスを除き、積極的にブランディングを行ってこなかった。現在あるブランド力は地道な製品開発と、それを支える原価企画の賜物である。ブランド力向上に直結する製品開発と原価企画の実態を、歴史的変遷を交えて解説した。
学 術 理 論 的 研 究 業 績				
著書、学術論文等の名称	単著・ 共著の別	発行又は 発表の年月	発行所、発表雑誌等 又は発表学会等の名称	概 要
(区分) ACT 1. 原価企画に対するエンジニアの受容	単著	2015年6月	日本管理会計学会 @名古屋大学	原価企画を実践するのは設計者を中心としたエンジニアたちである。彼らは原価企画をどのように受け止め、何を糧に努力するのか。従来の原価企画研究では積極的に取り上げられることのなかったエンジニアの受容を考察した。
(区分) ACT 2. トヨタ自動車の原価企画に対するエンジニアの受容：マネジメント・コントロール・システムの視点から（学位論文）	単著	2017年3月	名古屋大学学術機関レポジトリ	これまで専ら目標を付与する経理の視点で研究されてきた原価企画を、目標達成のための実践の主役であるエンジニアの視点で初めて捉えた。原価企画の創始者であり先頭を走るトヨタのエンジニアへのインタビューとアンケートを基に、目標原価が達成されるメカニズムを明らかにした。
(区分) ACT 3. 原価企画に対するエンジニアの受容とコンフリクト解消の方策	単著	2017年10月	(科研費応募テーマ)	本研究では日本の自動車メーカーのエンジニアに焦点を当て、アンケートとインタビュー によって原価企画に対する彼らの受容と活動のあり方を調査する。その結果、エンジニアが原価企画をどのように受容すれば成功に繋がるのか、また刻々と変化する環境に対応する活動はどうあるべきかについて、原価企画で成功を収めている企業の事例を基に考察する。
(区分) ACT 4. 原価企画とトヨタのエンジニアたち	単著	2017年11月	中央経済社	上記にケースを加えて出版したもの。
(区分) MGT 5. A Study of Management Design Utilizing Complex Systems for acquiring Dynamic Capability (査読付プロシリング)	共著	2017年11月	Asia-Pacific Management Accounting Association	複雑系としての企業経営には、不確かな環境の動向に応じて機敏に変わっていけるダイナミックケイパビリティが重要である。本稿では、幾つかの事業設計の実例を比較検討することによって複雑系のマネジメント手法を提案した。それはダイナミックケイパビリティを向上させる手法でもある。
				Takao Nomakuchi, Hideyuki Kobayashi, Hiroshi Okano

(区分) ACT 6. エンジニアの生産性を最大化する原価企画の運用—トヨタ自動車のケースに基づく一考察	単著	2018年9月	『早稲田商学』第453号, PP27-57	エンジニアの視点で原価企画を捉えると、エンジニアをどのように動機づけるか、どうすれば疲弊を防げるか、原価企画の効用を最大化する組織設計の在り方は如何に、といったことが分かる。これらはいずれも原価企画におけるエンジニアの生産性を最大化するための運用にまつわることである。
(区分) MGT 7. マトリクス組織の弱点を克服する3次元組織—トヨタ自動車の事例から	単著	2018年12月	『SBI大学院大学紀要』第6号, PP98-112	マトリクス組織には利点が多いが、縦横両軸に権限があることからコンフリクトが起きやすい。それはどのように解決されるのか。トヨタ自動車は長くマトリクス組織を続けてきた。そして近年、委員会活動の発展に伴い、2軸間のコンフリクトを3軸目が防ぐ3次元組織の構造を得た。
実 務 的 業 績				
著書、学術論文等の名称	単著・共著の別	発行又は発表の年月	発行所、発表雑誌等又は発表学会等の名称	概 要
(区分) OIS 1. コストデザイナー—良品廉価を実現する原価企画	単著	2016年6月	名古屋市公開講座 @名古屋工業大学	名古屋市が主催する市民講座にトヨタの社員として招かれ、工学系の講座の一つとして原価企画を担当した。原価企画は目標を設定して終わりではなく、目標達成のために様々な原価低減活動を行う必要がある。工学としてのアプローチの中心はVEであり、その手法について解説した。
(区分) ACT 2. トヨタ自動車の原価企画—コストを作り込む	単著	2017年4月	メルコ学術振興財団設立10周年記念国際シンポジウム「日本の管理会計の評価と展望」 @名古屋国際会議場	管理会計研究を支援するメルコ学術振興財団の記念シンポジウムに、日本航空・ソニーの幹部と共に実務者の立場で招かれ、トヨタの原価企画について講演した。目標設定に際して「低めいっぱいストライク」を狙うというフレーズは、中日新聞でも紹介された。
(区分) ACT 3. 製品開発と原価企画—トヨタの競争力の源泉	単著	2017年7月	東京大学CARFセミナー—現場実践と金融・会計セミナー @東京大学	トヨタといえばその生産方式が代名詞のようにになっているが、トヨタの利益の90%以上を生みだしている仕組みは原価企画である。東京大学のCARFセミナーは製造業ではなく金融関係の方々を中心とした集まりであり、工学的要素を極力排して説明した。
(区分) ACT 4. トヨタ自動車の原価企画—コストを作り込む	単著	2018年1月	『メルコ管理会計研究』第10号— I, PP18-25	メルコ学術振興財団記念シンポジウムの講演録。トヨタの原価企画は成行き原価を受け入れるのではなく、盛んに原価低減活動を行って定めた目標原価を必ず達成する。このことを「コストを作り込む」と言う。その仕組みと活動について解説した、
(区分) ACT 5. 原価企画実務の変遷と課題—トヨタのケースを中心に	単著	2018年1月	早稲田大学プロジェクト研究所—会計研究所秋季セミナー @早稲田大学	カリスマ的なプロダクト・マネジャーが少なくなってきた昨今の製造業において、原価企画の実務上の要点は、その中心的な実践者であるエンジニアの心理に注目することである。その視点から、原価企画の実態をトヨタの事例を交えながら論じた。
(区分) ACT 6. プロダクトマネジャーのリーダーシップ—トヨタ・ホンダ比較—	単著	2019年12月	『SBI大学院大学紀要』第7号, PP39-58	トヨタのCEとホンダのLPLはともにプロダクトマネジャーでありながら、リーダーシップのあり方が異なる。両者へのアンケートとインタビューの結果に基づいて、その違いの理由を考察した。