



## 慶應義塾大学ビジネス・スクール

# 浜松テクノロジー株式会社

5

浜松テクノロジー株式会社は、コンピューター技術を用いた光学装置や測定器などの大規模・小規模の精密電子機器、およびコピー機やパソコン・ワープロなどのOA機器のメーカーであった（社員数約2万人）。石油ショック以降急速に成長した会社であったが、規模が大きくなるにつれて大企業病の兆候が見え始めていた。そのため、浜松テクノロジーでは、社員がのびのびと仕事できる風土、新しい分野を柔軟な発想で考えることのできる風土を培っていくための全社的な組織活性化運動を展開していた。

10

浜松テクノロジーは情報技術を活発に経営に取り入れていく会社として有名であった。

研究、開発、製造といった技術部門にふんだんの情報化投資を行ってきただけでなく、営業部門や事務部門にいたるまでほぼ1人に1台あるパソコンやワープロをLAN（ローカルエリアネットワーク）につなぐことで組織のシステム化・ネットワーク化をはかり、業務活動をより迅速に円滑に行なうことを目指してきていた。特に、コンピューター・ネットワークによる「パソコン通信」は重要な企業内通信ツールとして用いられ、新しい企業活動のあり方としてマスコミでとりあげられることも多かった。

15

このような背景から、浜松テクノロジーで行なわれていた全社活性化運動は、パソコン通信のネットワークを一つの重要な媒体として展開されるようになっていた。慶應ビジネススクールのケースライターは、パソコン通信を用いた活性化運動の模様を尋ねるために、1991年の春に浜松テクノロジーを訪問した。

20

## 全社活性化運動

25

浜松テクノロジーでは「ジャンプ浜松」という名称の全社運動が展開されていた。大企業病の芽を摘み、創造力と活力に富んだ組織にすることを目的としたこの運動は、1990年4月から1992年3月までの2年間を予定とする活動であった。ケースライターが浜松テクノロジーを訪問したのは、「ジャンプ浜松」の運動期間の半分以上が過ぎたころであった。

30

---

このケースは、クラス討議の資料とするために慶應義塾大学大学院経営管理研究科助教授高木晴夫が作成した。企業名、個人名、及び事業に関する若干の部分が偽装されている以外はすべて事実である。

著作権©慶應義塾大学ビジネススクール,1992年