授業科目名	事業構想概論	担当教員	東英弥·谷野豊	科目コード	101
配当年次	1年次	学期	前期	(導入)	
キャンパス	東京校	単位数	1		

概要)

事業構想大学院大学の創設者が今までに起業してきた経験をもとに、新たな学術体系の確立に向けて研究活動を行っている「事業構想」を解説する。最終日は、2021年度入学院生の所属企業の収益モデルを発表し、多くのビジネスを知ることで今後の自身の事業構想の気づきとする。

ねらい)

事業構想に取り組むうえで必要となるビジネスモデル研究と基礎的な考え方を身に着ける。

到達目標

事業構想の全体像を理解し、今後の研究の基礎的な考え方、研究姿勢を身につける。

キーワード

事業構想、企業理念、自社(他社)の収益モデル、研究姿勢

授業の進め方と方法

事業構想の考え方、進め方のレクチャーをもとに、所蔵企業の収益モデルについて発表を行う。

授業計画		課題
第1回	特別講義(東教授)	事業構想に必要な考え、研究姿勢を身につける
第2回	事業構想計画書に落とし込むための考え方	2年間の研究スケジュールや事業構想計画書を書き上げるために必要な要件を理解する
第3~4回	自社の企業理念、経営資源、収益モデルなどの見直し	自分自身の経営資源の棚卸を行い、 企業理念と製品・サービスなどが、ど のように関係しているのかを理解する
第5~8 回	自社の収益モデルのプレゼンテーション	所属企業の収益モデル(競合優位性を 含む)を分かりやすく伝える。他の履修 者の発表から自分自身の事業構想の 気付きを得る。

教科書

なし

参考書、講義資料等

必要に応じ配布する

成績評価の基準及び方法

授業毎の貢献70点、授業毎の発表30点で評価する

連絡先(メール・電話番号)

オフィスアワー

メールで事前に予約すること

その他

第5~8回の発表会は5分と限られた時間なので、要点を抑えて時間厳守で発表する。また、会社案内・紹介にならないように注意する。

	授業科目名	事業構想原論	担当教員	田浦俊春 岸波宗洋 下平拓哉 橋本良子 井手隆司	科目コード	102
	配当年次	1年次	学期		前期	
Ī	キャンパス	東京校・名古屋校・大阪校・福岡校	単位数		1	

本講義では,講義名が示すとおり,事業構想の源について本質論を展開する.具体的には,「なぜ,人間は事業を構想するの か」「なぜ,人間は事業を構想できるのか」という問いについて議論する.動物も,あたかも事業を行っているかのごとく,ある目的 のために知恵を働かせて集団行動を行うことがある、果たして、それは、人間の行う事業と何が違うのだろうか、そして、その違 いはなぜ行うことができるのだろうか、これらの問いはあまりに根本過ぎて、現実離れしているかもしれない、果たして、役にに立 つのだろうか?

翻って、事業構想を学として研究教育するのが本学の使命である.ならば、このような本質論を議論することは、直接的には結び つかないかもしれないが、必ずや、院生諸君の知識や能力の根幹を構成する素養となると信じる.

具体的には,これらの問いに対して,「創造性」「価値論」「戦略論」の3つの視点からアプローチする. それぞれのテーマについ

て、本学の教員がそれぞれ3名づつショートスピーチをし、その後、教員と院生により議論を行う。 これらのテーマ別の議論を踏まえ、最後に、本講義の主題である「なぜ、人間は事業を構想するのか」「なぜ、人間は事業を構想 できるのか」という問いについて、グループディスカッションを行う。そこでは結論は求めない、どのような議論が行われたのか、そ れを確認するために、各グループで行われた議論の内容を全学で共有する.

到達目標

本質的な問いに対する議論に慣れて、その意味を理解してほしい、本講義を通して得るものは各自により異なっていて良い、そ れは、明示的な知識や能力でなくとも、何かの気づきでも良い、安易に、役に立つとか立たないとか拙速な態度はとらないでほし

キーワード

事業構想,本質,創造性,価値論,戦略論

授業の進め方と方法

教員からの話題提供と議論を繰り返す.

授業計画	<u> </u>	課題	
第1回	本講義の主題である「なぜ,人間は事業を構想するのか」「なぜ,人間は事業を構想できるのか」という問いについて解説する(全校中継)	本講義の意味について理解し、各自の知識を総動 員して議論を開始する.	
第2回	その後, 第1回目のグループ討議を行う.		
第3回	 「創造性」について,3名の教員から講義を行う(全校中継)。 その後,講義の内容及び,本講義の主題について,教員と院生が	事業構想における「創造性」とは何か議論し、本講	
第4回	全員で議論する(全校中継).	義の問いに展開してほしい.	
第5回	 「価値論」について,3名の教員から講義を行う(全校中継)。 その後,講義の内容及び,本講義の主題について,教員と院生が	事業構想における「価値」とは何か議論し、本講義	
第6回	全員で議論する(全校中継).	の問いに展開してほしい.	
第7回	 「戦略論」について,3名の教員から講義を行う(全校中継)。 その後,講義の内容及び,本講義の主題について,教員と院生が	事業構想における「戦略」とは何か議論し、本講義	
第8回	全員で議論する(全校中継).	の問いに展開してほしい.	
第9回	これまでの議論を踏まえ,本講義の主題である「なぜ,人間は事業 を構想するのか」「なぜ,人間は事業を構想できるのか」という問い	本質的な問いについて考えることの意味を理解し	
第10回	について2回目のグループ討議を行う. その内容について,各グループ毎に簡単に発表する(全校中継).	てほしい.	

特に指定しない.

参考書、講義資料等

Google Classroomにアップする.

成績評価の基準及び方法

本講義への参加姿勢で評価する.

連絡先(メール・電話番号)

オフィスアワー

その他

本講義は必修であるので,必ず出席すること. もし,業務等の都合により出席できない場合には,事前に担当教員に連絡すること.

授業科目名	事業構想論I	担当教員	一條和生	科目コード	103
配当年次	1年次・2年次	学期	前期		
キャンパス	巡回(全校)	単位数	2		

事業構想サイクルの理論を学ぶ。

事業構想をどうやって生み出すか。そのためには事業構想とは何か、事業構想はいかにして創造することができる か、つまり事業構想サイクルを深く理解しなければらない。事業構想サイクルの理論的基盤が知識創造論である。知 識創造論とは、知識情報社会と特徴付けられる21世期の経営理論として生まれたものであり、デジタル、AIの時代に 人間の創造性を発揮させるために世界的に注目されている。講義では知識創造論を学ぶことにより、事業構想を生 み出すためには何をしないといけないのか、事業構想はどのようなプロセスで生まれるのか、事業構想においては何 が本質的に重要なのかを受講生が理解することを目指す。

到達目標

- (1)知識創造論に基づき、事業構想とは何かを深く理解する。
- (2)知識創造論に基づき、事業構想を生み出すプロセスを理解する。 (3)知識創造論に基づき、事業構想にとって本質的な要素を理解する。

キーワード

事業構想サイクル、知識創造、イノベーション、リーダーシップ

授業の進め方と方法

インターラクティブな講義とケーススタディー

授業計画		課題	
第1回	オリエンテーション		
第2回	組織における知識創造	ケーススタディー「ウーバー 世界の移 動手段を変革する」(JBS. CCJB-HBS-	
第3回	小口で成1~8317°30入HB成石1月	16011-02)	
第4回	暗黙知と形式知□	ケーススタディー「トヨタの戦略と欧州における計画 AYGOの発表」(IMD,	
第5回		おける計画 AYGOの発表」(IMD, CCJB-IMD-70072-01)	
第6回	知識創造のSECIモデル	ケーススタディー「IDEO」(HBS, CCJB-	
第7回	ALINA EUU SEOI モ ア アレ	HBS-600143)	
第8回	知識創造の場	ビデオ・ケーススタディー「セブンイレブ	
第9回	和戦制連の境	ン」	
第10回	デジタル時代の知識創造	自社におけるデジタルトランスフォー	
第11回	ノ ノ ノ/レ¤寸 I VV/ AU 部队后! J旦	メーションの課題を見つけておくこと	

ディー「ホンダ」					
71 ―(ルンダ)					
授業で取り上げられ を実践する企業を見					
と大成りる正木を元					
授業への参加(議論への積極的な参加)と最終プレゼンの内容に基づいて評価する。					
連絡先(メール・電話番号)					
By appointment					
その他					

	授業科目名	事業構想論Ⅱ	担当教員	一條和生	科目コード	104
	配当年次	1年次•2年次	学期	後期		
ı	キャンパス	巡回(全校)	単位数	2		

事業構想サイクルの実践を学ぶ。

前期で学んだ知識創造論の実践について、最新事例とケーススタディーに基づいて学ぶ。知識創造論と知識創造経営を学ぶことにより、事業構想サイクルを実行に移すと組織、リーダーシップ、マネジメントについて学ぶことになり、それによって事業構想の実践を目指す。

到達目標

(1)知識創造論に基づき、事業構想を実践するマネジメントについて学ぶ。

(2)知識創造論に基づき、事業構想を実践する組織について学ぶ。

(3)知識創造論に基づき、事業構想に実践するリーダーシップについて学ぶ。

キーワード

事業構想サイクル、知識創造、イノベーション、リーダーシップロ

ήĺ

授業の進め方と方法

事業構想 知識創造、イノベーション、リーダーシップ

授業計画	1	課題	
第1回	オリエンテーション		
第2回		ケーススタディー「ネスレのGLOBEプロ グラム(A)、(B、(C)」(IMD, CJB-IMD-	
第3回	知識の共有	70230-01, CCJB-IMD-70231-01, CCJB-IMD-70232-01)	
第4回	知識の保護	ケーススタディー「イノベーションとリノ ベーション ネスプレッソ物語」	
第5回	太山部以の大社会	(IMDCCJB-IMD-70068-02)	
第6回	知識の廃棄	ケーススタディー「リクルート データ活 用による価値創造」(IMD, CCJB-IMD-	
第7回		17001-01)	
第8回	破壊的イノベーション	ケーススタディー「テスラ」(HBS,	
第9回	10人 松木 ロッコン	CCJB-HBS-14020-02)	
第10回	ワイズリーダー		
第11回	7127		
第12回	ゲストスピーカーセッション	知識創造を実践する実務家とのディス	
第13回	─ ゲストスピーカーセッション	じゃっションに備えておくこと。	
第14回	個人発表	各受講生自身が、授業で取り上げられ なかった知識創造を実践するリーダー	
第15回		(ワイズリーダー)を見つけ、発表する	

教科書

講義資料をGoogle Classroomで授業後に共有する。

参考書、講義資料等

一條和生『リーダーシップの哲学』、東洋経済新報社、2015年。

成績評価の基準及び方法

授業への参加(議論への積極的な参加)と最終プレゼンの内容に基づいて評価する。

連絡先(メール・電話番号)

オフィスアワー

授業への参加(議論への積極的な参加)と最終プレゼンの内容に基づいて評価する。

授業科目名	テクノロジーと事業構想	担当教員	田浦俊春	科目コード	105
配当年次	1年次•2年次	学期	後期		
キャンパス	東京校	単位数	2		

本講義では、昨今進歩の著しいテクノロジーの人間社会における意味をとらえ、事業構想につなげるための考え方について議論する。前半では、まず、新たなテクノロジーは既存のテクノロジーの代替から始まるが、追って、そのテクノロジーでしかなし得ない価値を市場に提供し始めるという技術革新の基本的流れを説明する。次に、3Dプリンタ、VR(人工現実感)、AI(人工知能)を例に取り上げ、それらのテクノロジーがどのような経緯を経て発達してきたか、そして社会をどのように変えてきたかを俯瞰し、続いて、新たな事業に展開することを試みる。後半では、デザイン(設計)の視点からテクノロジーについて議論する。広い意味においては、人間が行う行為の多くはテクノロジーということができる。例えば、料理人の有する創意工夫の能力(デザイン能力)は、技術(テクノロジー)そのものである。そこで、本講義においては、デザイン(設計)の方法論について紹介し、実際に、デザイン(設計)することを試みる。最後に、テクノロジー先導型の事業についてケーススタディを行う。

本講義では、ほぼ毎回、演習を行う、演習は、原則として講義時間内に行う。

本講義のねらいは、テクノロジーを生かし、より競争力のある事業を構想するための考え方を理解し実践する能力や素養を獲得することにあり、狭い意味でのテクノロジーそのものを開発することではない。従って、これまで狭い意味でのテクノロジーに馴染みのなかった院生も是非聴講して頂きたい。

到達目標

テクノロジーについては、表面的なメカニズムや機能が語られることが多いが、その多くは予定調和的に発達してきたのではなく、他のテクノロジーや社会との相互作用の中で進化してきていると考えられる。本講義では、そのような流れの中で、テクノロジーを捉える能力と素養を獲得する。

キーワード

テクノロジー, 3Dプリンタ, VR, AI, デザイン, 設計

授業の進め方と方法

各テーマ毎に、教員からの講述と院生による演習を交互に行う。 また、必要に応じて、外部講師を招聘する。

授業計画	<u> </u>	課題
第1回	オリエンテーション	テクノロジーとは何か. テクノロジーと社会を橋渡しすることの意味を意識する
第2回	3D プリンタの技術動向の講述と演習	3Dプリンタの技術動向を歴史的かつ社 会的意味の観点から捉えるとどうなる
第3回	30 ノリンテの牧刑 新門の語述と演目	か. 3Dプリンタを用いた事業としては何 が考えられるか.
第4回	VR(仮想現実感)の技術動向の講述と演習	VR(仮装現実感)の技術動向を歴史的 かつ社会的意味の観点から捉えるとど
第5回	VR(似态场关态)の技術動画の講述C與自	うなるか. VRを用いた事業としては何 が考えられるか.
第6回	VR(人工知能)の技術動向の講述と演習	AI(人工知能)の技術動向を, 歴史的かつ社会的意味の観点から捉えるとどう
第7回	VR(人工知能)の技術期间の講述と演音	なるか、AIを用いた事業としては何が考えられるか、
第8回	デザイン(設計)方法に関する講述と演習(その1)	新たな形や機能を考えるとはどう言うこ
第9回	/ ッコン(欧田/刀/AIC関する時型C原目(COI)	とか実際の製作を通じて理解する.

第10回	デザイン(設計)方法に関する講述と演習(その2)	新たな形や機能を考えるとはどう言うこ
第11回	プリイン(改計/ガルIC関サる神心C規目(でWZ)	とか実際の製作を通じて理解する.
第12回	ケーススタディ(ゲスト講師)	テクノロジー先導型の事業について, その概要を学び, さらなる展開について
第13回	ソーヘヘメノイ(ソヘド語叩)	検討する。
第14回	総合討論	テクノロジーと社会を橋渡しするために
第15回	₩º □ 됩기 am	は、どうすれば良いか考える

特に定めない

参考書、講義資料等

参考書:田浦俊春「創造デザイン工学」東京大学出版会(2014) 講義資料は、毎回の講義の数日前に、Classroomにアップします。

成績評価の基準及び方法

演習への参加の状況を中心に評価します.

連絡先(メール・電話番号)

オフィスアワー

特に設けませんが、質問等があれば遠慮無くお問い合わせください.

授業科目名	社会動向と事業構想	担当教員	松本三和夫	科目コード	106
配当年次	1年次•2年次	学期	前期		
キャンパス	東京校	単位数	2		

社会は絶え間なく変化する。社会の姿を一貫して捉える方法を学び、事業構想につながる社会課題を掘り下げて特定することを目的とする。政策、未来予想、産業、労働、情報、環境、科学、技術革新等々と、社会動向を決める要因は多岐にわたる。この講義は、それらの要因が互いにどう連関しているかに注目して、事業構想の場である社会のダイナミックな変化と社会課題をワンセットで抽出することにより、事業構想の萌芽を系統的に洞察する。

社会動向と事業構想の交わる点を見出すため、社会のダイナミックな変化と社会課題が表裏一体にみえるプロセスをくわしく分析する。とくに、技術革新と社会の境界面で生まれる社会課題に注目し、近未来社会における日本の社会課題を具体的にくわしく説明する。そのうえで、社会動向から事業構想を着想するために必要な2つの論点に焦点を合わせる。ひとつは、社会の新たな試みが、いったんある軌道に乗って走りはじめると、そのまま過去の軌道を走り続けるという経路依存と呼ばれる現象が新規の事業構想にとってもつ光と影を明らかにする。いまひとつは、短期的な変動だけでなく、長期的な趨勢の芽となる社会構造の変化を明らかにしたい。

事業構想は社会動向から起動力を得る。社会動向は、社会課題をもたらす。社会動向に潜む可視化されていない社会課題を、どう事業構想のなかにいち早く体現できるかが決め手になる。社会動向と事業構想は一見異質にみえるが、思いもかけない要因を介して地続きである。AI、脱炭素社会、SDGs、サーキュラーエコノミー等々の社会動向に言及しつつ、新規事業を構想するために不可欠な多種多様な要因をマッピングして、どの場合にどの要因に注目すべきかを示したい。そのことをとおして、みずから社会課題を設定し、社会課題を事業構想につなげる思考力を身に付けていただきたい。

到達目標

- ・社会動向と事業構想を各自の問題意識によって統合する社会分析の方法と視点を習得する。
- ・社会変化におけるテクノロジーや情報の不確実性が新規事業のチャンスになるための条件を推定できるようになる。
- ・社会的な文脈の異なる多数の事例を、広い視野で適切に位置づけ、自身の事業構想を支えるに足るぶれない思考の枠組みを身につける。
- ・自身の事業構想を社会学的発想でフレーム付けし、他者に効果的に伝えるスキルを身につける。

キーワード

近未来社会、技術革新、社会変革、イノベーション、社会変動と社会構造

授業の進め方と方法

- ・講義とその都度挙示する参考情報による学習と、教室での討論やグループワークのやりとりをダイナミックに組み合わせてすすめてゆく。教室での自由な発想で行う討論やグループワークを重視する。
- ・講義したことをふまえて、自分で考えた新規事業の糸口を現物(原資料、生データ、当事者の証言など)に即して掘り 下げ、思いもかけなかった着想につなげるという趣旨で参加者に発表をしていただく。

授業計画		課題
第1回	社会動向と事業構想をどう捉えるか ―オープンイノベーションに触れた講義の展望―(オリエンテーション)	社会の中で事業構想を現実化するためには、社会動向のどのような「捉え方」が必要かを考えてほしい。そのうえで、基礎科目としての講義全体の位置付けと展望を述べる。
第2回	AIと社会動向一雇用の未来一 (第2回の講義をもとに第3回のグループワーク、討論で論点を掘り 下げる)	AIの深層学習能力の飛躍的向上によって未来の雇用がどのような変化を 余儀なくされるかを、グレートデカップリ
第3回		ングと呼ばれる現象を手掛かりにしながら、考えてほしい。第四次産業革命にともなう大分岐が事業構想にどのようなインパクトをもつかに注目していただきたい。
第4回	日本社会の労働生産性と事業構想 (第4回の講義をもとに第5回のグループワーク、討論で論点を掘り 下げる)	まず、事業構想が労働生産性とどうかかわるかを考えてみる。そのうえで、日本社会の労働生産性がなぜ低いのかを分析してみる。さらに、日本社会の内部において労
第5回		働生産性に格差があることに注目し、どの ような社会課題にこたえる事業構想がある かを考えてみてほしい。

第6回	「誰一人取り残さない」社会構想と事業構想 ―SDGsと事業構想― (第6回の講義をもとに第7回のグループワーク、討論で論点を掘り 下げる)	未来社会という切り口で社会全体を牽引している構想力として、SDGsを捉え返してほしい。周りがやるからやるという思考ではなく、そこにどのようなメカニズムとルール
第7回	F() Ø)	がはたらいて、社会動向がどう関与して、どんな社会を実現するかを構想してほしい。
第8回	脱炭素社会の光と影から事業構想を考える 一適切なアウトサイダーと事業構想ー (第8回の講義をもとに第9回のグループワーク、討論で論点を掘り 下げる)	脱炭素社会がなぜもとめられるかを、バックキャステイングの着想で考えてみてほしい。そのうえで、日本の再生可能エネルギーが十分に推進されていない理由を、社
第9回	1.17.47	会動向から分析して、新たな事業を構想し てみる。
第10回	VUCA社会における情報の流れと事業構想 (第10回の講義をもとに第11回のグループワーク、討論で論点を掘 り下げる)	VUCA状況で人が行動をするときにどのような期待を込めているのかを考えてみる。とくに、期待をよせる人が一様でない場合、どのように情報が異なるステークホルダーの
第11回		間で流れるかをマッピングしてみよう。そこからどのような社会課題にこたえる事業構想が必要かを想定する。
第12回	サーキュラーエコノミーとデザイン経営再考 —イノベーションにかかわる社会変動— (第12回の講義をもとに第13回のグループワーク、討論で論点を掘り下げる)	社会変革の手段として、サーキュラーエコノミーやデザイン経営にはどのような利点と欠点があるかを考えてみる。とくに、society5.0の構想のもとで、どのような要因
第13回	9 F() @)	が新規事業の展開にとって重要かを考え、 既存事業をリバンドルしてみる。
第14回	発表会とまとめの討論	講義全体をふまえて、社会動向と事業構想の接点について各自が発表を行い、討論 をふまえて論点を掘り下げる。
第15回		COOL COM WE DAY 1 11 O

教科書は指定しません。

参考書、講義資料等

- •H. Chesbrough, *Open Innovation*, Harvard Business School Press, 2003 大前惠一朗訳『Open Innovation』(產業能率大学出版部、2004).
- •松本三和夫編著『科学社会学』(東京大学出版会、2021).
- ・盛山和夫他編著『社会学入門』(ミネルヴァ書房、2017).

成績評価の基準及び方法

成績は、①毎回の討論やグループワークへの積極的な貢献などの平常の取り組みを50%、②発表やレポートの評価を50%として、総合的に勘案して評価する。

連絡先(メール・電話番号)

オフィスアワー

質問や相談には毎回の授業の前後に応じます。少し時間が必要な場合は、メールでアポ取りをお願いします。

その他

講義や討論やグループワークの内容が、自身の事業構想にとってどのような思いがけない意味をもちうるかを常に考え続けてほしい。そういう鋭い問題意識が、ここぞというときに重要になってきます。

授業科目名	ニューエコノミーと事業構想	担当教員	高田伸朗	科目コード	107
配当年次	1年次•2年次	学期	後期		
キャンパス	東京校	単位数	2		

事業構想策定に際しては、景気動向や金利などのマクロ経済動向、顧客となる生活者や企業などの行動に代表されるミクロ経済動向など、事業を取り巻く経済の動向を外部環境としてきちんと認識しておくことが重要である。価格理論や市場メカニズム、さらに企業行動や消費者行動のモデル化など、経済学の視点からの分析力や発想力を身につけておくことが望まれる。また社会経済における制度変化や経済動向の中に、事業機会を見出すことも少なくない。また、構想した事業の社会経済的な意義を明確にするためには、経済効果等を明確にし、第三者に対して客観的に説明することが需要であり。そのためには経済効果分析のスキルも必要となる。

本講義では、日本経済や世界経済の新しい潮流、すなわちニューエコノミーを理解するとともに、生活者や企業の行動を経済的な観点から捉えそこから事業構想を着想する能力を身に付けること、さらには第三者に対して事業構想の効果・意義を示すサイン必要な経済効果分析の手法を身につけることを目的とする。

到達目標

事業構想の策定に際して前提となる経済環境分析能力を身につけ、制度変更や経済動向の変化を事業構想に反映させるスキルを身につける。具体的には以下の3点を習得することを目標とする。

- 1. 事業構想策定の前提となる経済動向分析に関するスキル・ノウハウの習得
- 2. ニューエコノミー(経済動向)を捉え、事業構想に繋げる能力の獲得
- 3. 事業構想の社会経済的意義を考察するスキルの習得

キーワード

ニューエコノミー、経済動向、日本経済、世界経済、経済効果、産業構造、成長産業

授業の進め方と方法

授業は担当教員からの話題提供(講義)とそれに基づく討論の併用で、受講生の関心領域に基づく「問題提起」と全員参加の討論を行なう。

授業計画		課題	
第1回	オリエンテーション		
第2回	経済理論・マクロ・ミクロ経済学の基礎的理論の習得)、	経済的視点で考察する能力の習得 マクロの視点から事業を見る能力の習	
第3回	・新SNA体系とGDPの構成要素など経済統計の基礎の習得	得	
第4回	経済統計 ・国勢調査、経済センサス、家計調査など政府統計の利用方法	統計アレルギーからの脱却 統計を読む力の習得	
第5回	・産業連関表の基礎的知識と、経済効果分析手法の習得	経済効果分析手法の習得	
第6回	経済動向(1) ・統計を利用した日本経済の特徴、サービス経済化の背景と事業機		
第7回	会	サービスビジネスモデルの習得 (サービス業と他産業の相違点)	
第8回	経済動向(2) ・TPP・RCEPなど各FTA(・EPAの背景と事業機会	世界経済の動向と日本との関係変化を習得	
第9回	・中国、韓国などアジア主要国の成長発展の動向と事業機会	海外との連携についての視点	

第10回	経済動向(3) ・経済的見地からみた農業の特性と新しい農業の動向	成長産業の特質、経済的な意義の習
第11回	・オタク経済を事例とした新産業の特徴と事業機会	得
第12回	経済動向(4) ・地域経済の復活策	マクロ経済の視点から見た地方創生・
第13回		高齢化の意義と事業機会の検討
第14回	まとめ ・政府及び各政党の経済政策の評価 ・日本経済の成長発展戦略、今後の日本経済をけん引する産業の	未来展望能力と政策評価能力の習得
第15回	・日本程用の成長光展戦略、予復の日本程用をけん引する産業の あり方について	木木成主能力と以来計画能力の目 特

教科書は特に設けない。

参考書、講義資料等

講義に必要な資料を毎回、配布する。

参考資料は、講義において紹介する。

成績評価の基準及び方法

授業への参加・貢献・グループ討論50点と学期末に実施するレポート(1200~2000字程度)50点による総合評価を行う。60点以上を合格とする。

レポートについては、①経済動向の認識、②注目した経済動向と事業構想の関係性、を中心に採点。

連絡先(メール・電話番号)

オフィスアワー

特に設けない。メールで事前に予約すること。

その他

日本経済新聞の購読を推奨する。

授業科目名	経営資源と事業構想	担当教員	竹安聡	科目コード	108
配当年次	1年次•2年次	学期	前期		
キャンパス	東京校・大阪校	単位数	2		

本講義では、特に事業構想の立案〜実践を想定し、リソース(人材・資金)の集め方やシナジーの発揮、リスク回避、種々の阻害要因への対処、従業員の士気高揚など、実際の事業構想の現場で必要となるスキルや知恵、行動様式など事業構想の「実践知」を学んでいく。

「実践知」は、存在次元(経営理念、想いと行動力、理念共有)、事業次元(ビジネスモデル化、課題解決手法、ニーズ 把握、CS経営)、収益次元(事業計画、収支管理、生産性向上)の3つの次元でとらえる必要がある。

教員や外部講師の事業経験を題材としたケーススタディにより実践事例を学びながら、ディスカッションを通じて事業構想への理解を深めることを目的とする。

到達目標

新規事業は予測がつかないことの連続であり、構想と実践の乖離(ギャップ)を分析し、その都度修正していく必要がある。暗黙知を形式知化することにより蓄積された「実践知」を体得することが目標となる。

キーワード

経営理念、社会的価値、経済的価値、実践知、顧客視点、パッション・ミッション、M&A・PMI、ブランド戦略

授業の進め方と方法

第2回目以降、前半90分は教員自らの実践事例を題材にした講義を行う。後半90分は、講義から院生それぞれが得た気づきや、事例の中にある課題解決手法などについてグループディスカッションを行った後、抽出された学びの内容を自らの言葉で発表し、教員との双方向コミュニケーションを通じて理解促進をはかる。

授業計画		課題
第1回	オリエンテーション	
第2回	(1)ケーススタディ(介護サービス事業) パナソニック エイジフリー事業の概要/事業を取り巻く環境/企画 構想と現実とのギャップ/実践における組織力の強化/事業構想	・講義テーマに即した関連書籍での 自学自習
第3回	(2)ディスカッション(事業構想視点の抽出)	・講義やディスカッションを通じた「気づき」のまとめ
第4回	(1)ケーススタディ(M&Aによる事業拡大) インド配線器具事業M&Aの背景と狙い/買収先企業の現実と課題	・講義テーマに即した関連書籍での 自学自習
第5回	解決/次なる成長に向けて/PMIの取り組み (2)ディスカッション(事業構想視点の抽出)	・講義やディスカッションを通じた「気づき」のまとめ
第6回	(1)ケーススタディ(スマートタウン事業) 藤沢サスティナブルスマートタウンの概要/パートナとの協働での	・講義テーマに即した関連書籍での 自学自習
第7回	街づくり/CREの取り組みと国内・海外への展開(2)ディスカッション(事業構想視点の抽出)	・講義やディスカッションを通じた「気づき」のまとめ
第8回	(1)外部講師講演(企業の経営幹部や、各種団体の代表者等)	・講義やディスカッションを通じた「気づ
第9回	(2)ディスカッション (事業構想視点の抽出)	き」のまとめ
第10回	(1)ケーススタディ(経営環境の変化と事業構造の転換) 経営環境の変化と住空間価値の創出/ショウルーム大規模リ ニューアルの概要/リライフストーリーの構築/他社協業による新	・講義テーマに即した関連書籍での 自学自習
第11回	ーユーナルの概要とうプインストーリーの構業と他社協業による制たなショウルームの構築 (2)ディスカッション(事業構想視点の抽出)	・講義やディスカッションを通じた「気づき」のまとめ

第12回	(1)ケーススタディ(オリンピックスポンサーとスポーツマーケティング) スポンサーシップ活動の価値/協賛の歴史と意義/スポンサーが 持つ基本的な権利/権利活用の事例/東京2020に向けた取り組	・講義テーマに即した関連書籍での 自学自習
第13回	み (2)ディスカッション(事業構想視点の抽出)	・講義やディスカッションを通じた「気づき」のまとめ
	(1)講義「経営理念とブランド戦略」 経営理念とブランドスローガン/BtoB事業を加速するブランド戦略	・講義テーマに即した関連書籍での 自学自習
第15回	/変革に向けた具体的取り組み (2)ディスカッション(事業構想視点の抽出)	・講義やディスカッションを通じた「気づき」のまとめ

オリジナルテキストを使用する

参考書、講義資料等

- ・竹安聡『事業構想の実践知』(『事業構想研究』第2号・第3号・第4号 所収)
- ・竹安聡 『事業構想型ブランドコミュニケーション』(著書)

成績評価の基準及び方法

講義・ディスカッションへの主体的参加と、講義で得た気付きなどをまとめたレポートなどをもとに総合的に評価

連絡先(メール・電話番号)

オフィスアワー

e-mailにてお問い合わせください。

授業科目名	イノベーションの発想	担当教員	田浦俊春	科目コード	109-309-409
配当年次	1年次•2年次	学期	前期ないし後期		
キャンパス	東京・大阪・福岡	単位数	2単位		

イノベーションでは、従来の延長線上にないアイデアを考え出すことが求められる。では、現状の延長線上にないアイデアとは、どのようなもので、どのようにしたら生み出せるのだろうか、本講義では、この問いについて考える。

はじめに、イノベーションの進む方向について、その質的側面および量的側面に注目した議論を行う.

続いて、どうしたら現状の延長線上にない事業構想を導くことができるか検討する。これまで、いくつかの方法論が断片的ないし経験的に語られてきているが、本講義では、体系的にかつ本質的に捉えることを試みる。具体的には、通常とは異なる非連続な発想のためには、やってみなければその妥当性が予め分からないような仮説を創る思考(仮説思考)、分析的でない思考(シンセシス的思考)、予め目的を定めない思考(非目的論的思考)、設計思想、直感力などが重要な役割を果たすと考え、これまでに国内外で学術的ないし実践的に蓄積されてきた知見をもとに講義を行う。

また、1回程度、ゲスト講師を招いて、ケーススタディを行う.

本講義では、ほぼ毎回、演習を行う、演習は、原則として講義時間内に行う.

到達目標

従来の延長線上にない斬新なアイデアを構想するための思考法について、その基本的な考え方を学ぶとともに、演習を通して実践力を身につける.

キーワード

イノベーション, 発想, 仮説思考, シンセシス, 非目的論的思考, 設計思想, 直感力

授業の進め方と方法

各テーマ毎に、教員からの講述と院生による演習を交互に行う.

授業計画		課題
第1回	オリエンテーション	イノベーションを, 量的ないし質的の側面から 捉えるとどうなるか.
第2回	仮説思考に関する講述と演習	やってみなければ事前にその妥当性が分から ないような仮説とはどのようなものか. それ
第3回	次の心で1年末 7 の時だこれ日	は、いわゆる問題解決的思考とは何が違うのか.
第4回	シンセシス的思考に関する講述と演習(1回目)	非分析的(シンセシス的)な思考とはどのよう なものなのか. その第1の方法である「メタ
第5回		ファーによる方法」とはどのようなものか.
第6回	シンセシス的思考に関する講述と演習(2回目)	シンセシス的な思考の第2の方法である「ブレンディングによる方法」とは何か、第3の方法
第7回		である「場との組み合わせによる方法」とは何か
第8回	非目的論的思考に関する講述と演習	目的論的思考には、どのような限界があるのか、 非目的論的思考とは、どのようなもので、
第9回		どのような分野でどのように議論されているのか、
第10回	設計思想・直感力に関する講述と演習	非連続的な発想を導く思考の根底にあるのか何が、そのために、なぜ、設計思想や直感力
第11回		に注目するのか. そもそも設計思想とは何か.
第12回	ケーススタディ(ゲスト講師)	斬新なアイデアの発想について、実際の事例
第13回		をもとにケーススタディを行う.
第14回	創造性に関する講述と総合討論	そもそも創造性とは何か. これまでに, どのように議論されてきたのか. 本講義を踏まえるな
第15回	413 CE 124 - 1243 7	らば、事業構想に向けてどのように心構えたら良いか.

教科書:田浦俊春「質的イノベーション時代の思考カー科学技術と社会をつなぐデザインとは-」勁草書房(2018)	
参考書、講義資料等	
参考書:田浦俊春「創造デザイン工学」東京大学出版会(2014) 講義資料は,毎回の講義の数日前に,Classroomにアップします.	
成績評価の基準及び方法	
演習への参加の状況を中心に評価します。	
連絡先(メール・電話番号)	
オフィスアワー	
4 71 × 7 · 7 · · · · · · · · · · · · · · · ·	
特に設けませんが,質問等があれば遠慮無くお問い合わせください.	
その他	

授業科目名	ヘルスケアと事業構想	担当教員	谷野豊	科目コード	110
配当年次	1年次•2年次	学期		後期	
キャンパス	東京校	単位数		2	

事業をするためには自分自身の健康はもちろん、そこで働く社員・家族の健康は必須の条件となる。また履修者が事業構想を考える際も同様で、健康の3本の柱(身体的な健康、精神的な健康、社会とのつながりの健康)を最高の状態に整えることが、持続可能な社会の一翼を担う事業を構想することに繋がります。では、最高の健康状態とはどのように手に入れて行く事ができるのだろうか。昨年のCOVID-19という未知のウイルスの対処がわからず世界が混乱した事に代表されるように、私たち人間は、根拠のある正しい情報を調査、分析して、自分の理念、考えに基づいて意思を決定、実行、検証、改善する事で実現する事ができるだろう。この事は、事業構想を実現する際にも必要な能力となる。本講義では、生活習慣病による死亡原因、COVID-

19の影響で働き方や健康に対しての考え方、生活習慣の変化、人々の行動変容、最新のエビデンスに基づいた予防 医療のアプローチなど健康・医療分野に関わる様々な情報から気づきを得て、複雑な社会を的確に把握・分析・想像 して解決策を立案する能力を身につける。

到達目標

玉石混交のヘルスケア分野における情報を正確に理解し、客観的・論理的視座を獲得し、事業の種となる「ヘルスケア分野の課題」を発見し各自の事業構想に生かしていくこと。また事業を通じて、対象顧客をどのように明るい未来に向かうことに繋がるのかを自らの力で考える事ができるようになること。本授業では、以下の到達目標としている。

- 1: 事業構想の種として、健康・医療をエビデンスベースで正確に理解し、課題要因を特定する事ができる。
- 2:客観的・論理的思考で健康・医療に関しての未来を予測する事ができる。
- 3:健康・医療における課題を分析し、理想的な社会を想像し、そこから今やるべき事業を構想する能力を身につける。

キーワード

ヘルスケア、サプリメント、予防医療、デドックス、企業のメンタルヘルス、ホルモン、アンチエイジング、生活習慣病、 長寿遺伝子、アスリート、COVID-19

授業の進め方と方法

最初の90分は講義を行い、休憩後10分程度でミニットペーパーに講義での気づきなどをまとめ、ミニットペーパーに まとめた内容をもとに、1時間程度グループワークを行い得た知識の定着・深耕を目指す。履修者数にもよるが、12 ~15回もしくは14、15回は、講義、議論を通じて健康・医療産業における事業アイデア(各自の事業構想とは関係 のない事業アイデア)を発表し、それをもとに履修者と担当教員で議論する。詳細については、授業内で告知します。

授業計画	<u> </u>	課題
第1回	オリエンテーション:履修者の健康・医療リテラシーの確認	健康・医療産業において、どんな課題 に取り組みたいのかの考えをまとめる
第2回	健康・医療産業の全体像:前半は、現在の日本人の死亡原因から 見えてくる課題などをデータに基づいて紹介する。後半は、各自が 記述したミニットペーパーの内容をもとに、グループに別れて議論を	今後の日本の健康・医療産業について
第3回	おからにミーグで、一パーの内容をもとに、ケルーグに別れて議論を 行い、最後にグループごとに発表し、担当教員と履修者からコメント する	の課題と改善案を考える
第4回	生活習慣病の改善と予防:前半は、生活習慣病の改善に向けた取り組み(ダイエットなど)を紹介し。後半は、各自が記述したミニット	生活習慣病の改善と予防について、行 動変容と継続性についてのアイデアを
第5回	ペーパーの内容をもとに、グループに別れて議論を行い、最後にグ ループごとに発表し、担当教員と履修者からコメントする	考える
第6回	企業のメンタルヘルス:前半は、メンタルヘルスの要因の一つであるホルモン変動やアンコンシャスバイアスに注目し紹介する。後半は、各自が記述したミニットペーパーの内容をもとに、グループに別れて	企業のメンタルヘルスの取り組みにつ
第7回	議論を行い、最後にグループごとに発表し、担当教員と履修者から コメントする	いて調べる
第8回	最新の予防医療①:前半は、有害重金属による不調について紹介 する。後半は、各自が記述したミニットペーパーの内容をもとに、グ	有害重金属は知らず知らずのうちに暴 露されている。デドックスをするための
第9回	ループに別れて議論を行い、最後にグループごとに発表し、担当教 員と履修者からコメントする	生活習慣についてのアイデアを考える

第10回	最新の予防医療②:前半は、遅発型フードアレルギーについて紹介 する。後半は、各自が記述したミニットペーパーの内容をもとに、グ	遅発型フードアレルギーは海外では注 目されている。東京オリンピックで海外 の観光客も多く来日することからどのよ
第11回	ループに別れて議論を行い、最後にグループごとに発表し、担当教 員と履修者からコメントする	の観光をも多く末日することからとのようなビジネスができるかアイデアを考える
第12回	健康・医療産業における事業構想を自身のバックグラウンドをもとに 考え発表(発表時間は1人10~15分の予定)、討論	内容をもとに、健康・医療産業における
第13回	※履修者数に応じて、第2~11回までの講義を行う可能性もある。 その場合は、COVID-19の最新情報をもとに講義を行う	事業構想(個人の構想とは別)を考え、 発表の準備を行う。
第14回	健康・医療産業における事業構想を自身のバックグラウンドをもとに	
第15回	考え発表(発表時間は1人10~15分の予定)、討論	事業構想(個人の構想とは別)を考え、 発表の準備を行う。

指定なし、抗加齢医学会、American Academy of Anti-aging Medicine(A4M)、点滴療法研究会などの学会最新情報からの情報を元とする。

参考書、講義資料等

各テーマに沿った資料を提示する。

<mark>成績評価の基準及び方法</mark>

授業の発言、発表で50点、構想の発表で30点、他の履修者の構想へのコメント・アドバイスで20点として評価する。

連絡先(メール・電話番号)

オフィスアワー

授業のある日。その他の時間帯はメール等で調整する。

*** 黄色セル部分は入力必須項目です。					
授業科目名	地域活性と事業構想	担当教員	重藤さわ子	科目コード	111
配当年次	1年次・2年次	学期		前期	
キャンパス	東京校∙福岡校	単位数		2	

「地域活性化」という言葉は聞きなれた言葉だが、地域が活性化するということは具体的にどういうことか、なぜ地域活性化をしなければならないのか、と問われたとき、自身の言葉で答えられるだろうか。本講義は、そういったそもそも論から始め、自身の関心分野、自身の置かれた立場だけでは見えない、地域の今の姿を、複数のテーマから掘り下げることを通じ、地域活性化は、近視眼的な事業や部分的・一過性の成功が目的なのではなく、中長期的に地域を持続可能なものにしていく動的な「地域づくり」そのものであることを理解していく。また、講義内での対話を通じ、地域活性化に対する自身の考え、地域の今の姿への洞察力を高め、講義の後半では、地域のありたい姿・あるべき姿を地域目線に立って構想し、具体的な事業アイデアにつなげるためのグループワークを行う。

地域活性化が難しいのは、地域の問題は様々な要素が複雑に絡み合っており、一つの学問分野では到底とらえきれない領域である、ということである。そのため、本講義では、地域の問題を多面的・多角的にとらえ、掘り下げていくことの重要性を学ぶことを重視する。本講義のそのような問題の掘り下げ方や、事業の受益者の目線にたち、中長期的展望を目前の具体的な事業アイデアに結び付ける、というアプローチは、より良い社会、社会の変革に資する事業構想を志す本学の院生にとっては、「地域活性」への関心の有無にかかわらず、事業構想に取り組むための基礎的科目として、有益な学びにつながるはずである。

到達目標

- 1. 地域の課題を多面的・多角的にとらえ、地域のあるべき姿と理想的な事業像を描くことができる。
- 2. 何のための地域活性化か、受益者の目線にたち構想を描く能力を身に着ける。
- 3. 倫理と論理を意識した議論を通じ自身の考えを深め、事業アイデアにつなげることができる。

キーワード

|地域づくり、人口、地域経済・産業、農業・食、環境・エネルギー、事業アイデア

授業の進め方と方法

初回はガイダンスとして1コマ、以降は2コマの連続講義である。授業は毎回テーマを設定し、前半は講義で理論やケーススタディに基づいた考え方のフレームワークを提示。後半は、対話を通じて、テーマに関する考えの深堀りを行い、最終的に、具体的な地域での事業アイデアにつなげていく。

授業計画		課題
第1回	オリエンテーション	講義の目的、到達目標・進め方を理解 する。
第2回	地域活性化はなぜ必要かー地域活性化を持続可能性から問い直	地域とはなにか、また、地域活性化の 新たなアプローチを、過去の地域活性
第3回	व	化政策も振り返りながら考える。
第4回	地域の将来あるべき姿とケーススタディ①	人口問題を広くとらえながら、現実的な 地域人口戦略と経済・産業戦略を考え
第5回	(人口·経済·産業戦略) 	る。
第6回	地域の将来あるべき姿とケーススタディ②	地域をとりまく、食と農の現在の姿を理
第7回	(地域持続可能性への農業・食のかかわり)	解する。

第8回	地域の符米めるへき安とゲース人ダナイ③	地域の持続可能性を考えるうえでの、 環境・エネルギーの重要性を理解す
第9回	(地域持続可能性への環境・エネルギーの役割)	る。
第10回	グループワーク① 地域活性化に資する事業を構想する	具体的な地域を選定し、地域の今を見 つめ、将来あるべき姿からの事業アイ
第11回		デア出し・共有・深化を行う。
第12回		事業の具体案、実現可能性について検
第13回	ブループグープで、地域加圧心に良する事業と構心する	討し、プレゼン資料にまとめる。
第14回		相互評価・フィードバック、授業全体の ふりかえりを通じ、地域活性化に資する
第15回		事業への理解をさらに深める。

随時授業内で示す。

参考書、講義資料等

連載「持続可能な地域社会を再構想する」『月刊事業構想』(2020年8月号~3月号) 藤山浩『地域人ロビジョンをつくる』農文協、2018年

藤山浩、有田昭一郎、豊田知世、小菅良豪、重藤さわ子著『「循環型経済」をつくる』農文協、2018年ほか、随時授業内で示す。

成績評価の基準及び方法

①学習内容をもとに、自身が立てた「問い」に対する、段階的ショートレポート(全3-4回)(60%)

②グループワーク・グループ発表への参加(20%)

③グループワークレポート(1回)(20%)

連絡先(メール・電話番号)

オフィスアワー

メールで事前に予約すること。

その他

よりリアルな現場での学びを深めるために、フィールドリサーチの機会も提供したい(希望者のみ)。

授業科目名	クリエイティブ発想法 I (入門)	担当教員	松永エリック・匡史 科目コード 112
配当年次	1年時·2年次	学期	前期
キャンパス	東京校	単位数	2

10代の頃から音楽家・アーティストとして、新しいものを生み出し表現し続け、偉大なアーティストたちと親交を深め、加えて長年コンサルファームで培ってきた、MBA的アプローチ、課題解決型の『デザイン思考』、その進化版、これら全てを合わせた『クリエイティブ思考』をワークショップを通じて体験します。

本講座で体験する『クリエイティブ思考』はデザイン思考とアーティストの思考をベースに、ビジネスに活用できる思考法を抽出し体系化しています。ビジネスにおいて、よりイノベーティブな発想を起こしていくことを目的としています。だだし、思考法を学ぶといって、デザインについて勉強してみたり、アート作品をただ鑑賞してみることは違います。重要なのは、デザイナーやアーティストの思考をよく理解し尊敬し共感し、彼らが新しいものを生み出す時の方法を抽出することなのです。

本講義では、音楽クリエイターとしての経験とビジネスコンサルタントとしての経験を体系化した『クリエイティブ思考』を活用し、事業構想に展開します。

到達目標

『クリエイティブ思考』を頭だけではなく耳から理解し、自分のオリジナルの事業構想に展開できる発想法を身につける こと。

キーワード

アート、クリエイティブ思考、デザイン思考、マイルスデイビス、事業構想、イノベーション、論理的思考、マイケルジャクソン、音楽理論

授業の進め方と方法

1回目のオリエンテーションで事業構想における『クリエイティブ思考』の意味、全体の進め方を提示する。各講義は、 講義とワークショップを通じて課題に取り組む。最終成果は、ワークショップは総括としてプレゼンテーションで評価を 行う。

授業計画		課題	
第1回	オリエンテーション	『クリエイティブ思考』の意味、全体の進め方を提示	
第2回	事業構想に『クリエイティブ思考』が必要とされる背景の理解。	DXが叫ばれる最新の事業環境の理解と	
第3回	学来情心に『ノブエ·1 ブイン心·ち』が・必·女ことれの日泉の在所。	自由な発想法の体験	
第4回	共感 (Empathise)から感性を高める マイルスデイビスの共感から生まれるイノベーション	共感から生まれるイノベーションを体感 し、ワークショップで実体験する	
第5回			
第6回	アイデアを具体化する	ゼロの発想から既成概念にとらわれない イノベーション生み出すプロセスを、講達	
第7回	坂本龍一氏の『async』から学ぶ官能とゼロの発想	とワークショップで体感する	
第8回	顧客と共感する。	共感をベースに顧客の立場に憑依し、ア イデアをより現実的なものに磨き上げて	
第9回	伝統的なSTPとジャーニーマップの創造的活用	いく	

第10回		アイデアを形にする体験をプログラマー	
第11回	ハッカソンから体験するプロトタイピング	を招き、体験する	
第12回	プロトタイプを継続的に進化させる(ゲスト講師:予定)	継続的なサービスの向上を実現するためのプロセスを設計する	
第13回	感性を定量化し、継続的なアクションを設計		
第14回	最終プレゼンテーション	ワークショップの成果をグループ毎にプ レゼンテーションをし、クラス全体で	
第15回		フィードバックを行う	

感性を磨く講座のため、教科書は指定しません。

参考書、講義資料等

講義資料については当日提示する。ライブ感を大事にしたいので基本、事前の資料は提示しない。

成績評価の基準及び方法

平常点(授業/討論参加点)30点と発表資料70点による総合評価を行う。

連絡先(メール・電話番号)

オフィスアワー

上記メールにて調整

授業科目名	クリエイティブ発想法 Ⅱ (応用)	担当教員	渡邊信彦	科目コード	113
配当年次	1年次・2年次	学期		後期	
キャンパス	東京校	単位数		2	

概要

本講義では クリエイティブ発想の根幹となる発想法について自分に一番フィットしたアイデア発想法を身につけることを目的として、多くのクリエイティブ発想を演習で学びます。その後、アイデアからビジネスモデルの構築までの流れををケースを使ってグループワークにて作成します。

各講義毎に講義2コマ分を1セットとしアイデアのヒントとなる外部講師やケーススタディを学び視野を広げて、ワークショップに入っていただきます

- (1)1コマ目講義
- (2)2コマ目演習

狙い

クリエイティブな発想が必要と言われているがその根幹は多くの方面からの観察(多視点)から課題の設定ができるかが重要である。本講義を通じて社会課題の根幹にある解決すべき課題をきちんと把握できる力を養うことを狙いとする。

到達目標

クリエイティブ発想法とは何なのかを理解し多くの発想法を習得したあと自分なりの発想法を見つけること、そして発想からビジネスモデル構築までのフレームワークを身につけることを目標とする。

キーワード

アイデア発想 クリエイティブ思考 発着想

授業の進め方と方法

座学、グループワーク、ゲスト講師によるプレゼンによって、各課題や論点について共有、検討をしていく。 各講義毎に講義2コマ分を1セットする。(1)1コマ目講義、(2)2コマ目演習

授業計画		課題
第1回	オリエンテーション	授業の概要、進め方を理解する
第2回	講義= 課題を明確にする 多視点でみる	課題を設定し、多視点で見る
第3回	演習= アイデア発想演習(キーワード発想法他)	訴題を設定し、夕忧点で元 る
第4回	講義= アイデア脳をつくる	アイデア脳をつくる
第5回	演習=アイデア発想演習(マンダラート他)	アイプアの内でしての
第6回	講義= ブレイクスルーの発見から創造	ブレイクスルーを発見し創造につなげる
第7回	演習=アイデア発想演習(SCAMPER他)	プレイプハル で光光し制度に かないる
第8回	ゲストトーク=起業準備中または初期のベンチャーから学ぶ	事例から学ぶ
第9回	発想へのヒントのインプット	ず⋈₩∵ ひずめ

第10回	アイデア発想法 (5W1H法 他)	アイデア発想の様々な方法を学ぶ
第11回	アイアン光心法(SWIR法)他)	ブイアア光心の様々な月広で手 か
	講義= アイデアの拡散から共鳴合意	アイデアをビジネスモデルにつなげる
第13回	演習= 収束からビジネスモデルへ	71772274776776170
第14回	総括 グループプレゼンテーション	発表・ふりかえり
第15回	小心1日 ノブレーンフレビンブ ノコン	元なるツル・ルツ
教科書		

講義に合わせ資料配布します

参考書、講義資料等

随時紹介 講義資料は終了後配布

成績評価の基準及び方法

平常点(授業/討論参加点)50点と発表資料50点による総合評価を行う。

連絡先(メール・電話番号)

オフィスアワー

メールにて個別に問い合わせ

授業科目名	事業構想のための戦略	担当教員	岸波宗洋	科目コード	114
配当年次	1年次•2年次	学期	後期		
キャンパス	東京校	単位数	2		

本講義では、構想案(グランドデザイン)、事業構想計画書(マスタープラン)を策定するにあたり、必要な戦略の本質、言い換えれば事業構想の原理や要点となる事柄について教示し、議論を深め、おのずと戦略性を思考する力を養うことが主眼となる(定型化されたビジネス戦略をインプットするだけではない)。本来、構想案や事業構想計画とは、一般的な事業計画とは一線を画す考え方でありアウトプットである。事業計画が、事業コンセプトやビジネスモデル、ワークフローや収支計画等といったプリミティブな事業項目の表明と関係者とのコミットを目的とするのに対して、構想案や事業構想計画は、まず「理想モデル」(Social Innovation Model:事業の発案者/計画者が理想とする究極の社会・経済価値モデル)の構想を前提とする。そして、「理想モデル」から「基本モデル」(Human Innovation Model:理想に向けたスタートアップモデル)への社会還元思考(理想モデルを前提に、その最小実現単位としてのビジネスモデルを策定すること)を行うことで、理想モデルへの最短動線を画策する思考訓練を行うことが重要である。その趣意として、一つは、ドラッカーのいう「経営の本質はイノベーションとマーケティング」という言説に基づいて戦略思考を獲得することであり、もう一つは、院生各人にとっての「人生の設計図」ともなるべきアウトプットを志向することを念頭におく。この論については、社会還元思考を岸波論文(MPD刊行「事業構想研究」各号)にて事前に熟読しておくのが望ましい。

もちろん、「基本モデル」を充実したものにしなければ、事業は現実の成功を勝ち得ない。従って、「基本モデル」のアウトプットとしては、一般的な事業計画項目に準拠することとなるし、付随する戦術に寄った具体策がなければならない。しかしながら、「理想モデル」を最優先とした考え方を軸とすることで、事業計画と同一の項目でありながら、すべてにおいて戦略という鳥の目が重視され検討の方法と内容が普遍的な社会還元思考に基づくことに留意すべきであ

到達目標

本講義の目標は、各年次の発表会の要となる構想案、修了要件となる事業構想計画書における要点を理解するとともに、事業構想起点としての存在次元、社会還元思考に基づく理想モデル・成長モデル・基本モデルの構想ストーリー創造、それらを成功に導く戦略原理の思考獲得を目指すものである。その結果、新事業開発をプロデュースする能力、構想案や事業構想計画を策定・アウトプットする能力を獲得する。

キーワード

社会還元思考(ヒューマン/ビジネス/ソーシャルイノベーション)、存在次元(構想の存在次元)、事業次元(戦略/オペレーションモデル)、収益次元(価格弾力性、シミュレーション等)、マーケティングプラン(IMC等)等

授業の進め方と方法

座学、グループワーク、討論と発表、分析による示唆等の方法を用い、各課題や論点について共有、検討をしていく。 各講義毎に講義2コマ分を1セットとし、以下のコンテンツを想定する。

- (1)1コマ目~各講義回のリニア講義(座学)
- (2)2コマ目~各講義回の演習(主に1コマ目の講義テーマに基づいた分析、議論、発表)

授業計画		課題
第1回	オリエンテーション(授業計画の概説と事業構想の基本的な考え方)	事業構想とその計画とは何か?
第2回	講義=存在次元と社会還元思考の考え方	理想とする世界を描く存在次元と、それ に基づき現実の活動をストーリー化す
第3回	演習=存在次元、社会還元思考の議論と発表	る社会還元思考とは何か?
第4回	講義 = 基本的な構想思考と構想の存在次元(社会的価値、ステークホルダーとの関係性、自社独自の理想、コンセプト・・・)計画の考	事業構想するための基本的な思考=
第5回	え方 演習=構想の存在次元計画の議論と発表	構想の存在次元とは何か?

第6回	講義=事業次元における戦略モデル(価値命題、顧客価値、サービス価値・・・)計画の考え方	事業構想におけるwho,what,howとは何	
第7回	演習=戦略モデル計画の議論と発表	か?	
第8回	講義=事業次元におけるオペレーションモデル(外部資源、内部資源、資源統合活動・・・)計画の考え方	事業構想における資源とは何か?	
第9回	演習=オペレーションモデル計画の議論と発表	ず未情心にの17°0克(MCIの円が・・	
第10回	講義=収益次元(売上項目、コスト項目、投資計画・・・)計画の考え 方	事業構想における収益性とは何か?	
第11回	演習=収益次元計画の議論と発表	事未構ぶに307の収益ほどは何か:	
第12回	講義=社会変革と事業構想	事業構想と社会変革の関係性とは何	
第13回	演習=社会変革に基づく事業構想の議論と発表	か?	
第14回	講義=存在次元メソドロジー	事業構想の礎となる存在次元へのアプ	
第15回	演習=存在次元メソドロジーの応用議論と発表	ローチ方法とは何か?	

講義時のプレゼンテーションデッキをデータ配布する。

参考書、講義資料等

講義前に適宜指示、配布する。

成績評価の基準及び方法

出席/討論参加点(講義・演習への貢献度)70点とレポート30点による総合評価を行う。

連絡先(メール・電話番号)

オフィスアワー

基本は、火曜日~木曜日の12時~14時のうち、1時間程度。

※日時調整は応相談

その他

※事業構想や現業に関する相談希望者は適宜メールにて岸波までアポイントをとること

授業科目名	ビジネスモデル研究	担当教員	村山貞幸	科目コード	115
配当年次	1年次・2年次	学期	前期		
キャンパス	東京校	単位数	2		

本講義は、事業構想につながるビジネスモデルの策定力を獲得することを目的とする。そのためにさまざまなビジネスモデル類型や関連概念、フレームワークを学修し、モデルを策定する際に活用、その有用性を理解する。

知識を得ることよりも、パッションを持ってオリジナリティ・クリエイティビティにこだわったビジネスモデル創造の場に 挑む姿勢を歓迎する。

到達目標

ビジネスモデルの概念、フレームワーク、類型を理解し、持続的に収益のあがる競争力を持った事業を構築する素養を修得する。

キーワード

ビジネスモデル類型、クリエイション、ソーシャルインパクト、顧客インサイト、ビジネスストーリー

授業の進め方と方法

ビジネスモデルの類型や関連フレームワークの修得、利用により、グループでオリジナルモデルを創出、発表し、その内容に関する全員参加のディスカッションを行う。

授業計画		課題			
第1回	①オリエンテーション	事業構想を簡潔に伝える準備をして講義に臨む。			
第2回	②事業構想につながるビジネスモデル1 ③事業構想につながるビジネスモデル2	ソーシャルペルソナストーリーなどにより、問題を網羅的にとらえ、取組む課題			
第3回		を選定する。			
第4回	④取り組む課題の決定1 ⑤取り組む課題の決定2	課題のソリューションオプションを網羅的にとらえ、評価(ソーシャルイン			
第5回		ト、オリジナリティ、クリエイティビティ、 市場性、収益性等)し、取り組む案を選 定する。			
第6回	⑥ビジネスソリューション1 ⑦ビジネスソリューション2	多様なビジネスモデルの類型、関連フレームワークを理解、参照し、自身のビ			
第7回		ジネスモデルを創出する。			
第8回	⑧顧客分析1 ⑨顧客分析2	ニーズの構造マトリクス、共感マップ、ターゲットペルソナストーリーなどにより			
第9回		顧客インサイトをとらえる。			
第10回	⑩経営資源、組織、顧客開発1 ⑪経営資源、組織、顧客開発2	経営資源の確認、連携先開拓、顧客コミュニケーション、プロモーションなどを			
第11回		開発する。 講義時に受けたコメントに基づき、ビジネスモデルを修正する。			
第12回	②収支 ③リスクと対応策(競争・流通・組織・市場・技術・法・社会環境等)	キャッシュポイントを整理、充分な収支 見込みをたて、環境分析によりリスクを 把握、その対応策を準備する。			
第13回		措施、その対応束を準備する。 講義時に受けたコメントに基づき、ビジネスモデルを修正する。			

第14回	研究発表	ビジネスモデル関連フレームワークに
	まとめ	基づきモデル全体を総点検、整合性を
第15回		緻密に確認、最終調整を実施する。 講義時に受けた全コメントを振り返り、
		一番我時に支げた至コグンドを振り返り、 ビジネスモデルを仕上げる。
教科書		
なし		
1/4/C		
参考書、	講義資料等	
必要に原	なじて講義で提示、資料を配布。	
成績評価	面の基準及び方法	
ビジネフ	スモデルの内容70点とクラス貢献度30点による総合評価を行う。	
	マープルの内存ではとグラス貨制及30点による総合計画で行う。	
連絡先	(メール・電話番号)	
オフィス	アワー	
メールで		
	- 7 mm - 1 m3 / 0 = C	
その他		
	ュールは、受講生のプロフィール、関心、進捗などにより適り	11=国敕さわる
	ェールは、又勝工のフロフィール、周心、圧がなとにより廻り	リー剛正でもでき

授業科目名	知を生かす事業戦略	担当教員	早川典重	科目コード	116
配当年次	1年次·2年次	学期	前期		
キャンパス	巡回(東京校/福岡校)	単位数	2		

21世紀になり事業は、Google、FB、Uber、Grab、メルカリ等に見られる様に、ものづくりから情報や目にみえない資産を生かすことがとても重要になってきました。それは、情報、知識、知恵というものを如何に事業に生かすかということです。

- ・現在社会では、なぜ、良いものを作っても利益が出なくなってしまったのでしょうか?なぜ、20世紀末に苦しんでいた 米国経済は世界を牽引できるまで復活したのでしょうか?21世紀になり、経済の仕組は、構造的に大きく変化しました。導入部分では、世界における構造の変化、日本の立ち位置を理解した上で、米国の復活、日本の凋落の背景や世界の潮流を学びます。
- ・21世紀になって、フィジカル(もの)からデジタル(情報)への産業構造の変化があり、人が産み出す知的財産や目にみえない資産(情報・知識・知恵)が付加価値(利益)の源泉になります。知は、一体どんなビジネスを作り出しているのでしょうか?知とは何か?知が創り出すビジネスの本質を考えます。
- ・事業構想や経営における知財戦略とは何か?事業構想において知財戦略はなぜ必要なのか?をイノベーションの本質を通してケースをベースに討論をしながら理解を深めます。そして、企業や事業にとって最大の資産である知財の意味、最先端の経営としての知財戦略は何かを理解し、みなさんが今考えている事業に知財という概念を入れたビジネスモデルに変えると如何にドラスティックに収益構造が変わるかを各自のケースを通して学んでいきます。

到達目標

- ・21世紀型ビジネスとは、どのようなものかを理解して、これからの社会や経済の本質を見極められる新たな独自の 視点の習得を目指します。
- ・自ら事業を構想する上で、Value Chain全体を俯瞰し業界構造を理解した上で、オープンイノベーションや知財戦略を入れることで、高収益且つ継続型のビジネスモデル構築の基礎を習得します。

キーワード

世界の潮流、21世紀の構造変化、未来予測、事業構想のための知財戦略、オープンイノベーションと知財

授業の進め方と方法

・インターラクティブな形での講義とケーススタディならびにゲストスピーカによる現場感のある講演を通して、未来予測、イノベーションと知財戦略の本質、課題、戦略策定方法並びに実行の実践的な理解を深めて行きます。 ・チーム毎のを通した議論並びに発表を通して、新たな視点や思考力並びに構想力を会得します。

授業計画		課題
第1回	オリエンテーション事業構想の本質と知財戦略の持つの意味、、講義内容の説明/講義・質疑応答	
第2回	 我々は、どこにいるのか?(世界の潮流、21世紀の先端ビジネス) 	毎回講義中に提示される旬なテーマに 沿って自分なりの視点で考える
第3回	知とは、一体何か?知財戦略とは、何か?	(レポート提出不要)
第4回	 知から未来がみえる (未来学と最先端の情報分析) 	毎回講義中に提示される旬なテーマに 沿って自分なりの視点で考える
第5回	知から未来がみえる (ゲストスピーカー)	(レポート提出不要)
第6回	知を使ったビジネスとは① (技術・特許・ノウハウ、Open&Close戦略)	毎回講義中に提示される旬なテーマに 沿って自分なりの視点で考える
第7回	知を使ったビジネスとは② (デザイン、ブランド、フランチャイズ戦略)	

第8回		毎回講義中に提示される旬なテーマに 沿って自分なりの視点で考える (レポート提出不要)
第10回	イノベーション、オープンイノベーションの本質 イノベーションを起してみよう(グループ討議)	毎回講義中に提示される旬なテーマに 沿って自分なりの視点で考える (レポート提出不要)
第12回	オープンイノベーション的思考と知財戦略の本質とは? 知を使ったビジネスを創ってみよう (グループ討議)	毎回講義中に提示される旬なテーマに 沿って自分なりの視点で考える (レポート提出不要)
第14回	Elevator Pitchと小論文作成 事業構想のための知財戦略とは?(Wrap-up)	講義時間中での小論文の作成

講義時のレジュメ

参考書、講義資料等

「インビジブルエッジ」「ラグジュアリー戦略」「ストーリーとしての競争戦略」他に講義毎に参考図書・資料を紹介します。

<mark>成績評価の基準及び方法</mark>

授業への積極的な出席・参加:30%、自分なりの視点・意見の発露:40%、レポート:20%

連絡先(メール・電話番号)

オフィスアワー

メールで事前に予約すること

その他

単に知財戦略の本質を理解するだけでなく、グローバル規模で歴史観を持って自らが考え、独自の視点を持ち、実行する力を習得することに力点をおきます。ゲストスピーカーには、各界の先端を走る第一人者の方々を招聘予定。ゲストスピーカーの予定により登壇日時は、変更される可能性があります。

授業科目名	世界を見据えた事業構想	担当教員	野口恭平	科目コード	117
配当年次	1年次・2年次	学期	後期		
キャンパス	東京校	単位数	2		

<概要>

グローバル社会において事業を構想する際、日本国内市場のみに注目するのではなく、海外・世界を事業構想の環境としてどう捉えるか、は国内での事業構想においても極めて重要且つ有益な視点となる。つまり海外市場開拓や組織マネジメントにおける「市場の深い理解」や「一貫したブランド戦略」、又「多様性の理解と対処」、「海外パートナーとの効果的な協業」は国内のビジネスにおいても今後強化すべき課題と共通するからである。

又、海外事例の研究や、事業の拡張性の中で海外市場を検討することも、事業構想において視野を拡げることにつな がる。

講座では、グローバルビジネスの基礎理論の提供に加えて、自身の北米やグローバル領域でのビジネス経験に基づき、グローバルのビジネス環境における多様性の理解と対処、海外市場でのビジネス構築・運営の課題、をテーマと したレクチャーを行い、より実践的な視点で議論を深めていく。

<狙い>

構想案・構想計画のフェーズにおいて、事業アイデアや事業拡張の可能性を拡げるために、「多様性の理解やマネジメント」や「海外市場の捉え方」を理論と実践の視点で理解し、グローバルマーケティング論の進化を踏まえながらも、数多くの事例を学ぶことにより海外及び国内市場での競争力強化を実現できる力を養うことを目的とする。

到達目標

海外市場ビジネスで必要となる「市場の深い理解」や「多様性の理解・対処・活用」、「二項対立等直面する複雑な課題への向き合い方」の重要性を理解し、海外/国内での事業構想において「世界」の参考例に学びながら「世界」の可能性を実践的に活かしていく視点を身に付ける。

キーワード

多様性マネジメント(多様性の理解、対処、活用)、市場理解、海外ビジネスで向き合う課題、グローバルビジネススキル、国内ビジネスへの応用

授業の進め方と方法

授業は講義と討論の併用で、具体的な企業の事例を題材にしながら、全員参加の討論を行う。事例紹介については 多彩な企業(大企業、中小企業、多業種、多地域)から講師を招聘して行う。 具体的なステップとしては以下の進め方となる。

- ・グローバルマネジメントの最新理論(多国籍企業の類型理論、差異の活用理論等)を学ぶ
- ・各テーマに合わせた多彩なゲスト講師によるビジネス事例紹介と討論を行う。
- ・中間レビューによるポイント整理と、最終的なまとめを通して、理論と実践の関係を整理する。
- ・多様性マネジメントに求められるビジネススキル、複雑な課題への向き合い方を議論する。
- 事業構想における世界の捉え方、活用の仕方を議論する。

授業計画		課題
第1回	オリエンテーション	グローバルマネジメントの概要
第2回	・多国籍企業の類型理論とグローバルマーケティングの課題(講義と討論)	多国籍企業の運用類型 海外ビジネスマネジメント手法進化
第3回	・海外市場における差異活用の理論(講義と討論)	差異への注目と活用
第4回	・文化の違いに影響されるサービス業(事例紹介と討論)	異文化の市場理解とマネジメント
第5回	・中国市場におけるブランド戦略(事例紹介と討論)	中国市場ビジネス

第6回	・製造業のグローバル展開(事例紹介と討論)	グローバルとローカルのバランス 多様性の活用による課題解決	
第7回	・BtoB企業のグローバル展開(事例紹介と討議)		
第8回	・日本伝統ブランドの海外展開(事例紹介と討論)	日本伝統ブランドの再生 新しいグローバルビジネスの潮流	
第9回	・中間レビュー&ポイント整理(講義と討論)		
第10回	・国内インバウンドビジネスの戦略(事例紹介と討論)	インバウンドビジネスオペレーション コンテンツ業界の競争力強化	
第11回	・コンテンツビジネスの海外戦略(事例紹介と討論)		
第12回	・新興国(インド)市場におけるビジネス(事例紹介と討論)	新興国市場への対応力	
第13回	・アジアにおけるIT教育ビジネス(CSV)戦略(事例紹介と討論)	CSVビジネスの可能性	
第14回	・求められるグローバルビジネススキル(事例と討論)・海外進出の成功例と失敗例(事例紹介と討論)	多様性におけるコミュニケーション グローバルビジネスでの重要課題	
第15回	・総括(討論とまとめ)	事業構想への応用の仕方	

教科書の指定はしない。授業のガイドとなる理論要約を逐次提供する。

参考書、講義資料等

「コークの味は国ごとに違うべきか」文藝春秋(原題:グローバル戦略の再定義)バンカジ・ゲマワット著、「日本企業のグローバルマーケティング」グローバルマーケティング研究会著(白桃書房)、「VUCA時代のグローバル戦略」パンカジ・ゲマワット著(東洋経済)、「世界経済大いなる収斂」リチャードボールドウィン著(日本経済出版社)等

成績評価の基準及び方法

授業への参画度合・貢献状況の60点満点と、レポート40点満点による総合評価とし、60点以上を合格点とする。 ※レポート提出は全授業終了後に実施

連絡先(メール・電話番号)

オフィスアワー

メールにて事前予約の上、適宜面談を実施する。

授業科目名	事業構想のためのファイナンス	担当教員	結城秀彦	科目コード	118
配当年次	1年次・2年次	学期	前期		
キャンパス	巡回(東京校/名古屋校)	単位数	2		

″構想した事業を事業構想計画に落とし込んで実行するためには、事業に要する資金調達を考慮しなければならない。 If you do your own business, you need to consider financing it! "

本講義は、事業構想を事業構想計画に落とし込むのに必要な資金調達の基本的な考え方を修得することをねらいとしている。

本講義では、資金の貸手(金融機関等)ではなく、資金調達者である起業家の観点から、ファイナンスの基礎を概観する。

そのため、本講義では、事業計画・資金調達の立案を念頭に置きながら、資金調達能力に関して「企業価値」「将来 キャッシュ・フローによる事業の評価」「資本コスト率」等について、また、資金融通者との折衝に関して「資金調達形態 (負債・資本)」「借入契約」「株価」等について学んでいく。

到達目標

- ・自らの事業構想を現実的な裏付けを持つものにするように、事業の計画→資金計画→資金調達の流れと基礎知識 を理解すること。
- ・事業構想の実現のための資金調達を行う場合に、その資金をどのように事業に投資して回収するか、事業計画・資金計画・投資回収計画に則して資金融通者に具体的・合理的に説明・説得する姿勢を得ること。
- ・事業の要諦である価値の提供(キャッシュ・ポイント)とそのための資源の費消を、事業計画として一望できるように取り纏め、自らの事業構想を事業への投資と回収のストーリーとして語ることができるようになること。
- ・資金調達の基本的な手法である金融機関借入・出資受入の特徴を学び、自らの事業構想に則した手法で資金調達を実施できるようになること。

キーワード

「事業構想者の観点からのファイナンス」「資金の調達と運用」「信用リスク」「資金計画」「企業価値」「割引率と時間価値・リスクプレミアム」「負債と資本」「資金調達額=株価×株式数」「株価算定と税法上の株価」

授業の進め方と方法

- ・講義は座講を主体とするが、問題提起と討論を加味してインタラクティブに行う。
- ・予習は任意とする。また、各回の講義の冒頭に、前回講義の簡単な復習を行う。
- ・講義内容を自らの事業構想に照らして再確認すること、その結果、次回以降の講義において、具体的な疑問・質問が提示されることを歓迎する。

授業計画		課題		
第1回	オリエンテーション	事業構想におけるファイナンスの位置付け、ファイナンスの前提となる貸借対照表の資金の運用と調達の概念を学ぶ。□		
第2回	信用リスク.デフォルトリスクへの対応と事業計画	資金調達の前提となる「信用」の概念を 学ぶ。また、ファイナンス論における事		
第3回	IIIII VIII VIII VIII VIII VIII VIII VI	業計画の位置付けを学ぶ。		
第4回	事業計画・資金計画 企業価値と資金調達能力	事業計画・資金計画の立案の要諦と ファイナンス論における企業価値の位		
第5回	中人们已 只亚们已 正人间间C只亚洲走花力	置付けを学ぶ。		
第6回	企業価値.	資金調達能力の基礎となる企業価 値、永続価値. 資本コスト率(金利)の構		
第7回	上不叫吧。	造. 内部収益率の諸概念と資金融通者 の関心について学ぶ。		

第8回		債務と資本それぞれによる資金調達を 学ぶ。また、債務による資金調達と返		
第9回	貝や悟成、良物と貝やの左共…良物による貝立剛廷、	済(回収)リスク及び担保について学ぶ。		
第10回	借入契約の実務、資本による資金調達	銀行取引約定、金銭消費貸借契約等 の借入実務と株式による資金調達の特		
第11回		徴である払込資本、資金回収手段と株式流通、資本政策について学ぶ。		
第12回	- 企業価値と時価総額、株価算定	株価×株式数=資金調達額の関係を踏まえ、企業価値と時価総額、有利発		
第13回	上米 画 他 こ 时 画 心 説 、 小 画 井 た	行、株価の算定方式について学ぶ。口		
第14回	その他の資金調達の手法、講義の総まとめ	クラウドファンディングや各種補助金 等、その他の資金調達の手法の概要を 学ぶ。		
第15回	(の心の見立即度の下広、構我の心みこの)	また、各回の講義を振り返り、学んだ事 項の総まとめを行う。		

講義にあたって、教科書は指定せず、スライド及び資料を配布する。

参考書、講義資料等

・参考書については講義の進捗に合わせて伝達する。

成績評価の基準及び方法

- ・全講義終了後、レポート提出による評価を行う。
- ・レポート課題については、その一部を中間段階で通知し、早期着手を促す。

連絡先(メール・電話番号)

オフィスアワー

・メールで事前に予約すること。

- ・2回目以降は隔週1日2コマの講義となる。
- ・何らかの事情により休講が生じた場合には、補講(8月)にて対応する。
- ・資金調達能力を測定・評価する上では、資金計画・キャッシュフローに関する知識が必要であり、ビジネス会計・事業計画等の講義を事前に又は並行して受講することが望ましい。

授業科目名	データサイエンス	担当教員	本間充	科目コード	119
配当年次	1年次・2年次	学期	前期		
キャンパス	中継(東京校)	単位数	2		

この講義は、データサイエンスの基礎から、応用まで広くカバーする講義である。統計に詳しくない人も、実務でデータサイエンスを行っている人にも学びの多い講義である。

- この講義では主に以下のようなことについて、基本的な情報を知るだけではなく、数多くの演習から受講者にも考えてもらう。
- (1)データを活用した事業や社会課題への応用方法
- (2)基本的なデータ活用手法について
- (3)各受講者の事業とデータサイエンスの関連性の整理と理解
- (4)事業戦略立案のためのデータサイエンスの重要性について
- 上記のような項目から、データサイエンスという科学が、社会課題や事業成長のために有用なことも講義と演習を通じて、 考えもらう。

到達目標

相関分析の基礎を習得し、各自の事業立案や、戦略立案に、データが活用できる状態になること。 学生の構想している事業について、データサイエンスがどの程度必要かが明確になる。 データとデータを使った論理的な思考が可能になり、またそれらを使ったプレゼンテーションが可能になること。

キーワード

データサイエンス、ビッグデータ、人口知能(AI)、統計、数学、データ・ストリーテリング、論理的思考、相関分析、因果分析

授業の進め方と方法

講師からの講義は、講師作成の資料に基づき行う。講師による講義と、学生参加の演習の組み合わせで授業を行う。

授業計画		課題		
第1回	講義内容の説明、受講希望者からの質疑応答			
第2回	(1)講義概要説明 (2)データ分析アセスメント(実習) (3)参考図書、ソフトウェアの紹介 (4)ブレークアウト・ルームのテスト(実習)			
第3回	(5)各自の事業のDataの利用を整理する(実習) (6)ブレークアウト・ルームを使い、グループ討議(演習) (7)グループ討議の発表(演習)			
第4回	(1)Googleの事業と人工知能 (2)Facebookの事業とSNS、Social Graph			
第5回	(3)データを集めながら、成長させるモデル (4)テキスト・データとグラフの情報量の違い (5)グラフの種類の確認 (6)グラフを使った相関関係発見(演習)			
第6回	(1)データを使った社会的課題解決の例 (2)データを使ったスポーツの事例 (3)データを使った新規事業の例 (4)データを使った自分の事業の向上 (5)データを観察して、証明したいこと決める			
第7回	(6)グラフを書いて、統計(相関分析)を行う (7)データサイエンス演習(演習)			
第8回	(1)論理性が必要な理由 (2)論理的な文章とは (3)自分のプレゼンテーションのスタイルの理解			
第9回	(4)相関関係、因果関係の整理 (5)考えるべき問題を整理する(演習)			

第10回	(1)観・分・判の紹介 (2)データを集める (3)データを分析する (4)その他のデータ関連事業	
第11回	(5)各自の事業のDataの利用を整理する (6)ブレークアウト・ルームで、学生で共有する (7)受講者全員で共有する (8)現段階の各自の課題を整理する	
第12回	(1)グラフの使い方 (2)わかりやすいプレゼンテーション (3)データサイエンス・プレゼンテーション演習	
第13回	(4)データサイエンス・演習(1)	
第14回	(1)データサイエンス・演習(2) (2)各自のこの講義での成長の確認	
第15回	(3)総括の質疑応答	

教科書の指定はない。講義資料は、講師が毎回PDFで、配布。

参考書、講義資料等

参考書については、講義のなかで、紹介を行うが、それらは講義に必須のものではない。 講義後に、自身の学習を強化するために、適宜活用すること。

成績評価の基準及び方法

[単位認定基準]

第15回の講義時間に行う、「成長の確認」にて、自身の設計している事業に必要なデータサイエンスが明確に説明できる状態になること

(欠席する場合は、別途の確認に必要な資料を提出することで、単位認定を行う)

[加点]

以下の点を単位認定時に加点項目とする

○実習・演習に積極的に参加すること

連絡先(メール・電話番号)

オフィスアワー

メールで事前に予約いただければ、教室やVideo会議にてアドバイスなども可能

授業科目名	フィールドリサーチ(顧客開発)	担当教員	岸波宗洋	科目コード	120
配当年次	1年次・2年次	学期		前期	
キャンパス	東京校	単位数		2	

本講義は、事業構想サイクルの重要な構成要素となるフィールドリサーチにおいて、院生が自ら考え、事業構想のエビデンスを獲得する力を養うための講義となる。そのために、フィールドリサーチの基本的な考え方を提示すると共に、副題にある「顧客開発」を実践し得る前提となる原理、プロセス、ファクトを教示する。顧客は、最も重要なステークホルダーである。そして、顧客は戦略モデル(who,what,how)の根幹要素であり、存在次元、事業次元、収益次元の要となるものであることを明示する。

まず、存在次元における顧客は、自身の存在次元(自己・他者・世界の本質)に基づいて助けるべき顧客を明らかに し、その顧客を真に助けるための分析的・非分析的プロセス、ファクトを思考することになる。

次に、事業次元における顧客について、サステナブルに顧客との約束を果たすための経済/社会/環境価値を包含した具体的な事業構想を元に検証しなければならない。そして、約束を果たし得る顧客を具体的にプロファイリングしなければならない。また、ロジャースのイノベーション普及学のように、「顧客は変化する」ことを前提としなければならない。

最後に、収益次元における顧客の価値算定を行う。求める価格弾力性(PSM分析など)とともに、生涯価値算定(Life Time Value)、市場規模算定などを行い、精緻な収支計画を志向することとなる。

なお、概要にある存在次元、事業次元、収益次元に関しては、東京後期科目「事業構想の戦略」にて詳細講義する。 本講義においては、その概要理解と顧客を中心とした多様なリサーチ事例、セールスフォース等の考え方の教示と演習が中心となる。

到達目標

本講義の目的は、フィールドリサーチに関する基本知識の習得とともに、各次元と顧客との関係性、様々な事例に基づく顧客プロファイリング/セグメンテーションの考え方、外部/内部環境要因と相関した顧客プライオリティの捉え方、顧客仮説化/エビデンス化に関わるリサーチシンキングについて学習・検討し考える力を養うこと、である。その結果、構想に対する顧客をセグメント/プライオリティ/プロファイル化し、マーケティング/SFM計画を策定することができる能力を総じて獲得するまでをコンピテンスとする。

キーワード

顧客、プロファイル、ロイヤリティフレームワーク、マーケティングミックス、ライフタイムバリュー、セールスフォース等

授業の進め方と方法

座学、グループワーク、討論と発表、分析による示唆等の方法を用い、各課題や論点について共有、検討をしていく。 各講義毎に講義2コマ分を1セットとし、以下のコンテンツを想定する。

- (1)1コマ目~各講義回のリニア講義(座学)
- (2)2コマ目~各講義回の演習(主に1コマ目の講義テーマに基づいた分析、議論、発表)

授業計画	ai e e e e e e e e e e e e e e e e e e e	課題
第1回	オリエンテーション(授業計画の概説とフィールドリサーチの基本的な考え方(事業構想サイクル、社会還元思考等のメソドロジーを中心に))	フィールドリサーチの意味、価値、思 考、事実とは何か?
第2回	講義=存在次元における顧客の定義と考え方(適宜事例紹介)	助けたい人は誰か?
第3回	演習=発着想と顧客仮説の関係性検討、発表	めい / こい・人はの世が・:
第4回	講義=事業次元(戦略モデル)における顧客の定義と考え方(適宜 事例紹介)	欲しがる人は誰か?
第5回	演習=顧客仮説(顧客セグメントとプロファイリング)と分析、議論、 発表	びしいの人は誰か:

第6回	講義=事業次元(オペレーションモデル)における顧客の定義と考え方(適宜事例紹介)	資源との親和性がある人は誰か?	
第7回	演習=顧客仮説(ブランドと顧客変化)と分析、議論、発表	AWACAN WILLIAM OF COLUMN 1	
第8回	講義=収益次元における顧客の定義と考え方(適宜事例紹介) 演習=顧客価値(価格弾力性、LTV、市場規模・・・)と分析、議論、	ナ.涯.伝. が見 ナル オストル サム こ	
第9回	発表	生涯価値が最大化する人は誰か? どのようにエビデンスを 獲得するか?	
第10回	講義=顧客分析手法とマーケティング戦略策定プロセス(IMC等)		
第11回	演習=自身の発着想に基づく顧客プロファイルの再検討		
第12回	講義=顧客創造事例「LTV(Life Time Valu)マーケティング」など	どのように顧客を育てるのか?	
第13回	演習=総合演習「個別発着想に基づく顧客LTV戦略」の策定	このなどに関する日にののない	
第14回	講義=SFM(営業支援管理)と組織論	組織資源としての営業とは何か?	
第15回	演習=営業計画の議論と発表	心感気がこしての古木口は円が:	

講義時のプレゼンテーションデッキをデータ配布する。

参考書、講義資料等

講義前に適宜指示、配布する。

成績評価の基準及び方法

出席/討論参加点(講義・演習への貢献度)70点とレポート30点による総合評価を行う。

連絡先(メール・電話番号)

オフィスアワー

基本は、火曜日~木曜日の12時~14時のうち、1時間程度。

※日時調整は応相談

その他

※事業構想や現業に関する相談希望者は適宜メールにて岸波までアポイントをとること

授業科目名	事業構想のためのマーケティング	担当教員	田中洋	科目コード	121
配当年次	1年次・2年次	学期	後期		
キャンパス	東京校	単位数		2	

■概要:事業を新たに起こすとき、顧客とどのように向き合い、関わり、どのように対応するべきでしょうか。本講義では、事業構想のために、必要なマーケティングの基礎知識を学びます。また、実践的ナレッジとして、マーケティング的思考を身に付けることを目指しています。担当教員は、電通で21年間のマーケティング実践経験を持ち、その後大学で24年間マーケティングを社会人に講じるとともに、さまざまな企業への調査インタビューを行い、NTT東日本の社内誌に20年間成功企業のマーケティングを毎月連載してきました。またデジタル企業の社外取締役も勤めています。こうした経験に基づいて、現代の起業に必要なマーケティングナレッジの育成を目指します。できるだけ多くの事例も参照しながら、講義を進めます。

修得と、マーケティング知識を使えるようにするワークショップ形式の講義を通して、マーケティングに通じた起業家養成を意図しています。

到達目標

■到達目標: 学生が自分の事業構想の立案に際して、マーケティング戦略を企画・実施できるようになるためのマーケティングの基礎知識を修得する。

キーワード

マーケティング戦略、消費者行動、市場戦略、デジタルマーケティング、ケーススタディ

授業の進め方と方法

毎回の講義の前半はマーケティングナレッジの学修に当てられ、後半はケースや課題に基づくグループディスカッショnを行う。最終日に学生からのプレゼンテーションを予定している。

授業計画	<u> </u>	課題
第1回	オリエンテーション:毎回の講義の進め方と全体講義へのイントロダ クション。	
第2回	第一部:①マーケティングとは、②マーケティング戦略とは、③市場	指定されたケースを講義出席の前にあ
第3回	分析。第二部:ケース「ワークマン」	らかじめ読み込んでくること。
第4回	第一部:①STP,②4Aフレームワーク、③顧客分析。第二部:ケー	 指定されたケースを講義出席の前にあ
第5回	ス「Airレジ」	らかじめ読み込んでくること。
第6回	第一部:①新製品開発、②価格戦略、③流通戦略。第二部:ケース	
第7回	「ほけんの窓口」	らかじめ読み込んでくること。
第8回	第一部:①ブランド戦略、②広告戦略、③デジタルマーケティング、 第二部:学生からのプレプレゼン「私の事業構想におけるマーケティ	最終日のプレゼンの中間報告を準備し
第9回	ング戦略」の途中経過報告	てくること。

第10回	第一部:①ブルーオーシャン戦略、②プラットフォーム戦略、③ビジ	指定されたケースを講義出席の前にあ
第11回	ネスモデル。第二部:ケース「メドピア」	らかじめ読み込んでくること。
第12回	第一部:①消費者インサイト、②イノベーター/イノベーション、③講	指定されたケースを講義出席の前にあ
第13回	義のまとめ。第二部:ケース「Spectee」	らかじめ読み込んでくること。
第14回	学生からのプレゼンテーション:「私の事業構想におけるマーケティ	「私の事業構想におけるマーケティング 戦略」プレゼンテーションを用意してくる
第15回	ング戦略」	大量」というという。

田中洋(2014)『マーケティングキーワードベスト50』(ユーキャン)

参考書、講義資料等

田中洋(2015)『消費者行動論』(中央経済社)、田中洋(2017)『ブランド戦略論』(有斐閣)。

成績評価の基準及び方法

講義への貢献度(30%)と、最終プレゼンテーション(70%)

連絡先(メール・電話番号)

オフィスアワー

メールであらかじめ予約してください。

授業科目名	コミュニケーション戦略	担当教員	丸岡吉人	科目コード	122
配当年次	1年次•2年次	学期	後期		
キャンパス	東京校	単位数		2	

講義のねらい

自らが構想した事業を成功させるためには、その価値を効果的かつ効率的にステークホルダー(顧客、従業員、投資家、取引先、地域他)に伝える必要があります。本講義では講義と演習を通じて、顧客に対するコミュニケーション(マーケティングコミュニケーション)を中心に、履修者がコミュニケーション戦略の基本を身につけることをねらいとします。

講義の概要

本講義では、①さまざまなコミュニケーション手段(マスコミ広告、デジタル広告、広報・PR、販売促進・セールスプロモーション、イベント、スポンサーシップ、ブランドプレースメント、インフルエンサーマーケティング、コンテンツマーケティングなど)の特徴を理解することから始めて、②事業にとって適切なコミュニケーション目標を設定する方法、そして、③設定したコミュニケーション目標に効果的・効率的に到達するために施策群を選び、それらを統合する原理と方法を学びます。

到達目標

講義終了時に履修者が、①コミュニケーション戦略の鍵概念と重要ツール、基本フレームワークとを理解している、②履修後に コミュニケーション戦略立案と実行の力を自ら高める方法を身につけている、*こ*とが目標です。

そして、本大学院修了時には、自らの事業構想に合致したコミュニケーション戦略を立案し実行できるようになっていることを期待します。

キーワード

ブランドコミュニケーション、I M C (Integrated Marketing Communication)、広告(Advertising)、広報 (Public Relations)、販売促進(Sales Promotion)、I R (Investor Relations)

授業の進め方と方法

クラスでは、講義に加えて、ミニケースを活用して基本フレームワークを使いこなす演習を行います。具体的には、コミュニケー ション戦略の読み取り、または、立案を通じて、履修者が「なぜそうなったのか」「なにを狙ったのか」「自分ならばどうするか」を考 えます。

授業計	画	課題
第1回	● オリエンテーション 事業構想とコミュニケーション戦略、統合されたコミュニケーション戦略	
第2回	● マーケティングコミュニケーションに何ができるか(1) コミュニケーション 効果	フレームワークを利用して、コミュニケーション戦略がどのようなコミュニケーション効果
第3回	カテゴリニーズ喚起、ブランド認知、ブランド理解、ブランドイメージ、ブランド、ポジショニング	を生み出しているかを読み取ろう
第4回	●マーケティングコミュニケーションに何ができるか(2)コミュニケーション 効果(続き)	フレームワークを利用して、自らの事業に 貢献するコミュニケーション効果を生み出
第5回	好意的態度、心理的リアクタンス	すコミュニケーション戦略を立案しよう
第6回	●マーケティングコミュニケーションに何ができるか(3)行動促進効果 情報収集行動の促進、購買行動の促進、顧客ロイヤルティ行動の促	フレームワークを利用して、行動促進効果 を生み出すコミュニケーション戦略を立案
第7回	進	しよう
第8回	●マーケティングコミュニケーションに何ができるか(4)情報環境効果	フレームワークを利用して、情報環境効果 を生み出すコミュニケーション戦略を立案
第9回	ミクロ情報環境効果、マクロ情報対流効果	しよう

第10回	●新しいコミュニケーション手段(1)デジタルコミュニケーション デジタル広告の仕組み(歴史、効果指標、デジタル広告の種類、運用	デジタル広告運用ノウハウを体験してみよ	
第11回	ノウハウ)、デジタル広告の発展	j	
第12回	●新しいコミュニケーション手段(2)コンテンツを活用したコミュニケー ション	自らの事業に貢献するコミュニケーション戦 略を立案しよう(1)(事業の中期計	
第13回	スポンサーシップ、コーズリレーテッドプロモーション、ブランドプレースメント、 コンテンツマーケティング、インフルエンサーマーケティング	画に対応して、コミュニケーション戦略を立 案してみよう)	
第14回	● 統合化されたコミュニケーションの原理と方法 統合化されたコミュニケーションの原理と方法、統合的コミュニケーション 戦略の役割	自らの事業に貢献するコミュニケーション戦略を立案しよう(2)(事業の中期計	
		画に対応して、コミュニケーション戦略を立 案してみよう)	

指定しません。

参考書、講義資料等

販促会議編集部、守口剛他(2017). デジタルで変わるセールスプロモーション基礎 宣伝会議

本田哲也(2011).. 新版 戦略PR 空気をつくる。世論で売る。 アスキー新書

日本インタラクティブ広告協会(2019). 必携 インターネット広告 プロが押さえておきたい新常識 インプレス

*Rossiter, J. R. and Bellman, S. (2005). Marketing communications. Prentice Hall. (ロシター, J. R.・ベルマン, S.(2009). 戦略的マーケティング・コミュニケーション 東急エージェンシー)

佐藤尚之(2018)。ファンベース:支持され、愛され、長く売れ続けるために ちくま新書

Simonson, I. and Rosen, E. (2014). Absolute value: What really influences customers in the age of (nearly) perfect information. Harper Business. (サイモンソン, I.・ローゼン, E. (2016). ウソはバレる:「定説」が通用しない時代の新しいマーケティング ダイヤモンド社)

Sinek, S. (2009). Start with why: How great leaders inspire everyone to take action. Portfolio (シネック, S.(2012). WHYから始めよ! インスパイア型リーダーはここが違う, 日本経済新聞出版社)

*印が基本参考書です。他の書籍や論文は、講義の特定領域に焦点を当てたものや最新動向に関するものです。

日々の生活の中で接触するコミュニケーションすべてが教材です。身の回りのコミュニケーションから学びましょう。

成績評価の基準及び方法

評価対象者の①講義への貢献(ミニットペーパー含む)(50%)と、②課題レポート(50%)によって評価します。 ①講義への貢献では、他とは異なる視点や新しい視点、他とは異なるアイデアや新しいアイデアに関する発言を評価します。 また、履修者は講義日ごとに、講義内容理解度と講義に対する質問や意見を記入した「ミニットペーパー」を提出します。「ミニットペーパー」では、講義の質を高める質問や意見を評価します。

②課題レポートでは、コミュニケーション戦略に関する書籍や論文を取り上げて評価していただきます。詳しくは講義の中で説明します。

連絡先(メール・電話番号)

オフィスアワー

相談他がある場合には、事前に上記までメールで連絡してください。講義の前後などに対応いたします。

授業科目名	ブランド戦略	担当教員	野口恭平	科目コード	123
配当年次	1年次•2年次	学期	前期		
キャンパス	東京校	単位数		2	

<概要>

事業構想におけるブランド戦略は、その事業の一貫性ある差別化価値とその持続性を生み出すために重要な位置づけとなる。具体的には、構想案策定のステージで事業ブランドのコアとなる価値を明確に規定し、自組織内やステークホールダーへの浸透、そして各種戦略・施策への展開、更には市場へのコミュニケーションでは明確なメッセージの発信という、一貫した価値構築と価値伝達というプロセスとなる。

本講義では事業(商品。サービス、地域等)におけるブランドの中核価値規定、ブランド体系構築、組織内浸透、長期 短期のマネジメント、一貫性を持たせたコミュニケーションのあり方等、ブランディング戦略の策定と実行方法について 各種のツールの提供をはじめ、事例を基に理解を深めることを目的とする。

講義においては自身の国内・海外におけるブランディング&ブランドコミュニケーション戦略推進の実務経験に基づき、学術的なブランド理論をベースに、実際のビジネスで起こり得る事象や組織の力学等を踏まえた視点を取り入れ、より実践的なブランド構築とその運用方法をレクチャーする。

<狙い>

本講義では構想案から事業計画・コミュニケーションに繋がる、ブランド戦略の骨格を構築するための設計力を身につけることを狙いとし、ブランド論、マーケティング論の進化を学びながら、数多くの事例を基に、変化する社会や市場に対応していく視点を獲得する。

到達目標

ブランド戦略構築のための重要なポイントを理解し、ブランド価値規定と事業戦略への展開、事業運営におけるブラン ド管理・ブランドコミュニケーション・ブランド診断を行う視点とツールを獲得することにより、構想案から構想計画・コ ミュニケーションの過程でのブランド設計力・構築力を身に付ける

キーワード

ブランド提供価値、ブランドの差別化・独自性・持続性、インターナルブランディング、ブランドストーリー、ブランドコミュ ニケーション、ブランドマネジメント

授業の進め方と方法

授業は講義と討論の併用で、具体的な事例を題材にしながら、全員参加の議論を行う。事例紹介については多彩な企業(大企業、中小企業、日本伝統ブランド、地域地産ブランド、スタートアップ事業ブランド、事業承継ブランド等)から講師を招聘して行う。具体的なステップとしては以下の進め方になる。

- ・基本的な戦略理論についての講義と討論により、ゲスト講師の事例を理解する基盤を作る。
- 各テーマに合わせたゲスト講師による事例紹介と討論を行う。
- ・中間レビューとしてのポイントの整理と、最終的なまとめを通して、理論と実践の関係を整理する。

授業計画	<u> </u>	課題	
第1回	オリエンテーション	ブランド戦略の定義	
第2回	・ブランド価値規定:価値の要素と規定プロセス(講義と討論)	ブランドの中核価値規定手法	
第3回	・マーケティング3.0と4,0によるブランド戦略の考え方(講義と討論)	社会課題解決価値を含むブランド戦略	
第4回	・ブランド体系と戦略策定(食品業界事例紹介と討論)	ブランド階層と体系構築 社会課題解決価値をもたらすブランディ	
第5回	・持続的CSRによるブランドマネジメント戦略(事例紹介と討論)	位 会 味 透 辞 が 価 値 と ひに りょう ブラブ イイング	

第6回	・ブランド価値創造と差別化マネジメント(飲料業界事例紹介と討論) ・ブランド戦略と事業戦略・コミュニケーション戦略への展開(自動車	顧客インサイトとブランド価値規定 事業戦略とブランド戦略との関係	
第7回	業界事例紹介と討議)		
第8回	中間レビューとしてのポイントの整理(講義と討論)	インターナルブランディング 地域・地産のブランディング	
第9回	・地域(地産)ブランディング戦略(地域ブランド事例紹介と討論)		
第10回	・日本伝統モノづくりブランド戦略(事例紹介と討論)	伝統工芸、伝統文化のブランディング 地域・中小企業のリブランディング	
第11回	・地域・中小企業ブランド戦略(事例紹介と討論)		
第12回	・戦略広報を活用したブランディング(事例紹介と討論)	広報を活用したブランディング手法	
第13回	・スタートアップ事業のブランディング戦略(事例紹介と討議)	新規起業ブランドの設計と構築	
第14回	・CRM・高級ブランドの戦略(事例紹介と討論)	高級商品・サービスのブランディング 事業構想におけるブランド戦略の位置	
第15回	・総括(まとめと討論):事業構想とブランド戦略の関係整理	づけの重要性	

特に教科書の指定はしない。ガイド書籍として「戦略的ブランド・マネジメント」ケビン・レーン・ケラー 著(東急エージェンシー出版)等。

参考書、講義資料等

「マーケティング3.0」「マーケティング4.0」いずれもフィリップ・コトラー著等、その他授業テーマに即して紹介する。

成績評価の基準及び方法

授業への参画度合・貢献状況の60点満点と、レポート40点満点による総合評価とし、60点以上を合格点とする。 ※レポート提出は全授業終了後に実施

連絡先(メール・電話番号)

オフィスアワー

メールにて事前予約の上、適宜面談を実施する。

授業科目名	収支計画立案とビジネス会計	担当教員	古田芳浩	科目コード	124
配当年次	1年次・2年次	学期		前期	
キャンパス	中継(大阪校)	単位数		2	

概要:事業構想は事業経営へと切れ目なく続き、持続可能な利益およびキャッシュなしでは経営の継続はなく、社会への価値の提供の継続も不可能である。厳しい競争環境下で持続可能な利益およびキャッシュを生み出す計画を作成する能力を身につける。そのために必要となるビジネス会計(財務会計と管理会計、財務三表、財務諸表分析等)を並行して学ぶ。

ねらい:事業経営における最重要課題である「自らキャッシュを生みだし、事業を継続する」ために必要な知識・スキルについて、実務経験をもとにした具体的な事例を使い習得する。また、構想を計画に落とし込む際の「採算性」についてのスキル・センスを身に着けるとともに、資金調達の際に資金提供者との間で交渉ができるだけの基礎を習得する。

到達目標

事業構想計画を①現実的な裏づけを持ち、②厳しい競争を勝ち抜き、③社会へ価値を提供し続けるための利益とキャッシュを出し続ける、「魂のこもった」利益計画および資金計画が作成できる能力を身につける。

キーワード

持続可能な利益とキャッシュ、付加価値と固定費による損益分岐点の理解、投資回収、運転資金と黒字倒産

授業の進め方と方法

具体的な事例を活用した演習を取り入れることで、実学としての会計の技術の一端に触れ、その勘どころ・コツを理解・体験できるようにする。また、そのことにより、活発な質疑応答がなされ、より深い理解へとつなげられるように双方向で講義をすすめる。

授業計画	<u> </u>	課題		
第1回	オリエンテーション			
第2回	事業構想から利益計画・資金計画へ	リアルな事業活動を財務数値に置き換えるプ		
第3回	尹未悔忍から利益計画・負並計画へ	ロセス。財務三表の基礎。		
第4回	事業採算の取りかた	事業採算の知識とスキル。付加価値を基軸と		
第5回	争未休昇の取りかに	した利益管理。		
第6回	付加価値基軸の利益計画	プロダクトミックスによる付加価値とステークホ		
第7回	いが画画を指りが重け回	ルダー視点での損益計算書		
第8回	資金調達と資金運用(投資)	財務諸表分析と貸借対照表および資金の調達		
第9回	京业则进亡京业进门(汉京)	と運用の知識・スキル。		
第10回	事業戦略と利益計画・資金計画	時系列による財務三表の変化を読み取り、事		
第11回		業戦略との関係を理解する。		

第12回	設備投資・減価償却費・運転資金とキャッシュフロー	当期利益・減価償却費・運転資金・設備投資が				
第13回	改備投資・火庫原が貨・産料負並とイヤッノエノロー	キャッシュフローを決定する。				
第14回	競争環境下の利益計画・資金計画	業界での他社比較により、市場構造・事業構 造・競争環境の違いが財務数値に影響するこ				
第15回	成于境境下の利益計画・負金計画	道・競争環境の違いが財務数値に影響する。 とを理解する。				
教科書						
「経営分	析のリアルノウハウ」、「人事屋が書いた経理の本」					
参考書、講義資料等						
「稲盛和夫の実学」、「会社は頭から腐る」						
成績評価	面の基準及び方法					
演習を中心に進めるため、講義に出席することを重視する。課題は前半で1課題、後半で1課題を提出し、これら2課 題の内容と出席点の合計で成績評価を行なう。						
連絡先(メール・電話番号)						

オフィスアワー

毎回講義前の30分(18:00-18:30)については、申し出があれば対応するので、事前にメールで予約すること。

授業科目名	プレゼンテーション	担当教員	八代華代子	科目コード	125
配当年次	1年次•2年次	学期	前期		
キャンパス	東京校	単位数	2		

【概要】事業構想の実現には、人の心を動かすプレゼンテーションが必須である。そのための要素は何なのか。本講義は、その重要な要素をテーマ別に分け、グループディスカッション、課題、実践を通して、構想を伝える力を磨く。また、Covid-19をきっかけに一般化しつつあるオンラインでのプレゼンテーションについても、対面と同様の結果を導出できるよう、その特性と対策を取り上げていく。 日本とアメリカ両国で日本語のアナウンサーを務めた教員が欧米のプレゼンテーション教育の手法も取り入れて講義を行う。

【ねらい】説明や熱い想いだけでなく、プレゼンテーションの中に組み込むべき要素を体系的に明らかにしながら、デリバリースキルを磨いていく。既存の日本教育では扱うことが少ない「緊張コントロール法」「発声・滑舌練習」「言語と非言語(聴覚・視覚)情報からのアプローチ」「説得のモデル」等も取り入れ、今まで各自が行っていたプレゼンテーションに新しい風を吹き込む。また、それぞれの発表を通して、プレゼンターと受け手両方の立場からの気づきを共有しながら「事業構想のプレゼンテーション」を俯瞰的に捉える機会を提供する。

到達目標

- ①.「聴き手目線になること」と「表現力を磨くこと」の習慣化
- ②構想を多視点から分析、言語化することで、構想内容や進捗状況をより理解すること
- ③プレゼンターとして自信を持ち、一人でも多くの賛同者や協力者を得られるプレゼンテーションカを身に付けること

キーワード

・相手を動かす伝え方 ・聴き手目線 ・対面とオンライン ・説明と説得 ・自信

授業の進め方と方法

毎回のテーマに基づいて、講義とグループワーク、個人発表を織り交ぜながら進める。課題としてあらかじめ準備したプレゼンテーション、授業内で短時間でまとめて発表するもの、インプロビゼーション(即興)など、多様な形態へ挑戦することで順応する力を付けていく。

授業計画		
第1回	オリエンテーション	
第2回	・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ 滑舌の基本構想する事業の価値の伝え方	授業内のワークを復習し、
第3回	THE THIRD IN THE PARTY IN THE P	ブラッシュアップして提出
第4回	日本語の特性と効果的な表現法 ノンバーバルコミュニケーションと緊張コントロール	次回の発表準備
第5回		火口が火土 im
第6回	人を動かすプレゼンテーションの哲学的要素 TED分析とプレゼンテーションの実践	復習とワーク
第7回		

第8回	相手に態度変容を促すプレゼンテーションのアプローチ ステークホルダーに向けたグループ実践	復習とワーク
第9回		
第10回	プレゼンテーションの構成 事業構想を簡潔にまとめ、発表するための実践	授業内のワークを復習し、
第11回		ブラッシュアップして提出
第12回	事業構想のためのプレゼンテーションの実践	本授業の集大成として
第13回	スライド資料の作成術(ゲスト講師予定)	バトル形式プレゼンテーションの準備
第14回	バトル形式プレゼンテーションの実践総括	なし
第15回	ハドルルスプレビン アコンの夫成心田	<i>A</i> C

教科書は指定せず、テーマに合わせて、先行研究や参考資料から配布

参考書、講義資料等

Kevin Carroll/Bob Elliott(2015)「ビジネスは30秒で話せ!」すばる舎 アリストテレス/戸塚七郎訳(1992)「弁論術」岩波文庫 他

成績評価の基準及び方法

以下の評価基準を設ける。

- ①授業での積極性(準備段階も含め発表へ意欲と意識の高さ・グループディスカッションへの参加度)・・・50%
- ②課題の提出(期限切れは減点対象)と内容の質・・・50%
- ③ 加点対象・・・発表バトルの3位から優勝者まで段階的に。

連絡先(メール・電話番号)

オフィスアワー

メールで事前に予約すること。

- *授業の進捗状況によって、講義内容や課題が変更することがあります。
- *グループディスカッション、実践が多くあり、授業参加の有無が評価に影響しますので、なるべく授業に出席してください。
- *あらかじめわかっている欠席や1時間以上の遅刻の場合は、Classroomか事務局を通して連絡してください。

授業科目	事業構想事例研究 I ~IV (事業構想スピーチ)	担当教員	田中里沙 他	科目コード	126-129 226-229 326-329 426-429
配当年次	1年次•2年次	学期	前	期∙後期	
キャンパス	東京/名古屋/大阪/福岡	単位数	前期:2単位、後期:2単位		位

事業構想、事業計画、実践のための創造的プロセスを実例から学び、構造化、組織化をして自らの構想に活かすことを目指す。経営資源を見出し、活かし、社会で必要とされる構想を考えて行くためのヒントを、各業界・分野の第一線で活躍する多彩な人物の経験や論理から得る。起業家、経営者、専門家、研究者、クリエイター等から事業の範例に関する気づきを学び、分析的研究を行う。院生自身の人脈形成にも役立て、活用されたい。

到達目標

創業経営者、大手企業経営者の新事業への考え、最先端で活躍する人物の事業事例をヒントに、社会の一翼を担う事業の種を探し、理想の姿を描き、構想計画を形成するために、事業構想の各段階(①発着想 ②構想案 ③ フィールドリサーチ ④構想計画 ⑤マーケティングコミュニケーション)の要素とそこからのヒントを習得し、アイデアを出し続ける力を備えることを目指す。

キーワード

事業構想

授業の進め方と方法

ゲストスピーカーの事業領域、研究領域から、事業構想における発想・着想、構想計画の要素・アイデア等を明確にし、参加者全員でその内容を掘り下げながら議論を行う。ゲストによる講義60分+ディスカッション30分を基本形とし、アクティブラーニングにより院生各人の構想に落とし込むきっかけを提供する。

授業計画 課題

2021年度の予定は適宜、メール、学内掲示により案内をします。

初回はオリエンテーションとして、2020年度のダイジェストから解説を行う。

以降、毎週水曜日に実施(夏期、春期等には特別日程の予定もあり)

昨年度招聘したゲストの一部(敬称略 | 五十音順)

今村 司 株式会社読売巨人軍 代表取締役社長(編成本部長)

河井 英明 大阪市高速電気軌道株式会社 代表取締役社長

川崎 秀一 沖電気工業株式会社 取締役会長

川原 武浩 株式会社ふくや 代表取締役社長

齋藤 潤一 一般財団法人こゆ地域づくり推進機構 代表理事

鈴木 優輔 LINE Fukuoka株式会社 取締役COO

角 和夫 阪急阪神ホールディングス株式会社代表取締役会長グループCEO

寺田 弘慈 宇宙航空研究開発機構(JAXA)理事、筑波宇宙センター所長、第一宇宙技術部門長

徳重 徹 テラモーターズ株式会社 代表取締役会長

友原 琢也 ブランドフォーカス株式会社 代表Branding Director

西川 千雅 西川流 四世家元

盛田 淳夫 敷島製パン株式会社 代表取締役社長

吉田 浩一郎 株式会社クラウドワークス 代表取締役社長兼CEO

渡部 一文 アマゾンジャパン合同会社 バイスプレジデント

教科書

なし

参考書、講義資料等

招聘するゲストに関する資料を事前に案内する。

成績評価の基準及び方法

授業への参加、貢献、討論等を見る。 年間約40回開講。前期、後期を各8回以上受講し、所定のレポートを提出。

連絡先(メール・電話番号)

オフィスアワー

事務局にコンタクトをとってください。

その他

履修登録は下記の形とします。

1年次前期 事業構想事例研究(事業構想スピーチ) I 1年次後期 事業構想事例研究(事業構想スピーチ) II 2年次前期 事業構想事例研究(事業構想スピーチ) II 2年次後期 事業構想事例研究(事業構想スピーチ) IV

授業科目名	事業構想プレゼンテーション演習(1年次)	担当教員	谷野豊	科目コード	130 230 330 430
配当年次	1年次	学期	通年		
キャンパス	全国	単位数	1単位		

事業デザイン演習 I で考えた4つの事業アイデアの中から、事業デザイン演習 II の各グループで選んだ事業アイデアをフィールドリサーチ、収益モデルまでに落とし込んだ内容を発表する。また、自分自身の構想についての評価、助言、意見を教員、院生からもらうことで、2年次に向けて自分自身の事業構想に生かす。また、発表した他の院生に対してのフィードバックを通じて、事業構想家としてのスキルを磨くことと同時に、自分自身の構想の気付きにつなげる。

到達目標

事業構想を実現するために必要なスキルを身につける。理想は、自分自身の関わっているビジネスと全く違った分野の事業でも、自らの事業同様に事業構想を組み立てることができるようになることを目指す。事業構想が解決する社会課題を論理的で建設的な議論をつうじて見出し、他者に説明ならびに説得できる能力を身につける。

キーワード

事業構想、クリエイティブ、社会との関わり、最先端の技術、人材組織、ファイナンス

授業の進め方と方法

①自分自身の事業構想を持ち時間内で発表する。②教員、院生からの質疑応答に対応する。③自分以外の発表者に対して構想が、より良いものになるように先行事例、アイデアなどのコメントをフィードバックする。

授業計画	画	課題
第1回		
第2回		
第3回		
第4回	事業デザイン演習 II でグループで考えた構想を各グループ10~15分(質疑応答を含む)で発表(2月12日)する。また、3月5日は、2年次の事業構想研究に向けた自分自身の事業構想を1人10分	事業構想を考え、プレゼンテーションを 通じて多くの共感を得られるようにエ
第5回	程度で発表する。※各発表会の詳細については、後日お知らせします。	夫する。特に、対象顧客を明確にした プレゼンを心がける
第6回		
第7回		
第8回		

特に指定しない

参考書、講義資料等

特になし

成績評価の基準及び方法

事業構想発表:30点、プレゼン資料のわかりやすさ・見やすさ・レジュメの内容:40点、他の発表に対してのフィード バック内容:30点

連絡先(メール・電話番号)

オフィスアワー

月~土曜日まで、ほぼ毎日います。できれば、事前に事務局に連絡をいただくか、上記メールにご連絡ください。

その他

発表内容、方法、事業構想についての相談があれば、いつでも連絡ください。

授業科目名	事業構想プレゼンテーション演習(2年次)	担当教員	谷野豊	科目コード	131 231 331 431
配当年次	2年次	学期	通年		
キャンパス	全国	単位数	1単位		

事業構想の進捗を各自発表し、アイデアや構想についての評価、助言、意見を教員、院生からもらうことで、今後の構想計画に生かす。また、発表した他の院生に対してのフィードバックを記載する事で、事業構想家としてのスキルを磨くことと同時に、自分自身の構想の気付きにつなげる。また、収支計画に落とし込んだ内容とすること。

到達目標

事業構想を実現するために必要なスキルを身につける。理想は、自分自身の関わっているビジネスと全く違った分野の事業でも、自らの事業同様に事業構想を組み立てることができるようになることを目指す。

キーワード

事業構想、ファイナンス、人材組織、クリエイティブ、社会動向、技術動向

授業の進め方と方法

①自分自身の事業構想を持ち時間内で発表する。②教員、院生からの質疑応答に対応する。③自分以外の発表者に対して構想が、より良いものになるように先行事例、アイデアなどのコメントをフィードバックする。

授業計画		課題
第1回		
第2回		
第3回		
第4回	2年次発表会(8月7日)と2年次中間審査会(11月20、予備日;2 1日)で、決められた内容について、1名15分~20分で発表・質疑	事業構想を考え、プレゼンテーションを 通じて多くの共感を得られるようにエ
第5回	応答を行う。	夫する。特に、対象顧客、収支計画を 明確にしたプレゼンを心がける
第6回		
第7回		
第8回		

特に指定しない

参考書、講義資料等

特になし

成績評価の基準及び方法

事業構想発表:30点、プレゼン資料のわかりやすさ・見やすさ・レジュメの内容:40点、他の発表に対してのフィード バック内容:30点

連絡先(メール・電話番号)

オフィスアワー

月~土曜日まで、ほぼ毎日います。できれば、事前に事務局に連絡をいただくか、上記メールにご連絡ください。

その他

発表内容、方法、事業構想についての相談があれば、いつでも連絡ください。

授業科目名	企業内起業·新事業創出	担当教員	谷口賢吾	科目コード	141
配当年次	1年次•2年次	学期	後期		
キャンパス	東京校	単位数	2		

く講義の概要>

なぜ企業内企業や新規事業が求められるのか、その背景を理解し、環境変化から事業機会を見出し、新規事業を構想する考え方・方法論を理解し習得することを目的とする。

また、自らがプレイヤーになる場合だけでなく、企業内においてイントラプレナー輩出、新規事業創出のための仕組み の構築・運用する側になる場合についても理解を深める。

<講義の狙い>

単なる思いつきではなく、「事業構想」という観点から、未来社会に対する洞察からのアプローチで新規事業創出につなげることを狙いとする。

到達目標

- ・新規事業を構想するための視点・視野を広げる
- 新規事業に必要となる未来社会への洞察に関するスキルを習得する
- ・事例から、新規事業における成功のカギを見出す
- ・自社と新規事業の適切な事業領域設定を理解する
- ・企業本体と新規事業創出のスキームを理解する
- 新規事業構想~計画の概要を理解し、事業計画立案・プレゼンスキルを習得する

キーワード

変化の兆し、未来洞察、事業機会発見、ビジネスモデル、ミッション、パーパス、事業領域の再定義、新規事業創出スキーム、オープンイノベーション、プロデューサー

授業の進め方と方法

授業に対する理解を深めるために、各回ごとのテーマに関する講義と、グループワークのセットで進める。グループワークでは、情報収集、分析・洞察、アイデア創出、企画・プランニングの流れを体感してもらう。

授業計画		課題		
第1回	オリエンテーション	講義の全体像と、学ぶべき内容に関する理解を深める		
第2回	講義:事例から学ぶ企業内起業・新事業創出の現状と課題	自ら企業内起業・新事業創出(ビジネス モデルなど)の事例を調べ、考察したう		
第3回	WS:企業内起業・新事業創出の事例研究・討議と発表	えで、授業で討議		
第4回	 講義:変化の兆しを捉える WS:現在起きている変化の兆しを抽出し、その意味合いについて	自ら変化の兆しとなる事象を調べ、意		
第5回	洞察し、討議・発表する	味合いを考察したうえで、授業で討議		
第6回	 講義:未来を洞察し、事業機会を発見する WS:未来を洞察する手法、事業機会発見の手法を用いて、想定さ	自ら、未来を洞察し、事業機会について		
第7回	れる事業機会に関する討議と発表	考察したうえで、授業で討議		
第8回	 講義:自社再認識、事業領域の設定 WS:自社のミッション、社内リソースの再認識、事業領域を再設定	自社ミッション、自社リソースを再確認 し、時代に合わせて事業領域をどう設		
第9回	するとしたらどう設定するべきか討議・発表	定すべきか考察したうえで授業で討議		

	講義: 	ラフなビジネスプラン・ビジネスモデル を策定したうえで、重要なポイントを授
第11回	WS:ビジネスプラン・ビジネスモデルのラフ案の策定と討議・発表	業で討議
第12回	講義:企業内新規事業推進体制、事業化のスキーム WS:社内で新規事業が輩出され続けるための仕組みと、支援体制	新規事業を輩出する仕掛け、外部資金・外部企業の活用、M&A、オープン
第13回	について討議・発表	イノベーションなどのスキームについて 授業で討議
	講義:企業内起業家のマインド・スキル WS:アントレプレナーシップとリーダーシップ、プロデューサーシップ	起業家に求められる情熱・志やスキ
第15回		デュース力について授業で討議

授業時にレジメ・教材を配布する。

参考書、講義資料等

随時紹介。講義資料は終了後配布

成績評価の基準及び方法

・事前課題個人レポート: 30% ・グループワーク(授業でのグループ発表等): 50% ・その他(授業への貢献等): 20%

連絡先(メール・電話番号)

オフィスアワー

メールで事前に予約すること。

授業科目名	事業承継における事業構想	担当教員	丸尾聰	科目コード	142
配当年次	1年次・2年次	学期	後期		
キャンパス	巡回(東京校/名古屋校)	単位数	2		

2021年度新設科目。履修対象者は、①事業承継予定者、②事業承継済みの経営者、③今後事業承継をする現経営者の3者を想定している。

現代の「事業承継」は、既存事業の維持、継承、アトツギ(跡継ぎ)という考えでは、成功しない。かと言って、ゼロベースでの起業や、本業以外の新規事業開発のような考えでも、失敗する。創業者を起点とする「企業遺伝子」や、歴代の経営者や従業員によって培われた「理念」などの「見えざる資源」を深耕するとともに、先代からの<ヒト><モノ><カネ><情報>という「見える資源」を、激変する社会環境に対応する形で、大胆に再構築することが要求される。

本授業における「事業承継」とは、資源の「深耕」と「再構築」という、2つの資源の「選択」「集中」「融合」をしながら、新たな市場創造へ向けた「事業構想」を掲げた「経営の再起動」と定義する。

本授業の発表課題においては、先代から引き継いだ「見える資源」「見えない資源」を深く認識した上で、将来の市場環境の変化を見据えて、2つの資源の「選択」「集中」「融合」への再構築に向けた「深い認識」方法と、「大胆な再構築」方法とを獲得することを目的とする。特に、「新たな市場創造」を妨げる、想定外の「経営危機」を克服するための「想像力」を鍛えるとともに、その変化に伴って生じる問題の「洞察力」と「解消力」を向上を目指す。履修者自らが経営責任を背負うために必要となる、スキルセットとマインドセットの獲得を目指す。

本授業の事前課題においては、業界や、市場環境変化や、車内の状況は異なる「ケース(事例)」の承継社長に自分を重ね、ロールプレイをする課題に取り組むが、千差万別の当該企業固有の問題も、抽象度を高めると、自社との共通項が見えたり、連想から自社に適合させることも可能である。その事前課題の取り組み、授業当日の承継者同士の討議、そして事後課題での自社への援用によって、自らの経営能力の血肉として欲しい。

また、自社の将来構想である「事業承継構想」を策定する際の重要なヒントとし、柔軟で視野の広い「事業構想」能力の習得も目指す。

本授業の最終到達目標は、新たな市場創造への挑戦状としての「事業構想計画書」の「序章」に相当する部分を完成させることである。

1年次であれば、翌年度に策定する「事業構想計画書」の、文字通り「序章」の策定だし、2年次生であれば、同時並行で策定する「事業構想計画書」に通底する「再構築した資源」の記述の完成である。

同時に、事業承継後に高確率で遭遇する「組織内外で起こるアクシデント」に、承継者自身が動じず、大所・高所から俯瞰しながら、解決へ向けて冷静に対応ができる「スキルセット」「マインドセット」の獲得を目指す。また、問題を定義し、原因を突き止めて、短期中期長期での対応を考え、「前向きな資源獲得のチャンス」として、変化を逆手に取って、「持続的成長」の資源とする「スキルセット」の獲得を目指す。

キーワード

ワンマン経営と全員経営、私企業と公企業、戦術の対立と戦略の対話、新旧ミドルマネジメントの交代と融合、艱難の回避と克服、先代の信用基盤と現職の挑戦意欲、負債の効能と無借金の油断

授業の進め方と方法

本授業は、2校舎合同(第1セッションは、A校舎で対面、B校舎で中継、翌第2セッションは、A校舎で中継、B校舎で対面、というに「対面授業」と「中継授業」を交互に行う)授業形式とする。また、事業承継者は、事業構想の前提与件に個別性や多様性があるため、その実態把握と、授業内容への反映をするために、履修希望者への「事前面談」を行う。

授業の進め方は、2コマ180分中、約150分は、履修者の院生主導で進め、教員主導の時間は約30分のみである。

授業は、2校舎巡回とし、履修者から見ると、対面授業と遠隔授業の交互開催となる。

学習効果を最大化するために、冒頭に「意気込み」、最後に「振り返り」を、それぞれ表明し、履修者間で共有する。

事前課題は、「ケース(事例)」と呼ばれる、過去に実在の企業組織の「経営環境」において、現実に起こった事象を記述した「ストーリー(読み物)」を使用する。事前課題では、これらの「ストーリー」の丹念な「読み込み」を行い、「経営環境」と「事象」との現場に、自身を当事者として置き、追体験をしながら、設問に基づいて「問題発見」や「原因解明」や「問題解決」などを行う。

事前課題に要する時間は、学習効果を生むためには、「ケースの読み込み」に1時間以上、「思考」を含めた課題回答の完成までに計2~5時間。この時間を惜しみ、「こなし」や「片付け」として取り組むと、「問題発見力」「原因解明力」「問題解決力」の向上は、ほとんど望めない。

また、授業の復習として、特に、発表課題のブラシュアップを頻繁に行うことを強く推奨する。「ケース(事例)」を伴う事前課題と授業が間に挿入されるが、それと並行して取り組んでほしい。なぜなら、日常業務にもすぐに生かせる「副次的効果」が大きいことと、最終セッションでの発表課題の品質が向上するから。

授業の方法は、その事前課題の回答傾向に基づいて、履修者を「グループ」分けし、その「グループ」内で回答の共有と質疑を行い、そこで視野や視点の拡張を行い、想像力を高めたのちに、「クラス」全体で教員の板書や発問に基づいて、本格的な討議を行うものである。これにより、他の履修者の気づきに共感したり、対立の意見の向こう側に新たな気づきを見出したりしながら、「他者の観察」という代理体験に基づいて、視点や視野をさらに拡張することができる。

なお、授業中は履修者全員が、「勇気」をもって建設的な批判も発言し、教室内の全履修者に対し尊敬の念をもった「礼節」を重んじ、他の履修者の批判的な発言にも「寛容」さをもって傾聴することを遵守する。この3か条を遵守することにより、「ラーニング・コミュニティ(学びの共同体)」が醸成され、履修者全員の学びが最大化できる。

中間発表では、履修者が観察対象物を1つ選び、徹底した「観察」と「考察」を行なった成果を、履修者全員に向けてプレゼンテーションを行う。質疑応答ならびに評価コメントという「他者の観察」を通じて、観察対象物が異なっても共通する視点と、対象物独自の視点の両方を獲得する。

本授業は、180分間の各パートが必要不可欠で、パート間も有機性の高い設計となっているため、授業への「遅刻」「早退」「欠席」は、原則、認めない。止むを得ず、「遅刻」「早退」「欠席」する場合は、早めに教員まで相談すること。

	授業の時間配分											
	大項目	ウォーム	アップ	ディスカ・	ッション1		ディスカッション2		ラップアップ			
第2、3、5、6 セッション	小項目	本セッション の主旨	意気込み 発表	小グループ ディスカッション	クラス全体 ディスカッション	休憩	小グループ ディスカッション	クラス全体 ディスカッション	本セッション の総括	振り返り 発表	次セッション の案内	計
	主体	教員	院生	院生	院生		院生	院生	教員	院生	教員	
	時間(分)	10	10	25	40	10	25	40	10	15	5	190
	大項目			発表+質疑に			発表+質疑の					
第1、4、7					名)	休憩	(3:					計
セッション	小項目	同二	Ė		質疑応答+助言	11,70	発表	質疑応答+助言		同上		
	主体			院生	院生		院生	院生				
	時間(分)			7~10分×3名	10~15分×3名	10	7~10分×3名	10~15分×3名			190	

授業計	画	課題
第1回	オリエンテーション 講師紹介+シラバス解説+質疑応答+要望 事前課題=本シラバスを熟読し、「授業終了後の自身の態度や能力の変化」を想像し、授業に対する要望や疑問を準備する。	事業承継者特有の「事業構想」の条件や特徴 について、言語化し、本授業における獲得目 標を設定する。
第2回	第1セッション=初回発表 発表課題=自社の創業以降の社史を紐解き、代々の経営者や自社を 支えたキーマンの存在と、遭遇した苦境と克服したプロセスとを調査・ 整理する。	自社の歴史を改めて紐解くと、見落としていた 史実を発見し、自社の強みや弱みへの認識が 変わる。過去の出来事の中に、未来の資源や 教訓を見出す。
第3回		
第4回	第2セッション 事前課題=卸売業を営む先代社長の悲願は「工場の隣に店舗を持つ」 こと。株式上場が見え、投資余力が生まれた中で、製造や小売に進出 すべきか否か、意思決定の根拠をどこに求めるかを探る。	創業時から苦難の連続に耐え忍んだ先代社 長に対し、投資余力が生まれた現社長は、従 前に出来なかった大胆な投資を仕掛けたくな る。<カネ>の資源を活用し、垂直統合に走 り、<モノ>の資源制覇に動く。その際の判断
第5回		の方法と基準を明らかにする。
第6回	第3セッション 事前課題=業績を堅持してきた製造業を承継をした経営者に、ある日 突然、銀行から隠れ負債の返済を迫られる。返済のために、大胆な利 益構造の転換の道を探る。	数代つづく企業には、隠し資産や負債が蓄積し、 先代社長も新社長も知らずに承継することがあ る。財務状況が危うくなると金融機関から初めて 存在を知らされる。想定外の<カネ>の問題が 明らかになった際の心構えとステークホルダーマ
第7回		ネジメントの方法を明らかにする。
第8回	第4セッション=中間発表 発表課題=自社の財務状況と市場における自社の位置をもとに、将来 に向けて、承継すべき資源と捨てるべき資源との選別し、自社の「遺伝 子」や「経営理念」の再定義をする。	目先の市場の変化と自社の業績に囚われずに、長い自社の歴史軸の経緯から、自社資源の評価と活用策を導出する。
第9回		
第10回	第5セッション 事前課題=後継者不在の企業に、第二の人生を捧げる新社長。親族 外、役員外から、新社長を迎えた先代社長。両者は明るい未来を信じ て順風満帆に承継するが、業界の衰退は想定よりもひどく、奇想天外	親族承継の固定観念を打ち破るため、あえて親族外承継をとる企業も増えている。先代社長からの過剰な期待。それに応えようと前のめりになる新社長。両者に落とし穴はないのか。先代から
第11回	の手段に打って出る、打開策を探る。	承継したくヒトンとくモノンという貴重な経営資源を、持続的成長の基盤にするための要件を明らかにする。
第12回	第6セッション 事前課題=先代の豪腕で成長してきた広告代理業が、承継した社長は 社員に権限委譲するが、古株社員は指示待ち、新規採用した社員が業 績に貢献するが、他方で規定違反が発覚し、古参社員が社長の採用責	化を歓迎する社員と、違和感を感じる社員。組織
第13回	任を問い詰めるが、その後のアクションを探る。	営資源である<ヒト>が大きく関与し、<情報>にも影響を与える中で、マネジメントスタイルの確立の方策を明らかにする。
第14回	第7セッション=最終発表 発表課題=自社の「遺伝子」や「経営理念」の再定義と、ケース討議で の学びや気づきを反映し、自社内外の将来環境動向を踏まえた、自社 の「事業構想計画書」策定の前提与件と方向性を策定する。	事業承継と事業構想は、一見、矛盾だらけ、 相反だらけの関係にある。だからこそ、承継社 長が、意思決定の拠り所を持つ必要がある。 その獲得のための契機として「持続的成長」の
第15回		方策に取り組む。
	<u></u>	

教科書 教材等

教科書は、特に使用しない。

事業承継者や経営者にとって、最良の教材は、自社の「社史」と歴代の社長の「著書」である。第1・4・7セッションでは、発表課題の教材として使用する。

残る第2~3・5~6セッションの教材は、「ケース(事例)」と呼ばれる、過去に実在の企業組織において、現実に起こった事象を記述した「ストーリー(読み物)」を使用する。

参考書、講義資料等

参考書も、特にない。

成績評価の基準及び方法

評価は、以下の4つのパートに分け、それぞれで加点し、100点満点。

- (1)<u>意気込み・振り返りシート:</u> (オリエンテーションを除く)各セッションの、授業開始時の「意気込み」の発表、授業終了時の「振り返り」の発表で各々1点計2点、シートの提出で1点。1セッションで計3点で、7セッションで最大21点加点。
- (2)事前課題: 第2、3、5、6の4セッションに向けて出題されるケースの設問課題の提出で各4点。期限内の提出で1点、回答の質により最大2点。1セッションで最大7点で、4セッションで最大28点加点。
- (3)発表課題: 第1、4、7の3セッションに向けて出題される発表課題の提出で、1セッション5点。期限内の提出で1点、回答の質により、第1、4、7の各セッションごとに最大2、2、4点加点。3セッションで最大26点加点。
- (4) ディスカッション発言: (オリエンテーションを除く)各セッションの、授業中のクラス全体ディスカッションにおける、発言の量に対して最大3点、質に対して1点加点。ただし、第1、4、7の3セッションは、発言の質に対する配点なし。7セッションで最大25点加点。

成績評価における配点								
評価項目	第1 セッション	第2 セッション	第3 セッション	第4 セッション	210 -	第6 セッション	第7 セッション	項目計
意気込み・振り返りシート	3	3	3	3	3	3	3	21
事前課題	_	7	7	_	7	7	_	28
発表課題	8	_	_	8	_	_	10	26
ディスカッション発言	3	4	4	3	4	4	3	25
各セッション計	14	14	14	14	14	14	16	100

連絡先(メール・電話番号)

オフィスアワー

メールで事前に予約願います。

授業科目名	アントレプレナーシップ(起業家精神)	担当教員	見山謙一郎	科目コード	143
配当年次	1年次・2年次	学期	前期		
キャンパス	東京校	単位数	2		

<概要>

起業とは目的ではなく手段のひとつである。本講義はビジネスプランを作成する一連の過程を通じて、アントレプレナーシップを醸成することを目標とする。事業構想のために必要なことは、「仮説創設力」である。本講義では「仮説創設力」を「課題の抽出力」と「本質的原因の探求力」と定義する。目に見える課題は、実は真の課題ではないかも知れない。また、真っ先に浮かぶ表層的な原因をいくら探求しても、解決策には繋がらないこともある。主流派が認めない「隠れた真実」の中に、真の課題や解決策が隠されているかも知れない。
<狙い>

本講義はグループディスカッションを中心とした双方向型の講義である。様々な思考法を体感しながら、「ゼロベース」で事業プランを構想してもらうことを目指す。ビジネスの場は日本ではなく、アジアの開発途上国であるバングラデシュである。ほとんどの受講生にとって未知の国であるバングラデシュの社会的課題に対する「仮説」を創設し、自分たちなりの問題意識と「本質的な原因」を探求することから、「対案」としてのビジネスプランを構想する。バングラデシュへの渡航経験や事前知識の有無は関係なく、大切なのは「ゼロベース(Zero to One)」で物事を考える経験をリアルな市場(マーケット)を想定し行うことにあり、このことが結果として事業構想力とアントレプレナーシップの醸成へと繋がっていく。

到達目標

<u>ビジネスプランを作成する一連の過程を通じて、アントレプレナーシップを醸成することを目標とする。</u>本講義では経済成長著しい、南アジアの開発途上国であるバングラデシュをフィールドに、グループワークにより「ゼロベースから」出来るだけ壮大、且つ具体的なビジネスプランを作成することを目標とする。

キーワード

1、社会課題起点 2、開発途上国 3、SDGs 4、Zero to One 5、グランドデザイン

授業の進め方と方法

グループディスカッションを中心とした双方向型の講義である。前半(1-6回)は多角的・多面的思考を体感しながら、ゼロベースで事業プランを構想するための助走期間とする。後半(7-15回)は、バングラデシュおけるビジネスプランの構想とそのブラッシュアップを繰り返し行う。尚、講義の進捗度合いや受講生の関心度合いに応じ、ゲスト講師を招くことも考えている。

授業計画		課題		
第1回	オリエンテーション	「未来とは何か?」を言語化すること。		
第2回	クリエイティブシンキング(リバース・シンキング)	日本の課題と可能性を考えて来ること。		
第3回	・思考停止からの脱却の為の「発想の転換」の思考法を学ぶ	ロ本の味趣と可能はど考えて木ること。		
第4回	クリエイティブシンキング(スーパー・ポジティブシンキング)	これまでの自分自身が行ってきた「決		
第5回	・起業家に求められるPassionを醸成する「Why」を探求する	断」を振り返り、言語化してくること。		
第6回	クリエイティブシンキング(Zero to One)	SDGsについて調べ、自分事化出来るま		
第7回	・世界を知り、社会課題を知り、自分事化する	で、考えて来ること。		
第8回	開発途上国でのビジネスについて、ビジネスプランの構想-1	自分が取り組みたいと思う社会課題に ついて、その理由とともに考えて来るこ		
第9回	・グループワークにより、「隠れた真実」を探索する	と。		

第10回	ビジネスプランの構想-2、発表、フィードバック	グループワークにより、ビジネスプランを	
第11回	・グループワークにより「隠れた真実」を発見する	作成すること。	
	ビジネスプランの発表、フィードバック	グループワークにより、中間発表の為の	
第13回	・グループワークにより、「隠れた真実」と向き合う	ビジネスプランを作成すること。	
第14回	ビジネスプランの最終発表 (経済産業省、開発コンサルにコメンテーターとしてお越しいただく予	グループワークにより、最終発表の為の	
第15回	定) ・グループワークにより、「隠れた真 実」に取り組む	ビジネスプランを作成すること。	

教科書は指定しない。毎回、講義終了後、講義資料をClassroomにアップする。

参考書、講義資料等

Zero to One(ピーター・ティール他,NHK出版,2014)、インサイドボックス(ドリュー・ボイド他,文藝春秋,2014)、日本のイノベーションのジレンマ(玉田俊平太,翔泳社,2015)、リバース・イノベーション(ビジャイ・ゴビンダラジャン,ダイヤモンド社,2012年)、コトラーのマーケティング3.0(フィリップ・コトラー他,朝日新聞出版,2010)

成績評価の基準及び方法

発言等講義への貢献度(30%)、講義後のリアクション・ペーパー(30%)、ビジネスプラン(40%)

連絡先(メール・電話番号)

オフィスアワー

オフィスアワーは設けない。面談希望者は、メールで事前に予約すること。

その他

最終成果物のビジネスプランはグループワークにより作成する。尚、本講義で作成されたビジネスプランについては、受講生の希望があれば、外部のビジネスプランコンテストに応募することも検討する。

授業科目名	地域イノベーションの事業構想	担当教員	田中克徳	科目コード	144
配当年次	1年次・2年次	学期	後期		
キャンパス	東京校	単位数	2		

地域に人や企業が集まらない、産まれない、訪れない等の問題は社会全体の課題となっているが、各所で同じような内容や規模等で活性化の取り組みを行っているケースも散見され、結果として期待される成果に結びつかないことが多い。地域で良質な雇用循環を産み出さなければ結局、地方創生も長続きはせずに終わってしまう。海外先進諸地域では地方や郊外でも、地域ブランド戦略や研究機能・雇用創出に先駆的な企業等の誘引、大学卒業生の地元への残留率向上策などが機能し、企業や人材、技術、資金また付随するサービス産業等の集積事例が多数存在します。先進国でありながらこうした取り組みが本格的に進んではいないことが我が国の抱える重要な社会課題の一つになっているのはご承知の通りです。

一方で海外と日本とでは経済・社会発展の歴史、都市構造や法制度、地理的諸条件などが異なるため単に後追いするだけでは実効性ある結果は産まれません。本講義ではまず独自性(差別化できる潜在資源)、一貫性(地域が持続的に目指していくべき姿)、創造性(クリエイティブな需要創造)等の街づくり視点で"地域"が持つ可能性について学び、その上で事業構想に結び付けていく力を身につけていくことを目指します。

人材や企業が集積すると資本も集積し、資本が集積すると人材や企業がさらに集積する、それを皆でどう進めていくかが地域イノベーションの中心テーマになります。一方で世の中の経営理論や地域課題の解決手法等は様々なものが出ていて「常にこれは正しい」というものは現実のビジネスの世界では見出しにくく、過去の成功事例や考え方がそのまま今、目の前にある話に通用するかもわからないことがとても多くなっています。「正解を求めるよりも、多様な観点から洞察する能力を高め、それをどのように実社会で活用していくか」深耕していきます。

到達目標

- 1. 地域における「イノベーション」の意味を、エコシステムやソーシャルキャピタル等多様な観点から洞察する能力
- 2. 未来志向とフィールドリサーチにもとづき、創造的思考をもって、多様な主体と新たな地域を共創する能力
- 3. イノベーションの推進力として統合的思考を拡張させ事業を構想し実装させていく能力

キーワード

事業構想、地域イノベーション、ネットワーキング、実社会での活用と実行力

授業の進め方と方法

講義、具体的な事例、課題やサンプルケース等による討議、ブラッシュアップ、発表、ネットワーキング機会等を時に ゲストも交えてローリングしながら実践的に進める。

授業計画		課題
第1回	オリエンテーション	
第2回	・地域イノベーションの現状と課題。良質な雇用循環の創出 ・エコシステムと地域クラスター	自分が関わりたい地域の潜在力
第3回	・課題に基づく討議、ディスカッション	取り組みたい事業仮説など
第4回	・地域イノベーションとブランド戦略(マーケティング)アプローチ・実社会での活用に向けて	
第5回	・課題に基づく討議、ディスカッション	以降講義後に都度課題を設定
第6回	・実践事例や事前課題に基づく討議、ディスカッション	グ 年 時 我 交 1~即 久 杯 歴 C 以 た
第7回	・ゲストによる講義とディスカッション	

第8回	・地域での事業構想策定に関する講義 投資家や支援のプロが見ているポイントなど	
第9回	・課題に基づく討議、ディスカッション	
第10回	・実践事例や事前課題に基づく討議、ディスカッション	
第11回	ゲストによる講義とディスカッション	以降講義後に都度課題を設定
第12回	・ネットワーキングと実行力 ソーシャルキャピタルの重要性、協力者、人脈づくり、 協力者が現れる人そうでない人等	
第13回	・ゲストによる講義とディスカッション	
第14回	・サンプルケースによる発表会と討議	
第15回	・総括講義	

書籍にかかわらず海外事例や事業家へのインタビュー内容等含め各回のテーマに応じて紹介する。

参考書、講義資料等

同上。 事前:「クリエイティブ都市論」(R.フロリダ)

成績評価の基準及び方法

授業への積極的な出席、発表への参加等を5割、立案・発表した課題や事業構想の内容、理解力を5割として総合的に評価

連絡先(メール・電話番号)

オフィスアワー

メールで事前予約

その他

※以下、これまでの実業経験等を活かした授業となれば幸いです。

産学公民連携含めた地域戦略策定、新事業支援環境の企画立案・立上げ。インキュベーターとして100社以上の中小・ベンチャー企業の事業支援・マッチング(新規株式公開企業含む)。

米国西海岸企業の対日進出支援・誘致等を含めたイノベーションエコシステムづくり。これら活動を通した各種人的ネットワーク。大学での地域イノベーション研究 等

授業科目名	組織と人材マネジメント	担当教員	片岡幸彦	科目コード	145
配当年次	1年次・2年次	学期	後期		
キャンパス	東京校	単位数	2		

新規事業の立ち上げ当初は、とかく当面の資金調達や販売先の確保など事業拡大の優先課題に奔走し、組織体制や人材マネジメントといった内部体制の強化は後回しになる傾向が多い。しかし自社製品やサービスが市場や顧客に受け入れられ企業規模が急拡大する時期に差し掛かったときに内部体制の不備が一気に噴出し、仕事があってもこなすことが出来ず、失注したり受注できても品質不良やクレームに繋がったりするケースも多くなる。

主に新規事業の立上げ期については、業種・業態に関わらず各成長ステージ共通の組織課題が存在し、超えるべき壁が存在することが分かっている。各ステージにおいて戦略に適合した組織・人材マネジメントの考え方や方法論を提示し自社に適用することで、自社成長ステージに特有の組織・人材マネジメントの課題を明確にし、将来のリスクを低減していくことを目的とする。

本講義では、組織設計の基本となるスターモデルをベースとして関係する理論を盛り込みながら展開していく。 戦略ー構造ープロセスー報酬ー人材の一貫性と整合性を取るとともに、情報共有を図り、モチベーションの高い人材 の行動を導き出していく。その結果としての高い業績と顧客志向の組織文化風土を形成していくことを目指していく。

また新規事業立ち上げにおいて、経営資源とりわけ人的資源が整っていない中で検討すべき経営の方向性は、個々人の内発的動機づけを高め、個々人の能力を最大限引き出し、それを活用する「参加型経営の実現」であり、「エンゲージメントの高い自律型組織の構築」である。日本の人口構成が大きく変化し生産人口が減少し十分な採用がかなわない状況では、「優秀な人材を定着させることができるか」も大きな課題であることは間違いない。この授業では、上記の視点から理論と事例を紹介しながら進めていく。

受講を希望する学生は、授業に参加するのみならず、受講生間の関係性の向上も図ったり、自分の発言に隠された メンタルモデルにも気づいていただいたりしながら事業開発リーダーとしてのあり方も振り返っていただきたいと考えている。

*本科目は、「経営組織論」「組織行動論」「人的資源管理論」の3つの理論をベースに、関係する理論を盛り込みながら講義を展開する。

到達目標

- 1. 自社の組織デザインに関する特徴や強み・弱み、課題が診断できるようになる。
- 2. 新規事業開発チームを創成する場合に、その組織デザインの留意点を理解して組織立ち上げおよび運営ができるようになる。
- 3. 現状事業運営をしている場合は、組織デザインの課題を明確にして組織変革への行動をとれるようになる。

キーワード

成長ステージ別モデル 自律分散型組織 エンゲージメント

授業の進め方と方法

講義と課題討議、ビデオ、Youtubeなどを活用しながら進めていく。 講義ビデオを活用した反転学習も実施する。

授業計画	Di companya di	課題
第1回	オリエンテーション:授業計画と組織デザインの考え方	成長ステージ別モデル
第2回	組織デザイン ①戦略 ・ミッション・ビジョン・バリュー構築の重要性: 創業ストーリー ・顧客提供価値と一貫性のある組織デザイン	ミッション・ビジョン・バリュー共有の
第3回	駅省ル内	重要性

第4回	組織デザイン ②構造 ・外部環境の変化に適応した組織構造 ・目的に応じた組織構造の選択	事業環境に適応した組織構造の選択
第6回	組織デザイン ③プロセス ・顧客価値向上に向けた事業システムの構築 ・部門間連携とコンフリクトマネジメント	顧客提供価値を実現する事業システム
第7回	THE THE DECISION OF THE PERSON	成日及八個にと入えりのテネンハノー
第8回	組織デザイン ④人材・報酬 ・近年における人材マネジメントの課題 ・外資系企業の事例	近年の人材マネジメントの課題
第9回	77 XXXXX FIN	2 10070, 11000 100000
第10回	組織デザイン ⑤人材・報酬 ・自律型組織・人材マネジメントの方向性 ・エンゲージメントの高い組織の特徴	エンゲージメントの高い組織
第11回		
第12回	組織デザイン ⑥成長と学習を促進させるマネジメント ・社員の主体性を高めるリーダーシップ ・組織学習を促進するマネジメントのあり方	組織学習を促進するマネジメント
第13回	12 13 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1	12127 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1
第14回	組織デザイン ⑦経営者のストリーテリング ・経営者のリーダーシップ ・事業構想のストーリーテリング	ストーリーテリング
第15回	・ 	

教科書はなし。毎回レジュメを配布する。

参考書、講義資料等

「MBA組織と人材マネジメント」 グロービス・マネジメント・インスティテュート編著 ダイヤモンド社 「組織行動のマネジメント」 スティーブン P.ロビンス著、髙木 晴夫翻訳 ダイヤモンド社

成績評価の基準及び方法

クラス討議への貢献および毎回の振り返りレポート: 70点、組織デザインに関する期末レポート: 30点ただし期末レポートの提出がない場合は評価対象外。

連絡先(メール・電話番号)

オフィスアワー

メールで事前に予約すること

その他

期間中に何回かはビデオを活用した事前・事後の授業時間外講義を実施し、それをもとにした講義・討議を実施することがある。

授業科目名	コミュニケーション・テクノロジー	担当教員	本間卓哉 科目コード		146
配当年次	1年次・2年次	学期	後期		
キャンパス	東京校	単位数	2		

これからのビジネスにおいて欠かすこととのできないICTの活用手法とそのビジネスモデルを学びながら、社会課題とそれを解決するITソリューションを結ぶための顧客の「ペインポイント・ゲインポイント」を掴み、コミュニケーション・テクノロジー視点で構想を仕立てる。

さまざまなITソリューションの理解とそのビジネスモデルから、どのような視点で社会課題を解決しようとしているのかを学ぶことで、自身の構想における顧客の課題本質を発掘し、ITソリューションによる事業構想に繋げる。

到達目標

さまざまなITソリューションのビジネスモデルの本質を知り、事業構想立案や実務においてそれを有効活用できるようになる。

キーワード

ビジネスモデル、ソリューション、IT、ICT、クラウド

授業の進め方と方法

講義、ゲスト講師による講義、ワークショップ、グループでの発表や討論・ディスカッション

授業計画	9	課題
第1回	① オリエンテーション	自身の事業構想を簡潔に伝える準備を し、研究課題を検討する。
第2回	Eコマースソリューション ② Eコマースソリューション	Eコマースにおけるビジネスモデル背景を知り、自身のビジネスや事業構想へ活かせるポイントを見つける。
第3回	② Eコマースナペーレーションシステム	活かせるパインドを見りける。
第4回	マーケティングソリューション ④ CRM/SFA ソリューション	マーケティングソリューションにおけるビジネスモデル背景を学び、自身のビジ
第5回	④ CRM/SFA プリューション ⑤ マーケティング・オートメーション	ネスや事業構想へ活かせるポイントを 見つける。
第6回	グループウェア・インフラソリューション ⑥ 情報共有・コミュニケーション	グループウェアソリューションにおけるビジネスモデル背景を学び、自身のビジュスや東業機構を活かせるポークル
第7回	◎ 1肩報共有・コミューケーション ⑦ セキュリティ・IT資産管理ソリューション	ジネスや事業構想へ活かせるポイントを見つける。
第8回	バックオフィスソリューション	バックオフィスソリューションにおけるビジネスモデル背景を学び、自身のビジネスや事業構想へ活かせるポイントを
第9回	⑧ 人事・労務・HRテック⑨ クラウド経費精算・会計・ERP	見つける。
第10回	先進付随ソリューション	先進技術を取り入れたソリューションのビジネスモデル背景を学び、自身のビジュスト東業機関を活かれる。
第11回	⑪ AI/BI活用ソリューション ⑪ VR/RPA活用ソリューション	ジネスや事業構想へ活かせるポイントを見つける。

第12回	⑰ 研究発表-1:ITソリューションの活用やソリューション構想を発表⑰ 研究発表-2:ITソリューションの活用やソリューション構想を発表	充分なリハーサルを行う。 質疑応答で得られた知見を事業構想に 反映させる。		
第13回	() 対力のは、アンコン () 日本 () コン () 日本 () コン () 日本 (XXC E V.		
第14回	│ ⑭ 研究発表-3:ITソリューションの活用やソリューション構想を発表 ⑮ 研究発表-4:ITソリューションの活用やソリューション構想を発表	充分なリハーサルを行う。 質疑応答で得られた知見を事業構想に 反映させる。		
第15回	() 別元元数 4.11フリエーフコンの石川(フリエーフコン)情心と元数	XXC E V.		
教科書				
授業内容	字ごとに参考書を提示			
参考書、	講義資料等			
講義後に	に概要資料を配布			
成績評価	成績評価の基準及び方法			
ITソリューションのビジネスモデルやその背景を理解し、事業構想で適切に活用できていることを、平常点(発言の質と量)60点、レポート40点の配点で総合評価する。60点以上を合格とする。□				
連絡先(メール・電話番号)			
オフィスアワー				
メールで事前に予約すること				
その他				

授業科目名	ビジネス会計	担当教員	和田貴郎	科目コード	147
配当年次	1年次•2年次	学期	後期		
キャンパス	中継(東京校)	単位数	2		

(講義概要)どんなによい事業構想でも事業として収益・利益があがらなければ成り立たない。事業構想を具体化するために事業計画を作成するが、それを計数面から検討・サポートする利益計画や資金計画の作成などに会計の知識・考え方が欠かせない。また、事業運営にあたっても、経営者としてビジネス共通言語としての会計を理解しておくことが必須といえる。これまであまり会計に接することのなかった皆さんに、ひととおりの会計全体像を示しながら、差し当たって役に立つ概念・ツールについて具体的に解説し体得していただく。

(ねらい)本講義では、会計を初めて学ぶ人にも分かるよう、仕訳で会社の取引を捉えることから始め、財務諸表の読み方を習得させる。また、経営意思決定に役立てる主な管理会計ツールを使えるようになって、事業計画の作成や決算書の分析に必要な会計的なものの見方を身につけさせることを目的とする。

到達目標

- * 会社をめぐるさまざまな経済事象を仕訳の形で捉えることが出来る。
- * 財務諸表を読んで会社の財務状況を想像できる。
- * 利益計画と資金計画作成の基礎となる管理会計の考え方を理解して使えるようになる。

キーワード

財務会計、管理会計、仕訳、キャッシュフロー、損益分岐点

授業の進め方と方法

講義が中心となるが、その中で適宜、例題を取り上げ討議・練習することにより、手を動かしてツールの使い方を身に着けていただく。予習は不要であるが、各回主要テーマについて復習されたい。 テーマの区切り毎にミニテスト(合計3回)を講義時間内で実施する。

授業計画	<u> </u>	課題
第1回	オリエンテーション	会計の目的と機能について予めイメージをもつ。
第2回	会計システムのインプット(仕訳分析による基礎データの作成)と財	①企業活動を計数的に認識・測定するための仕訳
第3回	務会計のルール	を理解し、 ②主な会計基準(ルール)の必要性を知る。
第4回	会計システムのアウトプット(財務諸表を読み解く)	①財務分析ツールを使って財務諸表を読んでみる。
第5回	云前 クステムの デッドングド (別 物語 衣を前(の) 押へ)	6 00
第6回	管理会計の土台としての原価	①第6回前半でミニテスト1。 ②原価とは何かを理解し、簡単な原価計算ができ
第7回	長空公司の工員との(が)脚	るようになる。
第8回	損益分岐点分析	①固定費と変動費、限界利益を理解し、
第9回		②損益分岐点分析を使えるようにする。
第10回		①利益計画・予算の作成フローを理解し、業績管理 ツールを身につける。
第11回	利益計画・業績管理	②第11回後半でミニテスト2。
第12回	キャッシュフローと資金管理	①損益計算とキャッシュフローの違いを掴む。 ②運転資金と資金繰りを理解する。
第13回	(()) - C	③第13回終了後にレポート課題(第15回終了後2 週間以内に提出)

①NPV・IRR、資本コストを理解する。 第14回 ②第15回前半で、ミニテスト3。 ③事業計画の一部としての収支計画作成フローを 設備投資計画 事業収支計画 第15回 理解する。 教科書 指定しない。各回、講義PPTスライドコピーをアップロードする予定。 参考書、講義資料等 各テーマに応じて、適宜紹介する。 成績評価の基準及び方法 ミニ演習合計60点とレポート課題40点の総合評価により、60点以上を合格とする。 連絡先(メール・電話番号) オフィスアワー 特に設けない。必要な場合、メールで事前に予約すること。 その他

授業科目名	事業の実装	担当教員	二之宮義泰	科目コード	148
配当年次	1年次•2年次	学期	前期		
キャンパス	中継(東京校)	単位数	2		

事業に着想し、構想を描き、事業化、そして事業経営の流れにおいて、「策定した事業戦略を如何に確実に実行して事業を成功させるか」これが課題である。米国がリードする形で種々の新規ビジネスが生まれてはいるものの、その多くが戦略実行を出来ずに 消滅している。 そこで、授業では、事業実装に係る事業経営の本質、基礎知識、実践的知識、組織実行力等を学ぶ。

消滅している。そこで、授業では、事業実装に係る事業経営の本質、基礎知識、実践的知識、組織実行力等を学ぶ。 担当教授は、グローバル舞台で事業構想・事業構築・成長ドライブに長年従事してきた。その中から、事業経営知識を整理し、経営実務に役立つエッセンスを共有する。加えて、優れた事業経営を実現しているゲスト講師を招き、コンセプト・事例・アウトカムについても学ぶ。

到達目標

グローバル視点で経営実務を学ぶ事により、汎用性の高い事業経営の基礎知識を身につける。又、授業を通じ、院生各々が自己 分析を行い、事業経営を担う上での努力目標を具体的に定め、能力開発に着手する。

キーワード

事業の実装、事業経営、経営実務、グローバル経営、事業経営フレームワーク、クロスSWOT

授業の進め方と方法

限られた時間で事業実装をカバーする為、厳選された実践的経営エッセンスを講義するスタイルになる。但し、適宜、キーワードに関する討議、Q&Aを行い、事業の実装への理解を深めて貰う

授業計	画	課題
第1回	オリエンテーション	
第2回	「事業経営と私」 担当教授の30年間の経営職歴を時系列的に追	
第3回	い、種々の事業経営(日米欧)エッセンスを紹介する	
第4回	「事業経営とは」事業の実装を可能にする事業経営の基本的な理	
第5回	論を実践的に紹介する	
第6回	「多国籍企業の事業経営」 実例を挙げ、グローバルスタンダードを	
第7回	紹介し、日本へ導入可能なハイブリッド型経営を学ぶ	
第8回	「事業構想の実際」 外部講師による講義。事業構想を成功させるヒ	
第9回	ント、フレームワークを演習も交え学ぶ。	
第10回	「事業実装のフレームワーク」 実用性が高い経営フレームワークを	講義で学んだフレームワークを用い、院生が現在所 属する事業体の分析や自己分析(事業構想家・経
第11回	紹介し、それらへの理解を深める	営者として)を行い、第12回・13回・14回で各々が発表
第12回	「事業実装の総括」 院生による課題発表・討議	同上
第13回	・デネスない心口」別上にある床屋元以「前故	147 7

第14回

「事業実装の総括」院生による課題発表・討議に続き、講義の総括 をキーワードを列挙・レヴュウする形で再度事業経営に対する理解 を深める

発表・討議・フィードバックを参考に、フレームワーク を用いた分析を最終化し、期日までに提出

第15回

教科書

参考書、講義資料等

プロ直伝!成功する事業計画書のつくり方(秦 充洋 著)

成績評価の基準及び方法

成績評価は、1)フレームワークを用いた分析プレゼンテーションの質。 2)最終化した経営分析(課題として提出)。 3)授業中の質問・発言による貢献度(回数、インパクト)

連絡先(メール・電話番号)

オフィスアワー

メールで事前に予約すること

その他

特に第2回・3回の講義には出席を求めます。

授業科目名	組織変革	担当教員	竹内在・高村徳康 科目コード	149
配当年次	1年次•2年次	学期	前期	
キャンパス	中継(名古屋校)	単位数	2	

M&Aは買収側・売却側双方において、重要な経営戦略として再認識されており、その実施件数は急増している。一方で、中には期待通りの成長を実現できない、または失敗するケースも多く見受けられる。その理由として、①買収前の成長・シナジー戦略策定・準備の不十分さ、②買収先の選定・交渉・価格の過大評価、③M&A後の統合(PMI:Post Merger Integration)プロセスの不備など、失敗の要因として挙げられる。特に、統合フェーズにおける組織変革はその後の成否のカギを握る。

本講義では、M&Aに関わる基礎理論のみならず、買収企業の価値評価やストラクチャーも網羅する。また、買収後のPMIにおける 組織変革や変革のリーダーシップ(チェンジマネジメント)の方法論を体系的に学習する。実際のケースを題材に、M&Aについての 理解を深め、経営統合を成功に導くためのヒントを学ぶ。

到達目標

M&Aにおける方法論や理論を習得すると同時に、組織を変革へと導くリーダーシップについて、理論を実務へ適応するための応用力を養う。

また理論と実践の架け橋を担っている実務者の講演も予定している。

キーワード

組織変革、M&A、PMI、事業売却、事業承継、チェンジマネジメント、リーダーシップ

授業の進め方と方法

理論べースを習得すると同時に、理論を現実へ適応するためのケースメソッドと応用力を養う。

また理論と実践の架け橋を担っている実務者(プロ経営者)の講演も予定している。プロ経営者が講師として登壇し、M&A後のPMIをケースに経営革新が起きた過程を学びます。

実践への適用も見据えたインタラクティブな授業を目指しているので、積極的な意見開示や各自が持つ実務体験を踏まえたコメントなどを歓迎し、双方向のやりとりを尊重します。

授業計画		課題
第1回	オリエンテーション	
第2回	M&Aのトレンドと買収戦略	
第3回	MIQAOソドレンドC 貝 4X +X, WG	
第4回	企業評価とデューディリジェンス	
第5回	正未計 皿とテューティリンエンス 	
第6回	ファイナンスとストラクチャー	
第7回	77177XCXF79774—	
第8回	PMIのプロセスと100日プランの実行	
第9回	F WILVOOD EACTOOD OF JOURNAL	

第10回	組織変革とリーダーシップ				
第11回	祖権を与して				
第12回	プロ経営者から学ぶ①(活躍しているプロ経営者を外部講師として				
第13回	招聘)				
第14回	プロ経営者から学ぶ②(活躍しているプロ経営者を外部講師として				
第15回	招聘)				
教科書					
参考書、	講義資料等				
	続・事業承継とバイアウト(中央経済社) ・併・買収・再編の企業評価(中央経済社)				
成績評値	面の基準及び方法				
講義への	D積極的な参加と貢献(70%)、レポート提出(30%)				
連絡先(メール・電話番号)				
オフィス	アワー				
その他	その他				

授業科目名	企業成長とイノベーション	担当教員	松江英夫	科目コード	161
配当年次	1年次・2年次	学期	春期集中		
キャンパス	中継(東京校)	単位数		1	

持続的成長は企業にとって永遠のテーマである。一方で、昨今のコロナ禍を経て、相矛盾する力が同時に高まる両極化の時代の中で持続的な成長は難易度を増している。グローバル化、デジタル化、ソーシャル化という3つの潮流を背景に進む両極化の時代にいかに日本企業は成長を果たしてゆくべきか、そこにおいては両極化する課題に対して両立・昇華するソリューションを導き出すイノベーションが求められる。長期的な視座に立った社会課題解決型の構想力とともに、勝ち筋を見出してゆく戦略的思考、更には戦略を実践する組織の自己変革力が伴ってこそ、企業は持続的に成長を遂げることができるのである。

本講義ではその問いを解くうえで、日本の経済社会の産業及び経営アジェンダの理解、成長戦略策定のアプローチやイノベーションの捉え方、持続的成長のための組織の自己変革のフレームワークやイノベーションを興し続ける組織の方法論など、経営戦略及び組織変革論の観点から企業成長の実務的課題と処方箋を明らかにする。とりわけデジタル化時代のビジネスモデルにおいて、デジタルトランスフォーメーション(DX)の理解、自社のみならず異業種やベンチャー企業と大企業とのM&Aや提携などに関する知見も欠かせない。本講義においては、イノベーションを概念論に留まらずより具体的な組織論に落とし込むアプローチを、担当教員が生み出したオリジナルな自己変革の方法論(「3つの連鎖」)に基づき、多くの変革現場、経営者との対話、自らの経営実務の知見から解き明かす。これらを通して、事業構想策定と実行に向けた、成長戦略策定、ビジネスモデル構築、組織変革における実践力を高めることを本講義の目的とする。

おこす

成長戦略やイノベーション、自己変革できる組織に関する変革の方法論(フレームワークや着眼点と解決アイデア)を学び、実践的なノウハウとして将来的に駆使できるための基礎を築くこと。

キーワード

両極化の時代、成長戦略、イノベーション組織、自己変革、3つの連鎖、DX、PX(ポートフォリオ変革)、M&A等

授業の進め方と方法

講義、対話型セッション、グループ討議、事例研究(ケース)等の多面的方法と取り入れる。一連の講義を通して、成長やイノベーションに関するフレームワーク等の考え方や、経営実務や事例に基づく実践的な知見などを得ることとともに、最終講義においては、受講生が描く自らの事業構想を題材に具体的アイデアに関するディスカッション及び担当教員による個別アドバイスを通して、成長やイノベーションの観点から各自の事業構想をより高度なものに磨き上げる思考力を身に着けることをゴールに想定している。

授業計画		課題
第1回	成長戦略とイノベーションの捉え方	両極化の時代における日本の経済社 会が抱える課題と成長に向けた経営ア
第2回		ジェンダは何か
第3回	成長に向けた組織変革論・・・自己変革の「3つの連鎖」	持続的成長に向けた自己変革できる組
第4回	/A以下:/// / / / / / / / / / / / / / / / / /	織の要諦は何か
第5回	イノベーションを興し続ける組織とは何か	イノベーションを興こす組織に向けた経
第6回		営課題及び解決の方向性
第7回	事業構想における成長とイノベーション	デジタル変革を通してイノベーションによる企業成長を実現する上でのカギは
第8回	1. V. 1. 1. 1. 1. 1. 1. 1. 1. 1. 1. 1. 1. 1.	何か

教科書

- ・「両極化時代のデジタル経営」(デロイトトーマツグループ 松江英夫監修 ダイヤモンド社 2020年)・「自己変革の経営戦略~成長を持続させる3つの連鎖」(松江英夫:ダイヤモンド社2015年)

参考書、講義資料等

授業科目名	公共政策論	担当教員	佐々木信夫	科目コード	162
配当年次	1年次•2年次	学期	春期集中		
キャンパス	中継(東京校)	単位数	1		

この科目は「公共政策」つまり国、自治体の仕組みと公共サービスのあり方について、官民連携の視点を交えながら講じようとするものです。私は専門を行政学、地方自治論としている関係上、経済・財政学の側面より、政治学的なアプローチの話が多くなるか思いますがご了承下さい。参考書など、受講生の皆さんの希望をきいて専門に囚われず、色々な分野の参考文献や人を紹介してみたいと思います。具体的にはこの国の行政のしくみ、官僚組織や省庁体制、国と地方の関係、さらに身近な市町村、都道府県という地方自治体のしくみや活動を取り上げ、その基礎的な知識の共有と、自治体ビジネスモデルを想定し、今後、民間企業と自治体が連携する場合の方法、課題、新たなビジネスチャンスはどのようにして可能かを考えます。

私は都庁職員16年(特に企画部門)、大学教授30年の教育経験と、全国をくまなく歩いてきた行動する行政学者の知見を生かし、皆さんと公共領域における民間の役割、新たな参入、期待される役割を共に考えてみたいと思います。 普段、民間企業等で活躍する方々が多いかと存じますが、日本は経済活動の3分の1は公共経済で成り立っていることからも、公共の仕組み、あり方を考察することは大切かと思います。大いなる受講を期待しております。

到達目標

よく「官」と「民」は水と油ほど違う分野だと言われます。しかし、じつはそうではない。確かにそこに働く意思決定のメカニズムが「官」は政治メカニズム、「民」は市場メカニズムの違いはあります。ですが、世の中で必要とされるモノ、サービスを供給している点では共通しています。官と民を分ける従来の官民2元論を頭から取り払い、とくに「個人や企業では解決できない公共領域」について官民連携、公民連携でこれからの社会を創造していくことが大事になってきています。公共領域に民間の知恵、資金、アイディアが必要となってきています。その場合、どのような民間主体の公共ビジネスモデルが可能かを1人ひとりが生み出すヒントが得られればよいと願っています。

キーワード

2元代表制、官僚制、機関委任事務、議会解散権、ふるさと納税、地方創生、IT、AI、ロボット活用、カード行政、窓口行政、情報公開、地方交付税、3割自治、集権・分権・分離・融合、分権改革、大阪都構想、東京大改革、道州制、都区制度、懲戒処分、分限処分、指定都市、平成大合併、補助金、公務員身分保障、稟議制、都市と農村共生、限界集落、合計特殊出生率、児童虐待防止法

授業の進め方と方法

この科目は集中講義方式で2コマ連続4日間(週1回)という限られた時間枠となっていますので、基礎知識をなるべく 分かり易く解説し、現在起きている様々な事象、感染症、待機児童、ごみ問題、介護問題、交通混雑、都市犯罪、外国 人居住、近隣騒音、さらに住民投票などを話題にしながら、パワポを使いながら授業を進めて行きたいと思います。関 連資料も豊富に提供します。

授業計画		課題
第1回 第2回	オリエンテーション、民間活動と行政活動の関わり 日本の法制度と地方自治のしくみ、	民間活動に行政はどう関わっているか、実例に沿って考える。また日本の憲法における地方自治の位置づけはどのようなものか、考察する。
第3回 第4回	政策形成と地方分権、日本官僚制と国地方の公務員	政策過程と政策立案の関わり、政策立 案のプロセス、そして公務員の関わり、 民間の役割を考察する。
第5回 第6回	日本の市町村と大都市制度、日本の税財政のしくみ	政令市、中核市、特別区といった日本 の大都市制度はどのようなものか、行 政活動を支える税財政の仕組みはどう か、財政状況も含め考察する。
第7回 第8回	日本の府県制度と州構想、新しい公共政策―官民連携の事例	47都道府県に代えて日本を10の州に 再編する。そこで広域圏での公共政策 を展開。また官と民は今後どのように 連携していくべきか、理論的な背景も含 め考察する。

教科書

佐々木信夫『現代地方自治』(学陽書房、2009年)、同『日本行政学』(学陽書房、2013年) 西尾勝『行政の活動』(有斐閣、2000年)など

参考書、講義資料等

堺屋太一『3度目の日本』(祥伝社新書)、原英史『岩盤規制』(新潮新書)、橋下徹『異端のすすめ』(SB新書)、佐々木信夫『この国のたたみ方』(新潮新書)、同『老いる東京』(角川新書)、同『日本再生の切り札』(平凡新書)ほか

成績評価の基準及び方法

成績は授業への参加と討論(平常点)50%、レポート(試験相当)50%、ほか普段の受講態度(α)を合算して評価する。なお、やむを得ず欠席した場合、それに代わって提出される提案書などがあれば、別途加点します。

連絡先(メール・電話番号)

オフィスアワー

特に設けませんが、授業のある日の開始前(17:30~18:15)ならメールで予約すれば設定できます。

その他

世の動き、ニュースに関心をもち、公共分野の出来事で「民間からみておかしい」と思うことなど、問題意識を研ぎ澄ませて参加下さい。

授業科目名	組織における理念構築	担当教員	新井将能	科目コード	163
配当年次	1年次・2年次	学期	夏期集中		
キャンパス	巡回(東京校/名古屋校)	単位数		1	

事業の根幹はその事業を創出した想い(および様々な背景)にあることを前提とし、新たな事業を想像するにしても既存の企業を見直すにしても、それらの立ち返る源としての理念に注目し、本授業を理念の意義について受講者と深く考える契機の場としたい。

講師が現役の経営者でもあることから自身の経験を紹介するとともに、企業や組織の理念構築に際して参照した他 社事例なども踏まえて受講者と議論することで、各自が所属する企業や組織あるいは自分自身の想いを明示し共有 し具現化するプロセスを考察し理念が単なる飾り物にならないよう実践に結び付けていただきたい。

到達目標

各自の担う事業がどのような前提(想いや環境認識など)のもとに成り立っているのかを客観的に理解し、その理解のもとに事業を構築したり評価したりすることができ、必要に応じて理念の構築や見直しなどができるようになること。あるいは、それらの意義が見い出せるようになること。

キーワード

理念、価値観、事業環境、コミュニケーション、制度

授業の進め方と方法

追体験やケーススタディなどを通じて理念の意義について検討し、各自の意見をもとに議論を進めていく

授業計		課題
第1回	オリエンテーション	
第2回	理念に関するケーススタディ①(ゲスト講師)	ゲストについて事前に調べる
第3回	理念に関するケーススタディ①(ゲスト講師)	ゲストとの対話での気付きを整理する
第4回	理念に関するケーススタディ②(事例研究)	講師の事例を分析する
第5回	理念に関するケーススタディ②(事例研究)	事例分析の視点を整理する
第6回	理念に関するケーススタディ③(事例研究)	自社・他社の事例を分析する
第7回	理念に関するケーススタディ③(事例研究)	事例分析の視点を整理する
第8回	まとめ	これまでの論点を踏まえ実践の検討を する

教科書

特に指定しません。必要に応じて授業内で資料を配布するなどします。

参考書、講義資料等

特に指定しません。必要に応じて授業内で資料を配布するなどします。

成績評価の基準及び方法
対話の参加度や場への貢献度、最終の小レポートなどを総合的に判断し評価としたいと考えています。
連絡先(メール・電話番号)
事務局を通じてコンタクト下さい。
オフィスアワー
授業内および授業前後に対応したいと思います。
その他

授業科目名	目標達成のためのチームビルディング	担当教員	福富 信也	科目コード	164
配当年次	1年次・2年次	学期	春期集中		
キャンパス	中継(東京校)	単位数		1	

昨今のビジネス環境は、劇的な変化が連続し、唯一絶対の正解が存在せず、先の見えない時代(VUCA時代)に突入したと言われて久しい。そんな時代背景のなか、従来のトップダウンに依存したチーム統制は限界を迎えている。外的環境への柔軟な「適応力」と現場への「権限移譲」は、スピードを求められるビジネスに欠かせない条件となってきている。 いっぽう、スポーツに目を移すと、こちらの計画を壊しにくる対戦相手の存在、 残り時間・スコア・スタミナの消耗・天候など刻々と変化する戦況のなか、適応力と現場への権限移譲で勝利を追求している。

本講義では、計画した事業構想を実現していくうえで欠かせない"チームワーク"について、様々なスポーツ事例から学んでいく。また、スポーツ事例だけにとどまらずゲーム・グループワークを用いて納得度を高めながら、チームビルディングの理論について学習する。

- ■MISSION · VISION · VALUE
- ■目標の種類
- ■チームワークの原理原則
- ■VUCA時代のリーダーシップ
- ■チームの成長曲線
- ■戦略と戦術
- ■人材育成の本質

到達目標

- ■メンバの自由・個性・多様性を束ねてアウトプットを最大化し、目標達成につなげる考え方を理解する
- ■メンバーのエンゲージメントを高めるチームづくりを理解する
- ■VUCA時代に求められる現場への権限移譲の仕組みを理解する
- ■戦略と戦術の違いを理解できる

キーワード

チームビルディング、VUCA、多様性、リーダーシップ、戦略と戦術

授業の進め方と方法

授業はハイフレックス型で行う。毎回、目標達成したスポーツ事例、簡単なゲーム等を通して、チームが成果を挙げる上で欠かせない条件を探り出す。正解のない問いに対しては、適宜グループディスカッションを行う。

授業計画		課題	
第1回	【眠らせているチカラ】	自身における 1+1>2、1+1<2 の体験を振り返	
第2回	トップダウンのメリット・デメリット/多様性を武器にするマネジメント	り、その要因を分析する	
第3回	【リーダーに求められる4つの役割】	リーダーとして重要だと思われる具体的	
第4回	心の安全/リーダーとフォロワの理想的な関係	役割をできるだけ多く挙げ、分類する	
第5回	【明確な方針を示す】	規律と多様性の理解について、自身の	
第6回	Mission・Vision・Value/現場への権限移譲の仕組み	考えを整理する	
第7回	【努力に見合った成果を得る】	努力に見合った成果が得られていない 身近な事例を収集し、その要因を分析	
第8回	戦略と戦術の違い/人材育成に必要な考え方	する	

教科書
脱トップダウン思考(東京法令出版)
参考書、講義資料等
特になし
成績評価の基準及び方法
毎回の授業内に提出を求めるリアクションペーパー(80%)、最終レポートもしくはプレゼン(20%)
連絡先(メール・電話番号)
オフィスアワー
メールで事前にお問い合わせください
その他

授業科目名	事業デザイン演習 I	担当教員	谷野豊ほか	科目コード	181 182 183 184
配当年次	1年次	学期	前期		
キャンパス	東京校	単位数	2		

概要`

4~5名程度のグループで、非分析/分析アプローチを理解したうえで、テーマに基づき、多面的・多角的なアイデア出しを行い、構想案につなげる。各回のアウトプットイメージは、構想起点(思い、環境、資源など)、時系列変化のストーリー化、クリティカルアイデア、の3点を前提とする。

ねらい)

事業構想に取り組むうえで必要となる基礎的能力を、院生の主体性を引き出しながら、グループワークで身に着ける。

到達目標

開かれた視座のもと、自らの使命に基づき、解決すべき社会課題を発見し、理想の姿を発想・着想・想像し、構想案につなげる基礎的能力を、グループワークを通じ身に着ける。

キーワード

非分析/分析アプローチ、アイデア発想、構想案

授業の進め方と方法

事業構想の考え方と進め方のレクチャーをもとに、グループワークを中心に進行し、進捗確認のためのグループ発表を各回行い、教員・他の履修生と討論・講評を行う。

授業計画	<u> </u>	課題		
第1回	オリエンテーション	非分析/分析アプローチの解釈を深め る		
第2回	グループワーク①: 分析アプローチ	分析的テーマの設定とアイデア出し		
第3回	分析アプローチ(PEST等)の適用とテーマ設定、アイデア出し	カカルカナーマの設定とナイナナ山し		
第4回	グループワーク②: 分析アプローチ	構想原案につながるアイデアの核心を		
第5回	グループのアイデアをスクリーニング	見つける		
第6回	グループワーク③: 分析アプローチ	構想起点(思い、環境、資源など)を明らかにする		
第7回	アイデアを絞り込み、構想原案にまとめる			
第8回	グループワーク④: 非分析アプローチ	非分析的テーマの設定とアイデア出し		
第9回	「50年後の未来」を見据えたうえでの、テーマ設定、アイデア出し	がいかい くの改定とディック 山口		
第10回	グループワーク⑤: 非分析アプローチ	構想原案につながるアイデアの核心を		
第11回	グループのアイデアをスクリーニング	見つける		

第12回	グループワーク⑥: 非分析アプローチ アイデアを絞り込み、構想原案にまとめる	構想起点(思い、環境、資源など)を明らかにする			
第13回	アイングと収入といい情感が入れることが	3% 1C 7 0			
第14回	構想案の発表と相互評価	時系列変化のストーリー化、クリティカ ルアイデアを明確化し、発表会の準備			
第15回	9月4日の「事業デザイン演習」発表会の準備	と後期演習につなげる			
教科書					
なし					
参考書、	講義資料等				
必要に原	むじ配布する				
成績評価	面の基準及び方法				
授業毎の	の貢献70点、授業毎の発表30点で評価する				
連絡先(メール・電話番号)					
オフィス	アワー				
その他					

授業科目名	事業デザイン演習 Ⅱ	担当教員	谷野豊ほか	科目コード	185 186 187 188
配当年次	1年次	学期	後期		
キャンパス	東京校	単位数	2		

概要)

前期の事業デザイン演習で取り組んだ事業構想案を持ち寄り、各グループが1つにスクリーニングし、その構想案のFIX、フィールドリサーチとエビデンス、製品/顧客詳細化、4P等各種事業戦略の設定、マーケティングプラン、価格設定と顧客/市場設定、収支計画(特に売り上げ、原価のアウトライン設定)など、構想計画書を策定するためのプロセス/ファクトを実践する。

ねらい)

事業構想に取り組むうえで必要となる基礎的能力を、院生の主体性を引き出しながら、グループワークで身に着ける。

到達目標

自分の意図、思いをフィールド・リサーチを経てかたちにし、それを構想計画にまとめ上げる基礎的能力を、グループ ワークを通じ身に着ける。

キーワード

フィールドリサーチとエビデンス、製品/顧客詳細化、マーケティングプラン、収支計画

授業の進め方と方法

事業構想の考え方と進め方のレクチャーをもとに、グループワークを中心に進行し、進捗確認のためのグループ発表 を各回行い、教員・他の履修生と討論・講評を行う。

授業計画	9	課題
第1回	オリエンテーション	構想案から構想計画に至る課題とプロ セスを理解する
第2回	グループワーク①: 構想案の確定	前期のグループで考えた構想案を持ち 寄り、スクリーニングを行い、構想案を
第3回	ブループグラー 神心未び歴足	確定する
第4回	グループワーク②:フィールドリサーチ計画と実践	構想実現に必要な情報を集めるため
第5回	ブループラーラで、フィールドラッーティー画と失政	の計画を立てる
第6回	グループワーク③: 顧客とサービスの詳細化	フィールドリサーチで得たエビデンスを
第7回	グループグーグ③、順各とゲーに入の詳細化	もとに、顧客とサービスの詳細化を行う
第8回	グループワーク④: マーケティングプランの策定	顧客とサービスの詳細情報に基づき、 4P戦略とプロモーションミックスに落と
第9回	ブル・ファーラ(4) ・イーア アイファン クラ い 泉足	し込む
第10回	グループワーク⑤:売り上げ(単価×数量の策定)、原価の策定	顧客とサービスの詳細情報に基づき、 製品・サービスの単価を設定し、顧客
第11回	ブループラープ③・元ウエロ(辛価、数量の来た)、原価の来た	ニーズを想定し収支計画を立てる
第12回	グループワーク⑥:コミュニケーション戦略の検討	構想を他者からの共感を得て実現につ
第13回	ファンファン・コミエーソーフョン 我にひげたの	なげるコミュニケーション戦略を立てる
第14回	構想案の発表と相互評価	構想のブラッシュアップと発表会、2年
第15回	2月12日の「事業デザイン演習」発表会の準備	次「事業構想研究」につなげる

教科書

なし

参考書、講義資料等

必要に応じ配布する

成績評価の基準及び方法

授業毎の貢献70点、授業毎の発表30点で評価する

連絡先(メール・電話番号)

オフィスアワ-	
---------	--

その他

授業科目名	事業構想研究	担当教員	谷野豊ほか	科目コード	189~200
配当年次	2年次	学期	前期		
キャンパス	東京校	単位数	2		

讃義の概要とねらい

事業構想は、「アイデアが閃く瞬間から、事業計画作成までの思考、リサーチ、コミュニケーションの一連のプロセス」である。事業構想大学院大学では、「発想・着想・想像、構想案、フィールド・リサーチ、構想計画、コミュニケーション」の過程を繰り返し紡ぎあげていくものである。1年を通じてイノベーションレベルとソーシャルアントレプレナーシップ レベルが共に高い、三法よしのビジネスを作り上げていく事である。

到達目標

他者を説得できる発想力と構想力をともに備えたうえで、理想的な社会像や事業像から企業や地域などの構想を描き出すことのできる能力を身につける。いかなる社会状況においても、開かれた視座のもと、広く社会課題を発見し、その解決への過程を描くことのできる能力を身につける。事業構想が解決する社会課題を論理的で建設的な議論をつうじて見出し、他者に説明ならびに説得できる能力を身につける。

キーワード

事業構想、対象顧客の明確化、課題抽出、内的動機、ビジネスアイデア

授業の進め方と方法

各個人の現在考えている事業構想を発表し、担当教員や履修者からアドバイスやフィードバックをもらい、次回までに事業構想を進化させる。進め方については、各ゼミの特色もあるため、オリエンテーションの際に担当教員から指示が出る。

授業計画	<u> </u>	課題	
第1回	オリエンテーション	履修者自身の内的動機を探る	
第2回	事業構想計画の検討1	自分自身の経営資源、取り組みたい社会	
第3回	事未構心計画の検討 1	課題の確認	
第4回	事業構想計画の検討2	「発想・着想・想像」を確認しながら検討す	
第5回	学来情心们凹の技術と	న <u>ె</u>	
第6回	事業構想計画の検討3	「構想案」を確認しながら検討する	
第7回	学术情心们 凹 0 1 天的 0	「特心未」で呼ぶしなから代刊する	
第8回	事業構想計画の検討4	「フィールドリサーチ」の結果を踏まえて検	
第9回	ず未得心们回び反前で	討する	
第10回	事業構想計画の検討5	「構想計画、コミュニケーション」を確認しな	
第11回	学来情心们 凹の(大n) O	がら検討する。	
第12回	2年次中間発表会に向けた論点整理1	対象顧客を意識して構築する	
第13回	2十久11时70以及12时17Cmm不正生!	ハ) が成日 C 心味ひ C 情末 プむ	

५/ ⊿	4	-	
æ 1	4		
ייה	_	_	

2年次中間発表会に向けた論点整理2

決められた時間内で発表し共感を得る。

第15回

教科書

各構想の内容により指示する

参考書、講義資料等

各テーマに沿った資料を毎回提示します。

成績評価の基準及び方法

授業中の構想計画発表70点、他の参加者へのコメント・アドバイス30点で評価する

連絡先(メール・電話番号)

オフィスアワー

各担当教員からオリエンテーション時に通知する

その他

教員への個別相談などを積極的に行い、中間発表会に向けた準備を行う。

授業科目名	事業構想研究	担当教員	谷野豊ほか	科目コード	189~200
配当年次	2年次	学期	後期		
キャンパス	東京校	単位数	2		

事業構想は、「アイデアが閃く瞬間から、事業計画作成までの思考、リサーチ、コミュニケーションの一連のプロセス」である。事業構想大学院大学では、「発想・着想・想像、構想案、フィールド・リサーチ、構想計画、コミュニケーション」の過程を繰り返し紡ぎあげていくものである。1年を通じてイノベーションレベルとソーシャルアントレプレナーシップ レベルが共に高い、三法よしのビジネスを作り上げていく事である。

到達目標

他者を説得できる発想力と構想力をともに備えたうえで、理想的な社会像や事業像から企業や地域などの構想を描き出すことのできる能力を身につける。いかなる社会状況においても、開かれた視座のもと、広く社会課題を発見し、その解決への過程を描くことのできる能力を身につける。事業構想が解決する社会課題を論理的で建設的な議論をつうじて見出し、他者に説明ならびに説得できる能力を身につける。

キーワード

事業構想、対象顧客の明確化、課題抽出、内的動機、ビジネスアイデア

授業の進め方と方法

各個人の現在考えている事業構想を発表し、担当教員や履修者からアドバイスやフィードバックをもらい、次回までに事業構想を進化させる。進め方については、各ゼミの特色もあるため、オリエンテーションの際に担当教員から指示が出る。

授業計画		課題
第1回	オリエンテーション	中間発表会のフィードバック内容を確認す る
第2回	-事業構想計画の検討1	フィードバック内容をもとに、今一度「発想・ 着想・想像」を検討する
第3回		
第4回	-事業構想計画の検討2	フィードバック内容をもとに、今一度「構想案」を検討する
第5回		
第6回	- 中間審査会に向けた論点整理	事業構想に矛盾がないか確認する
第7回		
第8回	- 事業構想計画の検討4	中間審査会でのフィードバック内容をもとに、「事業構想計画書」に落とし込む
第9回		
第10回	-事業構想計画の検討5	フィールドリサーチの結果をもとに、収益モデルに落とし込む
第11回		
第12回	- 最終審査会に向けた論点整理1	事業構想計画書に矛盾がないか確認する
第13回		

第14回

最終審査会に向けた論点整理2

第15回

限られた時間内に、自身の事業構想をより魅力的に伝える

教科書

各構想の内容により指示する

参考書、講義資料等

各テーマに沿った資料を毎回提示します。

成績評価の基準及び方法

主ゼミ: 最終審査会の評価をもとに、合格・不合格として評価する。

副ゼミ:授業中の構想計画発表70点、他の参加者へのコメント・アドバイス30点で評価する

連絡先(メール・電話番号)

オフィスアワー

各担当教員からオリエンテーション時に通知する

その他

教員への個別相談などを積極的に行い、最終審査会に向けた準備を行う。事業構想計画書は、12月中にできている範囲で主ゼミ、副ゼミの担当教員に進捗として共有する