シ　ラ　バ　ス
（講　義　概　要）

※シラバスの変更・追加等が生じた場合は、メール・掲示等でお知らせいたします。

※シラバス目次

科目区分		科目コード	科目名	担当教員	旧科目名	配当年次	単位数	単位区分	学期	掲載ページ
基礎科目	事業構想の綜合的理解	101	事業構想研究	清成忠男	事業構想特論	１・２	2	必修※	後期	65
		102	事業構想の基本	東英弥／中嶋聞多		１・２	2	必修※	前期	66
		103	事業構想企画演習	小早川護・岸波宗洋	プロジェクトJ（事業構想企画演習）	１・２	2	選択	前期	67
	人間・社会・技術・ビジネス洞察	104	社会動向と事業構想	上野征洋	社会洞察	１・２	2	選択	後期	68
		105	技術動向と事業構想	岩田修一	技術洞察（科学技術動向、未来予測）	１・２	2	選択	前期	69
		106	経済動向と事業構想	高田伸朗（客員）	経済洞察	１・２	2	選択	前期	70
		107	事業環境と事業構想	岸波宗洋	ビジネス洞察（事業戦略）	１・２	2	選択	前期	71
	小計７科目（５科目以上）									
専門科目	発・着・想	108	クリエイティブ発想法	小塩篤史	創造的思考法（基礎）	１・２	2	選択	前期	72
		109	イノベーションの発想	岩田修一	創造的思考法（応用）	１・２	2	選択	後期	73
		110	実践アイデア発想演習	渡邊信彦（客員）		１・２	2	選択	後期	74
	構想案	111	情報収集・編集法	小塩篤史	情報収集・編集法	１・２	2	選択	前期	75
		112	理想の事業構想づくり	中嶋聞多	事業ビジョンの構築（事業の社会的意義等）	１・２	2	選択	前期	76
	フィールドリサーチ	113	実践リサーチ手法	小塩篤史	フィールド・リサーチ（基礎）	１・２	2	選択	後期	77
		114	顧客仮説リサーチ	岸波宗洋	フィールド・リサーチ（応用）	１・２	2	選択	後期	78
	構想計画	115	ビジネス・モデルの策定	江端浩人	ビジネス・モデルの策定	１・２	2	選択	前期	79
		116	構想計画策定演習	岸波宗洋	事業構想計画	１・２	2	選択	後期	80
	プレゼンテーション	117	プレゼンテーション演習	友原琢也（客員）	プレゼンテーション（応用）	１・２	2	選択	後期	81
	小計１０科目（５科目以上）									
展開科目	事業領域	118	企業内における事業構想	渡邊信彦（客員）	生産材市場における事業構想	１・２	2	選択	前期	82
		119	事業承継における事業構想	酒井穣（特任）	消費材市場における事業構想	１・２	2	選択	前期	83
		120	起業を目指す事業構想	見山謙一郎（客員）	サービス産業における事業構想	１・２	2	選択	前期	84
		121	健康・医療産業における事業構想	根来秀行	健康・医療産業における事業構想	１・２	2	選択	後期	85
		122	ITと事業構想	江端浩人	ITと事業構想	１・２	2	選択	後期	86
		123	観光と地域活性化	大社充（客員）	観光と地域活性化	１・２	2	選択	後期	87
		124	地方都市の事業構想	中嶋聞多		１・２	2	選択	後期	88
		125	ソーシャルビジネス	見山謙一郎（客員）	ソーシャルビジネス	１・２	2	選択	後期	89
	経営学	126	組織と人材	酒井穣（特任）	組織と人材	１・２	2	選択	後期	90
		127	マーケティング	村山貞幸（客員）	マーケティング	１・２	2	選択	前期	91
		128	ビジネス会計Ⅰ	天明茂	ビジネス会計Ⅰ	１・２	2	選択	前期	92
		129	ビジネス会計Ⅱ	天明茂	ビジネス会計Ⅱ	１・２	2	選択	後期	93
		130	ファイナンス	結城秀彦（客員）	ファイナンス	１・２	2	選択	前期	94
		131	ブランド戦略	野口恭平	ブランド・コミュニケーション	１・２	2	選択	前期	95
		132	グローバル・マネジメント	野口恭平	グローバル・マネジメント	１・２	2	選択	後期	96
		133	コミュニケーション戦略	上野征洋	広報・コミュニケーション戦略	１・２	2	選択	前期	97
	１５年度限定開講	134	PR/IR	柴山慎一（客員）	PRとIR	１・２	2	選択	後期	98
		135	広告・プロモーション	田中里沙	イノベーションと社会関係資本	１・２	2	選択	前期	99
		136	M&A／組織変革	松江英夫（客員）	M＆A	１・２	2	選択	後期	100
		137	リスクマネジメント	田中正博（客員）	危機管理とBCP	１・２	2	選択	前期	101
	小計２０科目（５科目以上）									
演習（ゼミ）	演習Ａ	201	事業構想演習	上野征洋	事業構想演習	2	2/2	選択必修	前期／後期	102
		202	事業構想演習	岩田修一	事業構想演習	2	2/2	選択必修	前期／後期	104
		203	事業構想演習	根来秀行／村山貞幸	事業構想演習	2	2/2	選択必修	前期／後期	106
		204	事業構想演習	天明茂	事業構想演習	2	2/2	選択必修	前期／後期	108
		205	事業構想演習	小塩篤史	事業構想演習	2	2/2	選択必修	前期／後期	110
	演習Ｂ	206	事業構想演習	竹安聡（特任）	事業構想演習	2	2/2	選択必修	前期／後期	112
		207	事業構想演習	酒井穣（特任）	事業構想演習	2	2/2	選択必修	前期／後期	114
		208	事業構想演習	見並陽一（特任）	事業構想演習	2	2/2	選択必修	前期／後期	116
		209	事業構想演習	江端浩人	事業構想演習	2	2/2	選択必修	前期／後期	118
		210	事業構想演習	野口恭平	事業構想演習	2	2/2	選択必修	前期／後期	120
		211	事業構想演習	岸波宗洋	事業構想演習	2	2/2	選択必修	前期／後期	122
	小計１１科目（前期・後期各１科目以上）									
合計４８科目										

事業構想大学院大学

※2014年度入学者は選択科目

シラバス（講義概要）

授業科目の名称	事業構想研究		（科目コード： 101）
配当年次	１年次・２年次	配当学期	後期
年間開講数	１回	単位数	２単位
必修・選択等の別	必修	授業の方法	講義と討議

授　業　科　目　の　内　容	備　　考
＜講義概要＞ 　現在、時代が不連続に大きく転換している。経済のデジタル化が大きく進行しているからである。こうした過程で、事業機会が大量かつ多様に発生している。他方で、クラウド・コンピューティングの活用により、取引コストが大幅に低下している。参入コストが低下するから、新規事業の激増が予想される。こうした状況下で新規事業が成功するためには、事業構想が問われる、まさに「事業構想の時代」の到来である。 　事業の存立基盤が大きく変化するから、経営のあり方もお大きく変化し、事業構想の策定も従来とは大きく異なるはずである。本講義では、こうした変化に重点を置いて、討論を進める。 ＜授業方法＞ 　講義と討論を中心に行う。 　毎回、院生からは、自らのバックボーン、関心分野、現時点での事業構想を発表する時間を設ける。 　院生の希望や関心分野を踏まえてゲストも招へいする。院生の積極的な参画を望む。 ＜評価＞ 　平常点（出席、議論への積極的参加）等を総合評価とし、60点以上を合格とする。 ＜教科書・参考書＞ 　清成忠男『事業構想力の研究』（事業構想大学院大学出版部・2013年） ＜講義スケジュール＞ 　必要に応じてゲスト講師を交えて講義を進める。	【教員】 清成忠男

シラバス（講義概要）

授業科目の名称	事業構想の基礎		（科目コード： 102）
配当年次	１年次・２年次	配当学期	前期
年間開講数	１回	単位数	２単位
必修・選択等の別	必修	授業の方法	講義演習

授　業　科　目　の　内　容	備　　考
＜講義概要＞ 　みずから事業構想を創りだすために必要となる基本的な考え方を身につける。その出発点として、まず自社の事業構想を客観的に分析し、発表する作業を通して、既存事業のビジネスモデルについての理解を深め、自らの事業構想をうみだす基盤をつくる。 ＜授業方法＞ 　第1回は、事業構想の基本的な考え方について、理事長による特別講義を予定。第2回から、隔週で院生が自社の事業構想について発表をおこなう(プレゼン15分、講評とディスカッション15分)。 ＜評価＞ 　平常点(出席と参加姿勢)による総合評価とし、60点以上を合格とする。 ＜教科書・参考書＞ 　適宜、授業の中で示す。 ＜講義スケジュール＞全15回 　①　オリエンテーションならびに東理事長による特別講義 　②③～⑬⑭　自社の事業構想についての発表とディスカッション 　⑮　総括	【教員】 東英弥 中嶋聞多

シラバス（講義概要）

授業科目の名称	事業構想企画演習		（科目コード： 103）
配当年次	１年次・２年次	配当学期	前期
年間開講数	１回	単位数	２単位
必修・選択等の別	選択	授業の方法	講義、グループ演習

授　業　科　目　の　内　容	備　　考
＜講義概要＞ 　本講義は前年度「プロジェクトJ」として提供した講義・演習である。本講義の目的は、事業構想サイクルを半期に渡りグループ演習することで、プロセスベースを理解し、自身の事業構想における実践力を身につけることを前提とする。本講義のプロセスは、発着想→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である。 ・発着想 グループワークを通して、人・経済・社会の洞察力を高め、グループメンバーのアイデアの客観的価値を理解する。また、目的と手段を明確化する。 ・構想案 ビジネスアイデアを構想案に落とし込み発表する。ビジネスモデルハウスを前提とする。 ・フィールドリサーチ 構想案策定時のクリティカルな課題に対して、様々なリサーチ思考を持って課題解決を図り発表する。 ・構想計画 フィールドリサーチ結果を元に、構想案を精緻化し計画書を策定・発表する ・コミュニケーション 経営資源を最大化するために必要な努力を想定し、発表する。 　また、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)演習テーマの設定と説明 (2)グループ演習（主にテーマに基づいた議論・発表） ＜授業方法＞ 　座学、グループワーク、討論と発表、ゲスト講師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。 ＜評価＞ 　平常点（出席/討論参加点）７０点とレポート３０点による総合評価を行う。 ＜教科書・参考書＞ 　各回のテーマに応じて適宜紹介していく。	【教員】 小早川護 岸波宗洋

シラバス（講義概要）

授業科目の名称	社会動向と事業構想（社会・文化・歴史）		（科目コード： 104）
配当年次	１年次・２年次	配当学期	後期
年間開講数	１回	単位数	２単位
必修・選択等の別	選択	授業の方法	講義と討論

授　業　科　目　の　内　容	備　　考
＜講義概要＞ 　社会は事業構想の舞台である。あらゆる事業は(行政を含めて)、その経営資源を社会から調達し、その運用は社会動向をにらみながら展開される。 　産業革命以降の近・現代史のなかで生成された産業や社会システムを考察しながらその基層をなした歴史・文化の作用を検討してゆく。また、社会変容の原動力は文化であり、時代の特徴や流行現象は人々の欲求がもたらした文化の所産でもある。 　事業構想の舞台である社会を直視し、社会構造や動向分析の眼を鍛えるのが本講義の狙いである。フォード、松下幸之助、本田宗一郎、ビル・ゲイツら起業家の発想や行動にも目を向け、その構想力の源泉を考え、経営者（リーダー）にふさわしい識見をそなえてほしい。 ＜授業方法＞ 　授業は、講義と院生の発表・討論でおこない、双方向で意見交換しながら進める方式にする。また、事例研究、グループ研究も随時、取り入れる。テーマよってゲスト講師による特別講義をおこなう。 ＜評価＞ 　講義への参加、発表などの平常点で50点、レポートなど50点、で総合評価する。 ＜教科書・参考書＞ 　教科書は指定しない。参考書として、ハンナ・アーレント『人間の条件』、上野征洋『文化政策を学ぶ人のために』、見田宗介『現代社会の理論』そのほか適宜、紹介する。 ＜講義スケジュール＞ 　①　ガイダンス（授業計画の説明） 　②～③　「社会、文化とは何か―現代的意義」（講義と討論） 　④～⑤　「社会変動と産業・事業」（講義と討論） 　⑥～⑦　「文化変容と産業・事業」（講義と討論） 　⑧～⑨　「事業構想と社会・文化」（講義と討論） 　⑩～⑪　「地域社会とイノベーション」（講義と討論） 　⑫～⑬　「情報社会と行動変容」（講義と討論） 　⑭～⑮　「歴史観を養う、人間を見る」（総括講義とレポート課題） キーワード：社会変動、産業文化、富の再配分、資源調達、	【教員】 上野征洋

シラバス（講義概要）

授業科目の名称	技術動向と事業構想		（科目コード： 105）
配当年次	１年次・２年次	配当学期	後期
年間開講数	１回	単位数	２単位
必修・選択等の別	選択	授業の方法	講義と討議

授　業　科　目　の　内　容	備　　考
＜講義概要＞ 　先端分野の技術と事業展開で競争力優位をもたらす技術とは必ずしも一致しない。材料、情報、バイオ、エネルギー・環境、ナノ他の先端分野の科学技術動向について学習しながら、代表的な先端技術についての事業化の可能性を検討し、総括討論を通して技術と事業との連関について考察する。 ＜授業方法＞ 　学習結果の発表、ゲスト講師による講義、授業参加者による討議により、技術と事業とのダイナミックスについての本質を理解し、時代を先導する事業の提案を試みる。 ＜評価＞ 　それぞれの事業提案を軸に、総合的に評価する。 ＜教科書・参考書＞ 　進捗状況に応じて、適宜、紹介する。 ＜講義スケジュール＞ 　技術論序説（１回） 　技術分野別学習（問題設定、調査、総括　計３回）×４回 　総括（１～２回）	【教員】 岩田修一

シラバス（講義概要）

授業科目の名称	経済動向と事業構想		（科目コード： 106）
配当年次	１年次・２年次	配当学期	前期
年間開講数	１回	単位数	２単位
必修・選択等の別	選択	授業の方法	講義と討論

授　業　科　目　の　内　容	備　　考
＜講義概要＞ 　事業構想の基礎となる経済の知識を習得する。社会変化と事業のあり方を考察するには価格理論や市場メカニズム、さらに企業行動のモデル化など、経済学の視点からの分析や発想が重要になる。日本経済の動きを理解するための実践的な知識を身につける。 ＜授業方法＞ 　授業は講義と討論の併用で、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。 ＜評価＞ 　平常点（討論への参加状況）50点とレポート50点による総合評価とし、60点以上を合格点とする。 ＜教科書・参考書＞ 　高田　他『2015年の日本』（東洋経済新報社、2007）、その他授業テーマに即して紹介する。 ＜講義スケジュール＞ 　①　オリエンテーション（授業計画の説明） 　②　経済理論（講義　マクロ経済・ミクロ経済） 　③　経済統計（講義　新SNAとＧＤＰ） 　④　経済統計（講義　産業連関） 　⑤～⑦　事例研究と討論（統計で見る日本経済･世界経済） 　⑧　事例研究と討論（農業） 　⑨　事例研究と討論（サービス経済化） 　⑩　事例研究と討論（ＴＰＰ） 　⑪　事例研究と討論（アジアの成長と日本経済） 　⑫　事例研究と討論（新産業と日本経済・・・・オタク経済） 　⑬　事例研究と討論（地方創生） 　⑭　経済政策をどう評価するか 　⑮　まとめ（これからの日本経済の成長発展戦略）	【教員】 高田伸朗

シラバス(講義概要)

授業科目の名称	事業環境と事業構想		(科目コード： 107)
配当年次	１・２年次	配当学期	前期
年間開講数	１回	単位数	２単位
必修・選択等の別	選択	授業の方法	座学、グループワーク、討論と発表

授　業　科　目　の　内　容	備　　考
＜講義概要＞ 　事業環境は、既存/新規の事業を取り巻く内部/外部の影響要素により構成されたものである。事業環境の精確な理解と評価は、事業自体の瞬発的伸張性や成長性、継続性などの期待価値を客観化することにもつながる。事業環境の把握によって、事業のタイミングや投資規模、努力ベクトルなど様々な経営戦略上のファクトを正しく導くことができる。 　本講義では、まず最も本質的な捉え方である孫子の兵法「彼を知り己をしれば百戦殆うからず」の本質的理解を求める。つまり、構想案を戦略昇華することによる「構想計画化の思考」を獲得するためのプロセスを最初に提示する。また、本講義では、アンゾフのマトリックス、SWOT、PPM、VRIO、５forces、３D-Scanなど、事業環境分析に用いられる汎用的なメソッドをリニアに講義した上で、実際の事業環境について正しく評価するための演習（訓練）を行い、個々の分析力を養うことを目的とする。 　また、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（主にテーマに基づいた分析、議論・発表） ＜授業方法＞ 　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。 ＜評価＞ 　平常点（出席/討論参加点）70点とレポート30点による総合評価を行う。 ＜教科書・参考書＞ 　各回のテーマに応じて適宜紹介していく。 ＜講義スケジュール＞全15回 　①オリエンテーション（授業計画とセルフプレゼンテーション） 　～以降、２コマ１セット 　②講義＝事業環境概論と戦略策定の考え方 　③演習＝「発想と戦略」の検討、発表 　④講義＝３C、SWOTと事業環境分析、戦略策定の考え方 　⑤演習＝３Cに基づく分析、議論、発表 　⑥講義＝アンゾフマトリックス、PPMと戦略環境分析、戦略策定の考え方 　⑦演習＝アンゾフマトリックスに基づく分析、議論、発表 　⑧講義＝5forcesと外部環境分析、戦略策定の考え方 　⑨演習＝5forcesに基づく分析、議論、発表 　⑩講義＝VRIOと内部環境分析、戦略策定の考え方 　⑪演習＝VRIOに基づく分析、議論、発表 　⑫講義＝事業環境事例「電力自由化に伴う事業環境の変化とチャンス」など 　⑬演習＝総合演習「電力自由化における小よく大を制す戦略」の策定 　⑭総括（その他補完的知識の習得や演習を行う） 　⑮個別コンサルティング（受講者個別の事業環境分析に対して実践的なコンサルティングを行います）	【教員】 岸波宗洋

シラバス（講義概要）

授業科目の名称	クリエイティブ発想法		（科目コード： 108）
配当年次	１年次・２年次	配当学期	前期
年間開講数	１回	単位数	２単位
必修・選択等の別	選択	授業の方法	講義、グループワーク、討議

授　業　科　目　の　内　容	備　　考
＜講義概要＞ 　事業構想において、創造性はもっとも重要な要素のひとつである。本講義は、創造性という最も難解なものを対象とする。創造のためのプロセス、知識獲得、場づくり、モチベーションに関して検討することで、クリエイティブな発想の強化を試みる。 　創造のプロセスとしては、ブレインストーミング、クエッションストーミング、ブレインライティング、組み合わせ発想、強制発想法、マインドマップなどの創造技法を実践しつつ、より創造的になるための自分なりのプロセスを確認する。また、インクルーシブデザインなど発想枠組みの転換なども体験する。 　本講義の参加者は、毎回10個以上のアイデアを持ち寄ることが求められる。オンライン上のコラボレーション空間で、アイデアを蓄積し、アイデア創出の実践と共創を体験する。 ＜授業方法＞ 　座学、グループワーク、討論と発表、オンラインでのアイデア創出、対話、議論を行う。 ＜評価＞ 　平常点（出席/討論参加点）50点、アイデア創出、レポート50点による総合評価を行う。 ＜教科書・参考書＞ 　各回のテーマに応じて適宜紹介していく。 ＜講義スケジュール＞全15回 　①　オリエンテーション（授業計画と創造性概論） 　②③　創造技法入門 　④⑤　創造手法 　⑥⑦　組み合わせ思考 　⑧⑨　未来思考 　⑩⑪　仮説思考　統合思考 　⑫⑬　インクルーシブデザイン 　⑭⑮　全体発表	【教員】 小塩篤史

シラバス（講義概要）

授業科目の名称	イノベーションの発想		（科目コード： 109）
配当年次	１年次・２年次	配当学期	後期
年間開講数	１回	単位数	２単位
必修・選択等の別	選択	授業の方法	講義と討議

授　業　科　目　の　内　容	備　　考
＜講義概要＞ 　諸々の「イノベーション」の発想を超える「真のイノベーション」がなかなか見つからないから、あるいはイノベーションだと確信が持てないから、そして次々と課題が発生するから、いつまでたってもイノベーション待望論は終わらない。そこで、講義では未解決の地球的規模の普遍性の高い課題を選定して、課題解決のためのイノベーションについて多面的に検討する。 ＜授業方法＞ 　学習結果の発表、ゲスト講師による講義、授業参加者による討議により、イノベーションのダイナミックスについての本質を理解し、新たな時代を拓くためのイノベーションについて一緒に考えてみる。。 ＜評価＞ 　それぞれの事業提案を軸に、総合的に評価する。 ＜教科書・参考書＞ 　進捗状況に応じて、適宜、紹介する。 ＜講義スケジュール＞ 　イノベーション論序説（１回） 　課題選択（問題設定、調査、総括　計３回）×４回 　総括（１～２回）	【教員】 岩田修一

シラバス（講義概要）

授業科目の名称	実践アイデア発想演習		（科目コード： 110）
配当年次	１・２年次	配当学期	後期
年間開講数	１回	単位数	２単位
必修・選択等の別	選択	授業の方法	座学、グループワーク

授　業　科　目　の　内　容	備　　考
＜講義概要＞ 「実践アイデア発想演習」本講義では　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、多くのアイデア発想を演習で学びます　その後、ビジネスモデルの構築までを実際のケースを使ってグループワークまたは個別作業にて作成します。 また、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 ＜授業方法＞ 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。 ＜評価＞ 平常点（出席／討論参加点）50点とレポート50点による総合評価を行う。 ＜教科書・参考書＞ 各回のテーマに応じて適宜紹介していく。 ＜講義スケジュール＞全15回 ①　オリエンテーション（授業計画とセルフプレゼンテーション） ～以降、2コマ1セット ②　講義＝アイデアボタンを押す　その１　KJ法他 ③　演習＝アイデア創発演習 ④　講義＝アイデアボタンをもっと押す　はちのすノート他 ⑤　演習＝アイデア発想演習 ⑥⑦　講義＝　ゲストトークによる　ユニークな発想法 ⑧　講義＝　ブレイクスルーの発見から創造 ⑨　演習＝　グループワーク　キーワードからのコンセプト作り ⑩　講義＝　アイデアの拡散から共鳴合意 ⑪　演習＝　グループワーク　収束から提案作成 ⑫⑬　演習＝演習＝グループワーク　提案作成 ⑭⑮　総括　グループプレゼンテーション	【教員】 渡邊信彦

シラバス（講義概要）

授業科目の名称	情報収集・編集法		（科目コード： 111）
配当年次	１年次・２年次	配当学期	前期
年間開講数	１回	単位数	２単位
必修・選択等の別	選択	授業の方法	講義、グループワーク、討議

授　業　科　目　の　内　容	備　　考
＜講義概要＞ 　情報収集は、アイデア発想、構想案策定の最も重要な要素の一つである。情報爆発の時代と呼ばれる現在において、自身の事業構想を飛躍させる効果的な情報収集のあり方を習得する。具体的には、先行事例調査、インターネットを通じた情報収集、自然言語処理を活用した情報の活用、インタビューやアンケート等による顧客ニーズの収集の方法と実践をおこなう。 　また、その収集した情報から実際に知識を得るためには、編集作業も重要である。情報のすべてを活用することは出来ないので、われわれは情報を編集し、活用する。編集術は、職人的な技術として蓄積されてきたが、本講義ではそのノウハウを検証し、自分自身の編集スタイルを構築することを最終目的とする。 ＜授業方法＞ 　講義形式による情報提供、個別ワーク、グループワーク、討論と発表等の方法を用い、方法論の学習と実践的な活用を試みる。 ＜評価＞ 　平常点（出席/討論参加点）70点とレポート30点による総合評価を行う。 ＜教科書・参考書＞ 　各回のテーマに応じて適宜紹介していく。 ＜講義スケジュール＞全15回 　①　オリエンテーション（授業計画と自己紹介、アイスブレーク） 　②③　デスクリサーチの基礎 　④⑤　インターネット情報の活用 　⑥⑦　定性的情報の活用 　⑧⑨　インタビュー、アンケート調査 　⑨⑪　情報工学的アプローチによる情報編集法 　⑫⑬　人文科学的情報編集法 　⑭⑮　構想に関する情報収集と編集内容の発表	【教員】 小塩篤史

シラバス(講義概要)

授業科目の名称	理想の事業構想づくり (科目コード： 112)		
配当年次	１年次・２年次	配当学期	前期
年間開講数	１回	単位数	２単位
必修・選択等の別	選択	授業の方法	講義演習

授　業　科　目　の　内　容	備　　考
＜講義概要＞ 本授業は試行であり、ひとつの実験である。事業構想学はいまだ発展途上であり、探索的研究を積み重ねるほか進化の道はない。その理想型は皆で求め続けるものと考える。授業では、私が創造的対話(creative dialog)と呼ぶ方法を取り入れる。創造的対話は議論(discussion)とは異なる。皆で進化を想い、創造的な場をつくりだす。ここでは担当教員は、参加者の一人であり、また場の調整者(harmonizer)でもある。「理想の事業構想づくり」は皆でを探求すべきものなのである。 ＜授業方法＞ 回数の都合上、受講人数は5人までとする。第2回目のみ、担当教員が発表をおこなう。第3回からは、受講生自身が、探索と思索の結果を発表し、皆で対話をおこなう。第8回は総括と対話となる。発表者には、その前の回に発表の概要と課題図書、さらにダイアローグ・ポイントを示すことを課す。受講者はこの課題図書を読んで、対話にそなえなければならない。 ＜評価＞ 平常点(出席と参加姿勢)による総合評価とし、60点以上を合格とする。 ＜教科書・参考書＞ 毎回、受講生自身が示す。 ＜講義スケジュール＞全15回 ①　オリエンテーション ②③　担当教員による発表と対話 ④⑤～⑫⑬　受講生の発表と対話 ⑭⑮　対話と総括	【教員】 中嶋聞多

シラバス（講義概要）

授業科目の名称	実践リサーチ手法		（科目コード： 113）
配当年次	１年次・２年次	配当学期	後期
年間開講数	１回	単位数	２単位
必修・選択等の別	選択	授業の方法	講義、グループワーク、討議

授　業　科　目　の　内　容	備　　考
＜講義概要＞ 　構想案を実践的に検証するためのフィールドリサーチの基礎を学ぶ。構想案を計画に落としむためにはさまざまな検証作業が必要である。その基礎的能力である、仮説形成力、データ分析能力、市場や顧客を知る力、フィールドワークの方法、プロトタイピングの技法などを学び、実践する。自分自身で構想案に対して検証すべき仮説を設定し、その仮説を定量的・定性的に評価し、実現可能なモデルにしていくプロセス全体を経験する。また、実際にフィールドリサーチを行う際の計画立案の支援、実行支援を行う。 ＜授業方法＞ 　座学、グループワーク、討論と発表、実習等の方法を用い、各課題や論点について共有、検討をしていく。 ＜評価＞ 　平常点（出席/討論参加点）70点とレポート30点による総合評価を行う。 ＜教科書・参考書＞ 　各回のテーマに応じて適宜紹介していく。 ＜講義スケジュール＞全15回 　①　オリエンテーション（授業計画と自己紹介、アイスブレイク） 　②③　仮説形成力 　④⑤　調査の設計 　⑥⑦　定性的調査の実践（インタビュー、ワークショップ） 　⑧⑨　定量的調査の実践（データの集計、分析） 　⑩⑪　統計的、情報工学的手法の実践（データの検定、解析、シミュレーション） 　⑫⑬　プロトタイピング（サービスプロトタイプ） 　⑭⑮　全体の総括と発表	【教員】 小塩篤史

シラバス（講義概要）

授業科目の名称	顧客仮説リサーチ　（科目コード： 114）		
配当年次	１・２年次	配当学期	後期
年間開講数	１回	単位数	２単位
必修・選択等の別	選択	授業の方法	座学、グループワーク、討論と発表

授　業　科　目　の　内　容	備　　考
＜講義概要＞ 　顧客は、最も重要なステークホルダーである。そして、「構想計画策定演習」でも規定している通り、顧客は戦略モデルの根幹要素であり、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したい。 　まず、存在次元における顧客は、ステークホルダーとして約束をする関係である。ある発着想において、どのような顧客にどのような約束をするのか、を検討する。 　次に、事業次元における顧客について、約束を果たすために具体的な事業/製品サービスを規定し約束を果たし得るのかを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。 　また、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（主にテーマに基づいた分析、議論・発表） ＜授業方法＞ 　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。 ＜評価＞ 　平常点（出席/討論参加点）70点とレポート30点による総合評価を行う。 ＜教科書・参考書＞ 　各回のテーマに応じて適宜紹介していく。 ＜講義スケジュール＞全15回 　①オリエンテーション（授業計画とセルフプレゼンテーション） 　～以降、２コマ１セット 　②講義＝存在次元における顧客の定義と考え方（大手通信会社の例） 　③演習＝発着想と顧客仮説の関係性検討、発表 　④講義＝事業次元における顧客の定義と考え方（大手化粧品会社の例） 　⑤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 　⑥講義＝事業次元における顧客の定義と考え方（大手エネルギー会社の例） 　⑦演習＝顧客仮説（顧客変化）と分析、議論、発表 　⑧講義＝収益次元における顧客の定義と考え方（大手コミュニケーション会社の例） 　⑨演習＝顧客価値（価格弾力性、LTV、市場規模・・・）と分析、議論、発表 　⑩講義＝顧客分析手法とマーケティング戦略策定プロセス 　⑪演習＝自身の発着想に基づく顧客プロファイルの再検討 　⑫講義＝顧客創造事例「LTVマーケティング」など 　⑬演習＝総合演習「個別発着想に基づく顧客LTV戦略」の策定 　⑭総括（その他補完的知識の習得や演習を行う） 　⑮個別コンサルティング（受講者個別の顧客プロファイリングに対して実践的なコンサルティングを行います）	【教員】 岸波宗洋

シラバス（講義概要）

授業科目の名称	ビジネス・モデルの策定		（科目コード： 115）
配当年次	１年次・２年次	配当学期	前期
年間開講数	１回	単位数	２単位
必修・選択等の別	選択	授業の方法	講義と討論

授　業　科　目　の　内　容	備　　考
＜講義概要＞ 　経済のグローバル化、インターネットやソーシャルメディアの普及によってビジネスモデルは大きな変化を迎えている。本講義は変化するビジネスシーンを捉え、今後出てくるトレンドをいち早く捕らえ、消費者のインサイトと新規技術の動向とあわせながらビジネスチャンスをつかむために必要な要素を色々な角度から検証する。 ＜授業方法＞ 　授業はハーバードビジネススクール等のケーススタディを用いて全員参加の討論を行なう。また、可能な限り該当の業界の実務者をゲスト招聘して議論の内容を解説してもらう。 ＜評価＞ 　平常点（討論への参加状況70点）とビジネスモデル構築レポート（30点）よる総合評価とし、６０点以上を合格とする ＜教科書・参考書＞ 　選択したケースやそれに即した書籍等を紹介する ＜講義スケジュール＞全15回 　① オリエンテーション（授業計画の説明） 　② ～ ⑭ 　・講義 　・ゲスト講師招聘 　・学生（個人・グループ）による発表 　・グループディスカッション　等 　⑮ まとめ	【教員】 江端浩人

シラバス（講義概要）

授業科目の名称	構想計画策定演習		（科目コード： 116）
配当年次	１・２年次	配当学期	後期
年間開講数	１回	単位数	２単位
必修・選択等の別	選択	授業の方法	座学、グループワーク、討論と発表

授　業　科　目　の　内　容	備　　考
＜講義概要＞ 「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、「事業構想計画」は、まず「理想モデル」（事業の発案者/計画者が理想とする究極のビジネスモデル）の構想を前提とする。そして、「理想モデル」から「基本モデル」へのバックキャスティング（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。 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、すべてにおいて検討の方法と内容が大きく変わることとなることに留意すべきである。 また、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（主にテーマに基づいた議論・発表） ＜授業方法＞ 座学、グループワーク、討論と発表、ゲスト講師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。 ＜評価＞ 平常点（出席/討論参加点）70点とレポート30点による総合評価を行う。 ＜教科書・参考書＞ 各回のテーマに応じて適宜紹介していく。 ＜講義スケジュール＞全15回 ①オリエンテーション（授業計画とセルフプレゼンテーション） ～以降、２コマ１セット ②講義＝事業構想計画概説とバックキャスティング計画の考え方 ③演習＝バックキャスティング計画の議論と発表 ④講義＝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・・・）計画の考え方 ⑤演習＝存在次元計画の議論と発表 ⑥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 ⑦演習＝戦略モデル計画の議論と発表 ⑧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 ⑨演習＝オペレーションモデル計画の議論と発表 ⑩講義＝収益次元（売上項目、コスト項目・・・）計画の考え方 ⑪演習＝収益次元計画の議論と発表 ⑫講義＝事業構想計画の精度を上げるメソッドと事例 ⑬演習＝事業構想計画～総合演習（メソッドの検討） ⑭総括（実質、最終講義となります） ⑮個別コンサルティング（受講者個別の事業構想計画に対して実践的なコンサルティングを行います）	【教員】 岸波宗洋

シラバス（講義概要）

授業科目の名称	プレゼンテーション演習		（科目コード： 117）
配当年次	１年次・２年次	配当学期	後期
年間開講数	１回	単位数	２単位
必修・選択等の別	選択	授業の方法	講義、演習、発表

授　業　科　目　の　内　容	備　　考
＜講義概要＞ 　プレゼンテーションの目的は、相手の理解を促し、心を動かすこと。講義や発表を通して、そのためのスキルを身につけていく。 ＜授業方法＞ 　講義の半分は講師の話で構成。残りの半分は学生の発表と講評。ときおりゲスト講師の話を交えて進めていく。 ＜評価＞ 　発表における意欲や熱意、プレゼンテーションとしての完成度を評価し、60点以上を合格とする。 ＜教科書・参考書＞ 　教科書、参考書は特にない。必要に応じて、講師の資料や、公開されているプレゼンテーション映像を用いる。 ＜講義スケジュール＞ 　①　　オリエンテーション 　②③　自己紹介とエレベーター・ピッチ　～短時間で「自分」をどう伝えるか 　④⑤　文章による伝達　～「テーマ」をどう伝えるか 　⑥⑦　図による伝達　～「アイデア」や「企画」をどう伝えるか。 　⑧⑨　ゲスト講師による講演とディスカッション（内容未定） 　⑩⑪　スライドによる伝達（１）　～「モデル」をどう伝えるか。 　⑫⑬　スライドによる伝達（２）　～「計画」をどう伝えるか。 　⑭⑮　最終発表　講評・意見交換	【教員】 友原琢也

※本シラバスは昨年度のものです。今年度版は別途配布します。

シラバス（講義概要）

授業科目の名称	企業内における事業構想		（科目コード： 118）
配当年次	１・２年次	配当学期	前期
年間開講数	１回	単位数	２単位
必修・選択等の別	選択	授業の方法	座学、グループワーク

授　業　科　目　の　内　容	備　　考
＜講義概要＞ 「企業内の事業構想」本講義では　企業内部において新規事業開発を推進するにあたりうまくいかない原因である要素を認識した上でいかに事業構想を進めていくか、実際のケーススタディを学ぶと共に推進の方策を演習する。いわゆるスターアップ起業家とは違った既存組織内で人を巻き込み推進するための力をつけることを目的とする。 また、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。 ＜評価＞ 平常点（出席／討論参加点）50点とレポート50点による総合評価を行う。 ＜教科書・参考書＞ 各回のテーマに応じて適宜紹介していく。 ＜講義スケジュール＞全15回 ① オリエンテーション（授業計画とセルフプレゼンテーション） ～以降、2コマ1セット ②講義＝企業内における新規事業企画の現状とその課題 ③演習＝グループ分け及び課題配布、課題分析 ④講義＝キーワード発想法によるアイデアフラッシュ ⑤演習＝グループワーク　提供する価値の設定 ⑥⑦講義＝起業準備中または初期のベンチャーから学ぶ刺激講義 ⑧講義＝事業構想における新事業の価値設定、カスタマージャーニーの作り方 ⑨演習＝グループワーク　課題から価値設定　カスタマージャーニー作成 ⑩講義＝企業内投資判定会議に向けた資料作成のポイント ⑪演習＝グループワーク　提案作成 ⑫講義＝社内外の巻き込み方　情報共有と仕掛け ⑬演習＝グループワーク　提案作成 ⑭⑮　総括　グループプレゼンテーション	【教員】 渡邊信彦

シラバス（講義概要）

授業科目の名称	事業承継における事業構想		（科目コード： 119）
配当年次	１年次・２年次	配当学期	後期
年間開講数	１回	単位数	２単位
必修・選択等の別	選択	授業の方法	講義と討議

授　業　科　目　の　内　容	備　　考
＜講義概要＞ 　事業継承が困難な課題であることは、歴史的にも多くの失敗事例があり、明らかなことであろう。親族への継承、親族ではない従業員への継承、どちらにも可能性とリスクがあり、単純にどちらが優れているかという結論は存在しない。わかっていることは、事業継承を、新たに社長（CEO）になる人材個人の問題ととらえると間違うということである。事業継承は、経営チームの問題であり、高度に組織的な課題である。本授業では、豊富な事例から、事業継承の「落とし穴」を理解し、その対策について議論する。 ＜授業方法＞ 　（１）講義（２）ケース議論、が１回分のモデル授業コンテンツとなる。特にケース議論は、欧米のビジネススクールでも多用される有益な学習法であり、企業組織などでも有効な人材育成手法であるため、ぜひとも体験してもらいたい。 　ゲスト講義には、実際に事業継承を進めていたり、それを推進した実務家を招く予定である。 　本講座を受講する場合、「組織と人材」の講義を事前に受講していることが望ましい。「組織と人材」を受講できない場合、事前に、参考図書を読んでおくことを、受講の条件としたい。 ＜評価＞ 　本質的に、ビジネススクールとは、ラーニングコミュニティー（学びの共同体）であり、そこに集う他者の学びへの貢献度合いが評価されるものだと考えている。ここから、私は、基本的に、個々人がどれほど学んだかよりもむしろ、どれほどクラスメート（他者）の学びに貢献したかで評価する。 　このため、まず、授業への出欠は評価する。出席率が5割を切る場合は、そもそもクラスメートの学びに貢献することはないため、単位は出せない。ただし、やむを得ない理由がある場合は、授業ビデオを視聴した上で、レポート提出による救済はある。 　（１）授業においては、他のクラスメートの学びになるような質問をした場合は、プラス点とする。ただし、価値の低い質問をしたとしても、マイナス点とはしない。 　（２）ケース議論では、議論の質を評価する。 ＜教科書・参考書＞ 　授業で直接使う教科書は配布する。以下は、授業の理解を深めるための参考書であり、読むかどうかは、各自の判断としたい。 『「日本で最も人材を育成する会社」のテキスト』（光文社 新書） 『リーダーシップでいちばん大切なこと』（日本能率協会マネジメントセンター） 『新版 これからの思考の教科書』（光文社 知恵の森文庫） 『ご機嫌な職場』（東洋経済新報社）	【教員】 酒井穣

シラバス(講義概要)

授業科目の名称	起業を目指す事業構想		（科目コード： 120）
配当年次	１年次・２年次	配当学期	前期
年間開講数	１回	単位数	２単位
必修・選択等の別	選択	授業の方法	講義、討論、演習、発表

授　業　科　目　の　内　容	備　　考
＜講義概要＞ 　起業とは目的ではなく手段のひとつである。本講義は、事業構想の為に必要な「仮説創設力」を育成することを目的とし、「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、実は真の課題でないかも知れない。また、真っ先に浮かぶ表層的な原因を探求しても、解決策には繋がらない。不都合な事実の中に、真の課題や解決策が隠されているかも知れない。 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策定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。渡航経験、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を対象に行うことにあり、このことが結果として起業のための事業構想力へと繋がっていく。尚、本講義で策定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、ビジネスプランコンテストに応募することも検討したい。 ＜授業方法＞ 　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（1-7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策定するための助走期間とする。後半（8-15回）は、バングラデシュおけるビジネスプラン策定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。 ＜評価＞ 　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%） （尚、単位取得のためには11回以上の出席を要す） ＜教科書・参考書＞ 　Zero to One（ピーター･ティール他,NHK出版,2014）、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） ＜講義スケジュール＞ 　1、　イントロダクション 　2,3、　クリエイティブシンキング（リバース・シンキング） 　4,5、　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） 　6,7、　クリエイティブシンキング（Zero to One） 　8,9、　開発途上国でのビジネスについて、ビジネスプラン策定-1 　10,11、ビジネスプラン策定-2、発表、フィードバック 　12,13、ビジネスプラン発表、フィードバック 　14.15、ビジネスプラン最終発表	【教員】 見山謙一郎

シラバス（講義概要）

授業科目の名称	健康・医療産業における事業構想　（科目コード： 121）		
配当年次	１年次・２年次	配当学期	後期
年間開講数	１回	単位数	２単位
必修・選択等の別	選択	授業の方法	講義、グループ演習、発表

授　業　科　目　の　内　容	備　　考
＜講義概要＞ 近年、医学領域での進歩には目覚ましいものがある。日本をはじめとして、先進諸国では医学研究の進歩とともに高齢化社会も進展し、健康・医療産業分野に新しいニーズを発生させている。本科目では、日本、欧米の最先端の医療現場での臨床・研究・教育経験や、一流企業顧問としての実務経験をもとに、最先端医学、医療の知見を、医学専門外の院生にも分かりやすい形で講義する。その中で、健康・医療産業領域をリードする事業構想の可能性を学びとり、更なる研究に発展させる。また、超少子高齢社会に突入している日本における課題を国内外の視点から考察し、打開策および新しい福祉国家の仕組みを構想し、これからの医療、福祉分野事業の在り方を導き出す。一方で、実際の健康・医療産業関連領域で活躍するゲスト講師を招き、メディカルビジネスの実際を実践的に学ぶ。後半では、院生のバックグラウンドをもとに、積極的に構想を発表、議論し、受講者全員で斬新な構想を練り上げ、研究を深めていく。 ＜授業方法＞ 授業は講義,ゲスト講師による講義、院生の発表を中心に、活発な討論を取り入れ、受講生関心領域および時代のニーズに基づく問題提起を行う中で、健康・医療分野における実践的な事業構想能力を養う。 ＜評価＞ 平常点（発表、討論への参加状況）80点とレポート20点による総合評価とし、60点以上を合格点とする。 ＜教科書・参考書＞ 身体革命（KADOKAWA)、ホルモンを活かせば、一生老化しない（PHP研究所）、健康は時間で決まる（かんき出版）、老けない、太らない、病気にならない、24時間の過ごし方（幻冬舎）ほか、必要に応じて適宜紹介していく。 ＜講義スケジュール＞全15回 ①　　オリエンテーション（授業計画の説明） ②～⑧　最先端医学、医療のについての講義、超少子高齢社会の現状などについて講義、先端分野のゲスト講義 ⑨～⑭　院生による事業構想発表と討論、研究 ⑮　　まとめ（これからの健康・医療産業と事業構想） ※キーワード：健康事業、最先端医学、身体マネジメント、少子高齢化社会	【教員】 根来秀行

シラバス（講義概要）

授業科目の名称	ITと事業構想		（科目コード： 122）
配当年次	１年次・２年次	配当学期	後期
年間開講数	１回	単位数	２単位
必修・選択等の別	選択	授業の方法	講義と討論

授　業　科　目　の　内　容	備　　考
＜講義概要＞ 　最近提唱されてきているIoT（Internet of things）は物理的なものをIT化しインターネットにつなげる構想で、今やどのような事業構想に関してもITを活用しないという事は無いであろう。インターネット広告の売り上げは雑誌、ラジオ、新聞を抜きテレビに次ぐ第２のメディアに成長した。また、従来存在しなかったソーシャルメディアはチュニジア政府の交代やエジプトの独裁政権を終焉させた。さらにあらゆる生活機器にセンサーが取り付けられ、それを膨大なネットワークによって集積されるビッグデータの分析により今までにない生活者の知見を得られるようになってきたのである。このようにインターネットを含めたITは社会のインフラとなりつつある。その中でヒットするコンテンツやプロモーションの方法も大きく変化してきている。プロモーションはスマートフォンの普及等による消費者の生活様式やメディア環境、テクノロジーの変化により大きく推移してきた。また、ソーシャルメディアで口コミという信頼性の高い情報が加速的に流通するようになって来たのである。このようにプロモーションは常に変化しており、時代を象徴するものとして記憶に残るケースも多い。 　本講義はデジタル化する生活者の動向の中で、ITやインターネット技術が事業構想に与える影響に注目し、ITを活用した事業や新しいマーケティング手法やの可能性について議論を深めることを目的とする。さらにアイディアが中心と思われがちなプロモーションを体系化し、集客、情報収集、分析の手法やついての見地を深め、実際に構築・運営できることを目的とする。さらに検索エンジンやソーシャルメディアを通じて事業構想を広めるための実践的な手法も第一線の講師を迎えて講義する。 ＜授業方法＞ 　授業は講義と討論の併用で、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。また、外部講師を迎えての実践例紹介で今までの知識を検証し、より深い示唆を得る場とする。。 ＜評価＞ 　平常点（授業及び討論への参加状況）75点と授業内のグループ発表25点による総合評価とし、60点を合格点とする。 ＜教科書・参考書＞ 　教科書は指定しない。参考書：江端浩人・本荘修二共著『日本コカ・コーラが挑戦するエコシステム・マーケティング』（ファーストプレス、2009年）ほか。授業テーマに即して紹介する。 ＜講義スケジュール＞全15回 　① オリエンテーション（授業計画の説明） 　②～⑭ 　・IT技術の進化とそれに伴うマーケティング、プロモーションの変化 　・ITの進化による各種事業構想への影響（IoT, Big Data） 　・ITの進化による世界や日本でのヒットプロモーションの変化 　・ソーシャルメディアや検索の事業構想への具体的な活用方法 　・各種外部講師による最新事例紹介やプロモーションテクニックの紹介 　・グループによる事業構想にITを活用した事例の発表　等 　⑮ まとめ	【教員】 江端浩人

シラバス(講義概要)

授業科目の名称	観光と地域活性化		(科目コード： 123)
配当年次	１年次・２年次	配当学期	後期
年間開講数	１回	単位数	２単位
必修・選択等の別	選択	授業の方法	講義と討議／演習

授　業　科　目　の　内　容	備　　考
＜講義概要＞ 「観光による地方創生」を基本テーマにおいて地域活性化に資する観光ビジネス（ソーシャルビジネス）の事業モデルについて考察する。地方においては都市部とは異なる配慮が必要となるが、そうした地域社会でプロジェクトを進める上での重要な知識とスキルに関してケースを交えながら学ぶこととする。 ＜授業方法＞ 前半は講義と討議を中心に地域における観光振興の現状を把握する。後半は観光の地域へのインパクトを検討しつつ、ケーススタディとして地方創生に資する観光ビジネスの事業構想に取り組む。特にいま観光地域振興に必要不可欠なDMO（Destination Marketing/Managament organization）の事業モデルについても同時に検討する。 ＜評価＞ 授業における平常点（４０点）、グループ毎の事業構想企画（３０点）、その他（３０点）　合格：６０点以上 ＜教科書・参考書＞ 大社充『地域プラットフォームによる観光まちづくり』学芸出版社・2013年 ＜講義スケジュール＞ ①オリエンテーション（コース概要と進め方の共有） ②③観光振興と地域社会 ④⑤地域振興に関連するローカルガバナンスの解明 ⑥⑦地域観光ビジネスの事業モデルに関する考察 ⑧⑨観光地のマネジメントとマーケティング（DMOの事業モデル） ⑩⑪観光による地方創生ビジネスの事業構想 ⑫⑬観光による地方創生ビジネスをグループ毎に発表 ⑭⑮地方創生に資する観光ビジネスの考察	【教員】 大社　充

シラバス（講義概要）

授業科目の名称	地方都市の事業構想		（科目コード： 124）
配当年次	１年次・２年次	配当学期	後期
年間開講数	１回	単位数	２単位
必修・選択等の別	選択	授業の方法	講義

授　業　科　目　の　内　容	備　　考
〈講義概要〉 　地方創生の要となる都市、とくに政令市の事業構想について学ぶ。各地方都市の概要並びに特徴ある取り組みについて、東京事務所長などからお話を伺い、ディスカッションをおこなう。 〈授業方法〉 　本授業は、指定都市東京事務所長会とのタイアップにより実現した。毎回、ゲストスピーカーとして、政令指定都市の東京事務所長をお招きし、前半の1コマは講義、後半は担当教員のファシリテートによるディスカッションとする。 〈評価〉 　平常点(出席と参加姿勢)とレポートによる総合評価とし、60点以上を合格とする。 〈教科書・参考書〉 　特に指定しない。必要に応じて適宜紹介する。 〈講義スケジュール〉全15回 　①　オリエンテーション 　②～⑮　講義とディスカッション	【教員】 中嶋聞多

シラバス(講義概要)

授業科目の名称	ソーシャルビジネス		(科目コード： 125)
配当年次	１年次・２年次	配当学期	後期
年間開講数	１回	単位数	２単位
必修・選択等の別	選択	授業の方法	講義、討論、演習、発表

授　業　科　目　の　内　容	備　　考
＜講義概要＞ 　ソーシャルビジネスは社会的企業、もしくは社会的起業と訳されるが、我が国における取り組みは未だＮＰＯ中心の萌芽期であることは否めない。他方、欧州や開発途上国における取り組みは歴史も古く、ニッチではなくメインストリームで自律的な活動を展開している団体(法人)も少なくない。 　本講義は、日本のソーシャルビジネスの現状と課題を学び、社会的課題の解決に向けたアプローチをオランダのソーシャルバンクである「トリオドス銀行」や、バングラデシュをベースに活動し12万人を雇用する世界最大のＮＧＯ「ＢＲＡＣ」等の研究から導き出そうするものである。尚、本研究のアプトプットは、担当教員が委員を務める環境省や総務省、経済産業省等に提出、提言することも視野に入れたい。 ＜授業方法＞ 　グループワークによる双方向型の講義である。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。 ＜評価＞ 　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%）、研究発表（40%） （尚、単位取得のためには11回以上の出席を要す。） ＜教科書・参考書＞ 　金融NPO（藤井良広,岩波書店,2007）、ソーシャルファイナンス（トラスト60,金融財政事情事情研究会,2006）、マネジメント・開発・NGO「学習する組織」BRACの貧困撲滅作戦（新評論,キャサリン・H・ラヴェル,2001） ＜講義スケジュール＞ 　1、　イントロダクション 　2,3、　日本におけるソーシャルビジネスの現状と課題（前半講義、後半ディスカッション） 　4,5、　日本におけるソーシャルバンクの可能性について（前半講義、後半ディスカッション） 　6,7、　トリオドスバンク（オランダ）の取り組みについて（前半講義、後半ディスカッション） 　8,9、　ＢＲＡＣ（バングラデシュ）の取り組みついて（前半講義、後半ディスカッション） 　10,11、日本におけるソーシャルビジネスの課題とその対応について検討（グループワーク） 　12,13、日本の地域金融機関がソーシャルバンクになる為には？（グループワーク） 　14,15、最終発表（行政への提案書）	【教員】 見山謙一郎

シラバス（講義概要）

授業科目の名称	組織と人材		（科目コード： 126）
配当年次	１年次・２年次	配当学期	後期
年間開講数	１回	単位数	２単位
必修・選択等の別	選択	授業の方法	講義と討議

授　業　科　目　の　内　容	備　　考
＜講義概要＞ 　人的資源管理を学ぶということは、人類の幸福に寄与するという目的を持ちつつ、その目的を達成するために、自由意志を持っている人間の行動に影響を及ぼすための方法論を考えるということである。このための必然として、人間の特性を心理学や動物行動学といった多角的で、かつ本質的な視点から学ぶ。その上で、リーダーシップ、組織、人材育成、人事制度、採用といった人事の実務について基本的な考え方を理解していく。 ＜授業方法＞ 　（１）授業前テスト（２）講義（３）ケース議論、が１回分のモデル授業コンテンツとなる。特にケース議論は、欧米のビジネススクールでも多用される有益な学習法であり、企業組織などでも有効な人材育成手法であるため、ぜひとも体験してもらいたい。 　３回の授業につき、１回程度、人事の実務家を呼び、ゲスト講義を実施する。昨年の実績としては、HAYコンサルティンググループのプリンシパル、マッキンゼーで人事改革業務を行ってきたコンサルタント、リクルート事業部長などを経て採用コンサルタントとして独立した会社社長などがゲスト講師として登壇した。 　（１）授業前テスト：心理学のキーワードを学び、その確認テストを授業前に実施する。記憶するのは大変だが、ここで求められるキーワードをおさえておくことは、人的資源管理論のみならず、マーケティングや戦略といった分野にも応用できるため、ぜひとも頑張ってもらいたい。 　（２）講義：リーダーシップ、組織、人材育成、人事制度、採用といった分野について「実務がどうなっているか（what）」ではなく、「実務を設計する（why, how）」という、より深いレベルの視点を提供する。 　（３）ケース議論：ケースメソッド（現実の事例を活用した教授法）を用い、クラスメートとのディスカッションの時間を十分に取る。ここでは、議論の勝ち負けではなく、他のクラスメートの学びに貢献する姿勢が問われる。 ＜評価＞ 　本質的に、ビジネススクールとは、ラーニングコミュニティー（学びの共同体）であり、そこに集う他者の学びへの貢献度合いが評価されるものだと考えている。ここから、私は、基本的に、個々人がどれほど学んだかよりもむしろ、どれほどクラスメート（他者）の学びに貢献したかで評価する。 　このため、まず、授業への出欠は評価する。出席率が5割を切る場合は、そもそもクラスメートの学びに貢献することはないため、単位は出せない。ただし、やむを得ない理由がある場合は、授業ビデオを視聴した上で、レポート提出による救済はある。 　（１）授業前テストの結果は、評価には含めない。心理学のキーワードを記憶するのは、本人の構想を実現するためであり、記憶するかどうかは、本人の問題だからである。ただし、基本的な心理学を理解しないまま、クラスメートと有意義な議論ができるとは思えないので、しっかりと学んでもらいたい。 　（２）授業においては、他のクラスメートの学びになるような質問をした場合は、プラス点とする。ただし、価値の低い質問をしたとしても、マイナス点とはしない。 　（３）ケース議論では、議論の質を評価する。 ＜教科書・参考書＞ 　授業で直接使う教科書は配布する。以下は、授業の理解を深めるための参考書であり、読むかどうかは、各自の判断としたい。 『「日本で最も人材を育成する会社」のテキスト』（光文社 新書） 『リーダーシップでいちばん大切なこと』（日本能率協会マネジメントセンター） 『新版 これからの思考の教科書』（光文社 知恵の森文庫） 『ご機嫌な職場』（東洋経済新報社）	【教員】 酒井穣

シラバス（講義概要）

授業科目の名称	マーケティング		（科目コード： 127）
配当年次	１年次・２年次	配当学期	前期
年間開講数	１回	単位数	２単位
必修・選択等の別	選択	授業の方法	インタラクティブ・レクチャー

授　業　科　目　の　内　容	備　　考
＜講義概要＞ 　マーケティングの基本的な理論、フレームワークと思考法を学習する。マーケティングプランの立案プロセスを理解し、徹底した顧客志向をベースにしたマーケティング思考法を学ぶことで、高レベル化しているビジネス環境で生き残る戦略立案力を獲得する。 ＜授業方法＞ 　インタラクティブ・レクチャー ビジネスケースやフレームワークをディスカッションを通じて理解、分析することで、マーケティング思考法を学ぶ。 ＜評価＞ 　平常点（出席と討論への参加状況）60点とレポート40点による総合評価で、60点以上を合格とする。 ＜教科書・参考書＞ 　グロービス・マネジメント・インスティテュート編著『ＭＢＡマーケティング』（改訂3版あるいは新版）（ダイヤモンド社） ＜講義スケジュール＞ 　①　オリエンテーション 　②③　マーケティング・マネジメント 　④⑤　STP（セグメンテーション、ターゲッティング、ポジショニング） 　⑥⑦　マーケティング戦略立案プロセス 　⑧⑨　競争戦略 　⑩⑪　研究発表 　⑫⑬　研究発表 　⑭⑮　リレーションシップ・マーケティング ※２日めの講義（②③）には、教科書の第１章～４章までを読んできてください。 ※講義スケジュールは、受講生のプロフィールや人数により調整が加わる可能性があります。	【教員】 村山貞幸

シラバス（講義概要）

授業科目の名称	ビジネス会計Ⅰ　（科目コード： 128）		
配当年次	１年次・２年次	配当学期	前期
年間開講数	１回	単位数	２単位
必修・選択等の別	選択	授業の方法	講義

授　業　科　目　の　内　容	備　　考
＜講義概要＞ **無免許運転は法律違反！「ビジネス会計Ⅰ」は事業経営の免許である。** 事業を始めようとする者が事業計画を作成するには利益計画や資金計画の作成などに会計の知識が欠かせない。本講義では会計を初めて学ぶ人にも分かるよう複式簿記の基本、財務諸表、経営分析、連結グループ会計などを通じて、事業計画の作成や決算書の分析に必要な力を身に付けることを目的とする。 ＜授業方法＞ 講義に加え、新聞・雑誌記事から企業経営と会計に関わるトピックスを取り上げ、企業会計の理解を深める。また、複式簿記や経営分析等について演習を取り入れる。 ＜評価＞ 講義への参加態度20点とテスト80点の総合評価により60点以上を合格とする。 ＜教科書・参考書＞ 教科書は使わず、テキストを配布する。 参考書：簿記初心者向け：市川俊夫著「簿記の初歩が面白いほどわかる本」中経出版 ①　会計の原理とディスクロージャー制度 ②～⑤　複式簿記の基本 ⑥～⑩　貸借対照表、損益計算書、キャッシュフロー計算書等 ⑪～⑬　経営分析（含演習） ⑭　　連結会計 ⑮　　税務会計（法人税、所得税） ※キーワード：複式簿記、財務会計、財務諸表・有価証券報告書、ディスクロージャー、経営分析	【教員】 天明茂

シラバス（講義概要）

授業科目の名称	ビジネス会計Ⅱ　（科目コード： 129）		
配当年次	１年次・２年次	配当学期	後期
年間開講数	１回	単位数	２単位
必修・選択等の別	選択	授業の方法	講義

授　業　科　目　の　内　容	備　　考
＜講義概要＞ **無免許運転は法律違反！「ビジネス会計Ⅱ」も事業経営の免許と言える。** 未来会計・戦略会計としての管理会計は経営意思決定会計と位置づけられる。本講義では経営のさまざまな場面での意思決定を支援する損益分岐点、プロダクトミックス、設備投資の意思決定、企業価値、EVAに加え、事業構想に欠かせない経営計画、利益計画などを学び、管理会計情報を経営戦略に生かす力を養うことを目的とする。 ＜授業方法＞ 毎回、テーマに応じた演習と解説を行う。 ＜評価＞ 講義への参加態度50点とレポート50点の綜合評価とし60点以上を合格とする。 ＜教科書・参考書＞ 教科書は使わず、テキストを配布する。 参考書： 初心者向け：天明茂著「損益分岐点が面白いほどわかる本」中経出版 ＜講義スケジュール＞全15回 ①～③　損益分岐点分析とプロダクトミックス ④～⑥　中期経営計画と年度利益計画・予算統制 ⑦～⑧　責任会計とコストマネジメント ⑨～⑪　キャッシュフロー、運転資本管理、見積バランスシート ⑫～⑬　設備投資の経済性計算 ⑭～⑮　企業価値とＥＶＡ（経済的付加価値） ※キーワード：管理会計、事業計画・利益計画、損益分岐点、キャッシュフロー、企業価値・ＥＶＡ	【教員】 天明茂

シラバス（講義概要）

授業科目の名称	ファイナンス		（科目コード： 130）
配当年次	１年次・２年次	配当学期	前期
年間開講数	１回	単位数	２単位
必修・選択等の別	選択	授業の方法	

授　業　科　目　の　内　容	備　　考
＜講義概要＞ 「事業構想」を志す方々に資するように、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、資金調達にあたって必要となる基礎知識を実践的に学ぶ。 ＜授業方法＞ 授業は講義を中心として行なうが、受講生の関心を引き出す「問題提起」を伴う参加型の講義を行なう。 なお、毎回の授業の導入部分は、前回講義の復習に宛てる。 ＜評価＞ 平常点（出席状況と討論への参加状況）を45点、レポートを55点として、総合60点以上を合格とする。 ただし、全15回中、出席が6回以下の場合には、原則として、レポート提出資格を付与しない。 ＜教科書・参考書＞ とくに指定しない。授業テーマに即して紹介する。 ＜講義スケジュール＞全15回 ①　　オリエンテーション ②～③　信用リスクと事業リスク ④～⑦　キャッシュフローによる事業の事前評価と対応（割引キャッシュ・フローの基礎概念等） ⑧～⑬　資金の調達（負債による資金調達、自己資本による資金調達） ⑭　　キャッシュフローによる事業の事後評価と対応 ⑮　　総復習（レポート論題への対応指導を含む）	【教員】 結城秀彦

シラバス(講義概要)

授業科目の名称	ブランド戦略		（科目コード： 131）
配当年次	１・２年次	配当学期	前期
年間開講数	１回	単位数	２単位
必修・選択等の別	選択	授業の方法	講義と討論

授 業 科 目 の 内 容	備　　考
＜講義概要＞ 立ち上げる事業（商品、サービス含む）においては、差別化すべきブランド価値を如何に規定し,ステークホールダーに効率良く伝えることによって、競争力あるポジションをどう獲得していくかが大きな課題となる。 本講義では事業（商品、サービス含む）のブランド価値規定、体系構築、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、戦略策定と実行方法について事例を基に議論を深めることを目的とする。講座においては実際のビジネスで起き得る現象や組織の力学等も踏まえた視点を取り入れ、理論的な理解をベースとした上で、実践的な議論を行うこととととする。 ＜授業方法＞ 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、日本伝統ブランド、新規起業ブランド、事業継承企業ブランド等）から講師を招聘して行う。 ＜評価＞ 平常点（出席率＆討論への参加状況）60点とレポート40点による総合評価とし、60点以上を合格点とする。 ＜教科書・参考書＞ 教科書の指定はしない。参考書「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。その他授業テーマに即して紹介する。 ＜講義スケジュール＞　全15回 ①：オリエンテーション　（授業計画の説明） ②：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） ③：マーケティング3.0の考え方(講義と討論) ④：ブランド体系と戦略策定：（事例紹介と討論） ⑤：持続的ブランドマネジメント戦略：（事例紹介と討論） ⑥～⑭：各種事例：外部講師による事例紹介（具体的戦略を元に討論） ⑮：総括（討論とまとめ）	【教員】 野口恭平

シラバス（講義概要）

授業科目の名称	グローバル・マネジメント　（科目コード： 132）		
配当年次	１・２年次	配当学期	後期
年間開講数	１回	単位数	２単位
必修・選択等の別	選択	授業の方法	講義と討論

授 業 科 目 の 内 容	備　　考
＜講義内容＞ 　ビジネスのグローバル化が進む中、ブランド構築に向けた海外拠点、海外パートナーとの効果的、効率的な協働は大きな課題である。各拠点において正しくブランド(企業、商品、サービス）活動を展開していくには、一貫したブランド戦略によるビジネス推進が必要となる。 本講義では、「グローバルにブランド構築を効率よく行うためのマネジメントのありかた」を題材に、海外拠点、海外パートナーと如何に協働し、どのようにマネジメント又はコーディネーションを行い事業課題を達成させるべきか、またそこに必要なグローバルビジネススキル等においても課題を探りその解決策についての議論を深めることを目的とする。 　本講義でのグローバルマネジメントとは、自国(日本）と海外の一カ国、又は数カ国との仕事を意味し、日本を基点とした時、海外拠点、海外パートナーをどうマネジメントすべきか、という実践的な論議を行うと同時に、日本国内のビジネスにおいて参考になる点もクローズアップさせていく。 ＜授業方法＞ 　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（業種、地域）から講師を招聘して行う。 ＜評価＞ 　平常点（出席率＆討論への参加状況）60点とレポート40点による総合評価とし、60点以上を合格点とする。 ＜教科書・参考書＞ 　教科書の指定はしない。参考書「グローバルマーケテイングイノベーション」藤澤武史編著、同文館出版　「多国籍企業とグローバルビジネス」林倬史 古井仁編著税務経理協会　「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）パンガジ･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、等その他授業テーマに即して紹介する。 ＜講義スケジュール＞　全15回 　① オリエンテーション　（授業計画の説明） 　② グローバルビジネス：”求められるスキル”（講義と討論） 　③ 多国籍企業の類型とグローバルマーケティングの課題（講義と討論） 　④ グローバルとローカルのバランス(事例紹介と討論） 　⑤ 文化の違いに影響される業種（事例紹介と討論） 　⑥ 中国でのブランド戦略(外部講師：事例紹介） 　⑦ ブラジルにおけるブランド戦略（外部講師：事例紹介） 　⑧ ～⑭各種事例：外部講師による事例紹介（具体的戦略を元に討論） 　⑮：総括（討論とまとめ）	【教員】 野口恭平

シラバス（講義概要）

授業科目の名称	コミュニケーション戦略		（科目コード： 133）
配当年次	１年次・２年次	配当学期	前期
年間開講数	１回	単位数	２単位
必修・選択等の別	選択	授業の方法	講義、討論

授　業　科　目　の　内　容	備　　考
＜講義概要＞ 　事業の推進には、多様なコミュニケーション活動が不可欠である。内外にわたるステークホルダーとの連携を高め情報を共有するための戦略、そして施策の展開に向けての理論と実務について学ぶ。とくにCSRコミュニケーションやレピュテーション戦略、事業のメディア化など、これからの事業展開にふさわしいコミュニケーション戦略への視点と知識を磨く。 ＜授業方法＞ 　授業は講義と討論の併用で、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。事例研究においては、ゲスト講師による講義と討論を含む。 ＜評価＞ 　平常点（講義・討論への参加状況）50点とレポート50点による総合評価とし、60点以上を合格点とする。 ＜教科書・参考書＞ 　教科書は特に指定しない。参考書として猪狩・上野他『CC戦略の理論と実際』（同友館、2008）、P.アルジェンティ著、北村訳『デジタル・リーダーシップ』（マグロウヒル）、その他授業テーマに即して紹介する。 ＜講義スケジュール＞全15回 　①　オリエンテーション（授業計画の説明） 　②～③　コミュニケーションの理論（講義　コーポレイト・コミュニケーション） 　④～⑤　コミュニケーションの理論（講義　コミュニケーション戦略の多様化） 　⑥～⑦　事例研究と討論（事業構想とコミュニケーション①） 　⑧～⑨　事例研究と討論（事業構想とコミュニケーション②） 　⑩～⑪　課題解決と討論（コミュニケーション・マネジメント①） 　⑫～⑬　課題解決と討論（コミュニケーション・マネジメント②） 　⑭～⑮　まとめ（これからのコミュニケーション戦略） ※キーワード：ステークホルダー、CSRコミュニケーション、合意形成、ネットワーク	【教員】 上野征洋

シラバス（講義概要）

授業科目の名称	ＰＲ／ＩＲ　（科目コード： 134）		
配当年次	１年次・２年次	配当学期	後期
年間開講数	１回	単位数	２単位
必修・選択等の別	選択	授業の方法	講義と事例研究・発表および討論

授　業　科　目　の　内　容	備　　考
＜講義概要＞ PR（パブリックリレーションズ）は、構想した事業と社会との間、あるいは特定のステークホルダーとの間のコミュニケーション活動をつかさどる戦略的な手法である。事業の構想を深める上で必要な広聴と、構想した事業を展開する上で必要な広報についての理論と実務を修得し、メディアの多様化に伴う新たな展開について議論する。さらに、IR（インベスターリレーションズ）の重要性を学び、構想事業をエンジェルやベンチャーキャピタルなどの投資家に理解してもらい、出資につなげるためのコーポレートストーリー作成の基礎を実践的に学ぶ。IRを理解するために必要な最低限の企業財務（コーポレートファイナンス）の基礎理論にも触れる。事業構想を実社会で実現するに必要なＰＲとＩＲの両輪を、事業構想家に必要なコミュニケーション戦略として位置づけ学習する。 ＜授業方法＞ 授業は講義と討論の併用で、受講生の関心領域に基づくケーススタディなどの課題提示と全員参加型の発表・討論も行う。中間と最終のタイミングで簡単なレポートの提出を求めるが、それぞれ授業の中で受講者の発表を通じてブラッシュアップしていけるものとする。 ＜評価＞ 平常点（出席状況と発表・討論への参加状況）50点とレポート（中間と最終の2回）50点による総合評価とし、60点以上を合格とする。 ＜教科書・参考書＞ 柴山慎一著『コーポレートコミュニケーション経営』（東洋経済新報社、2011）、佐藤淑子著『IR戦略の実際』（日経文庫）　そのほか、授業テーマに即して紹介する。 ＜講義スケジュール＞全15回 ①オリエンテーション（授業計画の説明と全体を通して伝えたいキーメッセージ） ②PR戦略の理論と実務（顧客対応） ③同（メディア対応） ④同（社員対応） ⑤同（社会対応） ⑥事例研究と討論（問題提起型PR、ブーメラン効果） ⑦事例研究と討論（ニュースリリース作成） ⑧企業財務の基礎（その１：B/S、P/Lと資本コスト） ⑨企業財務の基礎（その２：キャッシュフローと企業価値） ⑩IR戦略の理論と実務（アナリスト対応） ⑪同（投資家対応） ⑫コーポレートストーリー（投資家向け事業計画のあり方） ⑬コーポレートストーリー（策定・発表に向けて） ⑭コーポレートストーリー（発表と討論） ⑮コーポレートストーリーの発表と総括	柴山慎一

シラバス（講義概要）

授業科目の名称	広告・プロモーション　（科目コード： 135）		
配当年次	１年次・２年次	配当学期	前期
年間開講数	１回	単位数	２単位
必修・選択等の別	選択	授業の方法	講義

授　業　科　目　の　内　容	備　　考
＜講義概要＞ 　事業構想を成功させるためには、事業の対象者にその理念、魅力、価値を提示し、理解と共感を得て、顧客となる人および企業の獲得を行うことが必須となる。広告・プロモーションの最先端情報を取材、分析、研究する中から、事業を新たに始める院生に向けた本領域のエッセンスを凝縮して提示し、適宜、実務家をゲストに招聘し、この先の市場を見据えた議論を実施する。事業構想に欠かせないクリエイティビティを養成し、またその手がかりを習得しながら、顧客視点の構想を実現するための一助としてもらいたい。 ＜授業方法＞ 　教員による講義、ゲストによる事例報告、広告・プロ−モ−ションの手法指導、顧客獲得のためのアイデア開発、ワークショップを実施する。1回2コマの隔週授業を予定。 ＜評価＞ 　積極的な授業参加および自身の構想における広告・プロモーション計画作成（フォーマットはＡ4・1枚） ＜教科書・参考書＞ 　「宣伝会議」「販促会議」「「売れるロジックの見つけ方」「ブレイクスルー」など宣伝会議発行の書籍（図書館にあります） ＜講義スケジュール＞ 　第1回 構想を伝える　広告・プロモーション戦略立案と実行 　第2回　対象者を知る　顧客・消費者・市場分析の方法と研究 　第3回　広告戦略を立てる　コンセプト開発、戦略立案とワークショップ 　第4回　クリエイティブ戦略を立てる　クリエイティブ（広告、販促表現）開発とワークショップ 　第5回　事業構想を表現する　コンセプトワーク、ネーミング、コピーライティング 　第6回　売るためのアイデア　顧客心理の理解と顧客開発、販売促進、セールスコピー 　第7回　メディアを使う　　対象顧客層との接点、メディア特性研究、アプローチ方法 　第8回　事例に学ぶ　　新商品をヒットさせた企業の広告事例を自身の構想に落とし込む	【教員】 田中里沙

シラバス（講義概要）

授業科目の名称	M＆A／組織変革		（科目コード： 136）
配当年次	Ｉ・２年次	配当学期	後期
年間開講数	１回	単位数	２単位
必修・選択等の別	選択	授業の方法	講義と討議

授 業 科 目 の 内 容	備　　考
＜講義概要＞ 　持続的成長は企業にとって永遠のテーマである。持続的に存続し成長を遂げてゆくために組織は自己変革し続けなければならない。当講義では組織が自己変革をし続けるための方法論や実践的要諦を、企業の経営変革に携わった経験や多くの経営者との対話から得られた知見から解き明かす。そこにおいて、企業の成長戦略において「Ｍ＆Ａ」は必要不可欠な経営アジェンダである。業界内の生き残り、グローバル化の加速、新規領域への展開等あらゆる成長局面で企業の合従連衡は今後益々盛んになる傾向にある。本講義においては、持続的成長のための組織変革、自己変革し続けるためのメカニズムと実践的要諦を基調としながら、成長戦略の個別テーマであるM&Aについて、基本的プロセスの理解と形態別の実務的課題と処方箋を明らかにする。 ＜授業方法＞ 　講義、グループ討議、対話型セッション、外部講師による事例研究（ケース）等の多面的方法と取り入れる。 ＜評価＞ 　講義への参加態度40点とレポート60点の綜合評価で60点以上を合格とする。 ＜教科書・参考書＞ 　原則オリジナルテキストを使用。以下は参考図書 松江英夫「持続的成長への挑戦：組織の自己変革力とは何か：ダイヤモンドオンラインにおいて連載：全２０回」及び、経営変革論に関する自著の書籍・・ダイヤモンド社より2015年6月出版予定）」 松江英夫他「クロスボーダーＭ＆Ａ成功戦略」（ダイヤモンド社 2012年） 松江英夫著「ポストＭ＆Ａ成功戦略」（ダイヤモンド社 2008年） ＜講義スケジュール＞全１５回 （概要講義） 　①：イントロダクション（本講義の進め方と問題意識の共有） 　②～⑤：持続的成長に向けた組織変革の実践論（「変革フレームワーク」等による方法論） 　（トピック別実践解説） 　⑥～⑨：Ｍ＆Ａの基本プロセス（戦略、デューデリジェンス、交渉、スキーム策定、バリューション等） 　⑩～⑬：Ｐｏｓｔ Ｍ＆Ａ（ＰＭＩ）及び組織変革マネジメント 　（全体総括） 　⑭～⑮：持続的成長に向け自己変革可能な組織とは何か （講義の一部においては、当該テーマに関連する一流の経営者及び実務家を外部講師として招聘し、講義及び対論形式で受講者と実践的議論を展開する予定。講師により内容は追加・変更する可能性あり）	【教員】 松江英夫

シラバス（講義概要）

授業科目の名称	リスクマネジメント		（科目コード： 137）
配当年次	１・２年次	配当学期	前期
年間開講数	１回	単位数	２単位
必修・選択等の別	選択	授業の方法	講義

授 業 科 目 の 内 容	備　　考
＜講義概要＞ 企業をとりまく危機は、不祥事、カントリー・リスク、金融リスクから天災まで実に多様であり、そのリスクへの対処は経営者の力量が問われる場面でもある。現代の経営をとりまくリスクとその予防や対処法を研究し、ノウハウを磨く。またBCP（事業継続計画）の作り方や社内での情報共有など、これからの危機管理のあり方への知識を深める。 ＜授業方法＞ 担当教官による講義/外部講師による講義/学生のグループ演習（事例研究） ＜評価＞ 平常点（出席状況と討論への参加状況）50点とレポート50点による総合評価とし、60点以上を合格点とする。 ＜教科書・参考書＞ 教科書は指定しない。参考書は随時紹介する。 ＜講義スケジュール＞全15回 担当：丸山満彦 ①　　オリエンテーション ②～⑤　事業継続計画、事業継続管理 担当：田中正博 ⑥～⑨　「企業を守るリスクマネジメントの基本知識 ⑩～⑫　演習「ケーススタディーこんな時、どう対応する？」 ⑬～⑭　演習「模擬記者会見」 ⑮　　まとめ	【教員】 田中正博 丸山満彦

シラバス（講義概要）

授業科目の名称	事業構想演習（上野ゼミ）　（科目コード： 201）		
配当年次	２年次	配当学期	前期
年間開講数	１回	単位数	２単位
必修・選択等の別	選択必修	授業の方法	演習

授　業　科　目　の　内　容	備　　考
＜講義概要＞ 　事業構想における社会認識、企業の社会的責任やサスティナビリティを保全するCSRコミュニケーションなど今日的なテーマ設定による演習を行なう。基本的には院生の研究テーマと課題、関心領域に対応する方式で、院生の主体的な参加と問題意識によって進める。 ＜授業方法＞ 　院生によるテーマ設定、テーマへのアプローチ、事業構想と社会変動、ステークホルダーの考え方などの発表を行ない、全員参加の討論とコメントによって検討してゆく。内容は主に事例研究とし、発表のレジメ、パワーポイントなどは共有財産として活用する。また事業構想の内容が明確な院生には個別指導も行なう。 ＜教科書・参考書＞ 　とくに指定しない。テーマや分野における必要性に応じて適宜紹介する。 ＜講義スケジュール＞全15回 ①　ガイダンス 　　（教員からの概要説明。全員参加によるテーマ設定と前期演習計画の策定） ②　各自の個別テーマと事業構想、調査計画などのすりあわせ ③～⑬　演習（院生による事例発表と全員参加の討議） ⑭　討議（院生による総括議論） ⑮　総括講義（今後の方向性について）	【教員】 上野征洋

シラバス（講義概要）

授業科目の名称	事業構想演習（上野ゼミ）		（科目コード： 201）
配当年次	２年次	配当学期	後期
年間開講数	１回	単位数	２単位
必修・選択等の別	選択必修	授業の方法	演習

授　業　科　目　の　内　容	備　　考
＜講義概要＞ 　後期のゼミは各自の「事業構想計画書」の作成を中心にすすめる。事業構想の内容は院生の独自性、個別性を重視するが、視点としては、「事業構想とステークホルダー」、すなわち各自の事業構想における社会関係や人的資源、ネットワークづくりなどから検討してゆく。具体的なすすめ方としては、次の３点を重視する。 ①事業構想の組み立て方、社会的意義の検証、 ②多様な視点、アプローチ手法の検討 ③議論を通じて構想力や計画書作成スキルの向上 ＜授業方法＞ 　前期に準じる（前期シラバス参照） ＜講義スケジュール＞全15回 　①　後期ガイダンス（全員参加による後期演習計画の策定） 　②　各自の個別テーマと事業構想、調査計画などのすりあわせ 　③～⑬　演習（院生による事業構想の発表と全員参加の討議） 　⑭　討議（院生による事業構想計画書最終案の発表） 　⑮　総括講義	【教員】 上野征洋

シラバス（講義概要）

授業科目の名称	事業構想演習（岩田ゼミ）		（科目コード： 202）
配当年次	２年次	配当学期	前期
年間開講数	１回	単位数	２単位
必修・選択等の別	選択必修	授業の方法	演習

授　業　科　目　の　内　容	備　　考
＜講義概要＞ 　環境、エネルギー、資源、人材、気候変動、災害、格差、金融、健康等々については既に多数の論説や警鐘が提示されている。そうした論評を超えて課題の本質を理解するための基礎を学び、予見出来ない将来に新たな可能性を拓くタフでやわらかな知力を磨く。 ＜授業方法＞ 　ゼミ参加者の目標にそって共通の文献を選択し、輪読を通して自身の将来展開のための知的基盤を構築する。 ＜評価＞ 　評価基準は、参加者全員での討議を通して設定する。 ＜教科書・参考書＞ 　国連大学包括的「富」報告書（Inclusive Wealth Report 2012, 2014）、学びの構造（佐伯胖）他 ＜講義スケジュール＞15 回 　※キーワード：デザイン論、推論、データ、環境、エネルギー	【教員】 岩田修一

シラバス（講義概要）

授業科目の名称	事業構想演習（岩田ゼミ）		（科目コード： 202）
配当年次	２年次	配当学期	後期
年間開講数	１回	単位数	２単位
必修・選択等の別	選択必修	授業の方法	演習

授　業　科　目　の　内　容	備　　考
＜講義概要＞ 　前期の学習を基にして、時代の要請を先導するような新規産業パラダイム創出につながるプロジェクトについての企画提案書をまとめる。 ＜授業方法＞ 　ゼミ参加者自身の新たな事業構想に関する発表と討議を軸に、必要に応じて担当教官／外部講師による講義を加え、それぞれの構想に生命力を吹き込む。 ＜評価＞ 　評価基準は、参加者全員での討議を通して設定する。 ＜教科書・参考書＞ 　それぞれの議論の進捗状況に応じて、適宜、紹介する。 ＜講義スケジュール＞15回	【教員】 岩田修一

シラバス（講義概要）

授業科目の名称	事業構想演習（根来・村山ゼミ）		（科目コード： 203）
配当年次	２年次	配当学期	前期
年間開講数	1回	単位数	２単位
必修・選択等の別	選択必修	授業の方法	演習

授 業 科 目 の 内 容	備　　考
＜講義概要＞ 目覚ましい進歩を遂げる医学全般と新しい医療福祉制度の可能性に対する理解を深め、時代に即したメディカルビジネス分野の事業を推進する力をつけるため、今日的なテーマ設定による演習を行う。実現可能な医学・医療制度領域での事業構想を計画・実践することを目標とし、院生の医学・医療制度に対する基礎力を向上させ、院生の研究テーマと課題、関心領域に対応する形で、院生の主体的な参加によって演習を進める。 ＜授業方法＞ 院生が中心となって、医学全般・メディカルビジネス・少子高齢化社会・医療制度に対する考え方、アプローチ法などの発表を行い、全員参加型の討論とコメントにより、新たな着眼点から事業構想をまとめていく。一方で、適宜外部講師を招聘し、実務的な観点での討論も積極的に行う。これらを通して、院生によるテーマ設定、テーマへのアプローチに磨きをかけ、斬新かつ実現可能な事業構想計画を導き出す。発表のレジメ、スライドなどはデータ化して院生全体の共有財産として活用していく。また、研究報告に際してこの領域を選択した院生については個別指導を行う。 ＜教科書・参考書＞ 『身体革命』他、必要に応じて適宜紹介していく。 ＜講義スケジュール＞全15回 ①　ガイダンス（授業計画の説明と議論） ②～⑭　演習（院生による事業構想企画のための基礎的発表と全員参加型の討議） ＆ゲスト講師を交えた議論 ⑮　討議（前期演習の課題整理、中間総括） 前期はボストンとネットを介した演習講義の予定 ※キーワード：メディカルビジネス、少子高齢化社会、最先端医学、抗加齢医学、 生命科学、医療経済、医療保険	【教員】 根来秀行 村山貞幸

シラバス（講義概要）

授業科目の名称	事業構想演習（根来・村山ゼミ）		（科目コード： 203）
配当年次	２年次	配当学期	後期
年間開講数	1回	単位数	２単位
必修・選択等の別	選択必修	授業の方法	演習

授 業 科 目 の 内 容	備　　考
＜講義概要＞ 目覚ましい進歩を遂げる医学全般と新しい医療福祉制度の可能性に対する理解を深め、時代に即したメディカルビジネス分野の事業を推進する力をつけるため、今日的なテーマ設定による演習を行う。実現可能な医学・医療制度領域での事業構想を計画・実践することを目標とし、院生の医学・医療制度に対する基礎力を向上させ、院生の研究テーマと課題、関心領域に対応する形で、院生の主体的な参加によって演習を進める。 ＜授業方法＞ 院生が中心となって、医学全般・メディカルビジネス・少子高齢化社会・医療制度に対する考え方、アプローチ法などの発表を行い、全員参加型の討論とコメントにより、新たな着眼点から事業構想をまとめていく。一方で、適宜外部講師を招聘し、実務的な観点での討論も積極的に行う。これらを通して、院生によるテーマ設定、テーマへのアプローチに磨きをかけ、斬新かつ実現可能な事業構想計画を導き出す。発表のレジメ、スライドなどはデータ化して院生全体の共有財産として活用していく。また、研究報告に際してこの領域を選択した院生については個別指導を行う。 ＜教科書・参考書＞ 『身体革命』他、必要に応じて適宜紹介していく。 ＜講義スケジュール＞全15回 ⑯　後期ガイダンス（演習計画の確認） ⑰～㉘演習（院生による構想企画に基づく発表と討論）＆ゲスト講師を交えた議論 ㉙　事業構想企画討議（院生による統括議論） ㉚　統括講義 ※キーワード：メディカルビジネス、少子高齢化社会、最先端医学、抗加齢医学、 生命科学、医療経済、医療保険	【教員】 根来秀行 村山貞幸

シラバス（講義概要）

授業科目の名称	事業構想演習（天明ゼミ）		（科目コード： 204）
配当年次	２年次	配当学期	前期
年間開講数	１回	単位数	２単位
必修・選択等の別	選択必修	授業の方法	演習

授　業　科　目　の　内　容	備　　考
＜講義概要＞ 小職は長年の経営指導経験の中で、事業の成果は以下の式で表せると考えるようになった。 「経営の成果」＝「戦略」×「人間力」×「運」 経営戦略が大事なことは言うまでもないが、いくら「戦略」が良くても「人間力」が高くないと信用が得られない。また戦略と人間力が高くとも「運」が味方しないことには成功は難しい。そして「運」は「人間力」に大きく左右される。 本演習のテーマである「事業の継承・発展」は後継者の選定・育成から始まり経営理念・事業戦略・組織文化の継承・発展に加え、経営権の集中や相続対策など多岐にわたるが、本演習では人間力の開発を軸に置く。また、同族会社の事業継承者にあっては創業者・先代の人徳・家徳の継承・発展を考えて頂く。「事業の継承は家の継承」であり、徳の継承は経営力の継承と密接に関わるからだ。 ＜授業方法＞ 前期では人間力診断を始めとし、発展する企業のケースから事業継承・発展の成功要因を講義や討論により探り出すと共に、自社の経営実態分析及び院生による研究発表・討論を通じて事業継承と発展のあり方を考える。 ＜評価＞ 講義への参加態度30点と研究・発表内容70点の綜合評価とし60点以上を合格とする。 ＜教科書・参考書＞ 教科書は使わない。参考書はその都度指示する。 ＜演習スケジュール＞前期15回 ①～②　自社の経営実態分析（経営構造、市場・製品戦略、地域貢献戦略、組織風土、マネジメントシステム） ③～⑦　自身の人間力診断 ⑧～⑩　自社を取り巻く環境評価 ⑪～⑬　成功経営者にみる事業継承の成功要因の研究 ⑭～⑮　自社と自分の改善課題の整理	【教員】 天明茂

シラバス（講義概要）

授業科目の名称	事業構想演習（天明ゼミ）		（科目コード： 204）
配当年次	２年次	配当学期	後期
年間開講数	１回	単位数	２単位
必修・選択等の別	選択必修	授業の方法	演習

授　業　科　目　の　内　容	備　　考
＜講義概要＞ 小職は長年の経営指導経験の中で、事業の成果は以下の式で表せると考えるようになった。 「経営の成果」＝「戦略」×「人間力」×「運」 経営戦略が大事なことは言うまでもないが、いくら「戦略」が良くても「人間力」が高くないと信用が得られない。また戦略と人間力が高くとも「運」が味方しないことには成功は難しい。そして「運」は「人間力」に大きく左右される。 本演習のテーマである「事業の継承・発展」は後継者の選定・育成から始まり経営理念・事業戦略・組織文化の継承・発展に加え、経営権の集中や相続対策など多岐にわたるが、本演習では人間力の開発を軸に置く。また、同族会社の事業継承者にあっては創業者・先代の人徳・家徳の継承・発展を考えて頂く。「事業の継承は家の継承」であり、徳の継承は経営力の継承と密接に関わるからだ。 ＜授業方法＞ 後期では経営理念を継承・進化させるとともに、事業のコンセプトとビジネスモデルを創造し中長期経営計画にまとめる。加えて、この実現に向けて自身の経営力開発計画を固める。また、この経営力開発に当たっては、自身のＤＮＡや環境因子に眠る成功因子を顕在化するために家系分析の手法を用いて自己分析を行って頂く。 ＜評価＞ 講義への参加態度30点と研究・発表内容70点の綜合評価とし60点以上を合格とする。 ＜教科書・参考書＞ 教科書は使わない。参考書はその都度指示する。 ＜演習スケジュール＞後期15回 ①～③　経営理念の継承と進化 ④～⑥　事業コンセプトとビジネスモデルの創造 ⑦～⑨　家系分析の実施と経営能力の開発計画の策定 ⑩～⑫　資産承継計画と相続税対策 ⑬～⑮　中長期経営計画のまとめ	【教員】 天明茂

シラバス（講義概要）

授業科目の名称	事業構想演習（小塩ゼミ）		（科目コード： 205）
配当年次	２年次	配当学期	前期
年間開講数	1回	単位数	２単位
必修・選択等の別	選択必修	授業の方法	演習

授 業 科 目 の 内 容	備　　考
＜講義概要＞ 本ゼミの目的は、「クリエイティブな発想で未来思考のアイデアづくり」を行うことである。アイデア開発に徹底的に拘り、未来を見据えた事業を構想する。クリエイティビティを最大限に高めるために、未来学やアイデア発想法、エスノグラフィ、インクルーシブデザインなどの多角的な発想・着想方法に挑戦する。豊かなアイデアの基盤を構築するために、最先端の科学技術やビジネスモデル、ITなどの知見を効果的に吸収し、アイデアを飛躍させる。また、想像力を強化するために、事業分野における未来シナリオの構築も行う。 ＜授業方法＞ 話題提供と自由な対話形式で、出来る限りのアイデア発想が行える環境を設計する。情報提供は、講義だけでなく、SNSなどを通じて出来る限り頻繁に行う。参加者の要望に応じて、クリエイター、各種専門家等をゼミに招聘し、議論を行う。興味のある学生は、特定企業の事業構想を行う実践型の演習や未来学やクリエイティブ工学の研究プロジェクトなどに、積極的に参画して頂く。酒井ゼミとの合同合宿も企画中。 ＜教科書・参考書＞ 必要に応じて適宜紹介する。 ＜講義スケジュール＞ ①　ガイダンス（ゼミの趣旨と実施内容の説明） ②～⑪　演習（創造性を刺激する話題提供とアイデア開発） ⑫～⑮　アイデアプレゼンテーション SNS等でも継続的に対話を行う。	【教員】 小塩篤史

シラバス（講義概要）

授業科目の名称	事業構想演習（小塩ゼミ）		（科目コード： 205）
配当年次	２年次	配当学期	後期
年間開講数	1回	単位数	２単位
必修・選択等の別	選択必修	授業の方法	演習

授 業 科 目 の 内 容	備　　考
＜講義概要＞ 　後期ゼミの目的は、「リサーチマインドを持って、最先端かつ持続的な事業構想」を行うことである。事業構想の実現には、徹底した情報収集と事業の研究、フィールドリサーチが不可欠である。情報収集・フィールドリサーチを行い、徹底した顧客目線に立つことで、事業を進化させることが出来る。ワークショップの開催や定量的なアンケート調査、インタビュー調査、デスクリサーチ、デジタルフィールドリサーチ、プロトタイピング、さらには自然言語処理やビッグデータ活用、シミュレーションなども加えて、徹底的に顧客に近づき、実験を繰り返して、事業を革新的なものに磨き上げていく。 ＜授業方法＞ 　事業構想の根拠を問う生産的な批評と改善のための議論を中心に据える。院生同士の議論も重要なリサーチである。積極的な参加と発言が全員の事業構想を磨き上げることになる。リサーチの実施にあたっては適宜個別にフォローを行い、事業構想の根拠と構想への確信づくりを支援する。また、外部の方をお招きし、ユーザー目線や投資家目線で議論をしていただき、事業構想を向上させる。酒井ゼミとの合同ゼミなども企画中。 ＜教科書・参考書＞ 　必要に応じて適宜紹介する。 ＜講義スケジュール＞ 　①　ガイダンス（ゼミの趣旨と実施内容の説明） 　②～⑤　フィールドリサーチの基本と計画立案 　⑥～⑦　情報収集とリサーチの実施 　⑧～⑨　リサーチ内容の確認 　⑩～⑮　事業構想計画書策定 SNS等でも継続的に対話を行う。リサーチの実施や計画書作成に関しても、適宜個別に対応する。	【教員】 小塩篤史

シラバス（講義概要）

授業科目の名称	事業構想演習（竹安ゼミ）	（科目コード： 206）	
配当年次	２年次	配当学期	前期
年間開講数	1回	単位数	２単位
必修・選択等の別	選択必修	授業の方法	演習

	備　　考
〈講義概要〉 仮説は崩れる――。新規事業の立ち上げには無数の壁が立ちはだかる。経験上、起案の９割以上が起業以前に消失するといっても過言ではない。起業にこぎつけたとしても、その先には期待を裏切る幾多の困難が待ち受けている。社内起業において求められる既存事業とのシナジーや、社内リソースの有効活用にも課題は多い。往々にして生まれる大小の抵抗勢力との摩擦や軋轢は、前進を阻む要因となる。会社側もまた、社員に新規事業開発を促す一方、既存事業からのリソースシフトに逡巡するきらいがある。むろん、市場環境や業界慣習などの外的要因が阻害要因となることは言うまでもない。こういった、社内外の無数の壁を打破することこそが、新規事業を軌道に乗せる条件ともいえる。阻害要因を取り除くための知恵、外部ネットワークの構築とその活用術などを、演習の中心となるアクションラーニング、教員や外部講師の経験的知見によるケーススタディを踏まえた議論の中で体得し、院生それぞれの経営理念を形成する演習としたい。 〈授業方法〉 院生による構想発表と討論によるアクションラーニング、および教員や外部講師の経験的知見によるケーススタディを織り交ぜ、双方向コミュニケーションを重視し、実践を見据えた演習とする。 〈評価〉 演習への主体的参加状況（６０点）と事業構想計画のアウトプット（４０点）による総合評価とし、７０点以上を合格とする。 〈教科書・参考書〉 ケーススタディを題材にしたオリジナルテキスト（.ppt）を使用する。 〈講義スケジュール〉	【教員】 竹安　聡

第１週		第２週	
①オリエンテーション （前期演習計画の確認）		②アクションラーニングⅠ	③ケーススタディ （介護サービス事業）
第３週		第４週	
④アクションラーニングⅡ	⑤ケーススタディ （インド配線器具事業）	⑥アクションラーニングⅢ	⑦ケーススタディ （中国内装設備事業）
第５週		第６週	
⑧アクションラーニングⅣ	⑨ケーススタディ （スマートタウン事業）	⑩外部講師講演Ⅰ	⑪アクションラーニングⅤ
第７週		第８週	
⑫第１回進捗発表会	⑬第１回進捗発表会 講評	⑭アクションラーニングⅥ	⑮アクションラーニングⅦ

シラバス（講義概要）

授業科目の名称	事業構想演習（竹安ゼミ）		（科目コード： 206）
配当年次	２年次	配当学期	後期
年間開講数	1回	単位数	２単位
必修・選択等の別	選択必修	授業の方法	演習

	備　　考
〈講義概要〉 仮説は崩れる――。新規事業の立ち上げには無数の壁が立ちはだかる。経験上、起案の９割以上が起業以前に消失するといっても過言ではない。起業にこぎつけたとしても、その先には期待を裏切る幾多の困難が待ち受けている。社内起業において求められる既存事業とのシナジーや、社内リソースの有効活用にも課題は多い。往々にして生まれる大小の抵抗勢力との摩擦や軋轢は、前進を阻む要因となる。会社側もまた、社員に新規事業開発を促す一方、既存事業からのリソースシフトに逡巡するきらいがある。むろん、市場環境や業界慣習などの外的要因が阻害要因となることは言うまでもない。こういった、社内外の無数の壁を打破することこそが、新規事業を軌道に乗せる条件ともいえる。阻害要因を取り除くための知恵、外部ネットワークの構築とその活用術などを、演習の中心となるアクションラーニング、教員や外部講師の経験的知見によるケーススタディを踏まえた議論の中で体得し、院生それぞれの経営理念を形成する演習としたい。 〈授業方法〉 院生による構想発表と討論によるアクションラーニング、および教員や外部講師の経験的知見によるケーススタディを織り交ぜ、双方向コミュニケーションを重視し、実践を見据えた演習とする。 〈評価〉 演習への主体的参加状況（６０点）と事業構想計画のアウトプット（４０点）による総合評価とし、７０点以上を合格とする。 〈教科書・参考書〉 ケーススタディを題材にしたオリジナルテキスト（.ppt）を使用する。 〈講義スケジュール〉	【教員】 竹安　聡

第１週		第２週	
①オリエンテーション （後期演習計画の確認）		②アクションラーニングⅧ	③ケーススタディ （店舗ソリューション事業）
第３週		第４週	
④アクションラーニングⅨ	⑤ケーススタディ （アグリビジネス）	⑥ソリューション事例研究Ⅰ	⑦アクションラーニングⅩ
第５週		第６週	
⑧ソリューション事例研究Ⅱ	⑨アクションラーニングⅩⅠ	⑩外部講師講演Ⅱ	⑪アクションラーニングⅩⅡ
第７週		第８週	
⑫第２回進捗発表会	⑬第２回進捗発表会 講評	⑭アクションラーニングⅩⅢ	⑮アクションラーニングⅩⅣ

シラバス（講義概要）

授業科目の名称	事業構想演習（酒井ゼミ）		（科目コード： 207）
配当年次	２年次	配当学期	前期
年間開講数	1回	単位数	２単位
必修・選択等の別	選択必修	授業の方法	演習

	備　　考
○ゼミの理念 　自らの心身を公器とし、仲間とともに、この人類社会に大きなインパクトを生み出す。そして、深い喜びにあふれた人生をおくる。 ○学習アプローチ 　（１）火種の発見：自分は何者なのか？ 事業構想の要は「意志」である。その「意志」を固めることは、実は、容易ではない。本ゼミでは、自らが、いかなる「意志」を持っているのか、それを正しく理解すること（search inside yourself）を重視する。アプローチとして、特定の宗教や神秘性とは無関係な「瞑想（mindfullness）」を採用し、自らが経験によって積み上げてきた逃避型メンタルモデルからの解放を目指す。 　（２）火種への着火：自分に足りていないリソースはなにか？ 「意志」が見えてくると、自分には、それを実現するために必要なリソース（ヒト、モノ、カネ）が全く足りていないことが明確になる。本ゼミは、こうした足りないリソースを確保するための実務面（主にアイディア提供と人脈紹介）を相互にサポートする。ビジネスモデルの構築にとどまらず、事業の初期段階を動かすところまでを成果物としたい。事業構想の内容によっては、資金確保のための相談にも応じる。 　（３）火に油を注ぐ：仲間を増やすために 「意志」が固まり、その実現に向けて動き出したら、最後に見えてくるのは仲間の重要性である。そもそも、他者に自らの「意志」を正しく理解してもらえれば、仲間は自然と集まってくるものである。しかし現実には、この段階をクリアできる実務家は少ない。課題は、実現したい世界観に関するコミュニケーションにある。言葉を整えるということは、心を整えることでもある。本ゼミでは、情緒に訴える表現についても学ぶ。 ○ゼミの進め方 ・ 各回のゼミは、院生の構想に関する対話を中心とする ・ 小塩ゼミ（未来学）との共同ゼミ合宿を企画中 ○成績評価 　ゼミの仲間の事業構想への「貢献」を評価する。このため、出席は大事なので、やむを得ない場合を除いて、できるだけ出席してもらいたい。 ○履修上の注意 　本ゼミを選択する場合は、私の「組織と人材」を受講済であることを推奨する。また、５年以上の実務経験を推奨する。 ○院生へのメッセージ 　起業したいと考えている院生はもちろん、既存の組織において（いずれは）経営者として活躍したいと考えている院生にも、ぜひ参加していただけたらと思います。基本的には、この社会において重要な責任を引き受けていきたいと考えていることが、ゼミ参加の必要条件です。また、このゼミの担当教授自身も、被災地をはじめとした日本の地方再生を推進する会社を起業しています。こうした活動にも興味を持ってくれていたら、個人的にはとても嬉しいです。 ○教科書 / 参考書 ・ 酒井穣，『リーダーシップでいちばん大切なこと』，日本能率協会マネジメントセンター，2011年3月16日 ・ 酒井穣，『幸せの経営学』，日本能率協会マネジメントセンター，2014年10月31日 ・ 酒井穣，『新版 これからの思考の教科書』，光文社（知恵の森文庫），2013年6月12日	【教員】 酒井穣

シラバス（講義概要）

授業科目の名称	事業構想演習（酒井ゼミ）		（科目コード： 207）
配当年次	２年次	配当学期	後期
年間開講数	1回	単位数	２単位
必修・選択等の別	選択必修	授業の方法	演習

	備　　考
【演習の内容は前期と同じ】 ○ゼミ担当教員プロフィール 株式会社BOLBOP代表取締役CEO（http://www.bolbop.com/）、フリービット株式会社非常勤取締役（人材戦略研究所・所長）、特定非営利活動法人NPOカタリバ理事、事業構想大学院大学・教授（人的資源管理論）、琉球大学・非常勤講師（キャリア論）。 1972年、東京生まれ。慶應義塾大学理工学部卒。Tilburg 大学 TIAS School for Business and Society 経営学修士号（MBA）首席（The Best Student Award）取得。同 TIAS School for Business and Society の25周年記念においては、スクールの発展に寄与した25人の VIP の中の1人に選出されている。 商社にて新事業開発、台湾向け精密機械の輸出営業などに従事。後、オランダの精密機械メーカーにエンジニアとして転職し、2000年にオランダに移住する。特許訴訟を機に知的財産権部に異動し、米国、日本、韓国における複数拠点同時の訴訟対応をはじめ、技術マーケティングや特許ポートフォリオの管理を担当する。オランダの柔軟な労働環境を活用して、知的財産権部での仕事に取り組みつつも、2006年末に各種ウェブ・アプリケーションを開発するベンチャー企業を創業し、最高財務責任者（CFO）としての活動を開始。南米スリナム共和国におけるアウトバウンド・コールセンターのアウトソース、開発リソースの中国とルーマニアからの調達や、オランダ、ドイツ、スイスにてマーケティング戦略を構築。さらに人事制度の構築、採用、人材育成などを担当。2008年には、母校 TIAS School for Business and Society のMBAプログラムにて臨時講義を受け持つ。2009年4月、8年8ヶ月間暮らしたオランダを離れ、フリービットに参画するために帰国。2013年、株式会社 BOLBOP の代表取締役CEOに就任。	【教員】 酒井穣

シラバス（講義概要）

授業科目の名称	事業構想演習（見並ゼミ）		（科目コード： 208）
配当年次	２年次	配当学期	前期
年間開講数	1回	単位数	２単位
必修・選択等の別	選択必修	授業の方法	演習

授 業 科 目 の 内 容	備　　考
＜講義概要＞ 　高齢化社会、そして少子化、女性の活躍の場づくりなど大きな変革が必要とされる日本。観光交流の拡大による地域活性化は、地域経済の活性化はもとより、観光は地域固有の資源の活用であることから、地域に生活する人々にそこに住むことの誇りと自信を与える。 　新しい国づくり、観光立国を支える観光産業や地域にとって、変革の時代の今新しい仕組みや人的ネットワークが必要である。この講義では、観光交流による地域の活性化を学びながら、マネージメント力向上や情感豊かな人間力育成を目的とする。 ＜授業方法＞ 　担当教員や外部講師による講義と討議。国内外の実践事例を元にした討議。演習とフィールドワーク。 ＜教科書・参考書＞ 　特に指定しない、必要に応じて紹介する。 ＜講義スケジュール＞ 　①　ガイダンス 　②～⑮　講義、院生による発表と討議	【教員】 見並陽一

シラバス（講義概要）

授業科目の名称	事業構想演習（見並ゼミ）		（科目コード： 208）
配当年次	２年次	配当学期	後期
年間開講数	1回	単位数	２単位
必修・選択等の別	選択必修	授業の方法	演習

授 業 科 目 の 内 容	備　　考
＜講義概要＞ 　高齢化社会、そして少子化、女性の活躍の場づくりなど大きな変革が必要とされる日本。観光交流の拡大による地域活性化は、地域経済の活性化はもとより、観光は地域固有の資源の活用であることから、地域に生活する人々にそこに住むことの誇りと自信を与える。 　新しい国づくり、観光立国を支える観光産業や地域にとって、変革の時代の今新しい仕組みや人的ネットワークが必要である。この講義では、観光交流による地域の活性化を学びながら、マネージメント力向上や情感豊かな人間力育成を目的とする。 ＜授業方法＞ 　担当教員や外部講師による講義と討議。国内外の実践事例を元にした討議。演習とフィールドワーク。 ＜教科書・参考書＞ 　特に指定しない、必要に応じて紹介する。 ＜講義スケジュール＞ 　⑯　後期ガイダンス 　⑰～㉚　院生による発表と討議 　実践事例の地域リーダーを交えたワークショップ形式で実施する。	【教員】 見並陽一

シラバス（講義概要）

授業科目の名称	事業構想演習（江端ゼミ）		（科目コード： 209）
配当年次	２年次	配当学期	前期
年間開講数	1回	単位数	２単位
必修・選択等の別	選択必修	授業の方法	演習

授 業 科 目 の 内 容	備　　考
＜講義概要＞ 　事業構想を行なうにあたり、色々な要素が必要となってくるが、マーケティング活動を企業の経営課題を解決する手段と捉えたときに本講義の本質が見えてくるであろう。本講義は主に前半で優れた事業構想を持つ会社（ビジョナリーカンパニー、エクセレント・カンパニー）の成功要因をケーススタディを通じて学び、後半では主に各人が抱えている事業構想計画書の完成をすることとする。 ＜授業方法＞ 　担当教員による講義／外部講師による講義と関連する議論。 　学生の事業構想研究・関心発表）分野に関する発表・討議。 ＜教科書・参考書＞ 　教科書『ビジョナリー・カンパニー』（Ⅰ,Ⅱ,Ⅲ,Ⅳ)他。授業では原則ケーススタディを行い、優秀な事業構想や逆に失敗例を学びながら事業構想計画書の作成に必要な能力を養う。 ＜講義スケジュール＞全15回 ①　　ガイダンス 　　（ゼミ生の事業構想分野、課題、その他関心分野発表によるテーマ設定。） ②～⑦　院生による事業構想計画発表・討議、 ⑧～⑮　関連分野の講義と討議（外部講師を含む）、 　　―特に、事業構想・推進運営の理論と先行研究に関連してを想定 　　併せて 　　―事業構想研究進展レビュー（第1回中間発表に向け） ※キーワード：統合マーケティング、ビジネスモデル、マーケティング、インターネット、 　　プロモーション、ビッグデータ、ネットビジネス、知財	【教員】 江端浩人

シラバス（講義概要）

授業科目の名称	事業構想演習（江端ゼミ）		（科目コード： 209）
配当年次	２年次	配当学期	後期
年間開講数	1回	単位数	２単位
必修・選択等の別	選択必修	授業の方法	演習

授 業 科 目 の 内 容	備　　考
＜講義概要＞ 　事業構想を行なうにあたり、色々な要素が必要となってくるが、マーケティング活動を企業の経営課題を解決する手段と捉えたときに本講義の本質が見えてくるであろう。本講義は主に前半で優れた事業構想を持つ会社（ビジョナリーカンパニー、エクセレント・カンパニー）の成功要因をケーススタディを通じて学び、後半では主に各人が抱えている事業構想計画書の完成をすることとする。 ＜授業方法＞ 　担当教員による講義／外部講師による講義と関連する議論。 　学生の事業構想研究・関心発表）分野に関する発表・討議。 ＜教科書・参考書＞ 　教科書『ビジョナリー・カンパニー』（Ⅰ,Ⅱ,Ⅲ,Ⅳ)他。授業では原則ケーススタディを行い、優秀な事業構想や逆に失敗例を学びながら事業構想計画書の作成に必要な能力を養う。 ＜講義スケジュール＞全15回 　⑯　　後期ガイダンス（ゼミ生による事業構想計画策定・推進に向けた課題発表） 　⑰～㉒　院生による事業構想計画発表・討議（第２回中間発表に向け） 　㉗～㉙　関連分野の講義と討議（外部講師を含む） 　　併せて 　　―事業構想研究進展レビュー（最終報告に向け） 　㉚　　事業戦略総括 　※キーワード：統合マーケティング、ビジネスモデル、マーケティング、インターネット、 　　プロモーション、ビッグデータ、ネットビジネス、知財	【教員】 江端浩人

シラバス（講義概要）

授業科目の名称	事業構想演習（野口ゼミ）		（科目コード： 210）
配当年次	２年次	配当学期	前期
年間開講数	1回	単位数	２単位
必修・選択等の別	選択必修	授業の方法	演習

授 業 科 目 の 内 容	備　　考
＜講義内容＞ 　事業展開を進める上で重要となる、「その事業が充分に競争力ある差別化された価値を提供し続けることができるのか」という視点において実践的側面からの議論を深め、各自の構想企画の強化を行う。 　本演習では、構想計画におけるブランドマネジメントの側面に重点を置き、日本国内もグローバルという概念の一部として取り扱いながら、グローバルマネジメントの知見に基づいた視点も取り入れ議論を進める。各自の事業構想、研究テーマにおけるブランド構築の質と実効性を高めるために、基本戦略（コンセプト、市場性、競争力）の策定、組織・プロセス体系の整備、ネットワーク（国内及び必要に応じて海外も視野に入れる）を活用するコーディネーションとマネジメント、具体的なコミュニケーション戦略策定、それを実現するグループ構成員の育成等の観点で議論を深めていく。 　前期ではより構想の視点の掘り下げと広がりを中心に議論を進め、後期は各々の構想計画のまとめを中心に運営する。 ＜授業方法＞ 　授業は演習と討論の併用で、具体的な各々の事業を想定した計画案を題材にしながら、全員参加の討論を行う。必要に応じて外部企業の講師を招請し、実例の紹介も取り入れて議論をすすめる。 ＜評価＞ 　演習・討論への参加状況60点と課題アウトプット（構想計画書）40点による総合評価とし、60点以上を合格点とする。 ＜教科書・参考書＞ 　教科書の指定はしない。授業テーマに即して紹介する。 ＜講義スケジュール＞ 全15回 （受講生のニーズに合わせて調整する。基本は各自の事業構想案をベースに議論する） 　①　ガイダンス（授業計画の説明と議論） 　②～⑭　演習（院生による構想企画に基づく発表と討論）＆ゲスト講師との議論 　⑮　討議（前期演習の課題整理と中間総括）	【教員】 野口 恭平

シラバス（講義概要）

授業科目の名称	事業構想演習（野口ゼミ）		（科目コード： 210）
配当年次	２年次	配当学期	後期
年間開講数	1回	単位数	２単位
必修・選択等の別	選択必修	授業の方法	演習

授 業 科 目 の 内 容	備　　考
＜講義内容＞ 　事業展開を進める上で重要となる、「その事業が充分に競争力ある差別化された価値を提供し続けることができるのか」という視点において実践的側面からの議論を深め、各自の構想企画の強化を行う。 　本演習では、構想計画におけるブランドマネジメントの側面に重点を置き、日本国内もグローバルという概念の一部として取り扱いながら、グローバルマネジメントの知見に基づいた視点も取り入れ議論を進める。各自の事業構想、研究テーマにおけるブランド構築の質と実効性を高めるために、基本戦略（コンセプト、市場性、競争力）の策定、組織・プロセス体系の整備、ネットワーク（国内及び必要に応じて海外も視野に入れる）を活用するコーディネーションとマネジメント、具体的なコミュニケーション戦略策定、それを実現するグループ構成員の育成等の観点で議論を深めていく。 　前期ではより構想の視点の掘り下げと広がりを中心に議論を進め、後期は各々の構想計画のまとめを中心に運営する。 ＜授業方法＞ 　授業は演習と討論の併用で、具体的な各々の事業を想定した計画案を題材にしながら、全員参加の討論を行う。必要に応じて外部企業の講師を招請し、実例の紹介も取り入れて議論をすすめる。 ＜評価＞ 　演習・討論への参加状況60点と課題アウトプット（構想計画書）40点による総合評価とし、60点以上を合格点とする。 ＜教科書・参考書＞ 　教科書の指定はしない。授業テーマに即して紹介する。 ＜講義スケジュール＞ 全15回 （受講生のニーズに合わせて調整する。基本は各自の事業構想案をベースに議論する） 　⑯　後期ガイダンス（演習計画の確認） 　⑰～㉙　演習（院生による構想企画に基づく発表と討論）＆ゲスト講師との議論 　㉚　総括	【教員】 野口 恭平

シラバス（講義概要）

授業科目の名称	事業構想演習（岸波ゼミ）		（科目コード： 211）
配当年次	２年次	配当学期	前期
年間開講数	1回	単位数	２単位
必修・選択等の別	選択必修	授業の方法	演習

	備　　考
本ゼミの前提要件は、以下の通りである。 １）　この大学院の本旨と同様、「社会に対して大いなる影響を与える事業構想家を育成する」ために必要なカリキュラムを集約的に扱い、講義において提供する。 ２）　本ゼミ教員はコンサルタントに由来した実務家教員であり、受講者に対して事業をブラッシュアップするための個別コンサルティングを行う。 ３）　「経営学＝実学」という思想に基づき、事業構想計画後、事業ローンチの実践的な支援（ビジネスマッチングや市場開発等）について補完的に取り扱う。 　前期では、前年度の講義「事業構想計画」のプロセスを踏襲しつつ、各受講者の事業構想検討発表会を毎回行う。ビジネスアイデアを固定せず、様々な視点、価値等による革新性・社会影響度の高い構想案を作ることを目的とする。そして、構想案について検証性、計画性を担保するための取り組みへ移行。フィールドリサーチによる需要予測、市場性/ターゲットセグメントや事業評価など各種メソッドを適用しながら夏休み中に各自実践し事業構想の具体性を育む。 　また、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（主にテーマに基づいた議論・発表） ＜授業方法＞ 　座学、グループワーク、討論と発表、ゲスト講師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。 ＜評価＞ 　平常点（出席/討論参加点）70点と宿題30点による総合評価を行う。 ＜教科書・参考書＞ 　各回のテーマに応じて適宜紹介していく。 ＜講義スケジュール＞前期１５コマ ・オリエンテーション（授業計画とセルフプレゼンテーション） ・事業構想サイクルに基づくフレームワーク～「発着想」 　＞人間/ビジネス/社会洞察に基づくアイデア創出 　＞反学問的精神に基づくアイデア創出 　＞異分野コミュニケーションに基づくアイデア創出 　＞目的と手段の1000本ノック ・事業構想サイクルに基づくフレームワーク～「構想案」 　＞存在次元、事業次元、収益次元のアウトライン 　＞クリティカルな課題の抽出 ・フィールドリサーチ 　＞ペーパープロトタイピング 　＞クリティカルな課題の解を得る 　＞事業を評価する 　＞理想モデルと基本モデルの分離＝成長モデルの検討	【教員】 岸波宗洋

シラバス（講義概要）

授業科目の名称	事業構想演習（岸波ゼミ）		（科目コード： 211）
配当年次	２年次	配当学期	後期
年間開講数	1回	単位数	２単位
必修・選択等の別	選択必修	授業の方法	演習

	備　　考
本ゼミの前提要件は、以下の通りである。 １）　この大学院の本旨と同様、「社会に対して大いなる影響を与える事業構想家を育成する」ために必要なカリキュラムを集約的に扱い、講義において提供する。 ２）　本ゼミ教員はコンサルタントに由来した実務家教員であり、受講者に対して事業をブラッシュアップするための個別コンサルティングを行う。 ３）　「経営学＝実学」という思想に基づき、事業構想計画後、事業ローンチの実践的な支援（ビジネスマッチングや市場開発等）について補完的に取り扱う。 　後期では、フィールドリサーチ結果のフィードバックと構想案修正、バックキャスティングに基づく理想モデル、基本モデル、成長モデルの定義、精緻な存在次元、事業次元、収益次元の定義、事業構想計画策定を行う。そして、経営資源を最大化し成功を担保するためのステークホルダーやパートナーへのコミュニケーション、マーケティングプランの策定、集大成として事業ローンチ準備まで網羅していく。 　また、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（主にテーマに基づいた議論・発表） ＜授業方法＞ 　座学、グループワーク、討論と発表、ゲスト講師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。 ＜評価＞ 　平常点（出席/討論参加点）70点と宿題30点による総合評価を行う。 ＜教科書・参考書＞ 　各回のテーマに応じて適宜紹介していく。 ＜講義スケジュール＞後期１５コマ ・事業構想計画 　＞存在次元の精緻化＝社会資源化、ステークホルダーとのコミット、理想定義 　＞事業次元の精緻化＝戦略モデル、オペレーションモデル、成長モデル 　＞収益次元の精緻化＝価格設定、資源設定、売上と原価、投資と回収、PL/BS・・・ ・コミュニケーション 　＞存在次元のコミュニケーション＝価値共有とムーブメント 　＞事業次元のコミュニケーション＝内部/外部資源の拡張 　＞収益次元のコミュニケーション＝プロモーション計画　など ・事業準備 　＞パートナー策定 　＞投資計画 　＞事業ローンチ計画（ヒト、モノ、カネ＆時間の準備） 　＞その他	【教員】 岸波宗洋