

履 修 要 項

*履修・試験・成績

○履修登録

履修登録は、自分が履修しようとする科目を届け出る手続きであり、この手続きを正しく行わなければ、たとえ授業を受けても単位の修得はできません。履修登録のミスは単位を修得できないことであり、ひいては卒業・修了できないことにもつながります。履修登録に関して疑問点や不明点があれば、自分で判断せず、必ず事務局または教員へ相談してください。

・年間登録上限は30単位までです。

○聴講制度

年間履修単位の上限は30単位ですが、それ以上の科目受講を希望される場合は、「聴講制度」があります。聴講の場合、修了に必要な単位数にはカウントされません。履修登録の際に一緒に聴講手続きをとってください。尚、聴講の場合も、履修登録した場合と同様に出席、課題の提出、グループワーク等への参加が求められます。

○成績評価

成績は、各授業によって評価方法を定めています。シラバスを確認の上、十分に理解してください。

○成績通知

各学期末に出された成績の結果については、成績通知書として、原則として次の学期の初めに事務局から院生本人に渡します。「優」「良」「可」「不可」の4段階で評価します。

○追・再試験

各担当教員または事務局へ相談してください。

○再履修

単位を修得できなかった授業科目は、再び履修することができます。

*履修・試験・成績

○履修登録科目の取消

科目履修の取消は、授業を受けてみたものの、内容が学習したいものと違った場合や、授業についていけるだけの知識が不足している場合等、そのままでは単位の修得が難しい場合に、不合格評価になるのを回避するため、登録した科目の履修を取りやめることのできる制度です。履修登録科目の取消を希望する場合は、下記期日までに科目履修取消届(本便覧の巻末)に記入の上、事務局へ届け出てください。届け出があった科目の評価は「取消」となります。この届け出を行わず、授業に出席しない等の理由により単位修得を認められない場合の評価は「不可」となります。

また、取り消す科目の担当教員へは、取り消しすることを各自必ず連絡してください。

取消期日

原則、3回目の授業開始前まで

*授業

○学期

1年間に前期と後期の2つの学期に分け、それぞれ15週で授業が開講されます。

前期：4月～9月 後期：10月～翌年3月

※学年暦を参照してください。

授業の都合により変則となる場合があります。

○授業

授業は開講される時期によって次のように分類されます。

- (1) 前期科目 : 前期期間中に週に1回、もしくは隔週で開講される科目
- (2) 後期科目 : 後期期間中に週に2回、もしくは隔週で開講される科目
- (3) 通年科目 : 1年間の継続開講科目
- (4) 集中講義科目 : 時期的に集中開講される科目

また、授業科目は次のような区分に構成されています。

基礎科目、専門科目、展開科目、演習(ゼミ)科目

そして、その性格により次のように分類されます。

必修科目、選択科目

○授業時間

授業は月曜から金曜までが2枠、土曜は4枠にて行います。

月曜～金曜 1時限:18:30～20:00、2時限:20:10～21:40

土曜 1時限:10:30～12:00、2時限:13:00～14:30、3時限:14:40～16:10、4時限:16:20～17:50

*授業

○休講・補講

休講があったときは、メーリングリスト(科目ごと)にてご案内します。必要に応じて、これを補うために補講を実施することがあります。補講の日程等については、担当教員、事務局へお問い合わせください。

○欠席

授業を欠席する場合は、各自、当該授業担当教員に事前または事後に、理由等を連絡してください。なお、病気その他やむを得ない理由により授業を引き続き1週間以上欠席する場合は、事務局に申し出てください。

○ビデオ補講

演習を除く授業科目はビデオ収録を行っています(一部科目及びゲスト講師の希望により収録しない場合もあります)。ビデオ補講は、担当教員の許可を得た上でグーグルドライブ上から視聴が可能です。本学では、ビデオ補講はあくまでもやむを得ず授業に出席できない場合の補完手段としておりますので、基本的には授業に出席するように心がけて下さい。

○授業資料の共有

教員、ゲスト講師の許可があった授業資料(パワーポイント等)につきましては、科目毎のメーリングリスト、またはグーグルドライブで共有いたします。グーグルドライブへのアクセス方法は別途お知らせいたします。

○教員への相談

授業に関する相談は随時、担当教員に直接行ってください。必ずメールにてアポイントをお取りください。教員のオフィスアワーについては、別途ご連絡いたします。

*単位

○修了要件

- (1) 修業年限は2年とします。
- (2) 修了するためには、前項に定めた年数以上を在学し、所要科目を履修して34単位以上を修得し、必要な演習(指導)を受け、かつ、修了認定の審査に合格しなければなりません。
- (3) 修了要件単位数の内訳
 - 基礎科目 10単位以上(選択必修、選択科目)
 - 専門科目 10単位以上(選択科目)
 - 展開科目 下限なし
 - 演習(ゼミ) 4単位以上(選択必修科目)
- (4)「修了認定審査」について
 - 修了にあたっては、研究科長を主査とする「修了認定委員会」において審査をおこない合否の判断をするものとします。「修了認定委員会」は、研究科長を委員長とし、委員長を含む専任教員、演習指導教員をもって構成します。審査の時期は当該院生の2年次の2月を予定しています。
 - 審査項目は、予め提出された「判定表」にもとづき成績状況(科目評価、レポート評価、演習評価)、履修状況(取得単位数、履修科目)から総合的に審査し、修了の可否を決定します。審査方法は全員による100点満点の採点で平均60点以上を可とします。
 - 審査にあたっては、判定内容の確認や意見聴取のため学生との面談をおこなうこともあります。また、合格点に満たない学生には履修指導を行いません。

*単位

○学位

修了とともに与えられる学位は次のとおりです。

事業構想修士(専門職)

○他大学・他大学院等で修得した単位の認定

教授会への諮問が必要ですので、希望される方は事務局にご相談ください。

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。

授業科目の名称	事業構想の基本	担当：東英弥・小塩篤史	科目コード：101
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	選択必修	授業の方法	座学、発表

授 業 科 目 の 内 容

< 講義概要と目的（何を学ぶか） >

事業構想の基本においては、今後の学びの機会を最大限に活用するための心構えの獲得と基本的な情報収集をおこなうことを目的とする。そのために、事業構想の基本的な考え方や事業構想家の講義を実施し、また学内の情報資源や知的資源の紹介を行う。さらに、現在の事業の紹介を通じて、院生間の相互理解の促進とビジネスモデルの理解力を向上する。

< 到達目標 >

事業構想の基本的な枠組みを理解する
 事業構想大学院大学の知的資源を把握する
 院生のビジネスモデルを理解する

< 授業の進め方と方法 >

座学での講義、ゲスト講師との対話、自社ビジネスモデルの発表。

< 講義計画 >

- 1 オリエンテーション 履修ガイダンスと大学院での活動について
- 2 事業構想の基本1 理事長特別講義
- 3 事業構想の基本2 理事長特別講義
- 4 事業構想家との対話1 事業構想の基本的な心構えについて
- 5 事業構想家との対話2 事業構想の基本的な心構えについて
- 6 事業構想大学院の構想1 事業構想大学院大学の構想について
- 7 事業構想大学院の構想2 事業構想大学院大学の構想について
- 8 事業構想を研究する1 事業を研究する意味について
- 9 事業構想を研究する2 事業を研究する方法について
- 10 事業構想大学院の資源1 大学院の知的資源の活用法に関して
- 11 事業構想大学院の資源2 カリキュラム・教員等に関して
- 12 事業モデルの理解1 自社の事業モデルの発表と討議
- 13 事業モデルの理解2 自社の事業モデルの発表と討議
- 14 事業モデルの理解3 自社の事業モデルの発表と討議
- 15 事業モデルの理解4 自社の事業モデルの発表と討議

< 講義外の課題 >

事業モデルの理解の準備として、各自の事業モデルを発表資料として取りまとめる。

< 教科書・参考書 >

適宜指定する。

< 評価方法 >

クラスへの参加・貢献・グループ討論70点と最終発表30点による総合評価を行う。

< その他の重要事項 >

特になし

授業科目の名称	事業構想企画演習	担当：小早川護、岸波宗洋	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	選択必修	授業の方法	演習

授 業 科 目 の 内 容

< 講義概要と目的（何を学ぶか） >

本講義の目的は、本学が提唱している事業構想のステップを示す事業構想サイクルを、半期にわた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。本講義で実践するプロセスは、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。

この演習で対象とする事業は、必ずしも履修者が挑戦しようとする領域とは限らず、そうすることにより、事業構想に必要な幅広い「好奇心」を育成することも目的とする。

< 到達目標 >

- ・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・パートナーを想定し、発表する。

< 授業の進め方と方法 >

各講義毎に講義2コマ分を1セットとすることを基本形とする。

(1) 演習テーマの設定と説明あるいは講義

(2) グループ演習（主にテーマに基づいた議論・発表）

講義、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。

< 講義計画 >

- 第1回 オリエンテーション、演習内容説明、チーム編成と事業開発分野決定
第2・3回 事業構想サイクルのレビューと、近年の事業構想事例の紹介と構想モデル
第4・5回 事業アイデアのブレインストーミング
第6・7回 事業アイデア発表
第8・9回 フィールドリサーチと事業構想書作成に関する講義
 事業構想実現に向けてのクリティカルリサーチの討議とリサーチ計画
第10・11回 講義：事業構想プレゼンテーションと対象オーディエンス
 フィールドリサーチまとめの作業
第12・13回 事業構想計画まとめの作業
第14・15回 最終チーム発表
 講義：発表講評と、さらなる事業構想発展実現に向けて

< 講義外の課題 >

- チームとしての事業構想レポート
個人としての活動レビューレポート

< 教科書・参考書 >

各回のテーマに関連して適宜紹介していく。

< 評価方法 >

平常点（演習／討論参加点）70点とレポート30点による総合評価を行う。

< その他の重要事項 >

特になし

授業科目の名称	社会動向と事業構想	担当：上野征洋	科目コード：105
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	選択必修	授業の方法	講義と討論
授 業 科 目 の 内 容			
<p><講義概要と目的（何を学ぶか）></p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>			
<p><到達目標></p> <p>事業構想の舞台である「社会」への洞察力を高め、歴史的な事件や戦争など社会変化が事業に与えた影響を理解すること。また、都市や地域社会の盛衰や新たな在り方から、自らの事業構想へのヒントを得ること。</p>			
<p><授業の進め方と方法></p> <p>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。テーマによってゲスト講師による特別講義をおこなう。</p>			

< 講義計画 >

- ① ガイダンス (授業計画の説明)
- ② 「社会、文化とは何か—現代的意義」(講義)
- ③ 「社会、文化とは何か—現代的意義」(討論)
- ④ 「社会変動と産業・事業」(講義)
- ⑤ 「社会変動と産業・事業」(討論)
- ⑥ 「文化変容と産業・事業」(講義)
- ⑦ 「文化変容と産業・事業」(討論)
- ⑧ 「事業構想と社会・文化」(講義)
- ⑨ 「事業構想と社会・文化」(討論)
- ⑩ 「地域社会とイノベーション」(講義)
- ⑪ 「地域社会とイノベーション」(討論)
- ⑫ 「情報社会と行動変容」(講義)
- ⑬ 「情報社会と行動変容」(討論)
- ⑭ 「歴史観を養う、人間を見る」(総括講義)
- ⑮ まとめ(レポート課題)

キーワード：社会変動、産業文化、富の再配分、情報行動、

< 講義外の課題 >

特になし

< 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。

< 評価方法 >

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。

< その他の重要事項 >

特になし

授業科目の名称	技術動向と事業構想	担当：岩田修一	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	選択必修	授業の方法	講義、討議、発表
授 業 科 目 の 内 容			
<p><講義概要と目的（何を学ぶか）></p> <p>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、IoTやBig Dataに象徴されるような代表的な先端技術についての事業化例を学習し、今後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。</p>			
<p><到達目標></p> <p>技術開発と事業化とのダイナミクスについて理解を深める。</p>			
<p><授業の進め方と方法></p> <p>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。</p>			
<p><講義計画>全15回</p> <p>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 *テーマは、材料、情報、バイオ、エネルギー・環境、ナノ他の先端分野から選定 総括（1～2回）</p>			
<p><講義外の課題></p> <p>国内外で開催される関連の集会を紹介し、参加者には報告を依頼する。</p>			
<p><教科書・参考書></p> <p>進捗状況に応じて、適宜、紹介する。</p>			
<p><評価方法></p> <p>それぞれの事業提案を軸に、総合的に評価する。</p>			
<p><その他の重要事項></p> <p>なし</p>			

授業科目の名称	経済動向と事業構想	担当：高田伸朗	科目コード：107
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	選択必修	授業の方法	講義と討論
授 業 科 目 の 内 容			
<p><講義概要と目的（何を学ぶか）></p> <p>事業構想の基礎となる経済の知識を習得する。社会経済変化の中で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、さらに企業行動や消費者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。日本経済や世界経済の動きを理解し、経済制度や経済環境変化の中に事業機会を見出していくための実践的な知識や洞察力を身につける。</p>			
<p><到達目標></p> <p>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。</p>			
<p><授業の進め方と方法></p> <p>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。</p>			

< 講義計画 >

全15回

- ① オリエンテーション（講義計画の説明）
- ② 経済理論（講義 マクロ経済・ミクロ経済の基礎的理論）
- ③ 経済統計（講義 新SNA体系とGDPの構成要素）
- ④ 経済統計（講義 産業連関表の基礎的分析）
- ⑤ 事例研究と討論（統計で見る日本経済・世界経済の特徴）
- ⑥ 事例研究と討論（経済的見地からみた日本農業の動向）
- ⑦ 事例研究と討論（サービス経済化の背景と事業機会）
- ⑧ 事例研究と討論（TPPおよび各FTAの背景と事業機会）
- ⑨ 事例研究と討論（アジアの成長発展の意味と事業機会）
- ⑩ 事例研究と討論（新産業と日本経済・・・オタク経済を事例として）
- ⑪ 事例研究と討論（地方創生の動向と事業機会）
- ⑫ 事例研究と討論（高齢社会の動向と事業機会）
- ⑬ 事例研究と討論
（その他・・・講義の中で特に関心の強かった分野を対象として実施予定）
- ⑭ 経済政策をどう評価するか：アベノミクスの評価
- ⑮ まとめ（これからの日本経済の成長発展戦略）

< 講義外の課題 >

経済白書。通商白書など政府が刊行する経済分野のレポートの読み込み。骨太の方針などの政府の政策方針の読み込みなどを予定。

< 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。

< 評価方法 >

授業への参加・貢献・グループ討論50点とレポート50点による総合評価を行う。

< その他の重要事項 >

日本経済新聞の購読を前提とする。

授業科目の名称	事業環境と事業構想	担当：竹安聡	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	選択必修	授業の方法	講義、ディスカッション
授 業 科 目 の 内 容			
<p><講義概要と目的（何を学ぶか）></p> <p>本講義では、特に事業構想の「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、実際の事業の現場で必要となるスキルや知恵、行動様式などを学んでいく。</p> <p>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で現場感覚を養うと同時に、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。</p>			
<p><到達目標></p> <p>事業構想実践段階を想定した課題抽出力と対応力を体得する。</p>			
<p><授業の進め方と方法></p> <p>教員や外部講師の経験的知見をもとにした講義、ならびに各テーマに基づくディスカッションを中心に進めていく。</p>			

< 講義計画 >

第1週		第2週	
①オリエンテーション (講義概要説明)		②ケーススタディ (介護サービス事業)	③ディスカッション
第3週		第4週	
④ケーススタディ (M&Aによる事業拡大)	⑤ディスカッション	⑥ケーススタディ (スマートタウン事業)	⑦ディスカッション
第5週		第6週	
⑧外部講師講演	⑨ディスカッション	⑩経営理念とブランド戦略	⑪ディスカッション
第7週		第8週	
⑫ディスカッション	⑬ディスカッション	⑭ケーススタディ (住宅リフォーム事業)	⑮ディスカッション

< 講義外の課題 >

講義テーマに即した関連書籍等での自学自習を推奨する。

< 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を使用する。

< 評価方法 >

講義・ディスカッションへの主体的参加等による総合評価とする。

< その他の重要事項 >

一部の講義を夏季補講期間に行う場合がある。

授業科目の名称	クリエイティブ発想法	担当：小塩篤史	科目コード：201
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	選択必修	授業の方法	グループ討論
授 業 科 目 の 内 容			
<p><講義概要と目的（何を学ぶか）></p> <p>事業構想サイクルの起点である「発・着・想」を系統的に行う能力を高めることを目的としている。よい事業アイデアには、発想（Ideation）、着想（Inspiration）、想像（Imagination）が詰まっている。本講義ではいかにしてアイデアを発想するか、発想技法の学習と作成に取り組む中で理解をし、よりよき着想・想像を得るための、感性を外部の刺激によって高める。顧客ニーズの本質に迫りながら、「よいアイデア」とは何か？という問いに自ら取り組む時間である。</p>			
<p><到達目標></p> <p>様々なアイデア発想法を使いこなすことができる アイデア発想法を自分自身で作成する 創造性について自分なりの見解を持つ</p>			
<p><授業の進め方と方法></p> <p>講義時間内は、対話と実践の時間とする。知識獲得に関しては、講義時間外に指定図書・資料を読み込んで行う。</p>			

<講義計画>

- 1 オリエンテーション 講義計画と創造性について
- 2 事業構想家に必要な創造性 創造性について議論する
- 3 創造技法に関する対話 創造技法の紹介と対話
- 4 アイデア発想法の設計 アイデア発想技法を実践する
- 5 アイデア発想法の設計 アイデア発想技法をグループで設計する
- 6 きづきをアイデアに転換する1 インクルーシブデザイン
- 7 きづきをアイデアに転換する2 インクルーシブデザイン
- 8 未来を想像する1 未来を想像するワークショップ
- 9 未来を想像する2 未来を想像するワークショップ
- 10 デザイン思考VS事業構想1 デザイン思考の実践家と対話する
- 11 デザイン思考VS事業構想2 デザイン思考の実践家と対話する
- 12 オープンイノベーション1 創造性のための場のデザインについて
- 13 オープンイノベーション2 創造性のための場のデザインについて
- 14 発想技法を発想する1 発想技法の発表
- 15 発想技法を発想する2 発想技法の発表

<講義外の課題>

事前に課題図書を指定し、その内容をベースに議論を行う。

<教科書・参考書>

マイケル・マハルコ「アイデアバイブル」ダイヤモンド社
その他適宜指定する。

<評価方法>

クラスへの参加・貢献・グループ討論70点と最終発表30点による総合評価を行う。

<その他の重要事項>

特になし

授業科目の名称	実践アイデア発想演習		担当：渡邊信彦	科目コード：202
配当年次	1・2年次	配当学期	夏季集中	
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				
<p><講義概要と目的（何を学ぶか）></p> <p>「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グループワークまたは個別作業にて作成します。</p> <p>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。</p> <p>(1) 1コマ目講義 (2) 2コマ目演習</p>				
<p><到達目標></p> <p>日々の業務の中でアイデアを創出するアイデア脳を作る。</p>				
<p><授業の進め方と方法></p> <p>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、とにかくアイデアを出すことだけに特化する。</p>				

<講義計画>

<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

②～⑬

前半 講義＝アイデア手法の講義

後半 演習＝アイデア創発演習 グループワーク

⑭⑮ 総括 グループプレゼンテーション

<講義外の課題>

講義の進行具合に応じ設定。

<教科書・参考書>

各回のテーマに応じて適宜紹介していく。

<評価方法>

平常点（演習・討論への参加）による評価を行う。

<その他の重要事項>

本講義は、夏季集中期間に開講します。開講日程は決まり次第、事務局より連絡があります。

授業科目の名称	イノベーションの発想	担当：岩田修一	科目コード：203
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	選択必修	授業の方法	講義、討議、発表
授 業 科 目 の 内 容			
<p><講義概要と目的（何を学ぶか）></p> <p>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課題を選定して、課題解決のための戦略について多面的かつ具体的に検討しながら、新たに研究・設計・開発を必要とする事項（＝イノベーション）の抽出を試みる。</p>			
<p><到達目標></p> <p>未解決の課題について問題設定ができること。</p>			
<p><授業の進め方と方法></p> <p>未解決の地球的規模の課題についての学習結果の発表、ゲスト講師による講義、授業参加者による討議により、過去のイノベーションの本質を理解し、今後の新たな時代を拓くためのイノベーションのダイナミクスについて一緒に考えてみる。</p>			
<p><講義計画>全15回</p> <p>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）</p>			
<p><講義外の課題></p> <p>国内外で開催される関連の集会を紹介し、参加者には報告を依頼する。</p>			
<p><教科書・参考書></p> <p>進捗状況に応じて、適宜、紹介する。</p>			
<p><評価方法></p> <p>それぞれの事業提案を軸に、総合的に評価する。</p>			
<p><その他の重要事項></p> <p>なし</p>			

授業科目の名称	情報収集と構想案づくり	担当：小塩篤史	科目コード：204
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	選択必修	授業の方法	講義、グループワーク、討議
授 業 科 目 の 内 容			
<p><講義概要と目的（何を学ぶか）></p> <p>うまれでたアイデアを構想案に取りまとめるためには、深い思考と情報収集が不可欠である。本講義では、構想案を策定するための思考法やフレームワークを通じて、構想案全体の設計をおこなう俯瞰的な思考力を向上すると同時に、マクロトレンドやミクロな現場の情報収集をおこない、そのリサーチ内容を構想案に結実させるプロセスを体感する。俯瞰的思考力と情報収集能力の統合を目的としている。</p>			
<p><到達目標></p> <p>価値やニーズの本質を思考する能力の必要性を理解する 構想案を設計するために必要な考え方を理解する 情報収集の基本的考え方の理解と構想案設計への活用をおこなう</p>			
<p><授業の進め方と方法></p> <p>考え方や枠組み、情報収集手法等に関しては講義形式で内容を確認する。そのうえで、グループワークや討議をおこない、実践的に思考法を定着させる。</p>			

< 講義計画 >

- 1 オリエンテーション 講義計画と構想案の全体像の説明
- 2 課題情報を収集する1 構想の起点となる課題のResearch
- 3 課題情報を収集する2 社会課題データベースを基にした討議
- 4 構想案を設計する1 フレームワークを活用し、アイデアを構想化する
- 5 構想案を設計する2 フレームワークを活用し、アイデアを構想化する
- 6 価値を探索する1 提供価値の本質を討議により追及する
- 7 価値を探索する2 提供価値の本質を討議により追及する
- 8 社会動向をResearchする1 構想の背景となる社会動向のResearchについて
- 9 社会動向をResearchする2 構想の背景となる社会動向のResearchについて
- 10 理想の姿を描き出す1 バックキャストの枠組みと実践
- 11 理想の姿を描き出す2 バックキャストの枠組みと実践
- 12 顧客動向から構想する1 顧客の情報収集から構想する
- 13 顧客動向から構想する2 顧客の情報収集から構想する
- 14 構想案の発表1 構想案の発表と討議
- 15 構想案の発表2 構想案の発表と討議・総括

< 講義外の課題 >

各講義終了後に講義に関連する復習課題を提出。

< 教科書・参考書 >

ドネラ・H・メドウズ「システム思考をはじめてみよう」英知出版

< 評価方法 >

クラスへの参加・貢献・グループ討論70点と最終発表30点による総合評価を行う。

< その他の重要事項 >

特になし

授業科目の名称	ビジネス・モデルの策定	担当：江端浩人	科目コード：205
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	選択必修	授業の方法	講義と討論
授 業 科 目 の 内 容			
<p><講義概要と目的（何を学ぶか）></p> <p>事業を構想する上で重要なのはその継続性である。どんなにいい構想を作ってもその実現と持続が担保されなければいい構想とは評されないであろう。従って持続可能なビジネスモデルを構築することが重要である。近年の経済グローバル化、インターネットやソーシャルメディアの普及、IT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、また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、そして変化するビジネスに必要な要素を色々な角度から検証する。</p>			
<p><到達目標></p> <p>ビジネスモデルを構築し、それを継続するモデルを作るための知識すなわち色々な概念（コンセプト）や分析手法（ツール）を習得し、自分の事業計画に当てはめて考える事が出来るようになることがゴールとする。そのために課題図書グループ発表、ケーススタディ、個人発表や最終的に自身の事業構想に習得した内容を当てはめるレポートの提出を求める。レポートはA4 2枚程度で、後々の事業構想の参考となるよう講師の評価とコメントを付けて提出者に戻される。</p>			
<p><授業の進め方と方法></p> <p>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グループ発表や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をゲスト招聘して実践面からも理論と内容を受講者が検証できるようにする。</p>			

<講義計画>

- ① オリエンテーション（授業計画の説明）
- ② ～ ⑭
 - ・ 講師による講義
 - ・ 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

<講義外の課題>

当講義の講師、受講者、ゲストなどによるインターネットのコミュニティ（主としてFacebookを想定）を形成し、タイムリーなビジネスモデルの話題提供や議論形成が行われるように講師が誘導してゆく。

<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が、過去に活用したものは：ビジネスモデル戦略論 Harvard Business Review Anthology [単行本] DIAMONDハーバード・ビジネスレビュー編集部、ビジネスモデルの正しい定義 ジョアン・マグレッタ HBS競争戦略研究所 シニア・アソシエート DIAMONDハーバード・ビジネスレビュー / Booknest、よいビジネスモデル、悪いビジネスモデル リタ・ギュンター・マグレイス コロンビア・ビジネススクール教授 DIAMONDハーバード・ビジネスレビュー / Booknest、ファイブ・フォーセス・モデル 競争の戦略、マイケル・ポーター、ビジョナリー・カンパニーの行動哲学 ビジョナリー・カンパニー第三章、ジム・コリンズ、プラットフォーム戦略 平野敦士カール、ベネッセのビジネスモデルと今後の展開 福原賢一 等

<評価方法>

平常点（授業での討論への参加状況やグループ発表70点）とビジネスモデル検証レポート（30点）による総合評価とし、60点以上を合格とする

<その他の重要事項>

特になし

授業科目の名称	実践リサーチ手法		担当：小塩篤史	科目コード：206
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	選択必修	授業の方法	座学、演習、討論	
授 業 科 目 の 内 容				
<p><講義概要と目的（何を学ぶか）></p> <p>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込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。</p>				
<p><到達目標></p> <p>新規事業を構想するために必要な情報収集・フィールドリサーチの全体像を把握し、手法を選択できる 自分自身で定量的データを収集し、基礎的な解析が行える 自分自身の事業構想のリサーチ計画を策定する</p>				
<p><授業の進め方と方法></p> <p>座学で基礎的な事項を確認した後、実際にPCを使った演習を行う。その他、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、検討をする。</p>				

<講義計画>

- 1 オリエンテーション 講義計画とリサーチの全体像の説明
- 2 仮説設計力 リサーチにおける仮説の設計の説明
- 3 仮説設計の実習 ケースを用いた仮説設計の実習
- 4 調査の設計 調査設計の全体像と考え方の説明
- 5 データ収集 オープンデータからデータ収集をする方法の説明
- 6 量的データ解析1 量的データ解析手法の説明
- 7 量的データ解析2 基礎的な統計解析の実習
- 8 量的データ解析3 関連性の分析・予測手法の説明
- 9 量的データ解析4 関連性の分析・予測手法の実習
- 10 質的データの収集と分析 インタビュー・自然言語処理の説明
- 11 質的データの収集と分析 インタビュー結果の分析・自然言語処理の実習
- 12 プロトタイピング プロトタイピング・実験計画の説明
- 13 プロトタイピング ケースを用いた実験計画の演習
- 14 リサーチ計画発表 リサーチ計画の発表と討議
- 15 リサーチ計画発表と総括 リサーチ計画の発表と討議・総括

<講義外の課題>

各講義終了後に講義に関連する復習課題を提出。

<教科書・参考書>

「フィールドリサーチ入門」（独自テキスト）初回に配布します。

<評価方法>

クラスへの参加・貢献・グループ討論70点とレポート30点による総合評価を行う。

<その他の重要事項>

パソコンの持ち込みを必須とする。難しい場合は事務局に相談のこと。

授業科目の名称	顧客仮説リサーチ	担当：岸波宗洋	科目コード：207
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	選択必修	授業の方法	講義、演習
授 業 科 目 の 内 容			
<p><講義概要と目的（何を学ぶか）></p> <p>本講義の目的は、市場/顧客に関する基本知識の習得とともに、様々な事例を通して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習得すること、である。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>(1) 1コマ目～各講義回のリニア講義（座学）</p> <p>(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）</p>			
<p><到達目標></p> <p>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、マーケティング計画を策定することができる能力を獲得する。</p>			
<p><授業の進め方と方法></p> <p>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。</p>			

< 講義計画 > 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）

< 講義外の課題 >

各講義回の内容を元に、自身の事業構想の市場/顧客に対するブラッシュアップを行う。

< 教科書・参考書 >

各回のテーマに応じて適宜紹介していく。

< 評価方法 >

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。

< その他の重要事項 >

特になし

授業科目の名称	マーケティング	担当：村山貞幸	科目コード：208
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	選択必修	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			
<p><講義概要と目的（何を学ぶか）></p> <p>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。マーケティング戦略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。</p>			
<p><到達目標></p> <p>マーケティングの理論やフレームワークの意味と限界を知り、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。</p>			
<p><授業の進め方と方法></p> <p>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。</p>			

<講義計画>

- ① オリエンテーション： 講義計画、受講生の事業構想アイデア、関心分野の共有
- ② マーケティングとは： マーケティングの定義
- ③ マーケティング・マネジメント： マーケティング・マネジメント・プロセス
- ④ STP-1： セグメンテーション・ターゲティング
- ⑤ STP-2： ポジショニング
- ⑥ マーケティング・ミックス： 商品・サービス戦略、価格戦略、プロモーション戦略、流通戦略
- ⑦ 戦略的マーケティング： 戦略意思決定、統合マーケティング
- ⑧ 競争戦略-1： 競争地位と戦略
- ⑨ 競争戦略-2： 相対的競争・絶対的競争
- ⑩ 研究発表-1： 事業構想をマーケティングのフレームワークで発表
- ⑪ 研究発表-2： 事業構想をマーケティングのフレームワークで発表
- ⑫ 研究発表-3： 事業構想をマーケティングのフレームワークで発表
- ⑬ 研究発表-4： 事業構想をマーケティングのフレームワークで発表
- ⑭ リレーションシップ・マーケティング： 顧客開拓と顧客維持
- ⑮ まとめ： マーケティングの再定義、受講生のマーケティング・ポジション確認

<講義外の課題>

2日目の講義(②③)には、教科書の第1章～4章までを予習して臨む。
講義で学んだ理論を自社に落とし込み、理解を深める。

<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）

<評価方法>

平常点（発言の質と量）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。

<その他の重要事項>

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。

授業科目の名称	構想計画策定演習	担当：岸波宗洋	科目コード：209
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	選択必修	授業の方法	講義、演習

授 業 科 目 の 内 容

<講義概要と目的（何を学ぶか）>

本講義の目的は、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、全体構成としての存在次元・事業次元・収益次元、各エビデンスの捉え方、アライアンス策定方法、理想モデル・成長モデル・基本モデルの整理と表明、撤退方針など重要な知識や考え方の獲得を目指すものである。

本来「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」へのバックキャスト（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）

<到達目標>

事業開発をプロデュースする能力、事業構想計画を策定・アウトプットする能力を獲得する。

<授業の進め方と方法>

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。

<講義計画>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ト計画の考え方

③演習＝バックキャスト計画の議論と発表

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、投資計画・・・）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）

<講義外の課題>

各講義回の内容について、受講者自身の事業構想におけるブラッシュアップを行う。

<教科書・参考書>

各回のテーマに応じて適宜紹介していく。

<評価方法>

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。

<その他の重要事項>

授業科目の名称	実践「事業構想」の伝え方	担当：友原琢也	科目コード：210
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	選択必修	授業の方法	講義、発表、討論

授 業 科 目 の 内 容

<講義概要と目的（何を学ぶか）>

事業パートナー。投資家。スタッフ。顧客。事業の成否は、「どれだけの人を巻き込めるか」にかかっている。事業のアイデア段階や構想段階で、自分の目的、ビジョン、ビジネスモデル、勝算などを情熱を持って伝え、相手の賛同を得るにはどうすればよいのか。本講義は、そのための意識やスキルを、実践的な「伝達」を通して磨いていくことを目的とする。

また、伝えることを通して相手の反応や感想、意見、アドバイスなどを得ることは、自分のアイデアや構想を検証し、向上させていくための近道でもある。他人が「よくわからない」というものは、伝え方が下手なのではなく、「中味がよくないから」ではないかと考え続けることを習慣づけたい。クラスでの指摘、質問、意見などを吸収、検討し、みずからの事業構想を磨いていくことの一助になればと考えている。

<到達目標>

自分の考えや構想を、相手にわかりやすく伝え、相手を動かすことができるようになること。

伝えるという行為から、自分の構想を振り返り、内容を磨いていくという思考習慣を身につけること。

<授業の進め方と方法>

ステップを踏みながら、プレゼンテーション的な「伝える練習」を繰り返し、経験値を増やしていく。

その意味では課題の発表が中心となるが、発表に対する検討や、ステップごとの「伝えるスキル」に関する座学もある。

<講義計画>

- 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
- ④ <「レター」課題提出：講評> 文章による伝達 ～「テーマ」をどう伝えるか
- ⑤ 図による伝達 ～「ビジネスモデル」をどう伝えるか
- ⑥ <「ビジネスモデル」課題発表：講評>
- ⑦ プレゼンテーションの設計と要素～話の「流れ」をどう組み立てるか
- ⑧⑨ <「プレゼンテーション設計」課題発表：講評>
- ⑩⑪ ゲスト講師による「プレゼンテーションの基本と応用」
- ⑫⑬ 事業構想発表（1）講評・意見交換
- ⑭⑮ 事業構想発表（2）講評・意見交換

<講義外の課題>

各ステップで、発表のための課題を提出（4回程度）

<教科書・参考書>

特になし

<評価方法>

クラスへの参加・貢献・グループ討論50点と、提出課題50点による総合評価を行う。

<その他の重要事項>

授業科目の名称	企業内における事業構想	担当：渡邊信彦	科目コード：301
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			
<p><講義概要と目的（何を学ぶか）></p> <p>「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、実際のグループワークを通じて推進の方策を演習する。</p> <p>また、各講義毎に講義2コマ分を1セットする</p> <p>(1) 1コマ目講義 (2) 2コマ目演習</p>			
<p><到達目標></p> <p>日々の業務の中で課題を抽出しその課題から事業を構想することができるようにプロセスを学ぶ。</p>			
<p><授業の進め方と方法></p> <p>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。</p>			

<講義計画>

<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＝課題抽出から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
- ⑥⑦ 講義＝起業準備中またはベンチャーから学ぶ刺激講義
- ⑧ 講義＝ペルソナの設定、提供価値の作成 カスタマージャーニー
- ⑨ 演習＝グループワーク
- ⑩ 講義＝チャンネル戦略と広報戦略
- ⑪ 演習＝グループワーク
- 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

<講義外の課題>

講義の進行具合に応じ設定。

<教科書・参考書>

各回のテーマに応じて適宜紹介していく。

<評価方法>

平常点（演習・討論への参加）70点と宿題30点による総合評価を行う。

<その他の重要事項>

授業科目の名称	事業承継における事業構想	担当：酒井穰	科目コード：302
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、討議

授 業 科 目 の 内 容

< 講義概要と目的（何を学ぶか） >

事業承継という、一般には、創業者や創業一族から、会社の経営を依頼された場合、どのようにしてそれを成し遂げるかという話になる。しかし、事業承継という経営学分野において学ぶのは「組織構造上の上から下への責任の引き継ぎ」であり、また「昇進によって、これまでとは異なる難易度の組織経営を任される者のあるべき姿」と言える。

この視点からすれば、この講義の対象となるのは（1）会社を誰かに引き継ごうとしている院生（2）誰かから会社を任されることになる院生（3）将来的に事業部長クラスとしての活躍を想定している院生（4）M&AのPost Merger Integration (PMI)に興味・関心がある院生、になる。主要なターゲットとしているのは、ここで（2）とした「後継ぎ」ではあるが（1）

（3）（4）に該当する院生にも受講を検討してもらいたい。

担当教員としては、一般の事業承継がファイナンス寄りの話になりがちであることに危惧している。事業承継において、ファイナンスはその一部にすぎない。事業承継において「後継ぎ」となれるのは（a）親族（b）従業員・外部人材などの親族外人材（c）売却先企業、の3者しかない。この3者の中で、最も優れた成長戦略を描けたものが「後継ぎ」に選ばれる。よって、この授業では、本質的には「承継者としての事業戦略の描きかた」にフォーカスする。

< 到達目標 >

この講義を受けて修了した院生は「売上を高めるための具体的な戦略」「承継コストを下げるための具体的な戦略」「その戦略を実行における阻害要因とその除去」について学ぶ。

到達レベルのイメージは「きちんと経営されていない営業部隊の売上改善を理論的には主導できる」「まだ、ウェブマーケティング戦略を持っていない会社においてウェブマーケティング戦略を理論的に主導できる」「グローバル化の基本的な進め方についてフレームを理解している」「戦略やフレームを実査に導入するときの阻害要因の越えかたを知っている」といったところになる。この講義で届けることができるのは、確かに、事業承継に関する知識にすぎない。知識だけではどうにもならないが、同時に、知識すらなければ失敗する未来は見えている。

< 授業の進め方と方法 >

- ・ 講義；テーマ毎に背景となる知識を学ぶ（学際的になる）
- ・ クラス討議；特定のテーマについての議論を行う。

<講義計画>

少し戸惑うかもしれないが、本授業では「売上を高めるための具体的な戦略」「承継コストを下げるための具体的な戦略」「その戦略の実行における阻害要因とその除去」を扱う。各授業のトピックは以下の通りである。

- (0) オリエンテーション
- (1) 営業力の強化
- (2) ウェブマーケティングの強化
- (3) グローバル化への対応
- (4) 事業承継の財務1
- (5) 事業承継の財務2
- (6) リーダーシップの承継
- (7) 経営学と経営経験

ウェブマーケティングと財務については、ゲスト講師を呼ぶ可能性がある。過去には、元Yahoo!ウェブマーケティング事業部長、複数社の上場をCFOとして経験している財務会計の実務家を呼んでいる。

<講義外の課題>

- ・全講義が修了した後にレポート1回（A4ワードで3枚以内）

<教科書・参考書>

- ・『幸せの経営学』（酒井穰著，日本能率協会）

<評価方法>

- ・クラスでの学びへの貢献を考えるため参加貢献度を重視とする
- ・成績に対するレポートの比重は30%

<その他の重要事項>

授業科目の名称	起業を目指す事業構想	担当：見山謙一郎	科目コード：303
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			
<p><講義概要と目的（何を学ぶか）></p> <p>起業とは目的ではなく手段のひとつである。本講義は、事業構想のために必要な「仮説創設力」を醸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。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。</p> <p>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起業のための事業構想力へと繋がっていく。</p> <p>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、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。</p>			
<p><到達目標></p> <p>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」出来るだけ壮大なビジネスプランを作成してもらうことを目標とする。</p>			
<p><授業の進め方と方法></p> <p>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構想するための助走期間とする。後半（8-15回）は、バングラデシュに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す。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。</p>			

<講義計画>

- 1、 イントロダクション
- 2,3、 クリエイティブシンキング (リバーズ・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、ビジネスプランの構想-1
- 10,11、 ビジネスプランの構想-2、発表、フィードバック
- 12,13、 ビジネスプランの発表、フィードバック
- 14.15、 ビジネスプランの最終発表

<講義外の課題>

各講義終了後にリアクションペーパーを提出するほか、講義外でグループワークが発生することに予め留意のこと。

<教科書・参考書>

Zero to One (ピーター・ティール他, NHK出版, 2014)、クリエイティブ・マインドセット (トム・ケリー他, 日経BP社, 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)、リバーズ・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)

<評価方法>

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%)

<その他の重要事項>

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、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。

授業科目の名称	健康・医療産業における事業構想	担当：根来秀行	科目コード：304
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			
<p><講義概要と目的（何を学ぶか）></p> <p>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。</p>			
<p><到達目標></p> <p>健康医療産業を取り巻く独特の環境を理解した上で、各受講院生のバックグラウンドをもとに、時代にマッチした斬新な構想を立案出来るスキルを身につける。</p>			
<p><授業の進め方と方法></p> <p>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っていく。</p>			

<講義計画>

- ① オリエンテーション（授業計画の説明）
- ② 医療健康産業の全体像、高齢化社会
- ③ 高齢化社会と生活習慣病
- ④ 生活習慣病と先進医療－1
- ⑤ 生活習慣病と先進医療－2
- ⑥ 最先端医学、アンチエイジング医学
- ⑦ 最先端医学、アンチエイジング医学
- ⑧ ゲスト講義～最新の健康医療産業トピックス
- ⑨ ゲスト講義～最新の健康医療産業トピックス
- ⑩ 研究発表－1：健康医療産業の事業構想を各自のバックグラウンドをもとに発表、全員で討論
- ⑪ 研究発表－2：健康医療産業の事業構想を各自のバックグラウンドをもとに発表、全員で討論
- ⑫ 研究発表－3：健康医療産業の事業構想を各自のバックグラウンドをもとに発表、全員で討論
- ⑬ 研究発表－4：健康医療産業の事業構想を各自のバックグラウンドをもとに発表、全員で討論
- ⑭ 研究発表－5：健康医療産業の事業構想を各自のバックグラウンドをもとに発表、全員で討論
- ⑮ まとめ：健康になる24時間の過ごし方・医療健康産業と事業構想

※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

<講義外の課題>

- ① ～⑨の講義で学んだことと各自のバックグラウンドをもとに多様な事業構想を練り、講義内でプレゼンテーションする
- 15回の講義終了後、A4一枚程度のレポートを提出する（テーマは講義終了時に伝える）

<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）、血管をゆるめると病気にならない（青春出版社）ほか、必要に応じて適宜紹介していく。

<評価方法>

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。

<その他の重要事項>

講義スケジュールは、受講院生のバックグラウンドや人数に応じて調整する可能性があります。

授業科目の名称	事業構想とITソリューション（基礎） 担当：江端浩人・岩田修一・小塩篤史 科目コード：305		
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、ディスカッション
授 業 科 目 の 内 容			
<p><講義概要と目的（何を学ぶか）></p> <p>すぐれた事業の構想においてITは必要不可欠である。ITの技術的な側面に加えて、ITの理論的な背景を理解することは、構想にITを応用するための基礎体力となる。本講義ではITの理論的な背景に関する基本的な知識の獲得と討議を通じた知識定着、応用力の向上を目的としている。</p>			
<p><到達目標></p> <p>情報学の基礎を理解し、情報の意義が明確になる 最先端のITの背景にある理論的技術的展開を理解する 事業構想にITを活用する意義を明確に理解する</p>			
<p><授業の進め方と方法></p> <p>講義形式とディスカッションの混合形態で行う。適宜専門家がゲストとして講義を行う。</p>			

<講義計画>

- 1 オリエンテーション 講義計画と全体像の説明
- 2 情報学の基本1 情報技術理解のための情報学の基礎
- 3 情報学の基本2 情報技術理解のための情報学の基礎
- 4 ネットワーク・通信の基礎1 ネットワーク・通信技術の基本的知識
- 5 ネットワーク・通信の基礎2 ネットワーク・通信技術の基本的知識
- 6 インターネット1 インターネットの特性とその基盤技術
- 7 インターネット2 インターネットの進化によるビジネスの変化
- 8 ビッグデータ・人工知能時代1 ビッグデータ・人工知能の理論的背景
- 9 ビッグデータ・人工知能時代2 ビッグデータ・人工知能の事業応用の可能性
- 10 最先端IT技術1 IoT、人工知能、フィンテック等の理論的背景
- 11 最先端IT技術2 IoT、人工知能、フィンテック等に関する議論
- 12 情報について議論する1 事業における情報活用の可能性を議論
- 13 情報について議論する2 事業における情報活用の可能性を議論
- 14 情報について議論する3 事業における情報活用の可能性を議論
- 15 情報について議論する4 事業における情報活用の可能性を議論

<講義外の課題>

各講義に関連する復習課題を提出。

<教科書・参考書>

適宜指定する。

<評価方法>

クラスへの参加・貢献・グループ討論70点とレポート30点による総合評価を行う。

<その他の重要事項>

特になし

授業科目の名称	事業構想とITソリューション（実践）	担当：江端 浩人	科目コード：306
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

<講義概要と目的（何を学ぶか）>

現在、情報技術によってありとあらゆる産業が変革しつつある。それは産業革命が蒸気エンジンの発明により人類を肉体労働から解放したかの如く、知的作業から人間を開放しつつあるのではなかろうか。グーグルが開発した人工知能が囲碁の第一人者に4-1で勝ち越したニュースは記憶に新しいのではないだろうか？

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、イギリスで逆転した様にテレビをも視野に入れている。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一方で、テロリストの養成等非人道的な活動にも応用されている。営業部員はインターネットにより顧客の需要を把握するマーケティング・オートメーションにより飛躍的な効率化がなされようとしている。

このような分野はハイテクよりIoT等に代表されるリアル分野への応用によって付加価値が生まれることが多い。本講座は激しいスピードで変革しつつある技術革新を実践し、事業構想に応用するために必要な理論を紹介し、実践しているゲスト講師をはじめとする事例を紹介することによって、事業構想に必要な新しい視座や現在のビジネスが技術革新によって破壊されないためのノウハウを取得するためのものである。

<到達目標>

本講座の目的は現在進行している第二次産業革命とともとれる情報産業革命の本質を理解し、その応用と実践を実体験や先端理論を通じて各自の事業構想に適用することにある。事業構想としてはIT（情報技術）が中心の事業構想も勿論であるが、一見ITと関係ない事業構想への応用が見つかることにより大きな付加価値を生むことになる（Air B&B, UBER, 等）

<授業の進め方と方法>

江端による講義、ゲスト講師による講義、学生による発表や討論・ディスカッション。実際の進行は一回目に実施するアンケートの要望を極力取り入れて実施する。

<講義計画>

本講座の進め方は以下の15回に分けて行われる。

- ① オリエンテーション および 学生へのアンケートによるニーズの把握。
- ② 授業の進め方と学生のアンケートによる追加ゲスト講師の選定。講義と全員参加のディスカッション。
- ③ 講義・ゲスト講師による講義・学生による発表、及び全員参加によるディスカッション。
- ④ 講義・ゲスト講師による講義・学生による発表、及び全員参加によるディスカッション。
- ⑤ 講義・ゲスト講師による講義・学生による発表、及び全員参加によるディスカッション。
- ⑥ 講義・ゲスト講師による講義・学生による発表、及び全員参加によるディスカッション。
- ⑦ 講義・ゲスト講師による講義・学生による発表、及び全員参加によるディスカッション。
- ⑧ 講義・ゲスト講師による講義・学生による発表、及び全員参加によるディスカッション。
- ⑨ 講義・ゲスト講師による講義・学生による発表、及び全員参加によるディスカッション。
- ⑩ 講義・ゲスト講師による講義・学生による発表、及び全員参加によるディスカッション。
- ⑪ 講義・ゲスト講師による講義・学生による発表、及び全員参加によるディスカッション。
- ⑫ 講義・ゲスト講師による講義・学生による発表、及び全員参加によるディスカッション。
- ⑬ 講義・ゲスト講師による講義・学生による発表、及び全員参加によるディスカッション。
- ⑭ 講義・ゲスト講師による講義・学生による発表、及び全員参加によるディスカッション。
- ⑮ 総括。この講座により取得した示唆を自己の事業構想に応用する為に。

<講義外の課題>

当講義の講師、受講者、ゲストなどによるインターネットのコミュニティ（主としてFacebookを想定）を形成し、タイムリーなビジネスモデルの話題提供や議論形成が行われるように講師が誘導してゆく。

<教科書・参考書>

進展の早い分野であるので、教科書や参考書はその都度指定する。

<評価方法>

平常点（授業での討論への参加状況）や授業への貢献度による総合評価とし、60点以上を合格とする

<その他の重要事項>

特になし

授業科目の名称	グローバルヘルスケアと事業構想	担当：二之宮義泰、谷野豊	科目コード：307
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
授 業 科 目 の 内 容			
<p><講義概要と目的（何を学ぶか）></p> <p>人口の老齢化、健康寿命、ヘルスケアコスト適正化はグローバルベースでの課題であり、特に米国では日本に先駆け、官主導のヘルスケア改革が種々取り組まれている。同時に、ヘルスケア関連の新規ビジネスが多々生まれ、その推進役を担っている。</p> <p>そこで、授業では、ヘルスケア新規事業、高齢者ケア、コストイフェクティブな医療供給体制、産学官の連携モデル等を学ぶ。</p> <p>担当教授は、グローバル舞台でヘルスケア領域における事業構想・事業構築・成長ドライブに長年従事してきた。その中から、事業構想力育成に役立つエッセンスを共有する。</p> <p>加えて、ヘルスケア事業構想をドライブす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。</p> <p>海外に目を向け、先例を学ぶ事で、今後日本に於けるヘルスケア事業構想への応用を検討し、日本人・日本企業がグローバル舞台でイニシアティブを取る事業構想も学ぶ。</p>			
<p><到達目標></p> <p>事業機会が豊富なヘルスケア領域での事業構想を、グローバル視点で学ぶ事により、受講者の能力開発、新規事業の着想に繋げる。尚、担当教授は、20年にも及ぶ経営者としての経験も授業を通じて共有する。よって、受講者は、将来経営を担う社会人として求められるコンペテンシー・リーダーシップに対する理解を深めて欲しい。</p>			
<p><授業の進め方と方法></p> <p>授業は講義と討論の併用で、外部講師のインサイト共有化、ケーススタディーも取り入れる</p>			

<講義計画>

- ① ガイダンス（授業計画の説明）
- ② 「グローバルヘルスケアと私」（講義）
- ③ 「グローバルヘルスケアと私」（討論）
- ④ 「ヘルスケアとは」（講義）
- ⑤ 「ヘルスケアとは」（討論）
- ⑥ 「米国ヘルスケア 1」（講義）
- ⑦ 「米国ヘルスケア 2」（講義）
- ⑧ 「米国ヘルスケア ケーススタディ」（講義）
- ⑨ 「米国ヘルスケア ケーススタディ」（討論）
- ⑩ 「グローバル市場へのエントリー」（講義）
- ⑪ 「グローバル市場へのエントリー」（討論）
- ⑫ 「ヘルスケア事業構想のフレームワーク」（講義）
- ⑬ 「ヘルスケア事業構想のフレームワーク」（討論）
- ⑭ 「ヘルスケア事業構想」（総括講義）
- ⑮ まとめ（レポート課題）

キーワード：ヘルスケア新規事業、健康寿命、ヘルスケアコスト、米国医療改革。

*講義計画は受講者の要望等により変更するケース有り。

<講義外の課題>

特になし

<教科書・参考書>

特に指定しない。ケーススタディー等に於いては適宜、提供・紹介する。

<評価方法>

講義への貢献度（討議への参加意欲、発言によるクラスメートへの影響など）70点。
レポート乃至プレゼンテーション30点。

<その他の重要事項>

授業科目の名称	グローバル・マネジメント	担当：野口恭平	科目コード：308
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

<講義概要と目的（何を学ぶか）>

ビジネスのグローバル化が進む中、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。各拠点において又は各拠点との連携において正しく事業活動を推進していくためには、一貫したブランド戦略に基づき、的確なビジネスやタレントのマネジメントが必要となる。

又グローバルマネジメントは「多様性マネジメント」そのものであり、日本国内における事業の競争力強化においても現在注目すべきアプローチである。

本講義では、「グローバルビジネス環境において事業構築、運営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、又国内本社を如何に動かし、事業課題を達成させるべきか、またそこに必要とされるグローバルビジネススキルにおいても課題を探り、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、国内と海外拠点との仕事、或は海外拠点での仕事を意味し、事例を盛り込んだより実践的な論議を行うと同時に、今後の日本国内のビジネス（インバウンドビジネス含む）においても有益となるダイバーシティマネジメントの視点から戦略強化につながるポイントに焦点を当てていく。

<到達目標>

海外拠点での事業展開、海外拠点と国内本社との連携&協働、インバウンドビジネス等グローバル環境における事業推進に於いて、必要とされるグローバルビジネススキルの理解に加えて、的確なマネジメントを実行していくための重要ポイント等、実践対応へ繋がる視点と方法を身につける。

<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（業種、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に要求されるビジネススキルを考える（事例と理論講義）
- ・グローバルマネジメントの最新理論を学ぶ
- ・各テーマ毎にゲスト講師による事例紹介と討論を行う
- ・中間レビューによるポイントの整理と最終のまとめを通して、理論と実践の関係を整理する

<講義計画>

- ① オリエンテーション（授業計画の説明）
- ② 求められるグローバルビジネススキルの現状(事例紹介と討議)
- ③ グローバルビジネスに求められるスキルを実践ケースから考える（講義と討論）
- ④ 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）
- ⑤ グローバルとローカルのバランスマネジメント(事例紹介と討論)
- ⑥ 文化の違いに影響されるサービス業（事例紹介と討論）
- ⑦ 中国市場におけるブランド戦略(事例紹介と討議)
- ⑧ 異文化における食品ビジネスの戦略（事例紹介と討議）
- ⑨ 中間レビューとしてポイントの整理（講義と討論）
- ⑩ 国内インバウンドビジネスの戦略（事例紹介と討論）
- ⑪ 海外進出の成功例と失敗例（事例紹介と討論）
- ⑫ 新興国(インド) 市場におけるビジネス（事例紹介と討論）
- ⑬ 日本伝統ブランドの海外戦略（事例紹介と討議）
- ⑭ 海外におけるCSVビジネス（事例紹介と討論）
- ⑮ 総括（討論とまとめ）

※事例のテーマ、ゲストについては院生リクエストに基づき変更する場合がある。

<講義外の課題>

・レポート提出（全授業終了後）
グローバルマネジメント（対海外拠点・パートナーとの協働、海外拠点自体の運営、インバウンドビジネス等）を実行する上での課題、留意点について記述する。記述にあたってはゲスト講師のケースを含む幾つかの事例を引用し説明を強化する。

<教科書・参考書>

教科書の指定はしない。
参考書として「グローバルマーケティ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。

<評価方法>

授業への参加、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。

<その他の重要事項>

授業科目の名称	地方創生と事業構想	担当：大社充	科目コード：309
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	グループワーク、討論、発表
授 業 科 目 の 内 容			
<p><講義概要と目的（何を学ぶか）></p> <p>本講義は、ソーシャルビジネスにおけるリーダーシップとプロジェクト・マネジメントの「技術」を学ぶことを目的としています。社会変革のための革新的なソーシャル・ビジネスや公共（公益）的プロジェクトを企画立案することを目指している人を対象としています。</p> <p>わたしたちは、社会に有意義な変化をもたらすことは誰もができることだと考えています。ただし、そのためには正確な状況判断のもとに合理的な方法により手順を踏んでプロジェクトを進めていく「技術」が必要となります。社会変革を進めるためには方法論があり、その考え方や組み立て方を理解することが不可欠なのです。では、社会に変化を起こすフレームワークを設定し、ソーシャルビジネスやアドボカシー活動の事例をその枠組みにあてはめて考えていきます。さらに、それらフレームワークを活用し、受講生の構想する事業を題材にケーススタディに取り組んでいただきます。</p> <p>ソーシャルな活動は、特別な才能をもった人だけが実現できるものではなく、現実社会の仕組みや利用可能なツール、事業推進の方法論を学ぶことで、だれでもが実現可能な取り組みなのです。「地域社会」に有意義なインパクトを与える公共性の高いビジネスやプロジェクトを企画立案し、実行に移していくための技術を学びましょう。</p>			
<p><到達目標></p> <p>「複合的な要素で成り立つ地域社会を俯瞰する視座を獲得する」「社会に存在する利活用が可能なツールについて理解を深める」「組織づくりと事業推進に関する基礎的な知識を学ぶ」</p>			
<p><授業の進め方と方法></p> <p>国内外において先進的な取り組みで活躍する人たちを講師に招き、事例を学びながら、それらの方々が駆使する「技術」について学んでいきます。「体験を聞くこと」と「異なる環境の下で異なる目的をもつ取り組みに適応させること」との間には大きな隔たりがあります。そこで講師の方々の活動をできる限り「一般化」し、背景や目的が異なる活動にも適応可能な枠組みに整理しておきます。こうしたケーススタディを主にグループワーク・討論と発表等により学びを深めていきます。</p>			

<講義計画>

- 1 オリエンテーション 講義計画の全体像とアプローチ方法の説明
- 2 ケーススタディ①（ロビー活動）
 - ・政策（法案）立過程をロビー活動の視点から俯瞰しながらケーススタディを行う
- 3 フレームワーク設定
 - ・政治行政（霞が関・永田町）の構成要素とパワー構造を整理する
 - ・ケースをフレームワークにあてはめ一般化して整理
- 4 ケーススタディ②（まちづくり）
 - ・まちづくりにおける典型的な取り組みについて地域社会を俯瞰しながらケーススタディを行う
- 5 フレームワーク設定 ・自治体内（地域社会）の構成要素とパワー構造を整理する
 - ・ケースをフレームワークにあてはめ一般化して整理する
- 6 ケーススタディ③（アドボカシー活動）
 - ・政策形成におけるサードセクターの関与に関してケーススタディを行う
- 7 フレームワーク設定 ・政策形成プロセスにおける構成要素とパワー構造を整理する
 - ・ケースをフレームワークにあてはめ一般化して整理
- 8 ケーススタディ④（ソーシャルビジネス）
 - ・ソーシャルインパクトの大きな典型的なソーシャルビジネスをもとにケーススタディを行う
- 9 フレームワーク設定 ・ケースをフレームワークにあてはめ一般化して整理
- 10 ケーススタディ⑤（ソーシャルビジネス）
 - ・ソーシャルインパクトの大きな典型的なソーシャルビジネスをもとにケーススタディを行う
- 11 フレームワーク設定 ・ケースをフレームワークにあてはめ一般化して整理
- 12 実践への応用 受講生のプロジェクト計画の発表と討議
- 13 実践への応用 受講生のプロジェクト計画の発表と討議
- 14 実践への応用 受講生のプロジェクト計画の発表と討議
- 15 総括

<講義外の課題>

学んだ基本フレームを各自の事業構想にあてはめて個々に検討する。

<教科書・参考書>

著：ロナルド・A・ハイフェツ、訳：竹中平蔵『最前線のリーダーシップ』ファーストプレス・2007年

<評価方法>

クラスへの参加・貢献・グループ討論70点とレポート30点による総合評価を行う。

<その他の重要事項>

本プログラムにおいては受講生の積極的な参加が求められます。話を聞いているだけの受け身の授業態度では成果が上がらないことをご理解ください。

授業科目の名称	観光振興と地方創生	担当：見並陽一	科目コード：310
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、フィールドワーク
授 業 科 目 の 内 容			
<p><講義概要と目的（何を学ぶか）></p> <p>観光立国が日本の成長戦略の柱に据えられ、高齢化の進展、拡大する都市と地方の格差という日本が抱える課題の解決に観光の果たす役割に大きな期待が寄せられている。一方、訪日外国人客の増加による地域への経済的効果や日本固有の文化風土、日常的光景の観光資源としての再評価など観光の力が認識されてきている。講義では観光の力の源泉や観光振興の理念と手法を、日本各地や先進国であるドイツやオーストリアの事例を研究し、地域社会との関わりや顧客、地域住民との関係などを把握する。</p>			
<p><到達目標></p> <p>受講生それぞれの事業構想に、観光振興の基軸となるホスピタリティ、地域の社会生活基盤の向上、環境保全といった視点を取り入れる。</p>			
<p><授業の進め方と方法></p> <p>座学での講義と討論に加えて、企業や識者による特別講義、フィールドワークを組み入れる。</p>			

< 講義計画 >

1. オリエンテーション 講義計画と観光論概説
2. 新しい旅のかたち 市場環境の変化から顧客ニーズの変化を考える
3. 新しい旅を考える 顧客ニーズの変化に対応する提供者の戦略を考える
- 4-1 ソフトツーリズムの可能性 観光振興の世界的潮流を知る
- 4-2 文化主導型観光開発手法について 地域文化を基軸に観光を考える
- 4-3 バリ島の事例研究 バリの地域共同体の知恵に学ぶ
- 5-1 内発的観光開発について 地域主体の進め方考える
- 5-2 JR東日本が進める地域共生型観光開発事例研究
- 5-3 ドイツ アルゴイ地方の「アルゴイケーゼシュトラッセ」で一次産業との連携を研究する
- 6-1 地域活性化の条件 交流の拡大による地域活性化とは
- 6-2 観光地経営組織 DMOについて研究する
- 6-3 新・旅の提案力 地域主体の旅づくり、町づくり
- 7-1 地域間連携について 広域連携のあり方を研究する
- 7-2 産業連関はかり方 オーストリアのゲヌスレジオンキャンペーン研究
8. 世界の観光潮流を知る UNWTO(国連観光機関)、WTTC(世界観光旅行協議会)との協調、総括

< 講義外の課題 >

毎講義後、次回講義参考資料を配布し予習する

< 教科書・参考書 >

都度指示をする

< 評価方法 >

講義への参加、討議70点とレポート30点による総合評価

< その他の重要事項 >

特になし

授業科目の名称	ソーシャルビジネス	担当：見山謙一郎	科目コード：311
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			
<p><講義概要と目的（何を学ぶか）></p> <p>ソーシャルビジネスは論理やケースを学ぶだけではなく、社会の構成員として「当事者意識」や「問題意識」を持って能動的に考えることが重要である。大学院教育の現場で、能動的に考えてもらうための方法は2つある。ひとつは「自らが事業者の立場から、ソーシャルビジネスの事業プランを構想すること」であり、もうひとつは「自らが社会全体を俯瞰し、社会全体をデザインすること」、つまり「政策を考える（政策提言）」である。前期開講科目「起業を目指す事業構想」では、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ついての「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導かれた、「対案」としてのビジネスプランを構想してもらうが、後期開講の本科目「ソーシャルビジネス」では、事業者目線に偏らず、社会の全体像を把握し、関係当事者（産・官・学・金・民）それぞれの立場に立脚しながら、「俯瞰的」に社会全体の仕組みを構想することを目指す。</p>			
<p><到達目標></p> <p>本講義で学ぶ政策提言とは、言い換えるなら、セクター間の「連携」を構想、構築することである。</p> <p>本講義で政策提言を実体験することにより、多様なセクターに対するコミュニケーション能力や、アライアンススキルを身に付けてもらうことを目標とする。</p>			
<p><授業の進め方と方法></p> <p>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。</p>			

< 講義計画 >

- 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、 B R A C (バングラデシュ) の取り組みについて
(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、 なぜ、何のためのソーシャルビジネスなのか? (グループワーク)
- 14, 15、 最終発表 (行政への提案)

< 講義外の課題 >

各講義終了後にリアクションペーパーを提出するほか、講義外でグループワークが発生することに予め留意のこと。

< 教科書・参考書 >

貧困からの自由 (イアン・スマイリー, 明石書店, 2010年)、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)

< 評価方法 >

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%)、研究発表 (40%)

< その他の重要事項 >

最終成果物の政策提言はグループワークにより作成する。尚、本研究のアウトプットは、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、提言することを視野に入れている。

授業科目の名称	組織と人材（人的資源管理論）	担当：酒井穰	科目コード：312
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、討議

授 業 科 目 の 内 容

<講義概要と目的（何を学ぶか）>

この社会を構成しているのは人間である。では、人間とはなにか。短くない人生において、この問いを立て、集中的に議論し専門的に学ぶ機会は意外と少ない。この講義は、経営学における「人的資源管理論（Human Resource Management; HRM）」をテーマの中心としているものの、ベース（背骨）となる学問は、心理学、社会学、哲学、生物学、生理学など多岐にわたる。

講義を進める上で、院生諸君にとって負担となるのは、組織の経営という文脈に合わせた心理学上の概念（60個の心理学キーワード）を記憶してもらう部分だろう。この負担をお願いする理由は、必要な知識の前提のない議論は、学習効率が良くないからである。すでに科学的に決着の付いている事柄について思考するのも時には良いが、それは「よりよい組織経営を行う」という目的を持っている学習にはそぐわない。先人の知恵を活用させてもらった上で、その「巨人の肩」に乗った上で考えるというプロセスについても、この講義で学んでもらいたい。

なお、人間について理解を深めることが、マーケティングに対する理解を深める上でも有用であることは、言うまでもない（心理学についての知見のない、優秀なマーケティング担当者などいない）。また、そもそも人間についてもっと知りたいという気持ちが、ビジネスという文脈を超えて、よりよい人生をおくるための役に立つのも、当たり前のお話である。

<到達目標>

脱線も多いが、組織経営における「人的資源管理論（HRM）」を学んだと自信を持って言える状態まで到達する。人的資源管理論に関して、現在の最先端の理論がどうなっているかということと同時に、各自が自分なりの意見を持つことを目指す。

到達のレベル感としては「熟練の人事コンサルタントと仕事をする事になっても、対等の知的レベルで議論して主導できる」「自分が責任を持っている企業・組織において、人的資源管理論に詳しいと思われる」といったところになる。注意してもらいたいのは、この限られた回数の講義では「大型の組織において、人的資源を統括する部門のトップとして仕事ができる」というところまでは行かない。また、労務管理についてはスコープ外とする。

<授業の進め方と方法>

- ・授業前；心理学用語テスト ← 遅れてくる院生のためのバッファでもある
- ・講義；テーマ毎に背景となる知識を学ぶ（学際的になる）
- ・クラス討議；ケース教材を用いた議論や、特定のテーマについての議論を行う。

<講義計画>

人的資源管理論（HRM）の基礎がゼロという状態で参加しても十分に学べるように配慮して、基礎の基礎から入る。そのため、特に、自分の人的資源管理論に関する知識・経験が足りないと考えている院生の場合は、できるだけ、はじめから最後まで授業に出席をしてもらいたい。

(1) オリエンテーション (2) リーダーシップ論 (3) 学習と成長 (4) 組織と文化 (5) 人事制度 (6) 人材採用 (7) 総括；人間とはなにか

(ゲスト講師) そのときの院生のバックグラウンドをなるべく考慮しながら、最適と思われるゲストを講師として招いた講義も1～2回は行っている。過去の実績としては、人事コンサルティングファームの社長・役員クラスの人材を呼んでいる。ファームとしては、マッキンゼー、BCG、マーサー、HAYなどからの人材が多い。

<講義外の課題>

- ・心理学用語（60個）を記憶してもらうこと（以下の参考書を指定テキストとする）

<教科書・参考書>

- ・『ビジネスでいちばん大事な「心理学の教養」』（酒井穰著，中公新書クラレ）

<評価方法>

- ・クラスでの学びへの貢献を考えるため参加貢献度を重視とする
- ・心理学用語テストの結果は考慮しない（救済が必要なときの参考にはする）

<その他の重要事項>

授業科目の名称	コミュニケーション戦略	担当：上野征洋	科目コード：313
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
授 業 科 目 の 内 容			
<p><講義概要と目的（何を学ぶか）></p> <p>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。</p>			
<p><到達目標></p> <p>広報、広告、プロパガンダなどの違いを理解し「事業に伴うコミュニケーション活動」の在り方を学び、自らの事業構想にふさわしいコミュニケーション戦略を立案できるようになること。また、CSRやコミュニケーション・マネジメントを理解すること。</p>			
<p><授業の進め方と方法></p> <p>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。</p>			

< 講義計画 > 全15回

- ①オリエンテーション（授業計画の説明）
- ②コミュニケーションの理論（講義）
- ③コーポレート・コミュニケーション
- ④コミュニケーションの理論（講義）
- ⑤コミュニケーション戦略の多様化
- ⑥事業構想とコミュニケーション（事例研究1）
- ⑦事業構想とコミュニケーション（討論1）
- ⑧事業構想とコミュニケーション（事例研究2）
- ⑨事業構想とコミュニケーション（討論2）
- ⑩コミュニケーション・マネジメント（課題解決1）
- ⑪コミュニケーション・マネジメント（討論1）
- ⑫コミュニケーション・マネジメント（課題解決1）
- ⑬コミュニケーション・マネジメント（討論1）
- ⑭これからのコミュニケーション戦略
- ⑮まとめ

< 講義外の課題 >

特になし

< 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。

< 評価方法 >

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。

< その他の重要事項 >

授業科目の名称	ビジネス会計Ⅰ（財務会計）	担当：天明茂	科目コード：314
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

< 講義概要と目的（何を学ぶか） >

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つけることを目的とする。

< 到達目標 >

自社の貸借対照表、損益計算書が読めて、問題点や課題を正しく把握することが出来るようになる。

< 授業の進め方と方法 >

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。

< 講義計画 > 全15回

- 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）

< 講義外の課題 >

毎回、1時間程度を要する、講義に関わる宿題を出す。

< 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

< 評価方法 >

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。

< その他の重要事項 >

授業科目の名称	ビジネス会計Ⅱ（管理会計）	担当：天明茂	科目コード：315
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			
<p>< 講義概要と目的（何を学ぶか） ></p> <p>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。</p>			
<p>< 到達目標 ></p> <p>自分の事業構想計画を作成する上で「利益計画」と「資金計画」が作れる。</p>			
<p>< 授業の進め方と方法 ></p> <p>毎回、テーマに応じた演習と解説を行う。</p>			
<p>< 講義計画 > 全15回</p> <p>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）</p>			
<p>< 講義外の課題 ></p> <p>毎回、1時間程度を要する、講義に関わる宿題を出す。</p>			
<p>< 教科書・参考書 ></p> <p>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</p>			
<p>< 評価方法 ></p> <p>講義への参加態度50点とレポート50点の総合評価とし、60点以上を合格とする。</p>			
<p>< その他の重要事項 ></p>			

授業科目の名称	ファイナンス	担当：結城秀彦	科目コード：316
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			
<p><講義概要と目的（何を学ぶか）></p> <p>構想した事業を事業計画に落とし込んで実行するためには、事業に要する資金を調達しなければならない。If you do your own business, you need to consider financing it!</p> <p>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、資金調達にあたって必要となる基礎概念である「信用」「企業価値」「将来キャッシュ・フローによる事業の評価」「資金調達形態（負債・資本）」について学ぶ。</p>			
<p><到達目標></p> <p>事業構想を実現する上で考慮の必要な資金調達の基礎概念を理解し、事業計画（資金計画）を策定できる。</p> <p>事業計画に基づいて、合理的に資金の融通を交渉・説得できる。</p> <p>資金調達の基本的な手法を理解し、状況に応じて適切な手法を選択できる。</p>			
<p><授業の進め方と方法></p> <p>講義及び討議によって、各課題や論点について共有し、検討する。</p>			

<講義計画>

全15回

- 1 事業構想とファイナンス 「オリエンテーション」
「ファイナンスとは何か？」
信用リスクと事業リスク 「ファイナンスの目的、リスク、信用とは？」
- 3 信用リスクと事業リスク
「信用リスクをどのように評価し、対応するか？－信用リスクの2側面」
- 4 キャッシュフローによる事業の評価
「資金調達と事業計画及び事業価値のキャッシュ・フローによる評価はどのように関係しているか？」
- 5 キャッシュフローによる事業の評価
「事業構想とファイナンス－キャッシュ・フローによる事業評価をどのように行うか？」
(1)－財務レバレッジ」
- 6 キャッシュフローによる事業の評価
「事業構想とファイナンス－キャッシュ・フローによる事業評価をどのように行うか？」
(2)－キャッシュと利益」
- 7 キャッシュフローによる事業の評価
「事業構想とファイナンス－キャッシュ・フローによる事業評価をどのように行うか？」
(3)－キャッシュ・フローによる事業評価」
- 8 資金の調達 「資金調達にはどのような形態があるか？」
- 9 資金の調達 「負債による資金調達－借入契約はどのような構成となっているか？」
- 10 資金の調達 「自己資本による資金調達はどのように行うか？－株式その他」
- 11 資金の調達 「株式による自己資本調達はどのように行うか？ (1)－払込資本・投資判断・資本政策」
- 12 資金の調達 「株式による自己資本調達はどのように行うか？ (2)－株価算定」
- 13 資金の調達 「株式による自己資本調達はどのように行うか？ (3)－税法上の株価算定」
- 14 キャッシュフローによる事業の事後評価と対応 「将来事業計画の事後評価はどのように行うか？」

<講義外の課題>

各講義終了後に講義に関連するアンケートを提出する。
最終講義終了後にレポート提出を求める。レポート課題は講義の進捗に合わせて指示する。

<教科書・参考書>

参考書を講義の進捗に合わせて伝達する。

<評価方法>

クラスへの参加・貢献・グループ討論45点とレポート55点による総合評価を行う。

<その他の重要事項>

- ・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月上旬）で対応する。

授業科目の名称	ブランド戦略	担当：野口恭平	科目コード：317
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

<講義概要と目的（何を学ぶか）>

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、事業戦略をガイドし、自組織内での浸透、或はステークホ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持続していける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。

<到達目標>

事業構想から構想計画策定の過程における、ブランド基本戦略（ブランドの価値規定、差別化戦略等）構築力を習得し、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、ポイントを理解する。

<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、日本伝統ブランド、地域地産ブランド、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。

具体的なステップとしては以下の進め方となる。

- ・基本的な戦略体系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礎を作る
- ・各テーマ毎の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。

<講義計画>

- 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：ブランド階層のマネジメント（事例紹介と討議）
- ⑦：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（事例紹介と討議）
- ⑧：中間レビューとしてポイントの整理（講義と討論）
- ⑨：地域（地産）ブランディング戦略（事例紹介と討議）
- ⑩：日本伝統モノづくりブランド戦略（事例紹介と討議）
- ⑪：地域とモノづくりブランドの戦略（事例紹介と討議）
- ⑫：戦略広報を活用したブランディング（事例紹介と討議）
- ⑬：ブランド中核価値を創造するブランディング手法（事例紹介と討議）
- ⑭：オンラインブランドの戦略（事例紹介と討議）
- ⑮：総括（討論とまとめ）

※事例のテーマ、ゲストについては院生リクエストに基づき変更する場合がある。

<講義外の課題>

・レポート提出（全授業終了後）

各自構想事業のブランド戦略について重視するポイントを踏まえ記述する。又は現在の業務や事業を更に成長させるためのブランド戦略について、ブランド価値の規定、差別化、独自性の構築等のポイントを中心に記述する。

<教科書・参考書>

教科書の指定はしない。

参考書として「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。その他授業テーマに即して紹介する。

<評価方法>

授業への参加、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。

<その他の重要事項>

授業科目の名称	組織変革／M&A	担当：松江英夫	科目コード：318
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、グループ討議
授 業 科 目 の 内 容			
<p>< 講義概要と目的（何を学ぶか） ></p> <p>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。</p>			
<p>< 到達目標 ></p> <p>自らの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）を身に着けること、及び、M&Aに関する全般的知識、実践的、実務的なノウハウについて将来的に駆使できるための基礎を築くこと。</p>			
<p>< 授業の進め方と方法 ></p> <p>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。</p>			

< 講義計画 >

- 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
リキュレーション等)
- ⑩～⑬ : P o s t M&A (P M I) 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)

< 講義外の課題 >

特になし

< 教科書・参考書 >

松江英夫「自己変革の経営戦略」 (ダイヤモンド社 2015年)
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)
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て
連載」

< 評価方法 >

講義への参加態度 (グループ討議への参加姿勢、クラス全体への貢献度) 50点とプレゼン
テーション・レポート50点の総合評価で60点以上を合格とする。

< その他の重要事項 >

なし

授業科目の名称	リスクマネジメント	担当：田中正博、丸山満彦	科目コード：319
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			
<p><講義概要と目的（何を学ぶか）></p> <p>最近、続出している企業不祥事（コンプライアンス違反）は、企業存続を根本から危うくする。せっかく「事業構想」を新たに事業をスタートさせても、企業存続のための重要課題「リスクマネジメント」が組織内に浸透していないと、いつか必ず”脱線”する。この講座では、誰もが知っていながら、誰もが心得ていないリスクマネジメントについて、豊富な事例をふんだんに講義の中に取り入れながら、講義と演習をを通じて習得を図る。「何を学ぶか」については「リスクマネジメントの社内体制づくり」「トップとしての必須知識」、「危機対応計画の策定」、「企業危機の未然防止策」、「企業危機発生時の適切な対応」、「リスクマネジメント意識の社内浸透策」、「危機発生時のマスコミ対応の基本知識と対応ノウハウ」など、実践的で役立つ講義を目指す。</p>			
<p><到達目標></p> <p>組織トップとしてのリスクマネジメントの必須知識と心得、および企業危機発生時の即時対応力のスキルアップ、危機発生時の不可欠な緊急記者会見の体験。</p>			
<p><授業の進め方と方法></p> <p>講義では、具体的なリスクマネジメントの失敗事例と成功事例を教訓にして、リスクマネジメントについて理論だけではなく実践的知識の習得を行う。ケーススタディでは「危機発生！こんなとき、どう対応する？」というテーマで当事者意識をもって取り組み、実践的対応力の強化を図る。演習では、危機発生時に最も必要なマスコミ対応力のノウハウを習得するため、組織トップとして不可欠な模擬緊急記者会見を実施する。</p>			

< 講義計画 > (全15コマ中、①～⑤丸山担当、⑥～⑮田中担当)

- ①事業継続管理イントロダクション：東日本大震災を振り返る
- ②なぜ事業継続が必要か：リスクマネジメントと事業継続
- ③初動対応と事業継続
- ④事業継続計画策定のポイント
- ⑤事業継続管理まとめ
- ⑥組織トップとリスクマネジメント：基本認識と社内体制づくり
- ⑦事例研究：最近の事例に学ぶリスクマネジメントの失敗例、成功例
- ⑧不祥事に関する基本認識：「3つの原因」と「3つの意識」
- ⑨組織トップとしてのリスクマネジメントのポイント
日常のマネジメントのポイントと社内意識啓発7つの行動指針
- ⑩危機発生時の初期対応の必須知識：その時、どう対応したかが危機を深刻化させる
- ⑪ケーススタディ：「こんなとき、どう対応する？」
課題①②の解説
- ⑫ケーススタディ：「こんなとき、どう対応する？」
ケーススタディ③④の課題演習とレポート提出
- ⑬解説と講評：課題③④のレポートの解説と講評
- ⑭リスクマネジメントとマスコミ対応
危機発生時のマスコミ対応のポイントと緊急記者会見の必須知識
- ⑮演習：模擬緊急記者会見を体験する。

< 講義外の課題 >

⑮の模擬緊急記者会見のテーマを事前に提示し、時価までに各自が自宅で、記者から出るであろう「想定質問」と「応答」(Q&A)を当日までに準備の上、出席する。

< 教科書・参考書 >

「改訂版・危機管理広報」(時事通信社出版局刊、田中正博著)各自購入のこと。

< 評価方法 >

クラスへの参加・貢献・ケーススタディ課題レポートを70点、緊急記者会見「Q&A」を30点として総合判定する。

< その他の重要事項 >

授業科目の名称	PR/IR	担当：柴山慎一	科目コード：320
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・事例研究・議論

授 業 科 目 の 内 容

< 講義概要と目的（何を学ぶか） >

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、あるいは顧客などの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の要点を修得し、メディアの多様化に伴う新たな展開について議論し整理する。さらに、IR(インベスターリレーションズ)の重要性を学び、構想した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の作成の基礎を学ぶ。IRを理解するために最低限必要な企業財務(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ために必要不可欠な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付け学習することが目的となる。

< 到達目標 >

- ・企業・事業にとっては、「何をやっているのか」よりも「何をやっていると見られているのか」が大切で、さらには「何をやってほしいと期待されているのか」がもっと大切な事を理解する。
- ・ニュースリリースやPR企画の作成ができ、IRのためのコーポレートストーリーの策定ができる。

< 授業の進め方と方法 >

授業は、講義と討論の併用で、受講生の関心のある領域や企業、イベント、事件などをテーマにしたケーススタディを通じて双方向の参加型のディスカッションを活用する。中間と最終のタイミングでレポートの提出を求めるが、それぞれ授業の中での受講生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。期日までに提出されたレポートにはそれぞれ個別にフィードバックを行う。

<講義計画>

- 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
- ② PR戦略の理論と実務（顧客対応）：ケーススタディ～期待のブーメラン～
- ③ 同上（メディア対応）：ケーススタディ～トヨタとベネッセ：誰が被害者か加害者か～
- ④ 同上（社員対応：インナーコミュニケーション）～ICは組織に従う？～
- ⑤ 同上（社会対応）：ケーススタディ～社会を敵にまわしたら…～
- ⑥ 問題提起型PR：ケーススタディ～社会に提起したテーマによる期待のブーメラン～
- ⑦ ニュースリリース：各自の構想事業をニュースリリースに
- ⑧ 企業財務の基礎その1：B/S、P/Lと資本コスト～投資家側のコストを理解する～
- ⑨ 同上その2：キャッシュフローと企業価値～構想事業の価値を算定する～
- ⑩ IR戦略の理論と実務（IRの実務とアナリスト対応）：アナリストのものの見方
- ⑪ 同上（投資家対応とコーポレートガバナンス）：スチュワードシップコードとCGコード～会計不祥事のケーススタディを反面教師に～
- ⑫ コーポレートストーリーの策定法：投資家向け事業構想計画のあり方～どうしたら投資してもらえるのか～
- ⑬ コーポレートストーリーの策定と発表：投資家の立場と事業構想家の立場にたってみて
- ⑭ 良いコーポレートストーリーと悪いコーポレートストーリー：発表と議論
- ⑮ 総括：コーポレートストーリーの発表と授業全体のまとめ

<講義外の課題>

中間と最終のタイミングで2回のレポート提出。各自にそれぞれフィードバックをします。

<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の成功戦略」（日経文庫、2015）
その他授業毎に配布する資料

<評価方法>

平常点（発表と討論への参加状況：良い質問は高く評価）60点とレポート（中間と最終の2回）40点による総合評価とし、60点以上を合格とする。

<その他の重要事項>

授業科目の名称	広告・プロモーション	担当：田中里沙	科目コード：321
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、グループワーク
授 業 科 目 の 内 容			
<p><講義概要と目的（何を学ぶか）></p> <p>構想案が社会および市場で評価され、事業構想を成功させるには、対象者となる層にその理念、魅力、価値を提示し、理解と共感を得ることが肝要である。顧客となる対象者を想定し、適切なメディアを選定し、情報を発信しながらP D C Aを回すことで、構想は実現し、継続性が担保される。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広告コミュニケーションのスキルと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、顧客視点の構想の実現を目指す。</p>			
<p><到達目標></p> <p>広告・プロモーションを理解、実践することで、 構想案を構想計画に進めるためのコミュニケーション</p>			
<p><授業の進め方と方法></p> <p>教員による講義、ゲストによる事例報告、広告・プロモーションの手法指導、顧客理解・開発のためのグループワークを実施する。1回2コマの隔週授業を予定。</p>			

<講義計画>

1	オリエンテーション	事業構想と広告計画の全体像
2、3	顧客対象層へのアプローチ	対象層の理解と顧客視点の発想
4、5	メディアの理解と活用	
	多様化・細分化するメディアの特性と活用法を解説	
6、7	広告プロモーションの手法	
	成功事例の企画案とプロセス、成果の分析による応用	
8、9	ケーススタディ①	
	実例をもとに、全体計画を立案し、自身の構想に活かす	
10、11	ケーススタディ②	
	①は主にB to B、②はB to Cを予定	
12、13	広告プロモーション案発表	発表と討議
14、15	広告プロモーション案発表と総括	発表と討議・総括

<講義外の課題>

グループワーク題材を希望する場合は、講義時間外にグループで活動し、相談に応じる。

<教科書・参考書>

「メディアガイド」（宣伝会議発行）参考
「伝わっているか？」（小西利行著・宣伝会議）参考
「アイデアの作り方」（独自テキスト）講義時に配布
「広告・プロモーション事例集」（独自テキスト）講義時に配布
その他、必要な資料・文献については適宜、連絡、共有します。

<評価方法>

クラスへの参加、貢献、グループ討議70点と、自身の広告プロモーション企画案（A4、1枚程度想定）30点による総合評価を行う。

<その他の重要事項>

特になし

授業科目の名称	事業経営の基礎知識	担当：中島好美	科目コード：322
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	討論、発表
授 業 科 目 の 内 容			
<p><講義概要と目的（何を学ぶか）></p> <p>事業構想のための基本的なマーケティングスキルを習得するためのコース。基本的な知識、スキルに集中し入門編として、初めてマーケティングを学ぶ人、体系だてて知識を整理したい人向けの講座。ケーススタディを中心とするために、単なる知識を習得するだけでなく、応用力も同時に習得できるよう、インタラクティブなコース設計。講義中に取り上げるケースは日常のケースから、日本、世界と多岐にわたり、経営者としての視野や見識を広げるためにも有効なコースとなる。</p>			
<p><到達目標></p> <p>事業構想の基本となるマーケティングの基本知識を習得し、理解すること。事業構想に応用し、マーケティング的思考をもって問題提起ができること。</p>			
<p><授業の進め方と方法></p> <p>授業は、ケーススタディを中心とした討論、発表を軸にすすめる。その討論のなかからの、マーケティングスキルを習得するため、出席者の積極的な意見発表、討論が期待される。後半はテーマを決めて ゲストスピーカーによる講義も予定する。</p>			

<講義計画>

1. ガイダンス、講義内容の説明、
2. マーケティング入門、マーケティングとは
3. マーケティングの基礎 -用語解説、リサーチ手法など
4. マーケティングの基礎 -情報収集、統計学、参考図書を紹介
5. ケーススタディ (仮) XXXの広告から読み取るマーケティング戦略
6. ケーススタディ (仮) XXXの商品から読み取るマーケティング戦略
7. ゲストスピーカーセッション 事例研究
8. ケーススタディ (仮) XXXの広告から読み取るマーケティング戦略
9. ケーススタディ (仮) XXXの商品から読み取るマーケティング戦略
10. ゲストスピーカーセッション 事例研究
11. ケーススタディ (仮) XXXの広告から読み取るマーケティング戦略
12. ケーススタディ (仮) XXXの商品から読み取るマーケティング戦略
13. スキルチェックと演習 (課題に対するレポート作成と討論)
14. スキルチェックと演習 (課題に対するレポート作成と討論)
15. 合同発表

※広告、事例研究の題材は、日本、世界から研究生の進捗、マーケットのトレンドにあわせて、講師が参加者とともに選定する。

<講義外の課題>

特になし

<教科書・参考書>

特に指定なし。講義の進捗にあわせて参考図書として講義の中で紹介していく。

<評価方法>

講義への参加・発表などの平常点50点、レポート作成・提出で50点、60点以上を合格とする。

<その他の重要事項>

特になし

授業科目の名称	技術からの事業構想	担当：小塩篤史	科目コード：323
配当年次	1年次・2年次	配当学期	未定
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、フィールドリサーチ
授 業 科 目 の 内 容			
<p><講義概要と目的（何を学ぶか）></p> <p>※本講義の詳細は追ってご連絡いたします。</p>			
<p><到達目標></p>			
<p><授業の進め方と方法></p>			
<p><講義計画></p> <ol style="list-style-type: none"> 1 オリエンテーション 講義計画と全体像の説明 2 技術経営の基本1 技術経営の基本的な考え方について 3 技術経営の基本2 技術経営の基本的な考え方について 4 技術経営グループワーク1 技術経営を理解するグループワーク 5 技術経営グループワーク2 技術経営を理解するグループワーク 6 未来創造技法1 バックキャストイングについて 7 未来創造技法2 バックキャストイングの実践 8 未来創造グループワーク1 未来を考えるワークショップ 9 未来創造グループワーク2 未来を考えるワークショップ 10 オープンイノベーション オープンイノベーションの成功事例について 11 技術経営戦略 イノベーション戦略の動向と方向性について 12 信州大学フィールドリサーチ1 信州大学技術シーズの探索 13 信州大学フィールドリサーチ2 信州大学技術シーズの探索 14 プロジェクト立案 技術シーズからプロジェクトの立案 15 プロジェクト計画発表 技術シーズからプロジェクトの計画と発表 			
<p><講義外の課題></p>			
<p><教科書・参考書></p>			
<p><評価方法></p>			
<p><その他の重要事項></p> <p>信州大学学生が本講義には参加する。信州大学上田キャンパスで開講する講義がある。</p>			

授業科目の名称	事業構想演習（上野ゼミ）	担当：上野征洋	科目コード：401
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			
<p><講義概要と目的></p> <p>前期の演習においては、各自の「事業構想計画書」の骨格づくりをおこなう。テーマ設定、事業構想の社会的背景や必要性、そして事業主体を担う自らの立場や役割などを明確にすることを意見交換しながら進める。このゼミでは事業構想における社会認識、企業の社会的責任やサステ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視点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。</p>			
<p><到達目標></p> <p>各自の事業構想のテーマの決定。それを構成する社会的ニーズや経営資源、ステークホルダーなどを明らかにすること。</p>			
<p><授業の進め方と方法></p> <p>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進めてゆく。発表のレジюме、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を行なう。</p>			

< 講義計画 >

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 演習（院生による事業構想テーマの発表と全員参加の討議）
- ④ 演習（院生による事業構想テーマの発表と全員参加の討議）
- ⑤ 演習（院生による事業構想テーマの発表と全員参加の討議）
- ⑥ 演習（院生による事業構想テーマの発表と全員参加の討議）
- ⑦ 演習（院生による事業構想テーマの発表と全員参加の討議）
- ⑧ 演習（院生による事業構想テーマの発表と全員参加の討議）
- ⑨ 演習（院生による事業構想テーマの発表と全員参加の討議）
- ⑩ 演習（院生による事業構想テーマの発表と全員参加の討議）
- ⑪ 演習（院生による事業構想テーマの発表と全員参加の討議）
- ⑫ 演習（院生による事業構想テーマの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）

< 講義外の課題 >

各自のテーマ設定、社会的背景、社会的必要性などについては独自に調査や資料収集と分析をおこない、ゼミ内発表時に活用すること。

< 教科書・参考書 >

教科書はとくに指定しない。テーマや分野における必要性に応じて適宜紹介する。参考書として、上野征洋・猪狩誠也ほか『CC戦略の理論と実践』（同友館）。

< 評価方法 >

討論への参加点（50%）とゼミ発表（50%）による総合評価。

< その他の重要事項 >

なし

授業科目の名称	事業構想演習（上野ゼミ）	担当：上野征洋	科目コード：401
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			
<p><講義概要と目的></p> <p>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、ビジョン、ミッション、事業コンセプトなどに基づく「事業構想とステークホルダー」を重視する、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。</p> <p>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</p>			
<p><到達目標></p> <p>修了をめざして「事業構想計画書」の完成をゴールとする。</p>			
<p><授業の進め方と方法></p> <p>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を前期よりもさらに精緻化して、その発表をおこなう。全員参加の討論とコメントによって進めてゆく。発表のレジュメ、パワーポイントなどは共有財産として活用する。また事業構想の完成に向けて個別指導をおこなう。</p>			

< 講義計画 >

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 演習（院生による事業構想の発表と全員参加の討議）
- ④ 演習（院生による事業構想の発表と全員参加の討議）
- ⑤ 演習（院生による事業構想の発表と全員参加の討議）
- ⑥ 演習（院生による事業構想の発表と全員参加の討議）
- ⑦ 演習（院生による事業構想の発表と全員参加の討議）
- ⑧ 演習（院生による事業構想の発表と全員参加の討議）
- ⑨ 演習（院生による事業構想の発表と全員参加の討議）
- ⑩ 演習（院生による事業構想の発表と全員参加の討議）
- ⑪ 演習（院生による事業構想の発表と全員参加の討議）
- ⑫ 演習（院生による事業構想の発表と全員参加の討議）
- 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

< 講義外の課題 >

「事業構想計画書」の完成に向けて必要な調査、分析活動は個別におこなう。内容については個別に指導する。

< 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。

< 評価方法 >

ゼミ発表（50%）と事業構想計画書への取り組み（50%）による総合評価。

< その他の重要事項 >

なし

授業科目の名称	事業構想演習（岩田ゼミ）		担当：岩田修一	科目コード：402
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				
<p><講義概要と目的（何を学ぶか）></p> <p>9.11から15年、3.11から5年目の年である。8.15の敗戦からの71年を駆動してきた復興、経済成長、先端、イノベーションとは異質の変化が始まるかもしれない。そうした予兆の反映なのか、新たな社会への模索が始まり、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向かって新たな可能性を拓くタフでやわらかな知力を磨く。</p>				
<p><到達目標></p> <p>選択した複数の課題について、それぞれの課題に関連するデータを集め、理解し、説明できる。作業結果、データの多寡に応じて課題解決のための適切な作業仮説を提示する。</p>				
<p><授業の進め方と方法></p> <p>ゼミ参加者の目標にそって共通の文献を選択し、輪読・討議を通して自身の将来展開のための知力と知性を構築する。</p>				
<p><講義計画> 15回</p> <p>第1回～第3回 課題に関する文献調査、情報収集と評価 第4回～第14回 代表的文献の精読と討議 第15回 事業構想に向けた調査結果の総括</p> <p>※ キーワード：デザイン論、推論、データ、環境、エネルギー</p>				
<p><講義外の課題></p> <p>なし</p>				
<p><教科書・参考書></p> <p>ドラッカー名著集9 「経済人」の終わり、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</p>				
<p><評価方法></p> <p>レポート内容、討議内容により総合的に評価する。</p>				
<p><その他の重要事項></p> <p>なし</p>				

授業科目の名称	事業構想演習（岩田ゼミ）	担当：岩田修一	科目コード：402
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			
<p><講義概要と目的（何を学ぶか）></p> <p>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。</p>			
<p><到達目標></p> <p>持続可能性のあるプロジェクトの骨格を事業構想計画書として提出する。</p>			
<p><授業の進め方と方法></p> <p>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。</p>			
<p><講義計画> 15回</p> <p>第1回～第3回 新規事業の概念構築 第4回～第14回 事業の実現化方策の設計と検討 第15回 事業構想の総括</p>			
<p><講義外の課題></p> <p>なし</p>			
<p><教科書・参考書></p> <p>それぞれの議論の進捗状況に応じて、適宜、紹介する。</p>			
<p><評価方法></p> <p>提案された事業構想の新規性、社会的価値、持続可能性、実現可能性により総合的に評価する。</p>			
<p><その他の重要事項></p> <p>なし</p>			

授業科目の名称	事業構想演習（村山ゼミ）	担当：村山貞幸	科目コード：403
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			
<p><講義概要と目的（何を学ぶか）></p> <p>各自の事業構想を妥協のないマーケティング思考により仕上げていく。視野を広く持ち、高い志をたてて議論を進める。社会に求められているものは何か？自分が本当にやりたいこと、やるべきことは何か？を徹底的に追究していく。その過程で、想像を超える自分の思いや社会の価値が浮かび上がってくることを期待したい。事業の大小は問わず、社会的なインパクト重視する。社会的課題の解決を優先するソーシャルビジネスなども守備範囲とし、社会の多様なニーズに広く目を配りながら、懐深い議論を展開していきたい。</p> <p>前期は理想にこだわり続け、会社の事情やもうけを気にするあまり浅くなりがちな議論を排除し、構想のぶれない軸を創造することに注力し、後期のより現実的なフェーズにつなげていく。</p> <p><キーワード></p> <p>志、BACKCASTING、理想の社会、社会変革、社会的価値、イマジネーション、クリエーション、ソーシャルビジネス、コミュニティビジネス</p> <p><到達目標></p> <p>社会を変革する志高い事業構想のアイデアを創造する。</p> <p><授業の進め方と方法></p> <p>事業構想の発表とその内容に関する全員参加のディスカッションを行う。</p>			

< 講義計画 >

- ① ガイダンス (前期講義計画の説明と議論)
- ② 背景とビジョン 1
- ③ 背景とビジョン 2
- ④ 背景とビジョン 3
- ⑤ 背景とビジョン 4
- ⑥ コンセプト 1
- ⑦ コンセプト 2
- ⑧ コンセプト 3
- ⑨ コンセプト 4
- ⑩ 事業概要 1
- ⑪ 事業概要 2
- ⑫ 事業概要 3
- ⑬ 事業概要 4
- ⑭ 前期演習の課題整理、中間総括、スケジュール確認 1
- ⑮ 前期演習の課題整理、中間総括、スケジュール確認 2

< 講義外の課題 >

講義時に受けたコメントに基づき、事業構想を修正する。

< 教科書・参考書 >

必要に応じてその都度紹介します。

< 評価方法 >

事業構想の内容50点とクラス貢献度50点による総合評価を行う。

< その他の重要事項 >

授業科目の名称	事業構想演習（村山ゼミ）	担当：村山貞幸	科目コード：403
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			
<p><講義概要と目的（何を学ぶか）></p> <p>各自の事業構想を妥協のないマーケティング思考により仕上げていく。視野を広く持ち、高い志をたてて議論を進める。社会に求められているものは何か？自分が本当にやりたいこと、やるべきことは何か？を徹底的に追究していく。その過程で、想像を超える自分の思いや社会の価値が浮かび上がってくることを期待したい。事業の大小は問わず、社会的なインパクト重視する。社会的課題の解決を優先するソーシャルビジネスなども守備範囲とし、社会の多様なニーズに広く目を配りながら、懐深い議論を展開していきたい。</p> <p>後期は、前期に創り上げた志高い構想案を具体的なビジネスに落とし込んでいく。ビジネス化フェーズで新たな困難にぶつかることが多いが、浅い事業計画にならないよう相互にチェックし、鼓舞し合いながら頂上を目指していく。</p> <p><キーワード></p> <p>志、BACKCASTING、理想の社会、社会変革、社会的価値、イマジネーション、クリエーション、ソーシャルビジネス、コミュニティビジネス</p> <p><到達目標></p> <p>前期に創った事業構想のアイデアを実現する事業計画を策定する。</p> <p><授業の進め方と方法></p> <p>事業構想の発表とその内容に関する全員参加のディスカッションを行う。</p>			

< 講義計画 >

- ① ガイダンス（後期講義計画の説明と議論）
- ② 背景とビジョン、コンセプト、事業概要確認 1
- ③ 背景とビジョン、コンセプト、事業概要確認 2
- ④ 背景とビジョン、コンセプト、事業概要確認 3
- ⑤ 背景とビジョン、コンセプト、事業概要確認 4
- ⑥ ビジネスモデルと事業収支 1
- ⑦ ビジネスモデルと事業収支 2
- ⑧ ビジネスモデルと事業収支 3
- ⑨ ビジネスモデルと事業収支 4
- ⑩ アクションプラン、リスクと対応策 1
- ⑪ アクションプラン、リスクと対応策 2
- ⑫ アクションプラン、リスクと対応策 3
- ⑬ アクションプラン、リスクと対応策 4
- ⑭ 全体総括 1
- ⑮ 全体総括 2

< 講義外の課題 >

講義時に受けたコメントに基づき、事業構想を修正する。

< 教科書・参考書 >

必要に応じてその都度紹介します。

< 評価方法 >

事業構想の内容50点とクラス貢献度50点による総合評価を行う。

< その他の重要事項 >

授業科目の名称	事業構想演習（根来ゼミ）	担当：根来秀行	科目コード：404
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			
<p>< 講義概要と目的（何を学ぶか） ></p> <p>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。</p>			
<p>< 到達目標 ></p> <p>大学院修了に向けて、『事業構想計画書』を完成させる</p>			
<p>< 授業の進め方と方法 ></p> <p>院生による医学全般・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。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。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。</p>			

<講義計画>

全15回

- ① ガイダンス（授業計画の説明と議論）
- ② 各自の個別テーマと事業構想、調査計画などの確認
- ③ 演習（院生による事業構想の発表と全員参加の討議）
- ④ 演習（院生による事業構想の発表と全員参加の討議）
- ⑤ 演習（院生による事業構想の発表と全員参加の討議）
- ⑥ 演習（院生による事業構想の発表と全員参加の討議）
- ⑦ 演習（院生による事業構想の発表と全員参加の討議）
- ⑧ 演習（院生による事業構想の発表と全員参加の討議）
- ⑨ 演習（院生による事業構想の発表と全員参加の討議）
- ⑩ 演習（院生による事業構想の発表と全員参加の討議）
- ⑪ 演習（院生による事業構想の発表と全員参加の討議）
- ⑫ 演習（院生による事業構想の発表と全員参加の討議）
- ⑬ 演習（院生による事業構想の発表と全員参加の討議）
- ⑭ 演習（院生による事業構想の発表と全員参加の討議）
- ⑮ 総括

<講義外の課題>

事業構想計画書の完成に向けて必要な調査分析活動アドバイスは個別に行う。

<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）、血管をゆるめると病気にならない（青春出版社）ほか、必要に応じて適宜紹介していく。

<評価方法>

ゼミ内発表（発表、討論への参加状況）50点と事業構想計画書作成への取り組み50点による総合評価とする。

<その他の重要事項>

特になし

授業科目の名称	事業構想演習（見山ゼミ）	担当：見山謙一郎	科目コード：405
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

<講義概要と目的（何を学ぶか）>

1、ゼミのテーマ

「想像から創造へ～Imagination & Creativity」

2、事業構想の領域

新興国・開発途上国でのビジネス、地方活性化、環境ビジネス、社内ベンチャー など

3、キーワード

Zero to One、イノベーション*（リバーズ・イノベーション、オープンイノベーション など）

*イノベーションとは、「革新（技術、システム等）」のみならず、「市場への普及」を含む

4、担当教員略歴

三井住友銀行の元バンカーで、東京営業部や本店営業部などで上場企業を担当し、国内外のM&Aや、財務戦略、経営戦略等の立案支援業務に従事。2005年に三井住友銀行を退職後、音楽プロデューサーの小林武史、Mr. Childrenの桜井和寿、音楽家の坂本龍一によって設立された非営利の金融機関（NPOバンク）ap bankに理事として参画し、NPOの運営を経験。ap bank理事退任後の2009年に株式会社フィールド・デザイン・ネットワークスを設立し、環境ビジネスやアジアの新興国・開発途上国（主にバングラデシュ）への日本企業の進出支援業務や、一部上場企業の新事業の企画・研修・実施支援業務に従事。また、環境省・中央環境審議会(循環型社会部会)委員や総務省・地域活性化アドバイザーなど行政委員を歴任し、政策提言を行なうほか、公益社団法人日本マーケティング協会の機関誌「マーケティングホライズン」の編集委員なども務める。

<到達目標>

事業構想を実現するために必要な、時間軸、拡張性・発展性、マネタイズ、アライアンスなどを意識した事業のグランドデザインを描けるようになること。

<授業の進め方と方法>

発表、グループディカッションを何度も繰り返すことで、議論の本質を追及、探求し続ける。これにより、多面的思考を身につけてもらうとともに、本質的な議論へと深化させていくことを目指す。また、ゼミ生の関心や希望に沿う形で、様々な業界、ジャンルからゲスト講師を適宜招聘する予定。

<講義計画>

前期（全15回）は、以下のテーマについて深掘りを行なう。

- 1、自分と向き合う
どこから来て（過去）、どこにいて（現在）、どこに向かっていくのか（未来）？
- 2、なぜ（Why）を繰り返し問う
絶対に妥協できないことは何か？
- 3、事業構想の本質と向き合う
 - (1) 事業の目的
その事業で、何を実現、達成したいのか？
①社会課題解決、②顕在需要対応、③潜在需要対応、④新たな価値創造 など
 - (2) 事業の構想
どんな事業を構想し、実現すれば、その目的を達成することが出来るのか？
様々なケースを想定し「仮説」を創設することにより、想像から創造を生み出す。
 - (3) 調査分析、検証
実現可能な、根拠を示す。
①事例や資料の分析（文献調査中心）、②現地調査による実践的アプローチ（現地調査中心）
 - (4) インプリケーション
世の中にどのような効果、影響を与えるのか？ など

<講義外の課題>

各講義終了後にリアクションペーパーを提出。

<教科書・参考書>

必要に応じて、適宜紹介する。

<評価方法>

リアクションペーパー（30点）、講義貢献度（30点）、研究・発表（40点）により総合評価を行なう。

<その他の重要事項>

初回講義時に現段階で実現したいと考えている、事業構想案を提出のこと（様式適宜）。

授業科目の名称	事業構想演習（見山ゼミ）	担当：見山謙一郎	科目コード：405
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			
<p><講義概要と目的（何を学ぶか）></p> <p>1、ゼミのテーマ 「想像から創造へ～Imagination & Creativity」</p> <p>2、事業構想の領域 新興国・開発途上国でのビジネス、地方活性化、環境ビジネス、社内ベンチャー など</p> <p>3、キーワード Zero to One、イノベーション*（リバース・イノベーション、オープンイノベーション など） *イノベーションとは、「革新（技術、システム等）」のみならず、「市場への普及」を含む</p> <p>4、担当教員略歴 三井住友銀行の元バンカーで、東京営業部や本店営業部などで上場企業を担当し、国内外のM&Aや、財務戦略、経営戦略等の立案支援業務に従事。2005年に三井住友銀行を退職後、音楽プロデューサーの小林武史、Mr. Childrenの桜井和寿、音楽家の坂本龍一によって設立された非営利の金融機関（NPOバンク）ap bankに理事として参画し、NPOの運営を経験。ap bank理事退任後の2009年に株式会社フィールド・デザイン・ネットワークスを設立し、環境ビジネスやアジアの新興国・開発途上国（主にバングラデシュ）への日本企業の進出支援業務や、一部上場企業の新事業の企画・研修・実施支援業務に従事。また、環境省・中央環境審議会(循環型社会部会)委員や総務省・地域活性化アドバイザーなど行政委員を歴任し、政策提言を行なうほか、公益社団法人日本マーケティング協会の機関誌「マーケティングホライズン」の編集委員なども務める。</p>			
<p><到達目標></p> <p>事業構想を実現するために必要な、時間軸、拡張性・発展性、マネタイズ、アライアンスなどを意識した事業のグランドデザインを描けるようになること。</p>			
<p><授業の進め方と方法></p> <p>発表、グループディカッションを何度も繰り返すことで、議論の本質を追及、探求し続ける。これにより、多面的思考を身につけてもらうとともに、本質的な議論へと深化させていくことを目指す。また、ゼミ生の関心や希望に沿う形で、様々な業界、ジャンルからゲスト講師を適宜招聘する予定。</p>			

<講義計画>

後期（全15回）は、伝え方（プレゼンテーション）を強く意識しながら、事業構想計画書の完成を目指す。

- 1、共感を引き出す（聞き手を同じ目線に引き込む）
なぜ（Why）この事業を実現したいか（×考えたか）を、以下の3つの目線から簡潔に伝える。
①社会的な目線、②自分の目線（拘り）、③企業の目線（企業内ベンチャーのケース）
- 2、メッセージ化（印象付け）
出来るだけ簡潔且つ、印象的なキーワードを用い、事業構想のコンセプトを一言で言い表せるよう、メッセージ化する（×説明する）。
- 3、映像化（分かり易さ）
予想される市場規模の数値データや事業のロードマップ、アライアンスの全体像を図表化するなど、映像化を強く意識する。
- 4、説得力（自己完結能力）
本当に構想した事業を実現できるか、やり切れるか。任せられるか（社内ベンチャーケース）。
自分自身の覚悟を示すとともに、客観的な根拠を示す。

<講義外の課題>

各講義終了後にリアクションペーパーを提出。

<教科書・参考書>

必要に応じて、適宜紹介する。

<評価方法>

リアクションペーパー（30点）、講義貢献度（30点）、研究・発表（40点）により総合評価を行なう。

<その他の重要事項>

外部のビジネスプランコンテストへの応募についても積極的に推奨し、検討したい。

授業科目の名称	事業構想演習（小塩ゼミ）	担当：小塩篤史	科目コード：406
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

<講義概要と目的（何を学ぶか）>

本ゼミの目的は、1年間を通じて事業構想のために3つの「カクシン」を探索する。前期は、核心の探索と革新的技術の探索を主なターゲットとする。まず、課題や価値の「核心」を追求する。事業構想の起点となるアイデアの開発は優れた核心の把握が源泉となる。自らの追及する価値や社会課題の核心を徹底した対話、未来学、システム思考、フィールドワークなどでとらえていく。さらに「革新」的技術を検討する。東京大学や慶應義塾大学などと連携しているG-SPASEプログラムや信州大学繊維学部、人工知能・データサイエンス系研究室との連携を通じて、事業の飛躍に有効な技術を探索する。また、前期はプロジェクト型の学習として、実際にゼミメンバーでプロジェクトをたて、共同で実施する。

<到達目標>

自らが事業構想する領域の課題を俯瞰的な検討し、革新的な領域を見定める
 自らが事業構想する領域の未来像を描き、未来を構想する基盤を構築する
 最先端の技術・研究にふれ、革新的な技術の自事業への応用を検討する

<授業の進め方と方法>

テーマに従って話題提供、対話、議論をおこなう。適宜、ワークショップやインタビュー、専門家とのヒアリングを設定し、実践的な議論をおこなう。構想案の取りまとめに関しては、適宜個別相談で実施する。

<講義計画> 全15回

- 1 オリエンテーション ゼミ実施の流れと個別の構想の確認
- 2 核心の探求1 構想案の提案と構想の核心の議論
- 3 核心の探求2 構想案の提案と構想の核心の議論
- 4 課題の核心の探求1 対象課題の深掘りを通じた核心の探求
- 5 課題の核心の探求2 対象課題の深掘りを通じた核心の探求
- 6 価値の核心の探求1 提供価値に対する哲学的対話
- 7 価値の核心の探求2 提供価値に対する哲学的対話
- 8 未来の探索1 事業領域の未来予測に関する議論
- 9 未来の探索2 事業領域の未来予測に関する議論
- 10 技術経営1 技術を事業に取り入れるうえでの戦略について
- 11 技術経営2 技術を事業に取り入れるうえでの戦略について
- 12 革新的技術（人工知能） 人工知能の可能性と限界を議論
- 13 革新的技術（データサイエンス） 事業におけるデータ活用の可能性について議論
- 14 構想案の発表と議論1 発表と相互フィードバック
- 15 構想案の発表と議論2 発表と相互フィードバック

<講義外の課題>

各講義終了後に次回講義のディスカッションテーマに関する課題をだす。

<教科書・参考書>

適宜指定する

<評価方法>

クラスへの参加・貢献・グループ討論による総合評価を行う。

<その他の重要事項>

授業科目の名称	事業構想演習（小塩ゼミ）	担当：小塩篤史	科目コード：406
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			
<p><講義概要と目的（何を学ぶか）></p> <p>本ゼミの目的は、1年間を通じて事業構想のために3つの「カクシン」を探索する。後期は、「確信」をつくりだす。自らの事業に確信をもつために、構想案の設計、リサーチの実施、構想計画、事業ストーリーの構築を支援する。構想案の設計に関しては、マーケティング・組織づくりにも有効な理念の形成と保有経営資源の把握、事業領域の生態系の理解をおこなう。リサーチに関しては、定量的分析、定性的分析、ワークショップ、ビッグデータ解析などをおこない、事業のプロトタイプを計画する。構想計画の指導にあたっては、事業のストーリーを意識し、ストーリーをベースにした収支計画や資源確保、パートナー探索を支援する。</p>			
<p><到達目標></p> <p>事業ビジョン、社会的価値を明確に定義し、構想案の骨格を定める 事業領域に関するリサーチを進め、自身の事業の価値を定量的・定性的に確信する 事業ストーリーにもとづいた魅力的な事業計画書を作成する</p>			
<p><授業の進め方と方法></p> <p>テーマに従って話題提供、対話、議論をおこなう。適宜、ワークショップやインタビュー、専門家とのヒアリングを設定し、実践的な議論をおこなう。構想計画の取りまとめに関しては、適宜個別相談で実施する。</p>			

< 講義計画 > 全15回

- 1 オリエンテーション ゼミの計画と各自の計画の共有
- 2 構想案の設計1 構想案の設計のための基本
- 3 構想案の設計2 理念、ビジョン、社会的価値の定義
- 4 リサーチ方針の検討1 リサーチ手法の解説と方針の検討
- 5 リサーチ方針の検討2 リサーチ手法の解説と方針の検討
- 6 他流試合1 構想案に対する外部からのフィードバック
- 7 他流試合2 構想案に対する外部からのフィードバック
- 8 リサーチ内容の検討1 実施したリサーチ内容の検討と深掘り
- 9 リサーチ内容の検討2 実施したリサーチ内容の検討と深掘り
- 10 事業ストーリーの展開1 事業ストーリーの共有と議論
- 11 事業ストーリーの展開2 事業ストーリーの共有と議論
- 12 構想計画の勘所1 事業ストーリーに従った構想計画作成の確認
- 13 構想計画の勘所2 収支計画策定、パートナー探索
- 14 構想計画の発表と議論1 発表と相互フィードバック
- 15 構想計画の発表と議論2 発表と相互フィードバック

< 講義外の課題 >

各講義終了後に次回講義のディスカッションテーマに関する課題をだす。

< 教科書・参考書 >

適宜指定する

< 評価方法 >

クラスへの参加・貢献・グループ討論による総合評価を行う。

< その他の重要事項 >

授業科目の名称	事業構想演習（酒井ゼミ）	担当：酒井穰	科目コード：407
配当年次	2年次	配当学期	
年間開講数	1回	単位数	2単位
必修・選択等の別	選択必須	授業の方法	講義、討議
授 業 科 目 の 内 容			
<p><講義概要と目的（何を学ぶか）></p> <p>自分とその仲間たちのための事業構想を練り上げていくにあたり必要となる（1）理念・志の設定方法（2）課題設定の方法（3）設定された課題の解決手段を模索する方法、について学ぶことを基本としている。</p> <p>大切なのは、このプロセスは（1）→（2）→（3）という具合にして直線的には進まないということだ。各段階を行ったり来たりするなかで、事業構想が「らせん」を描きながら形になっていくことを、実践を通して学んでもらう。特に「自分の事業構想は、ある程度は固まっている」ということと「まったく形になっていない」という2つの状態を、振り子のように「行ったり来たり」することの大切さを理解してもらいたい。</p> <p>ここで得られるのは、優れた事業構想そのものというよりも、優れた事業構想を生み出すために必要になる方法である。「魚を与えれば1日食える。しかし魚の釣り方を与えれば一生食える」というが、このゼミで目指していくのは「魚の釣り方」であって「魚」そのものではない。ビジネスに近道はなく、お手軽な解決策など存在しない。それでもなお、この山は「らせん」によって登ることができるという自信をつけてもらいたい。</p>			
<p><到達目標></p> <p>各院生の事業構想そのものを使う。教員は、それぞれの事業構想に対して「厳しいステークホルダー」の目線から、フィードバックを行っていく。到達目標としているのは、それぞれの事業構想が（1）将来の投資家（2）将来の顧客（3）将来の従業員（4）将来の仕入先（5）将来の地域社会、などに十分に受け入れられるものとして完成されることである。</p> <p>注意してもらいたいのは、こうしたステークホルダーとは、みな「他者」であるという点だ。立場のことなる「他者」からみて、受け入れられない事業構想に意味がないことは言うまでもない。自分の事業構想に惚れ込むことは大事なことだが、自分のアイディアに惚れ込んだ人間には、往々にして「他者」が見えない。教員は、この「他者」の目線から事業構想を考えるスキルを与えることも目標としている。</p>			
<p><授業の進め方と方法></p> <ul style="list-style-type: none"> ・持ち回りでの事業構想の発表（未完成な状態で問題ない） ・ゼミ仲間からのフィードバック ・ゼミ仲間からのフィードバックへの教員によるフィードバック 			

< 講義計画 >

- ・ 毎回、3名程度の院生から、現在の事業構想について話をしてもらう
- ・ それに対して、ゼミ仲間からのフィードバックをもらう。
- ・ 教員は、ステークホルダーの目線から、徹底的なフィードバックを行う。
- ・ 成果物としては「次のゼミまでに調査しておくべきこと」が多い。

< 講義外の課題 >

- ・ 各種文献の調査・分析
- ・ 必要に応じたフィールドワーク

< 教科書・参考書 >

- ・ 『幸せの経営学』 日本能率協会マネジメントセンター

< 評価方法 >

- ・ クラスでの学びへの貢献を考えるため討論への参加を重視する。
- ・ ゼミ仲間へのフィードバックの質を評価する。

< その他の重要事項 >

- ・ ゼミの同窓会（過去のゼミ生と現在のゼミ生の交流）が年に1度ある

授業科目の名称	事業構想演習（竹安ゼミ）	担当：竹安聡	科目コード：408
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			
<p><講義概要と目的（何を学ぶか）></p> <p>本演習では、院生の事業構想における着想の背景や事業ビジョン、果たすべき役割などを、教員や外部講師の体験を通じたケーススタディや、教員と院生個々人との深いコミュニケーションにより体得し、より現実的な事業構想の実現につなげていく。</p> <p>事業のベースとなる経営理念の重要性や、事業活動を通じたブランド価値の向上などについても、実際的な事例を交えながら紹介し、議論していく。</p>			
<p><到達目標></p> <p>多面的視点から熟慮された、実現性の高い事業構想計画書をまとめ上げる。</p>			
<p><授業の進め方と方法></p> <p>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。</p>			

< 講義計画 >

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新規事業構想の進め方 (ディシジョン・メイキング)	③アクションラーニング
第3週		第4週	
④ケーススタディ (事業創造の十か条)	⑤アクションラーニング	⑥ケーススタディ (店舗ソリューション事業)	⑦アクションラーニング
第5週		第6週	
⑧外部講師講演 I	⑨アクションラーニング	⑩経営理念 I	⑪経営理念 II
第7週		第8週	
⑫アクションラーニング (前期進捗確認)	⑬アクションラーニング (前期進捗確認)	⑭アクションラーニング (前期進捗確認)	⑮アクションラーニング (前期進捗確認)

< 講義外の課題 >

講義テーマに即した関連書籍等での自学自習を推奨する。

< 教科書・参考書 >

経営理念やブランド戦略、ケーススタディ等を題材にしたオリジナルテキストを使用する。

< 評価方法 >

演習への主体的参加状況と事業構想計画のアウトプットによる総合評価とする。

< その他の重要事項 >

授業科目の名称	事業構想演習（竹安ゼミ）	担当：竹安聡	科目コード：408
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			
<p><講義概要と目的（何を学ぶか）></p> <p>本演習では、院生の事業構想における着想の背景や事業ビジョン、果たすべき役割などを、教員や外部講師の体験を通じたケーススタディや、教員と院生個人との深いコミュニケーションにより体得し、より現実的な事業構想の実現につなげていく。</p> <p>加えて、事業のベースとなる経営理念の重要性や、事業活動を通じたブランド価値の向上などについても、実際の事例を交えながら紹介し、議論していく。</p>			
<p><到達目標></p> <p>多面的視点から熟慮された、実現性の高い事業構想計画書をまとめ上げる。</p>			
<p><授業の進め方と方法></p> <p>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。</p>			

< 講義計画 >

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ケーススタディ (中国内装設備事業)	③アクションラーニング
第3週		第4週	
④ブランド戦略 I	⑤アクションラーニング	⑥ブランド戦略 II	⑦アクションラーニング
第5週		第6週	
⑧外部講師講演 II	⑨アクションラーニング	⑩社会課題と事業構想 (地方創生・インバウンド)	⑪アクションラーニング
第7週		第8週	
⑫アクションラーニング (最終成果確認)	⑬アクションラーニング (最終成果確認)	⑭アクションラーニング (最終成果確認)	⑮アクションラーニング (最終成果確認)

< 講義外の課題 >

講義テーマに即した関連書籍等での自学自習を推奨する。

< 教科書・参考書 >

経営理念やブランド戦略、ケーススタディ等を題材にしたオリジナルテキストを使用する。

< 評価方法 >

演習への主体的参加状況と事業構想計画のアウトプットによる総合評価とする。

< その他の重要事項 >

授業科目の名称	事業構想演習（江端ゼミ）	担当：江端浩人	科目コード：409
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			
<p><講義概要と目的（何を学ぶか）></p> <p>事業構想大学院のゼミにおいては最終目的は事業構想計画書を完成させることである。その過程において必要なものは多々ありそれらを個人の事業構想進捗状況や必要な必要リソースの獲得状況に応じて提供する必要がある。本ゼミでは江端の各種経験（日本企業、外資企業、ベンチャー創業、M&A、マーケティング、IT、コンサルティングなど）をゼミ生に伝え、ゼミ生の事業構想実現に向けて進んでいくこととする。また、その他リソースとして活用できるものとして江端ゼミOBによるフィードバック、ゲストによる事業構想の私さ、インターネット上あるいは文献情報のリサーチ、実地見聞によるリサーチ、相互のフィードバックなどが挙げられる。その意味では、聴講生の参加も歓迎している。</p>			
<p><到達目標></p> <p>前期における到達目標は：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 目指す事業構想はっきりさせること 2 事業構想を構成する上で重要な要素を把握すること 3 後期に向けて事業構想を完成するために必要なリソースを明らかにすることである。 <p>特に各ゼミ生が後期に向けてとるべきアクションを明らかにし、十分な事業構想計画書の準備ができることを担保することが目的である。</p>			
<p><授業の進め方と方法></p> <p>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。 本学OBや学外の各種ゲストによるプレゼン・討議 学外での実地研修や視察などの各種活動</p>			

< 講義計画 >

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 各自の個別テーマと事業構想、前期演習計画、調査計画などのすりあわせ
- ③ 院生による事業構想計画発表・討議。
- ④ 演習（院生による事業構想計画発表・討議、関連分野の講義と討議（外部講師を含む））
- ⑤ 演習（院生による事業構想計画発表・討議、関連分野の講義と討議（外部講師を含む））
- ⑥ 演習（院生による事業構想計画発表・討議、関連分野の講義と討議（外部講師を含む））
- ⑦ 演習（院生による事業構想計画発表・討議、関連分野の講義と討議（外部講師を含む））
- ⑧ 演習（院生による事業構想計画発表・討議、関連分野の講義と討議（外部講師を含む））
- ⑨ 演習（院生による事業構想計画発表・討議、関連分野の講義と討議（外部講師を含む））
- ⑩ 演習（院生による事業構想計画発表・討議、関連分野の講義と討議（外部講師を含む））
- ⑪ 演習（院生による事業構想計画発表・討議、関連分野の講義と討議（外部講師を含む））
- ⑫ 演習（院生による事業構想計画発表・討議、関連分野の講義と討議（外部講師を含む））
- ⑬ 演習（院生による事業構想計画発表・討議、関連分野の講義と討議（外部講師を含む））
- ⑭ ゼミ0Bを含めた各ゼミ生の発表及びフィードバック、中間発表に向けて。
- ⑮ 総括講義（前期の総括と後期までの方向性について）

< 講義外の課題 >

講義外の課題としては、テーマに沿ったリサーチなどは当然であるが、自主参加ではあるが、勉強会や講演への参加、実地研修などが挙げられる。

2015年においてはゼミ生の必要に応じて国内のゼミ研修旅行を実施した。

< 教科書・参考書 >

教科書に関しては、ゼミ生の必要に応じ随時推奨する。

社会人大学院においては学生の経験や意見も重要な参考となる事を肝に銘じ、積極的にゼミ生同士の議論も進めていただきたい。

< 評価方法 >

ゼミ内での発表、討論への参加点による総合評価を行う。

< その他の重要事項 >

ゼミの発表や討議は、講義と違いなかなかビデオなどで代替できないものであるため、電話やビデオ会議など遠隔でも参加できればお願いしたい。

授業科目の名称	事業構想演習（江端ゼミ）	担当：江端浩人	科目コード：409
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

<講義概要と目的（何を学ぶか）>

事業構想大学院のゼミにおいては最終目的は事業構想計画書を完成させることである。その過程において必要なものは多々ありそれらを個人の事業構想進捗状況や必要な必要リソースの獲得状況に応じて提供する必要がある。本ゼミでは江端の各種経験（日本企業、外資企業、ベンチャー創業、M&A、マーケティング、IT、コンサルティングなど）をゼミ生に伝え、ゼミ生の事業構想実現に向けて進んでいくこととする。また、その他リソースとして活用できるものとして江端ゼミOBによるフィードバック、ゲストによる事業構想の私さ、インターネット上あるいは文献情報のリサーチ、実地見聞によるリサーチ、相互のフィードバックなどが挙げられる。その意味では、聴講生の参加も歓迎している。

<到達目標>

後期における到達目標は：

- 1 事業構想計画書の完成
 - 2 事業構想の競争優位性を確保する戦略を策定すること
- 特に各ゼミ生が事業構想計画完成に必要なアクションを明らかにし、実施することが目的である。

<授業の進め方と方法>

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。
 本学OBや学外の各種ゲストによるプレゼン・討議
 学外での実地研修や視察などの各種活動

< 講義計画 >

全15回

- ① 後期ガイダンス（各ゼミ生の夏季休暇期間の進捗状況の検証。）
- ② 各自の個別テーマと事業構想、後期演習計画、調査計画などのすりあわせ
- ③ 演習（院生による事業構想計画発表・討議、関連分野の講義と討議（外部講師を含む））
- ④ 演習（院生による事業構想計画発表・討議、関連分野の講義と討議（外部講師を含む））
- ⑤ 演習（院生による事業構想計画発表・討議、関連分野の講義と討議（外部講師を含む））
- ⑥ 演習（院生による事業構想計画発表・討議、関連分野の講義と討議（外部講師を含む））
- ⑦ 演習（院生による事業構想計画発表・討議、関連分野の講義と討議（外部講師を含む））
- ⑧ 演習（院生による事業構想計画発表・討議、関連分野の講義と討議（外部講師を含む））
- ⑨ 演習（院生による事業構想計画発表・討議、関連分野の講義と討議（外部講師を含む））
- ⑩ 演習（院生による事業構想計画発表・討議、関連分野の講義と討議（外部講師を含む））
- ⑪ 演習（院生による事業構想計画発表・討議、関連分野の講義と討議（外部講師を含む））
- ⑫ 演習（院生による事業構想計画発表・討議、関連分野の講義と討議（外部講師を含む））
- ⑬ 演習（院生による事業構想計画発表・討議、関連分野の講義と討議（外部講師を含む））
- ⑭ ゼミOBを含めた各ゼミ生の発表及びフィードバック、事業構想書完成に向けて。
（計画書提出時期により繰り上げ）
- ⑮ ゼミOBを含めた各ゼミ生の発表及びフィードバック、事業構想書完成に向けて。
（計画書提出時期により繰り上げ）

< 講義外の課題 >

講義外の課題としては、テーマに沿ったリサーチなどは当然であるが、自主参加ではあるが、勉強会や講演への参加、実地研修などが挙げられる。

2015年においてはゼミ生の必要に応じて国内のゼミ研修旅行を実施した。またゼミ生OBを含めた事業構想発表の機会を前期・後期に組み込んでいる。

< 教科書・参考書 >

教科書に関しては、ゼミ生の必要に応じ随時推奨する。

社会人大学院においては学生の経験や意見も重要な参考となる事を肝に銘じ、積極的にゼミ生同士の議論も進めていただきたい。

< 評価方法 >

ゼミ内での発表、討論への参加点、事業構想計画書の進展による総合評価を行う。

< その他の重要事項 >

ゼミの発表や討議は、講義と違いなかなかビデオなどで代替できないものであるため、電話やビデオ会議など遠隔でも参加できればお願いしたい。

授業科目の名称	事業構想演習（野口ゼミ）	担当：野口恭平	科目コード：410
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			
<p><講義概要と目的（何を学ぶか）></p> <p>事業展開を進める上で重要となる、「その事業が十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。</p> <p>本演習では、構想計画におけるブランド戦略及びマーケティング戦略の側面に重点を置き、グローバルマネジメントの知見に基づいた多様性マネジメントの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）の活用、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を含めて議論を深めていく。</p> <p>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。</p> <p>又年2回、ゼミ年次総会を開催し、卒業生を含めて事業構想についての議論を行う。</p>			
<p><到達目標></p> <p>修了に向けて「事業構想計画書」の完成をゴールとする。</p>			
<p><授業の進め方と方法></p> <p>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、事例の紹介も取り入れて議論をすすめる。</p>			

<講義計画>

(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)

<講義外の課題>

「事業構想計画書」の完成に向けて必要なフィールド調査、該当市場分析、有識者へのインタビューを個別に実施する。内容については個別に指導する。又年二回開催されるゼミ年次総会において、構想計画や卒業生の事業展開についての意見交換を実施する。

<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。

<評価方法>

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。

<その他の重要事項>

特になし

授業科目の名称	事業構想演習（野口ゼミ）	担当：野口恭平	科目コード：410
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

<講義概要と目的（何を学ぶか）>

事業展開を進める上で重要となる、「その事業が十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戦略及びマーケティング戦略の側面に重点を置き、グローバルマネジメントの知見に基づいた多様性マネジメントの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いれる）の活用、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を含めて議論を深めていく。

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。

又年2回、ゼミ年次総会を開催し、卒業生を含めて事業構想についての議論を行う。

<到達目標>

修了に向けて「事業構想計画書」の完成をゴールとする。

<授業の進め方と方法>

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。

<講義計画>

(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)

⑩ 後期ガイダンス (演習計画の確認)

⑪～⑲ 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

⑳ 総括

<講義外の課題>

「事業構想計画書」の完成に向けて必要なフィールド調査、該当市場分析、有識者へのインタビューを個別に実施する。内容については個別に指導する。又年二回開催されるゼミ年次総会において、構想計画や卒業生の事業展開についての意見交換を実施する。

<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。

<評価方法>

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。

<その他の重要事項>

特になし

授業科目の名称	事業構想演習（岸波ゼミ）	担当：岸波宗洋	科目コード：411
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

<講義概要と目的（何を学ぶか）>

まず、本ゼミの目的として、本大学院の修了要件となる事業構想計画書の精緻な作成を促すとともに、現実の事業としてスムーズに事業導入・運営が行えるよう、より現実に即した事業設計、進行、収支シミュレーション等性格を重要視する。

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。

<到達目標>

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。

<授業の進め方と方法>

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。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）

<講義計画>

- ・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

<講義外の課題>

- ・毎回の発表により指摘された修正点を修正し、次回発表にのぞむこと
- ・夏期休講期間中に適宜課題提示したフィールドリサーチを実践しエビデンスを得ること

<教科書・参考書>

各回のテーマに応じて適宜紹介していく。

<評価方法>

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。

<その他の重要事項>

授業科目の名称	事業構想演習（岸波ゼミ）	担当：岸波宗洋	科目コード：411
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			
<p><講義概要と目的（何を学ぶか）></p> <p>まず、本ゼミの目的として、本大学院の修了要件となる事業構想計画書の精緻な作成を促すとともに、現実の事業としてスムーズに事業導入・運営が行えるよう、より現実に即した事業設計、進行、収支シミュレーション等性格を重要視する。</p> <p>本ゼミの前提要件は、以下の通りである。</p> <ol style="list-style-type: none"> 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。 			
<p><到達目標></p> <p>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、バックキャスト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。</p>			
<p><授業の進め方と方法></p> <p>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。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。</p> <ol style="list-style-type: none"> (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） 			

<講義計画>

- ・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

<講義外の課題>

- ・毎回の発表により指摘された修正点を修正し、次回発表にのぞむこと
- ・夏期休講期間中に適宜課題提示したフィールドリサーチを実践しエビデンスを得ること

<教科書・参考書>

各回のテーマに応じて適宜紹介していく。

<評価方法>

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。

<その他の重要事項>

授業科目の名称	事業構想演習（渡邊ゼミ）	担当：渡邊信彦	科目コード：412
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			
<p><講義概要と目的（何を学ぶか）></p> <p>本ゼミにおいては各人の事業構想構築にあたりゼミ生の知見を融通しあいブラッシュアップする手法を使う。前期、後期通じてそれぞれの事業構想を社会的意義からビジネスモデルまで個人ではブレイクスルーしにくい領域を担当講師及び受講生の刺激によって拡散させ、収束させることによって負けないモデル構築へ挑戦する。</p>			
<p><到達目標></p> <p>構想に向けた作業フェーズが各人違うと思うが前期終了時にはミッション、ゴールの設定から強いビジネスモデルをプラットフォームとして構想のベースにできるようビジネスモデルのブラッシュアップを行う。後期は各人の事業構想と最新事例を徹底的に調査検証し、最先端の事業構想にブラッシュアップしていく。</p>			
<p><授業の進め方と方法></p> <p>ゼミ生の事業構想を課題として課題の設定、ディスカッションを繰り返して行くことにより事業構想をブレのないものにしていく。</p>			

<講義計画>

- 1回目 オリエンテーション（授業計画とゼミ生の構想案の共有）
- 2回目 課題設定、矛盾と壁のあぶり出し
- 3回目 課題設定、矛盾と壁のあぶり出し
- 4回目 目指す価値 提供するサービス
- 5回目 目指す価値 提供するサービス
- 6回目 事業構想概略設定
- 7回目 事業構想概略設定

<講義外の課題>

ディスカッションを反映し毎回ブラッシュアップする。

<教科書・参考書>

各回のテーマに応じて適宜紹介していく。

<評価方法>

平常点（演習・討論への参加）70点と宿題30点による総合評価を行う。

<その他の重要事項>

授業科目の名称	事業構想演習（渡邊ゼミ）	担当：渡邊信彦	科目コード：412
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			
<p><講義概要と目的（何を学ぶか）></p> <p>本ゼミにおいては各人の事業構想構築にあたりゼミ生の知見を融通しあいブラッシュアップする手法を使う。前期、後期通じてそれぞれの事業構想を社会的意義からビジネスモデルまで個人ではブレイクスルーしにくい領域を担当講師及び受講生の刺激によって拡散させ、収束させることによって負けないモデル構築へ挑戦する。</p>			
<p><到達目標></p> <p>構想に向けた作業フェーズが各人違うと思うが前期終了時にはミッション、ゴールの設定から強いビジネスモデルをプラットフォームとして構想のベースにできるようビジネスモデルのブラッシュアップを行う。後期は各人の事業構想と最新事例を徹底的に調査検証し、最先端の事業構想にブラッシュアップしていく。</p>			
<p><授業の進め方と方法></p> <p>ゼミ生の事業構想を課題として課題の設定、ディスカッションを繰り返して行くことにより事業構想をブレのないものにしていく。</p>			

<講義計画>

- 1回目 オリエンテーション（授業計画とゼミ生の構想案の共有）
- 2回目 各人の事業構想に関する競合調査
- 3回目 競合との差別化戦略
- 4回目 プラットフォーム戦略 チャンネル戦略
- 5回目 プラットフォーム戦略 チャンネル戦略
- 6回目 事業構想発表
- 7回目 事業構想発表

<講義外の課題>

ディスカッションを反映し毎回ブラッシュアップする。

<教科書・参考書>

各回のテーマに応じて適宜紹介していく。

<評価方法>

平常点（演習・討論への参加）70点と宿題30点による総合評価を行う。

<その他の重要事項>

