# 事業構想大学院大学

# 2018 年度シラバス

---

## 目　次


事業構想原論・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 3
事業構想特論・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 4
事業構想実践論 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 6
プレゼン演習Ⅰ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 8
プレゼン演習Ⅱ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 9
事業構想事例研究Ⅰ～Ⅳ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 10
社会動向と事業構想・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 12
技術動向と事業構想・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 14
経済動向と事業構想 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 15
経営環境と事業構想・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 16
クリエイティブ発想法・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 17
実践アイディア発想法・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 18
イノベーションの発想・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 19
科学社会論・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 20
社会情報分析・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 22
ビジネス･モデルの策定 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 24
顧客仮説リサーチ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 26
マーケティング・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 28
構想計画策定演習・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 30
収支計画の立て方・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 32
総合的マーケティング･コミュニケーション・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 33
コミュニケーション論・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 35
プレゼンテーション ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 36
企業内における事業構想・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 39
起業を目指す事業構想・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 40
健康･医療産業における事業構想・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 42
食と事業構想・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 44
事業構想と IT ソリューション・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 45
情報リテラシー ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 47
グローバルビジネス・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 49
地域活性と事業構想・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 51
組織と人材・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 53
ビジネス会計・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 55
ファイナンス・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 56
組織変革/M&A・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 58
ブランド戦略・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 60

リスクマネジメント・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 62
IR 広報・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 64
事業経営の基礎知識・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 66
知識創造論・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 68
知識創造経営論・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 70
成功・失敗関係論・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 72
事業構想としての知財戦略・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 73
コンシューマー・マーケティング・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 75
信州大学連携科目「MOT」・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 77
事業構想基礎演習・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 78
事業構想基礎演習Ⅶ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 83
事業構想基礎演習Ⅷ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 85
事業構想基礎演習Ⅸ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 87
事業構想計画演習(東京①)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 88
事業構想計画演習(東京②)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 90
事業構想計画演習(東京③)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 92
事業構想計画演習(東京④)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 94
事業構想計画演習(東京⑤)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 97
事業構想計画演習(東京⑥)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 98
事業構想計画演習(東京⑦)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 102
事業構想計画演習(東京⑧)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 106
事業構想計画演習(東京⑨)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 108
事業構想計画演習(東京⑩)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 110
事業構想計画演習(東京⑪)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 112

| 科目名 | 事業構想原論 | 担当教員 | 東英弥、谷野豊 | 科目コード | 101 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | １年次 | 学期 | 導入集中 | | |
| キャンパス | 東京／大阪／福岡 | 単位数 | １単位 | | |

**＜講義概要と目的＞**

事業構想とはなにか。「事業を構想する」ためには、どのような要素が必要なのだろうか。こうした疑問を、実務において実際に「事業を構想」し実現してきた実体験にもとづき明らかにしていく。また、現在進行中の「事業構想」を事例に、どのようにして「思いをかたちに」していくのか。そして、日常生活において「事業構想」を考えるヒントをどのようにして得ているのかを紹介する。

講義の後半では、履修生がいま属している「企業」のビジネスモデルについて発表してもらう機会を設けている。ケーススタディではできない「企業」のビジネスモデルを抽出することの実践と他の企業のビジネスモデルを理解する機会を提供する。本講義では、①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事業構想の基本的な考え方を理解する。②院生の事業発表と討論を通じて、院生間の相互理解の促進と各業界の社会課題の理解を向上させる。この２点を大きな目的としている。

**＜到達目標＞**

①事業構想の基本的な枠組みを理解する。
②院生間のビジネスモデルの相互理解の促進させること。

**＜授業の進め方と方法＞**

まず、最初の講義では東教授より「事業構想の考え方」について講義行ない、残りの時間を履修者によるビジネスモデルの発表を行うことを想定している。ビジネスモデルの発表時は、質疑応答を挟まずに進行し、院生はレスポンスシートにそれぞれの発表についてのコメントを書く。大阪・福岡は、テレビ会議システムによる同時講義・討論を行う。

**＜講義計画＞**

第１回　事業構想の基本
第２回　自分自身の事業モデルと取り組みたい社会課題の発表１
第３回　自分自身の事業モデルと取り組みたい社会課題の発表２
第４回　自分自身の事業モデルと取り組みたい社会課題の発表３
第５回　自分自身の事業モデルと取り組みたい社会課題の発表４
第６回　自分自身の事業モデルと取り組みたい社会課題の発表５
第７回　自分自身の事業モデルと取り組みたい社会課題の発表６
第８回　自分自身の事業モデルと取り組みたい社会課題の発表７
※第２回～８回の自分自身の事業モデルの発表と討議は発表時間１０分とする（時間厳守）。
※自分以外の発表に対してのコメントを提出する。

**＜講義外の課題＞**

①　自身の現在のビジネスモデルと取り組みたい社会課題について
→事務局からフォーマットをお送りします。
②発表資料は１０枚以内にまとめる。

**＜教科書・参考書＞**

特に定めない。

**＜評価方法＞**

①プレゼン、事業モデル資料（レジュメ）：６０点、②自分以外の事業モデルに対してのコメント：４０点

**＜その他の重要事項＞**

本講義は選択必修科目であるが、事業構想の考え方を総合的に理解するため履修することが望ましい。本講義の学修成果を高めるため、「事業構想特論」の同時履修を推奨する。

| 科目名 | 事業構想特論 | 担当教員 | 岩田修一・吉國浩二・根来秀行・岸波宗洋・田浦俊春・川山竜二・松本三和夫 | 科目コード | 102 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | １・２年次 | 学期 | 導入集中 | | |
| キャンパス | 東京／大阪／福岡 | 単位数 | ２単位 | | |

＜講義概要と目的＞

社会のなかで時代の要請を受けてダイナミックに展開する事業、そして先鋭化し、専門分化が加速する学術分野の成果と役割について最初から考えて見るための導入講義です。未来は限りなく多元的に展開します。そして未来は予見するものではなく新たに創り出すものです。そうした未知なる未来に向かって新たな挑戦を開始するためには、専門分化した既存の学術分野の知識を足し合わせるだけでは不十分です。産業分野、業種、世代、地域等々の領域の“カベ”を超えて自由な発想で事業を構想し、ゆたかな社会を構築するためには、多様な分野の俯瞰と回遊を通して学術分野で磨き上げられた普遍的な方法論の役割を理解することが大切です。それは、これまでに人類が構築してきた壮大な知的基盤、そしてその基盤の上で形成された学術や実践の織りなす知が、どのようにして我々の世界を作り上げてきたのかのプロセスを知ることでもあります。このプロセスの範例を、多様な経験を積んできた担当教員が、新たな事業を構想するという視点から紹介します。それは、代表的な事業についての事例研究、事業と学術の形成にいたる歴史的、社会的背景についての学び、実務と学術との相補性と乖離についての理解、将来必要となる新たな領域についての検討から構成されます。こうした人類の叡智が創成されるプロセスを参加者（教員＋院生）が楽しむ「知の回遊」、それが本講義の目的です。

＜到達目標＞

学術と事業との関係性について理解し、事業構想という観点から人類が集積してきた知的資産への好奇心を活性化させる。

＜授業の進め方と方法＞

さまざまな領域の叡智に触れるために、「知の回遊Ⅰ～Ⅵ」のセクションに分け、それぞれの教員によるオムニバス形式で講義を実施する。

＜講義計画＞

３日間による導入集中講義という位置づけで、１日に２つのセクションの講義をおこなう。それぞれの講義概要については別紙にて配布する。

4 月 11 日（東京）、4 月 12 日（大阪）、4 月 13 日（福岡）

知の回遊Ⅰ　“ヒト”とコト（1）（物質・生命論）：根来　秀行

知の回遊Ⅱ　“きまり”とコト（1）（社会・制度論）：川山　竜二

4 月 11 日（大阪）、4 月 12 日（福岡）、4 月 13 日（東京）

知の回遊Ⅲ　“きずな”とコト（1）（国際・地域論）：岸波　宗洋

知の回遊Ⅳ　“モノ”とコト（1）（人間・環境論）：田浦　俊春

4 月 11 日（福岡）、4 月 12 日（東京）、4 月 13 日（大阪）

| |
|---|
| 知の回遊Ⅴ　“おもう”とコト（1）（思想・藝術論）：岩田　修一（ゲスト講師：松本三和夫）<br>知の回遊Ⅵ　“はかる”とコト（1）（数理・情報論）：吉國　浩二（ゲスト講師：赤羽喜治、竹田忠） |
| ＜教科書・参考書＞ |
| それぞれの講義において当該分野の知的資産である代表的資料や書籍を紹介する。 |
| ＜評価方法＞ |
| それぞれの講義ごとに提示された課題についてのレポートを提出する。成績はレポートの内容で総合評価する。 |
| ＜その他の重要事項＞ |
| |

| 科目名 | 事業構想実践論 | 担当教員 | 杉本哲哉、唐池恒二<br>松下琢磨、田中渉 | 科目コード | 104 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | １年次・２年次 | 学期 | 夏期集中 | | |
| キャンパス | 東京／大阪／福岡 | 単位数 | １単位 | | |

＜講義概要と目的＞

本講義は、構想した事業アイディアを「計画に基づき実践できる人材」輩出を眼目とする。戦後に構築され今日まで続いてきた様々なシステムや諸制度が、いまビッグバンを迎えようとしている。とりわけ、ビジネス社会ではインターネットを基点とする IT 革命が起こり、情報だけでなく、ヒト・モノ・カネまでもがネットワークにつながり流動する世界的ボーダレス化が進んでいることは明白だ。
そうした中、かかる世の中を生き抜いてゆくために必要な「個の力」を当然に培わねばならないが、将来さらなるイノベーションが求められるだろう日本社会では、もはや事業を「構想する力」だけでは足りない。つまり事業を「実践する力」こそが真に必要な力であり、本講義を履修した院生に学んでもらいたい対象である。

＜到達目標＞

さまざまな時事問題や個々の現象などから時代の変化と背景を理解し、今後の日本社会のあり方について考察することでトレンドに対するアンテナを張り「時代感覚」を磨く。その上で、自ら事業を構想し→提案し→実践できる力量的にも精神的にも有用な人材になるべく「人間力（他人に働きかけるコミュニケーション能力、プレゼンテーション能力、文章表現力、パブリックマインド…等々）」を体得することが目標。

＜授業の進め方と方法＞

何事においても「絶対的な知識」は重要であるという観点から、まず政治・経済・経営・文化・歴史・法制度などに数多く言及し、これらから実際に役立つ知見を見いだす環境をつくる。それをベースにスピーチやディスカッションを重ねながら、各院生が自身の考える事業プランについて「説得力のある蓋然性」をプレゼン形式で発表する機会もつくる。

＜講義計画＞

２コマ連続（計３時間）を４回にわたって行なう。（以下、講義内容予定）
【第１回】会社員と起業家／創業と上場の実際／事業を成長させるエンジン／リーダーの悩みと求められる資質…などについて学ぶ
【第２回】国内や海外における「伸長する産業」と「斜陽する産業」の考察をとおして、事業構想を実践する要点について学ぶ
【第３回】実際に存在するいくつかの企業や業界を題材に検証し、当該事業の発展や存続のファクターについて学ぶ
【第４回】事業構想を実践するにあたり、最終的に欠かせない「ビジョン」「人徳」「美学」について学ぶ

＜講義外の課題＞

場合によっては、ゲスト経営者や講師を招いて講演してもらうことも検討する。

＜教科書・参考書＞

『江副浩正』（馬場マコト・土屋 洋 共著：日経ＢＰ社）
『「好き嫌い」と経営』『「好き嫌い」と才能』（楠木 建 著：東洋経済新報社）
『掟破りの成功法則』（夏目幸明 著：PHP 研究所 Kindle 版）

| ＜評価方法＞ |
| --- |
| 成績は、①出席と討論への参加態度など「平常取り組み姿勢」を５割　②発表・レポート提出物の内容など「講義内容の理解レベルを計る成果」を５割として、総合的に勘案し評価する。 |
| ＜その他の重要事項＞ |
| 私は大学卒業後、会社員を経て「株式会社マクロミル」というネットリサーチ会社を５人で起業した。その後４年目で東証マザーズ、その１年後には東証一部へ自社を上場させた経験を持っている。現在、マクロミルは顧客 9,000 社、従業員 1,900 名、時価総額 1,200 億円、世界 13 か国 34 拠点を展開する企業へと大きく変貌を遂げた。職業的経営者としては「創業オーナー」「上場企業社長」「雇われ経営者」というバリエーションも踏んでいる。実際に事業を立ち上げるという行為にはどんな苦労や喜びが伴うのか？　会社の業態や規模が変化し成長する過程でどんな問題や現象が発生するのか？　などを肉声で伝えながら、上記の目標を希求するカルチャーを濃く保って講義したい。<br>したがって、履修する院生にはもれなく「真剣な向上心」を求める。 |

| 科目名 | プレゼン演習Ⅰ | 担当教員 | 谷野豊（全教員） | 科目コード | 105 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | １年次、２年次 | 学期 | 通年 | | |
| キャンパス | ３キャンパス合同 | 単位数 | １単位 | | |

＜講義概要と目的＞

事業構想の進捗を各自発表し、アイデアや構想についての評価、助言、意見を教員及び院生から受けて、今後の構想計画に生かすことや、全院生に対してフィードバックシートに記載することで事業構想家としてのスキルを磨くことを目的としている。

＜到達目標＞

事業構想を実現する為に必要なスキルを身につける。理想は、自身と全く違った分野の事業についても事業構想計画を組み立てる事が出来る様になる事を目指してもらいたい。

＜授業の進め方と方法＞

自身の事業構想を持ち時間内で発表し、教員や院生全員による質疑応答を行う。また、発表者全員の構想計画のプレゼンテーションを聞いて、より良い構想計画にする為のコメントや質問をフィードバックシートに記入する。

＜講義計画＞

９月１日、３月２日に東京、大阪、福岡の３拠点で発表、質疑応答を行う。

※詳細は、別途連絡をします。

＜講義外の課題＞

決められた時間内に「取り組みたい社会課題」「自身の経営資源」「考えている事業構想」を分かりやすく伝える為のプレゼン資料を作成し、当日も時間内に発表を終える練習をすること。また、終了時の参加者からのアドバイスをもとに、独自にフィールドリサーチ、業界分析、資料収集を行い自身の事業構想の役にたてること。

＜教科書・参考書＞

なし

＜評価方法＞

１年次：事業構想発表（３０点）、プレゼン資料の分かりやすさ・見やすさ（３０点）、他の院生に対してのフィードバック内容（４０点）で評価します。

２年次：発表に対してのフィードバック内容（１００点）

＜その他の重要事項＞

１、２年次を問わず、自身の構想計画を作り上げるための重要な時間となるので、特別な事情を除き必ず履修すること。

| 科目名 | プレゼン演習Ⅱ | 担当教員 | 谷野豊（全教員） | 科目コード | 106 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | １年次、２年次 | 学期 | 通年 | | |
| キャンパス | ３キャンパス合同 | 単位数 | １単位 | | |

**＜講義概要と目的＞**

①発表院生の事業構想研究の進展を教員、院生とともに確認する。②構想計画指導教員のみならず、幅広い範囲の教員に対し、研究内容およびその進展を報告し、フィードバックを得ることにより、院生のより良い事業構想研究に繋げる。③発表院生と他の院生との間の情報共有、議論を通して、院生のより良い事業構想研究につなげる。④全院生に対してフィードバックシートに記載することで事業構想家としてのスキルを磨くことを目的としている。

**＜到達目標＞**

事業構想計画を作り上げる為に必要な事業構想を考え、必要なスキルをみにつける。

**＜授業の進め方と方法＞**

自身の事業構想の研究発表を持ち時間内でおこない、教員や院生全員による質疑応答を行う。また、発表者全員の構想計画のプレゼンテーションを聞いて、より良い構想計画にする為のコメントや質問をフィードバックシートに記入する。

**＜講義計画＞**

中間発表会：９月２２日、中間審査会：１１月２３日、１２月１日：東京、大阪、福岡の３拠点で発表、質疑応答を行う。

※詳細は、別途連絡をします。

**＜講義外の課題＞**

決められた時間内に「取り組みたい社会課題」「自身の経営資源」「考えている事業構想」を分かりやすく伝える為のプレゼン資料を作成し、当日も時間内に発表をまとめるように練習をする。また参加者からのアドバイスに対して、独自にフィールドリサーチ、業界分析、資料収集を行い自身の事業構想の役に立てる。

**＜教科書・参考書＞**

なし

**＜評価方法＞**

２年次：事業構想発表（３０点）、プレゼン資料の分かりやすさ・見やすさ（３０点）、他の院生に対してのフィードバック内容（４０点）で評価します。

１年次：他の院生に対してのフィードバック内容（１００点）で評価します。

**＜その他の重要事項＞**

１年次、２年次問わず、自身の構想計画を作り上げるための重要な時間となるので、特別な事情がない限り必ず履修すること。

| 科目名 | 事業構想事例研究（事業構想スピーチ）Ⅰ～Ⅳ | 担当教員 | 田中里沙 | 科目コード | 107～110 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | 1年次・2年次 | 学期 | 前期／後期／通年 | | |
| キャンパス | 東京／大阪／福岡 | 単位数 | ２単位 | | |

＜講義概要と目的＞

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

＜到達目標＞

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

＜授業の進め方と方法＞

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

＜講義計画＞

昨年の予定一覧を参照。
井村屋・浅田剛夫会長、ディ－・エヌ・エー　南場智子会長、壱番屋・宗次徳二創業者、長谷部健・渋谷区長、C　ChanneL 森川亮社長、クレディセゾン林野宏社長、IIJ 鈴木幸一会長、モスフードサービス・櫻田厚会長、日米協会・藤崎一郎会長、ライフネット生命保険・出口治明創業者、東京大学・柳川範之教授、takram 田川欣哉代表、リンガーハット・米濱和英会長、綜合警備保障・青山幸恭社長、ファッションジャーナリスト生駒芳子氏など（2017 年実績の一部）
2018 年度の予定は適宜、メール、学内掲示により案内をします。
初回はオリエンテーションとして、2017 年度のダイジェストから解説を行う。以降、毎週水曜日に実施（夏期、春期等には特別日程の予定もあり）

＜講義外の課題＞

ゲストスピーカー――の情報を開示しているので、事前にゲストの事業、事業構想を調べ、授業に参加をする。

| ＜教科書・参考書＞ |
| --- |
| 招聘するゲストに関する資料を事前に案内する。 |
| ＜評価方法＞ |
| 授業への参加、貢献、討論等を見る。<br>年間約 40 回開講。前期、後期を各 8 回以上受講し、所定のレポートを提出。 |
| ＜その他の重要事項＞ |
| 履修登録は下記の形とします。<br>1 年次前期　事業構想事例研究（事業構想スピーチ）Ⅰ<br>1 年次後期　事業構想事例研究（事業構想スピーチ）Ⅱ<br>2 年次前期　事業構想事例研究（事業構想スピーチ）Ⅲ<br>2 年次後期　事業構想事例研究（事業構想スピーチ）Ⅳ |

| 科目名 | 社会動向と事業構想 | 担当教員 | 川山 竜二 | 科目コード | 111 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | １・２年次 | 学期 | 前期 | | |
| キャンパス | 東京／大阪／福岡 | 単位数 | ２単位 | | |

**＜講義概要と目的＞**

事業は社会で営まれる。当然、事業をとりまく環境としての社会を分析する必要が生じるであろう。事業構想の基本は、社会のなかから「事業の種」をみつけることなのである。しかし現代社会は、高度に複雑化した社会である。複雑でとらえどころのない社会を冷静に分析することで、（見せかけの社会課題ではない）本当の社会課題を発見することができるであろう。

では、複雑な社会をどのように分析できるだろうか。社会を冷静に分析するためには、思考枠組み（フレーミング）が必要である。論理的思考に裏打ちされた社会分析に基づいて現代社会の問題点を捉えれば、一定の説得力をもって社会構造や社会変動を自らで予測することができるようになるであろう。そうすることで、おのずと事業の種となる真の社会課題にたどりつくはずである。そうした社会課題を発見するのも、解決する事業のフィールドもまた、社会にほかならないのである。

本講義では現代社会の構造について、歴史的・文化的視点でのアプローチに基づく分析を中心に、社会現象の矛盾や問題点をえぐり出し、それらを克服すべき新たな社会を構想しそれらを実現していく方法、それを担いうる事業のあり方を構想することを目的とする。講義を通じて社会変動と事業構想のダイナミズムを自らで感じとり、複雑な社会問題を的確に把握・解明して、解決策立案能力を身につけていく。

**＜到達目標＞**

社会分析という客観的・論理的視座を獲得し、事業の種というべき「社会課題」を発見することで各自の事業構想に還元していくこと。また、事業を通じてどのように社会が展開されていくのかという点を自らの力で考察できるようになること。本講義を受講することによって、以下のいずれかに到達することを想定している。

１、現代社会を論理的に分析し、社会課題の要因を特定し、事業構想に結びつける。

２、現代社会から客観的・論理的思考に基づき、来るべき社会を予測する。

３、現代社会を分析し、理想的な社会構想を描きあらたなビジネスモデルを構築する。

**＜授業の進め方と方法＞**

担当教員から話題提供（講義）し、その話題に基づきディスカッションを行うスタイルを想定している。詳細については、履修者人数などの問題もあるため履修者と相談して決定する。講義の残りの 10 分間（21：30〜21：40）は、ミニットペーパーを書きながら、総括質疑の時間に充てる。本講義は、大阪・福岡へ担当教員が講義する巡回講義である。

**＜講義計画＞**

初回はガイダンスとして１コマ、以降は２コマ（２講）連続の講義である。

| | | |
|---|---|---|
| 第１回（第１講） | ガイダンス及びイントロダクション――社会課題と事業構想 | 【東京】 |
| 第２回（第２・３講） | 社会動向分析の事始め――社会課題を掴むための社会分析 2.0? | 【大阪】 |
| 第３回（第４・５講） | 社会問題論――だから騙される見せかけの社会問題 | 【福岡】 |
| 第４回（第６・７講） | 消費社会論と資本主義――我々が生きる世界観はどのように形成されるのか | 【東京】 |
| 第５回（第８・９講） | 公共性の変容と経営――新しい統治と市場の倫理 | 【福岡】 |
| 第６回（第１０・１１講） | 現代思想――ゲスト講師招聘回 | 【東京】 |

第７回（第１２・１３講）情報社会論――なぜ社会予測は外れるのか　【大阪】

第８回（第１４・１５講）総括討論　【東京】

＜講義外の課題＞

科目の学修効果を高めるためには、日々受講生が「社会動向と事業構想」の講義から自身の事業構想へいかに結びつけることができるのかを意識することが重要である。日常から「考える」ことを厭わず、「常識を疑ってみる」ことを実践すること。考えもしなかったことが事業構想の着想になりうることもある。

＜教科書・参考書＞

指定教科書はありません。初回授業時ないしは２回目の授業でリーディングス（読書案内）を配布します。また、講義中に適宜、参照図書を紹介していきます。

＜評価方法＞

１、授業毎にその場でコメントを書く「ミニットペーパー」を提出してもらいます。コメントとは、自分自身の意見とそう考える理由・根拠のことです（50%）。

２、GW（５月連休中）に、小課題「社会問題とその解決策」について 800 字程度のレポート（20%）

３、学期末に 1200 字～2400 字程度のレポート課題　「到達目標」のいずれかを書くことになります（30%）。

そのほかに、ディスカッションの発言等を加味します。

＜その他の重要事項＞

こちらは、講義要綱です。詳細の授業計画（シラバス）は、初回授業時に配布し説明します。遅刻や欠席をする場合は、できるだけ事前にメールを大学院事務局宛に送って下さい。フォローアップのための準備をいたします。

講義受講の際は、絶えず自らの問題意識や課題を念頭において、講義やディスカッションがどのように役立つか／もし役立たないと感じるのならば、どうしてそう思うのかを常に考えること。また、自らの問題意識や課題は、常に言葉にできるように整理しておくことが重要である。

本講義について、疑問点や不明点が生じたらすぐに担当教員まで連絡してください。

| 科目名 | 技術動向と事業構想 | 担当教員 | 田浦俊春 | 科目コード | 112 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | 1年次・2年次 | 学期 | 前期 | | |
| キャンパス | 東京／大阪／福岡 | 単位数 | 2単位 | | |

＜講義概要と目的＞

昨今進歩の著しい科学技術の人間社会における意味をとらえ，事業構想につなげるための考え方を議論する．前半では，3D プリンタ，VR（人工現実感），AI（人工知能）を例に取り上げ，はじめにそれらの概要を学び，続いて事業に展開することを試みる．後半では，設計思想をキーワードに議論する．それは，優れたプロダクトからは優れた設計思想が読みとれるのと同じように，成功した事業は良い思想のもとに展開されていると考えられるからである．具体的には，まず教員から概要を講述し，次に，いくつかの事業の設計思想について学生が分担して調査・発表する．

＜到達目標＞

科学技術の人間社会における意味を正確にとらえ，それをもとに事業を構想する能力を身につける．

＜授業の進め方と方法＞

各テーマ毎に，教員による講述と学生による調査および発表を交互に行う．
また，必要に応じて，外部講師を招聘する．

＜講義計画＞

第1回　序論（概要説明）
第2回　①科学技術と人間社会
　　②科学技術と文化芸術
第3回　①3D プリンタと事業構想（その1）
　　②3D プリンタと事業構想（その2）
第4回　①VR と事業構想（その1）
　　②VR と事業構想（その2）
第5回　①AI と事業構想（その1）
　　②AI と事業構想（その2）
第6回　①設計思想と事業構想（その1）
　　②設計思想と事業構想（その2）
第7回　①事例研究（その1）
　　②事例研究（その2）
第8回　①事例研究（その3）
　　②総合討論

＜講義外の課題＞

各自，数テーマについて，調査および発表をして頂きます．

＜教科書・参考書＞

教科書：田浦俊春「質的イノベーション時代の思考力―科学技術と社会をつなぐデザインとは―」勁草書房(2018)
参考書：田浦俊春「創造デザイン工学」東京大学出版会(2014)

＜評価方法＞

講義の中での発表の内容および姿勢と，学期末に課すレポートから総合的に判断します．

＜その他の重要事項＞

| 科目名 | 経済動向と事業構想 | 担当教員 | 高田伸朗 | 科目コード | 113 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | １年次・２年次 | 学期 | 後期 | | |
| キャンパス | 東京／大阪／福岡 | 単位数 | ２単位 | | |

**＜講義概要と目的＞**

事業構想策定に際しては、景気動向や金利などのマクロ経済動向、顧客となる生活者や企業などのミクロ経済動向など、事業を取り巻く経済の動向を外部環境としてきちんと認識しておくことが重要である。価格理論や市場メカニズム、さらに企業行動や消費者行動のモデル化など、経済学の視点からの分析力や発想力を身につけておくことが望まれる。また社会経済における制度変化や経済動向の中に、事業機会を見出すことも少なくない。
本講義では、日本経済や世界経済の動きを理解するとともに、生活者や企業の行動を経済学的な観点から捉える実践的な知識や洞察力を身につけることを目的とする。

**＜到達目標＞**

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

１．　事業構想策定の前提となる経済動向分析に関するスキル・ノウハウの習得
２．　経済動向を捉える分析評価能力の習得
３．　事業構想の社会経済的意義を考察する能力の習得

**＜授業の進め方と方法＞**

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

**＜講義計画＞**

第１回　オリエンテーション（講義計画の説明）
第２回　経済理論（講義　マクロ・ミクロの基礎的理論）、経済統計（講義　新SNA体系とＧＤＰの構成要素）
第３回　経済統計（講義　政府統計の利用方法、産業連関表の基礎的分析）
第４回　事例研究と討論（経済構造の変化、サービス経済化の背景と事業機会）
第５回　事例研究と討論（ＴＰＰ・ＲＣＥＰなど各ＦＴＡの背景と事業機会、アジアの成長発展の意味と事業機会）
第６回　事例研究と討論（経済的見地からみた日本農業の動向、新産業と日本経済・・・オタク経済を事例として、）
第７回　事例研究と討論（地方創生の動向と事業機会、高齢社会の動向と事業機会）
第８回　まとめ（経済政策の評価と、日本経済の成長発展戦略）

**＜講義外の課題＞**

経済白書。通商白書などの政府刊行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。
学期末に、レポート（1200～2000字程度）の提出を求める。

**＜教科書・参考書＞**

講義毎に講義資料を配布するとともに、講義内容に関連した参考資料を提示する。

**＜評価方法＞**

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

**＜その他の重要事項＞**

日本経済新聞の購読を前提とする。

| 科目名 | 経営環境と事業構想 | 担当教員 | 竹安　聡 | 科目コード | 114 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | １年次 | 学期 | 前期 | | |
| キャンパス | 東京／大阪／福岡 | 単位数 | ２単位 | | |

＜講義概要と目的＞

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

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。

＜到達目標＞

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。

＜授業の進め方と方法＞

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。

＜講義計画＞

２週目以降は前半をケーススタディ、後半をディスカッションに充てることを基本とする。

第１回　①オリエンテーション（講義概要の説明）
第２回　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（事業構想視点の抽出）
第３回　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（事業構想視点の抽出）
第４回　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（事業構想視点の抽出）
第５回　⑧外部講師講演（企業の経営幹部や、各種団体の代表者等）、⑨ディスカッション　（事業構想視点の抽出）
第６回　⑩ケーススタディ（経営環境の変化と事業構造の転換）、⑪ディスカッション（事業構想視点の抽出）
第７回　⑫ケーススタディ（オリンピックスポンサーとスポーツマーケティング）、
　　⑬ディスカッション（事業構想視点の抽出）
第８回　⑭講義「経営理念とブランド戦略」、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＞

大阪・福岡からの遠隔講義を各１回程度行うほか、一部の講義を夏季補講期間に行う場合がある。

| 科目名 | クリエイティブ発想法 | 担当教員 | 小塩篤史・渡邊信彦・井上滋樹 | 科目コード | 201 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | 1年次・2年次 | 学期 | 前期 | | |
| キャンパス | 東京／大阪／福岡 | 単位数 | ２単位 | | |

＜講義概要と目的＞

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）がつまっている。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。クリエイティビティとは？オリジナリティとは？自らの中に潜むバイアスを破壊し、よりよいアイデアづくりの基礎体力を構築する。

＜到達目標＞

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

＜授業の進め方と方法＞

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。
また、オンラインのディスカッションフォーラムを用いたい常にアイデア発想の鍛錬をおこなう。

＜講義計画＞

第1回　オリエンテーション
第2回　創造性とは？－創造性に関する知見を理解し、創造性獲得の道を歩みだす
第3回　クリエイティブなアイデアを量産する－フレームワークを理解し、系統的にアイデアをうみだす
第4回　ひとの目を借りて発想する－インクルーシブデザインの概念と実践
第5回　チームでクリエイティビティを最大化する－集合知とオンラインフォーラム
第6回　未来社会のありようを考える—バックキャスティングと目的設計の方法
第7回　クリエイティブなひとの解剖学－クリエイターとのワークショップ
第8回　自分をクリエイティブにするための処方箋を描く

＜講義外の課題＞

課題図書やその他の創造性関連文献の読解と解説
オンラインディスカッションフォーラムでのアイデア出し

＜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 40 点、オンラインフォーラム 30 点、最終発表 30 点による総合評価を行う。

＜その他の重要事項＞

| 科目名 | 実践アイデア発想演習 | 担当教員 | 伊藤直樹・中島宏史・井上滋樹 | 科目コード | 202 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | 1年次・2年次 | 学期 | 夏期集中 | | |
| キャンパス | 東京／大阪／福岡 | 単位数 | ２単位 | | |

＜講義概要と目的＞

クリエイター集団PARTYの制作プロセス（アイデア・デザイン・プログラミング・ビジネス）のうち、アイデアの発想法について、ワークショップ形式で実践的にアイデアを考えていきます。

・アイデアを参照する。
・コトバで考える。
・絵で考える。
・カラダで考える。
・感情で考える。
・構造で考える。

＜到達目標＞

良いアイデアを考えられる確率をあげていくことを目標とします

＜授業の進め方と方法＞

ワークショップ（グループワークと個人ワークの両立）※一部、講義

＜講義計画＞

合宿形式または土日全日を使った短期集中型のワークショップを予定しています。

＜講義外の課題＞

特に、ありません。

＜教科書・参考書＞

都度、紹介していきます。

＜評価方法＞

グループワークでの活動評価、個人ワークでのアイデア評価、プレゼンテーションなどが対象となります。

＜その他の重要事項＞

| 科目名 | イノベーションの発想 | 担当教員 | 田浦俊春・早川典重・大野　尚 | 科目コード | 203 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | 1年次・2年次 | 学期 | 後期 | | |
| キャンパス | 東京／大阪／福岡 | 単位数 | 2単位 | | |

＜講義概要と目的＞

はじめに，イノベーションの進む方向について，その質的側面および量的側面に注目した議論を行う．次に，その方向に導くと思われるデザインの役割について検討する．具体的には，シンセシス，直感力，仮説生成（アブダクション）などをキーワードに，科学技術と社会をむすびつける方法を探る．

＜到達目標＞

イノベーションを起こすための発想の原理について学ぶ.

＜授業の進め方と方法＞

教員による講述と学生による調査および発表を交互に行う．
また，必要に応じて，外部講師を招聘する．

＜講義計画＞

第1回　序論（概要説明）
第2回　①質的イノベーションと量的イノベーション
　　②科学技術と社会をつなぐデザインとは
第3回　①イノベーションにおける創造的思考（その1）
　　②イノベーションにおける創造的思考（その2）
第4回　①シンセシスの方法論（その1）:メタファーによる方法
　　②シンセシスの方法論（その2）:ブレンディングによる方法
第5回　①シンセシスの方法論（その3）:プロダクトの使用される場を意識した方法
　　②シンセシスの方法論（その4）:プロダクトの使用される場を意識した方法
第6回　①直観と直感
　　②仮説とソリューション
第7回　①イノベーションのためのデザインのプロセスモデル
　　②事例研究（その1）
第8回　①事例研究（その2）
　　②総合討論

＜講義外の課題＞

各自，数テーマについて，調査および発表をして頂きます.

＜教科書・参考書＞

田浦俊春「質的イノベーション時代の思考力—科学技術と社会をつなぐデザインとは—」勁草書房(2018)

＜評価方法＞

講義の中での発表の内容および姿勢と，学期末に課すレポートから総合的に判断します.

＜その他の重要事項＞

| 科目名 | 科学社会論 | 担当教員 | 松本三和夫 | 科目コード | 204 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | １年次・２年次 | 学期 | 前期 | | |
| キャンパス | 東京 | 単位数 | ２単位 | | |

＜講義概要と目的＞

わたしたちが日常的に目にする地域社会や学校や会社や役所や国家と相似の社会の現象として科学や技術をながめると、いかなる姿が浮びあがってくるのでしょうか。そういう視点から、科学技術と社会をいわば串刺しにしてとらえることにより新規事業の構想を生む多様な背景を系統的に洞察し、新たな事業構想の萌芽を自覚的に抽出することをめざします。まず、科学と技術はおよそ来歴と性質を異にするにもかかわらず、両者があたかもひとつのものであるかのように社会でふるまうようになる過程を研究現場の内部構造、科学技術の制度化、科学、技術、社会の相互作用の３つの側面に即して具体的に説明します。そのうえで、技術の軌道であれ、事業の軌道であれ、いったんある軌道に乗って走りはじめると他の軌道に移ったほうが合理的であっても、そのまま過去の軌道を走り続けるという経路依存と呼ばれる現象の特性を説明します。そこで、とくに経路依存の現象が新規の事業構想にとってもつ含蓄を考えてほしいと思います。

科学技術と社会という一見異質にみえる領域がじつは複雑なメカニズムで密接につながっているようすを鳥瞰するための知的枠組みの説明とそうした知的枠組みを具体的に示す実例の解説を組み合わせることにより、新規事業を構想するための基盤が想像以上に広い裾野をもつことを示します。

＜到達目標＞

・科学技術と社会のインターフェイスに潜む不確実性が新規の事業構想にとって障害にも、チャンスにもなりうる理由を、科学社会学や関連する領域を俯瞰する知的枠組みの学習をとおして、具体的に理解する。
・時代や地域や社会的な文脈が異なる複数の事例を、広い視野で位置づけ、事例間の本質的な異同を見通すための知的スキルを身に着ける。

＜授業の進め方と方法＞

・講義とその都度挙示する参考文献による学習のサイクルと教室での討議を軸にしたやりとりのサイクルを有機的に組み合わせてすすめます。
・講義したことをふまえて、その次の時間に発表していただき、それをもとに討議を行います。

＜講義計画＞

第１回　科学技術と社会の見取図――導入に代えて
第２回　科学、技術、社会を串刺しにするという見方――内部構造・制度化・相互作用
第３回　隠れた事故と意思決定
第４回　新技術と新事業をつなぐ思想――プロダクトイノベーションの源流
第５回　風力事業風まかせの背景――経路依存性
第６回　生命倫理の循環構造
第７回　地球にやさしいエネルギー技術の意図せざる結果
第８回　事業構想プログレスレポート発表とそれをもとにした討議

| ＜講義外の課題＞ |
| --- |
| 着想の源はつねに視野の中にあるとはかぎりません。思いもかけないことが新規事業の着想につながる場合について自分なりに考えてみるように心掛けてください。 |
| ＜教科書・参考書＞ |
| その都度、関連する参考資料や参考文献を挙示しながらすすめます。 |
| ＜評価方法＞ |
| 講義をふまえて行う発表の内容、討議への参加、最終回の事業構想発表の内容などによって総合的に評価します。 |
| ＜その他の重要事項＞ |
| |

| 科目名 | 社会情報分析 | 担当教員 | 吉國浩二・鈴木洋仁 | 科目コード | 205 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | 1年次・2年次 | 学期 | 前期 | | |
| キャンパス | 東京／大阪／福岡 | 単位数 | 2単位 | | |

＜講義概要と目的＞

・社会と情報の関係を考えます。
・事業構想の立案にあたっては、さまざまな情報を集め、そして、分析することが求められます。ただやみくもにネットを検索したり、本を読んだりしても、自分自身が「本当に」求めている情報を得られるケースは稀です。
・この講義の担当者は、いずれもメディア（テレビ局/IT 企業）での経験をもって本校に着任しています。この点を活かして、具体的なケーススタディーを中心に、受講生の事業構想にとって有益となるスキルや教訓を、ディスカッションを通じて、より実践的な形で身につけることを目指します。

＜到達目標＞

・「社会」と「情報」の関係について、自分なりにマッピングできるようになる。
・事業構想に向けた情報の収集・分析・活用にあたって、理論的かつ実践的な道具を習得する。
・講義受講後に、自分なりの「社会情報分析」ができるようになる。

＜授業の進め方と方法＞

・講師のうちどちらかが、東京・大阪・福岡の3校舎を巡回する方式を予定しています。
・3校舎を中継で結び、相互のディスカッションを実施します。
・各回は、前半で実際の事例（ケース）と、それを分析するための理論を説明（講義）し、後半でグループや全体でのディスカッションを行います。
・必要に応じてゲストスピーカーを招聘しますが、講師2人のやりとりをベースに、受講生を巻き込む形でのアクティブな授業形式を用います。

＜講義計画＞

（ゲストスピーカーの都合により変更の可能性がありますが、原則的には下記のスケジュールで進めます）。

第1回　①いま、社会と情報を考える(1) ～メディアでの経験をもとに～
　　②いま、社会と情報を考える(2) ～ディスカッションとオリエンテーション～
第2回　①マスコミから「マスゴミ」へ(1) ～メディア不信を考える～
　　②マスコミから「マスゴミ」へ(2) ～どうすれば、メディアを信じられるのか？～
第3回　①経済報道を読む(1)　～バブルからアベノミクスまで～
　　②経済報道を読む(2)　～事業構想に必要な情報とは何か？～
第4回　①ニュースの作り方(1)　～ニュースは、いかに作られるのか？～
　　②ニュースの作り方(2)　～ニュースを、いかに作らせるのか？～
第5回　①IoT と社会情報(1)　～テクノロジーは、いかに社会情報を変えるのか？～
　　②IoT と社会情報(2)　～テクノロジーを、いかに使うのか？～
第6回　①メディアの経営(1)　～メディアは生き残れるのか？～
　　②メディアの経営(2)　～オウンドメディアと SNS～
第7回　①課題討論　～未来を担う産業、そして、情報の発信～
　　②総括　～社会情報分析とは何か？～
第8回　総括討論

| ＜講義外の課題＞ |
| --- |
| 適宜、復習課題を提示します。<br>基本的には、毎回、前週の振り返りを冒頭に行い、15 回の講義を、受講生のみなさんの中で有機的に結びつけられるように配慮します。<br>復習課題は、そのための補助として提示する場合があります。 |
| ＜教科書・参考書＞ |
| ・教科書は指定しませんので、事前に購入や準備をしていただく必要はありません。<br><br>・参考書として、「ザ・プラットホーム」小原和啓（NHK 出版）　「再起動リブート」斎藤徹（ダイヤモンド社）　「バブル」永野健二（新潮社）を挙げます。<br>・メディアの歴史に興味がある方は、大学院レベルの教科書として、水越伸『21 世紀メディア論』（放送大学大学院教材）をご参照ください。学部レベルの教科書としては、佐藤卓己『現代メディア史』（岩波書店）があります。<br>・また、米国におけるメディア論の教科書として、ビル・コヴァッチ、トム・ローゼンスティール『インテリジェンス・ジャーナリズム 確かなニュースを見極めるための考え方と実践』（ミネルヴァ書房）があります。<br><br>以上のように、講義内で、適宜ご紹介します。 |
| ＜評価方法＞ |
| 講義の聴講とディスカッションへの参加度合いを、70%。<br>学期末のレポートを 30%。 |
| ＜その他の重要事項＞ |
| 東京、大阪、福岡の 3 拠点を結んだ上で、ディスカッションを予定していますので、受講生のみなさんの積極的な参加をお願いします。 |

| 科目名 | ビジネスモデルの策定 | 担当教員 | 江端浩人・橋本良子・石井　歓 | 科目コード | 206 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | １年次・２年次 | 学期 | 前期 | | |
| キャンパス | 東京／大阪／福岡 | 単位数 | ２単位 | | |

＜講義概要と目的＞

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。近年の経済グローバル化、世界情勢、インターネットやソーシャルメディアの普及、IT、IoT、AI、Fintech など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。

＜到達目標＞

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のグループ発表、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 枚程度の簡単なものであるが、後々の事業構想の参考となるよう講師が一つ一つ検証し評価とフィードバックコメントを付けて提出者に戻される。

＜授業の進め方と方法＞

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グループ発表や全員参加の生きた討論を行なう。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。

＜講義計画＞

第１回 オリエンテーション、アンケートフィードバック。ビジネスモデルとは何かのディスカッション。
第２回 外部ゲスト講義とディスカッション。グループ分けと課題の決定。前期日程の決定。テーマ講義。
第３回 グループ発表１，２およびディスカッション。テーマ講義とディスカッション。
第４回 外部ゲスト講義とディスカッション。グループ発表３,４およびディスカッション。テーマ講義。
第５回 グループ発表５，６およびディスカッション。テーマ講義。個人発表 1，２およびディスカッション。
第６回 外部ゲスト講義とディスカッション。グループ発表７,８およびディスカッション。テーマ講義。
第７回 個人発表 3，４およびディスカッション。テーマ講義とディスカッション。
第８回 外部ゲスト講義とディスカッション。総括講義とレポート内容の確認。

＜講義外の課題＞

履修生はグループを結成し、グループ発表を行うことが必須となる。
授業終了時にA4２枚程度の簡単な個人のビジネスモデルのレポートを提出することとする。

＜教科書・参考書＞

「ビジョナリー・カンパニー」、「対デジタル・ディスラプター戦略 既存企業の戦い方」など
その他教科書に関しては、ゼミ生の必要に応じ随時推奨する。

＜評価方法＞

授業の参加貢献度、グループ発表、個人発表７０％、レポート３０％

＜その他の重要事項＞

自身の事業構想を実現するための根幹の考え方となる授業と考えるので是非可能であれば一年時に受講されたい。
積極的な参加により自身の考え方がブラッシュアップされ必要なツールが手に入るでしょう。

| ＜講義外の課題＞ |
| --- |
| なし（但しグループ研究発表の準備あり）。 |
| ＜教科書・参考書＞ |
| 講義の中で紹介する。大量の読書は要求しない。 |
| ＜評価方法＞ |
| クラス・パティシペーション　70 点　　期末レポート　30 点<br>クラス討議への積極的参加を期待するが、発言量が少なくても大きく減点することはない。<br>60 点以上を合格とする。 |
| ＜その他の重要事項＞ |
| 特になし |

| 科目名 | 顧客仮説リサーチ | 担当教員 | 岸波宗洋・大野　尚 | 科目コード | 207 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | １年次・２年次 | 学期 | 前期 | | |
| キャンパス | 東京／大阪／福岡 | 単位数 | ２単位 | | |

＜講義概要と目的＞

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。

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）

＜到達目標＞

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

＜授業の進め方と方法＞

座学、グループワーク、討論と発表、分析による示唆等の方法を用い、各課題や論点について共有、検討をしていく。

＜講義計画＞

第１回　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

第２回　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）

　　演習＝発着想と顧客仮説の関係性検討、発表

第３回　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）

　　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

第４回　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）

　　演習＝顧客仮説（顧客変化）と分析、議論、発表

第５回　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）

| |
|---|
| 演習＝顧客価値（価格弾力性、LTV、市場規模・・・）と分析、議論、発表<br>第６回　講義＝顧客分析手法とマーケティング戦略策定プロセス<br>演習＝自身の発着想に基づく顧客プロファイルの再検討<br>第７回　講義＝顧客創造事例「LTV マーケティング」など<br>演習＝総合演習「個別発着想に基づく顧客 LTV 戦略」の策定<br>第８回　講義＝補完的顧客理解（社会変革と顧客、マーケティングリサーチメソッドとプロセス、特殊顧客の理解（キッズマーケティング）など）<br>演習＝調査仕様策定、子供向け製品サービスの検討と発表 |
| ＜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＞ |
| ※その他、個別コンサルティングは、適宜希望者に対して行います（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） |

| 科目名 | マーケティング | 担当教員 | 村山貞幸・森井理博・井手隆司 | 科目コード | 208 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | １年次・２年次 | 学期 | 前期 | | |
| キャンパス | 東京／大阪／福岡 | 単位数 | ２単位 | | |

＜講義概要と目的＞

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。

＜到達目標＞

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。

＜授業の進め方と方法＞

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、自他の事業構想をディスカッションを通じ分析、理解することで、マーケティング思考法を学ぶ。

＜講義計画＞

第１回　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ィア、関心分野の共有
第２回　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
第３回　④　STP-1：　セグメンテーション・ターゲッティング
　　⑤　STP-2：　ポジショニング
第４回　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
第５回　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
第６回　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
第７回　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
第８回　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日めの講義（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。

| ＜教科書・参考書＞ |
| --- |
| 適宜紹介 |
| ＜評価方法＞ |
| 講義出席４０点（１回５点ｘ８回）、グループ討議の貢献度（積極的発言及びコミュニケーション力）<br>３０点、レポート３０点による総合評価。 |
| ＜その他の重要事項＞ |
| 前期のマーケティング概論をベースとして後期の演習につながるため、通期で受講できるほうが望ましい。個々人の事業構想作成において、必要であれば個別に指導します。 |

| 科目名 | 構想計画策定演習 | 担当教員 | 岸波宗洋・二村暢朗・井手隆司 | 科目コード | 209 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | １年次・２年次 | 学期 | 後期 | | |
| キャンパス | 東京／大阪／福岡 | 単位数 | ２単位 | | |

＜講義概要と目的＞

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）

＜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＞

第１回　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

第２回　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

演習＝バックキャスティング計画の議論と発表

第３回　講義＝構想思考と存在次元（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

演習＝存在次元計画の議論と発表

第４回　講義＝事業次元における戦略モデル（価値命題、顧客価値、サービス価値・・・）計画の考え方

演習＝戦略モデル計画の議論と発表

第５回　講義＝事業次元におけるオペレーションモデル（外部資源、内部資源、資源統合活動・・・）計画の考え方

演習＝オペレーションモデル計画の議論と発表

| |
|---|
| 第６回　講義＝収益次元（売上項目、コスト項目、投資計画・・・）計画の考え方<br>　　演習＝収益次元計画の議論と発表<br>第７回　講義＝ＳＦＭ（営業マネージメント）と事例<br>　　演習＝営業計画の議論と発表<br>第８回　講義＝リスクの対応、撤退方針、ＩＭＣ（統合型マーケティングコミュニケーション）の考え方、シェアリングモデル<br>　　演習＝シェアリングモデルの議論と発表 |
| ＜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＞ |
| |

| 科目名 | 収支計画の立て方 | 担当教員 | 和田貴郎 | 科目コード | 210 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | 1年次・2年次 | 学期 | 夏期集中 | | |
| キャンパス | 東京／大阪／福岡 | 単位数 | 1単位 | | |

**＜講義概要と目的＞**

事業構想計画書の中の事業収支計画パートを作成するための手順と主な考慮点を解説するとともに、簡単な仮想事例を用いてシミュレートしていただくことで、より説得力のある収支計画作成のヒントを得る。
（本科目は収支計画の作成プロセスに主眼を置くが、一部、ビジネス会計の講義内容と重複するので、ビジネス会計を履修していない方でも受講可能である。）

**＜到達目標＞**

自分の事業構想計画書の中の収支計画パートを、自信をもって作れるようになる。

**＜授業の進め方と方法＞**

第２回以降、２コマを１セットとして、前半を講義、後半を演習（例題・討論）・ミニ課題とする。

**＜講義計画＞**

第１回　①　事業収支計算書・資金収支計算書 / 事業収支計画作成フロー
　　②　売上予測と売上原価
第２回　①　設備計画・人員計画　　初期投資・減価償却・人件費
　　②　演習①・ミニ課題
第３回　①　資金計画・その他の費用・租税公課　　借入金・支払利息　運転資本管理
　　②　演習②・ミニ課題
第４回　①　事業収支計画の評価と分析　　損益分岐点分析・NPV・IRR・投資金額回収期間
　　②　演習③・ミニ課題

**＜講義外の課題＞**

なし

**＜教科書・参考書＞**

教科書は指定しない。
参考書は、講義の中で適宜紹介する。

**＜評価方法＞**

講義・演習への参加・貢献４０点と、ミニ課題６０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＞**

- 本講義は夏季集中期間に開講します。開講日程は９月３日～６日の予定です。
- 仮想事例シミュレーション（演習）はExcel ワークシート上で行うので、可能であればPC ないしタブレットを第２回目以降持参されたい。

| 科目名 | 統合的マーケティング・コミュニケーション | 担当教員 | 丸岡吉人・堀　宏明・藤本浩司 | 科目コード | 211 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | １年次・２年次 | 学期 | 前期 | | |
| キャンパス | 東京／福岡 | 単位数 | ２単位 | | |

**＜講義概要と目的＞**

この講義の目的は、履修者が統合的マーケティングコミュニケーション（マーコム）の基本を身につけることです。そのために本講義では、①マーケティング戦略とマーコム戦略との関係を理解し、適切なマーコム目標を設定する方法、②マーコム手段（マスコミ広告、デジタル広告、広報、イベント、スポンサーシップ、ソーシャルメディアなど）の特徴を理解して適切な施策を選ぶ方法、そして、③マーコム目標に効果的・効率的に到達するために施策群を統合する方法を学びます。

**＜到達目標＞**

講義終了時に履修者が、①マーコムの鍵概念と重要ツールとを理解している、②履修後に統合的マーコム戦略立案と実行の力を自ら高める方法を身につけている、ことが目標です。

**＜授業の進め方と方法＞**

クラスでは、講義に加えて、ミニケースを活用して、履修者が「なぜそうなったのか」「なにを狙ったのか」「自分ならばどうするか」を考える機会を提供し、授業内容の理解を深めます。

**＜講義計画＞**

第１回：オリエンテーション
＜マーコムの目標：マーコムに何ができるか＞
第２回：①マーコムが機能するメカニズム、コミュニケーション効果①ニーズ喚起、ブランド認知
　　②コミュニケーション効果②ブランド理解、ブランドイメージ
第３回：①コミュニケーション効果③ブランドパーソナリティ、ポジショニング、
　　②コミュニケーション効果④好意的態度
第４回：①コミュニケーション効果⑤ブランド連想、心理的リアクタンス
　　②コミュニケーション効果⑥その他の効果
＜マーコムの手段：主な手段とその特徴＞
第５回：①マーコムが作用する環境、マーコム手段の概要と特徴①マスコミ広告
　　②マーコム手段の概要と特徴②デジタル広告
第６回：①マーコム手段の概要と特徴③マーケティングＰＲ、オウンドメディア、ソーシャルメディア手法
　　②マーコム手段の概要と特徴④セールスプロモーション手法
第７回：①マーコム手段の概要と特徴⑤新しいマーコム手法（スポンサーシップ、コーズ、ブランドプレースメントなど）
　　②マーコム手段の概要と特徴⑥新しいマーコム手法（デジタル技術が生み出す新しい売り方）
＜統合的なマーコム：原理と方法、課題＞
第８回：①マーコム統合の原理と方法
　　②マーコム統合の課題
※履修者の関心事や希望によって、予定を変更することがあります。

| ＜講義外の課題＞ |
| --- |
| 全講義終了後に課題レポートを提出していただきます。課題は、「佐藤尚之(2018).ファンベース：支持され、愛され、長く売れ続けるために　ちくま新書」を読み、その書評を書くことです。提出方法や締め切りを含め、詳細は講義の中で説明します。 |
| ＜教科書・参考書＞ |
| ＜教科書＞<br>指定しません。<br>＜参考書＞<br>岸志津江(2016).　ＩＭＣ概念を再考する：進化と課題 マーケティングジャーナル, 36(3), 6-22.<br>Rossiter, J. R. and Bellman, S. (2005). *Marketing communications*. Prentice Hall. （ジョン R. ロシター、 スティーブン・ベルマン(著)、岸志津江（監修）(2009). 戦略的マーケティング・コミュニケーション　東急エージェンシー)<br>佐藤尚之(2018).ファンベース：支持され、愛され、長く売れ続けるために　ちくま新書<br>Simonson, I. and Rosen, E. (2014). *Absolute value: What really influences customers in the age of (nearly) perfect information*. Harper Business. （サイモンソン, Ｉ.・ローゼン, Ｅ.　千葉敏生（訳）(2016). ウソはバレる―「定説」が通用しない時代の新しいマーケティング　ダイヤモンド社)<br>★上記以外の参考書は、講義の中で紹介します。 |
| ＜評価方法＞ |
| 講義の６割以上に出席した履修者のみが評価対象です。評価対象者の①講義への貢献（５０%）と、②課題レポート（５０%）によって評価します。<br>履修者は講義日ごとに「ミニットペーパー」を提出します。講義に出席して、かつ、「ミニットペーパー」を提出した者を出席と認定します。「ミニットペーパー」とは、講義日ごとに、（1）学んだことを簡潔に要約するとともに、（2）講義に対する意見や感想、質問を提出するものです。建設的な意見や講義の質を高める質問を特に歓迎します。具体的な方法は、講義初日に指示します。 |
| ＜その他の重要事項＞ |
| 講義の目的は「マーコムの基本」を身に着けることです。「マーコムの初歩」ではありません。「基本」は、よりどころとなるおおもと、という意味です。「基本」をおさえれば、後は意外に簡単です。 |

| 科目名 | コミュニケーション論 | 担当教員 | 川山 竜二 | 科目コード | 212 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | １・２年次 | 学期 | 後期 | | |
| キャンパス | 東京／大阪／福岡 | 単位数 | ２単位 | | |

＜講義概要と目的＞

「よいコミュニケーション」とは何か。「〇〇コミュニケーション」「コミュ障」といわれるときのコミュニケーションとは一体何を示しているのだろうか。コミュニケーションを考えることは、「事業と社会」はもちろん、人間や地域コミュニティ、組織などのあり方にアプローチする上で、もっとも基本的な観点の一つである。つまりコミュニケーション論は、広く捉えれば社会を知るための理論と考えることができよう。

コミュニケーション論から情報社会について大きな見取り図を獲得し、現代社会の現状や社会問題に焦点を合わせて考えるという手順を踏むことができるだろう。コミュニケーション論の視点は、事業の社会課題を考える上での興味深い基礎的視点となるはずである。さらに、社会環境の変化をふまえて、コミュニケーションが、私たちの生きる情報社会や価値観といったものをいかに構築してきたのかという点も考察したい。

コミュニケーション論の視点を事業構想するための切り口として活用することがこの講義の目的となる。重点的に取り扱う具体的なテーマについては、受講生の関心を踏まえて調整していく。本講義では、コミュニケーション／メディアの視点から事業構想を研究する際の基本的な研究アプローチを概観する講義を想定している。コミュニケーション論を学び研究することが、事業構想を考える上でなぜ必要であるのかという問いに応えることこそが、本講義も終着点である。

＜到達目標＞

コミュニケーション論（含むメディア論）の視点から事業構想を研究・考察するための理論的視点を獲得し、これを一つの起点として、各自の事業構想に還元していくこと。本講義を受講することによって、以下のいずれかに到達することを想定している。

１、コミュニケーション論の視座から、事業構想に結びつく社会課題を発見する。
２、コミュニケーション論から着想を得て、新たなビジネスモデルを探究する。
３、新たな事業をコミュニケーション論の視座から、相手に伝える戦略を立案する。

＜授業の進め方と方法＞

担当教員から話題提供（講義）し、その話題に基づきディスカッションを行うスタイルを想定している。詳細については、履修者人数などの問題もあるため履修者と相談して決定する。残りの 10 分間（21：30〜21：40）は、ミニットペーパーを書きながら、総括質疑の時間に充てる。

＜講義計画＞

初回はガイダンスとして１コマ、以降は２コマ（２講）連続の講義である。

第１回（第１講）　ガイダンス及びイントロダクション――事業構想におけるコミュニケーションとは

第２回（第２・３講）　コミュニケーションとは何か――コミュニケーション論の基礎知識（社会心理学含む）

第３回（第４・５講）　ダイアローグと組織――学習する組織は可能なのか

第４回（第６・７講）　説得的コミュニケーション――人はどうしたら説得できるのか

第５回（第８・９講）　　広告のコミュニケーション――ゲスト講師招聘回

第６回（第１０・１１講）公共性のなかのコミュニケーション――合意形成は可能なのか

第７回（第１２・１３講）コミュニケーションはいかに社会をつくるのか――コミュニケーションと社会分析

第８回（第１４・１５講）総括討論としてのディスカッション――コミュニケーションは何のためにあるのか

＜講義外の課題＞

科目の学修効果を高めるためには、日々受講生が「コミュニケーション論」の講義から自身の事業構想へいかに結びつけることができるのかを意識することが重要である。日常から「考える」ことを厭わず、「常識を疑ってみる」ことを実践すること。考えもしなかったことが事業構想の着想になりうることもある。

＜教科書・参考書＞

指定教科書はありません。初回授業時ないしは２回目の授業でリーディングス（読書案内）を配布します。また、講義中に適宜、参照図書を紹介していきます。

＜評価方法＞

１、授業毎にその場でコメントを書く「ミニットペーパー」を提出してもらいます。コメントとは、自分自身の意見とそう考える理由・根拠のことです（50%）。

２、最終講義回にて、ディスカッションを口頭試問としてとらえます（30%）。

３、そのほかに、通常回での総括討論のディスカッションや追加レポート提出を加味します（20%）。

＜その他の重要事項＞

こちらは、講義要綱です。詳細の授業計画（シラバス）は、初回授業時に配布し説明します。遅刻や欠席をする場合は、できるだけ事前にメールを大学院事務局宛に送って下さい。フォローアップのための準備をいたします。

講義受講の際は、絶えず自らの問題意識や課題を念頭において、講義やディスカッションがどのように役立つか／もし役立たないと感じるのならば、どうしてそう思うのかを常に考えること。また、自らの問題意識や課題は、常に言葉にできるように整理しておくことが重要である。

本講義について、疑問点や不明点が生じたらすぐに担当教員まで連絡してください。

この科目は、社会情報大学院大学の学生も履修することができる科目である。

| 科目名 | プレゼンテーション | 担当教員 | 八代　華代子 | 科目コード | 213 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | １年次・２年次 | 学期 | 後期 | | |
| キャンパス | 東京／大阪／福岡 | 単位数 | ２単位 | | |

＜講義概要と目的＞

事業構想の実現には、人の心を動かすプレゼンテーションが必須です。そのためには、自分が伝えたい熱い想いだけではなく、聴き手目線のニーズやイメージの分析が鍵となります。本講義では、伝えるための「音声」「言語」「非言語」という３つの情報をグループワークで分析したり、テーマ別のミニプレゼンテーションを実践したりして、伝える力を磨いていきます。さらに、プレゼンテーションのグローバル化に伴い、欧米のプレゼン術を検証し、今までのデリバリースキルに新しい風を吹き込みます。既存の日本教育では取得する機会が少ない「人前で話すときの心得」「伝わる発声・滑舌法」「内容構成のモデル」等も取り入れ、強化していきます。

＜到達目標＞

１.「どうしたらプレゼンが上手くなるのか？」という今まで抱えていた漠然とした問いに真正面から向き合い、自身の長所には自信を持ち、短所には改善を施せる機会となります。
2.　プレゼンテーションが「対自分」ではなく「対相手」を強く意識できるようになります。
3. 年間の発表会でも授業の成果を試すことができます。

＜授業の進め方と方法＞

毎回、テーマに基づいて、講義とグループワークを織り交ぜながら、課題に沿った実践を行います。

＜講義計画＞

第１回　ガイダンスと導入
第２回　①人前で話すための大事な要素　（発声・滑舌の基本）
　　②欧米教育セルフプレゼンテーションと自己分析
第３回　①日本語の特性と効果的な表現法
　　②ノンバーバルコミュニケーションと緊張コントロール
第４回　①欧米プレゼンテーションの分析・検証
　　②発表
第５回　①プレゼンテーションの目的別アプローチ
　　②構成と展開
第６回　①豊かな表現力の強化
　　②まとめる力の検証
第７回　①慣用句や比喩・比較のトレーニング
　　②総括・及び、補足内容
第８回　①プレゼンテーション実習
　　②プレゼンテーション実習

＊毎回、発声・滑舌の練習を行います。
＊講義の進捗状況によって、内容が前後することがあります。

| ＜講義外の課題＞ |
| --- |
| 自身のプレゼンテーションの分析と検証<br>その他、適宜、レポート提出。 |
| ＜教科書・参考書＞ |
| テーマに合わせて、その都度、配布いたします。 |
| ＜評価方法＞ |
| クラス・グループディスカッション・発表への参加が５０点、課題レポート５０点による総合評価。 |
| ＜その他の重要事項＞ |
| グループディスカッション、実践が多くありますので、なるべく出席してください。<br>あらかじめわかっている欠席や大幅な遅刻の場合は、なるべく事前に事務局に連絡してください。 |

| 科目名 | 企業内における事業構想 | 担当教員 | 渡邊信彦・永吉健一 | 科目コード | 301 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | １年次・２年次 | 学期 | 後期 | | |
| キャンパス | 東京／大阪／福岡 | 単位数 | ２単位 | | |

＜講義概要と目的＞

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、企業の持つ資本を活用し新規事業を立ち上げるステップを学ぶ。
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

＜到達目標＞

事業構想の基本を学ぶことに加えて企業が持つ資産の活用について考察する力をつける。

＜授業の進め方と方法＞

座学、グループワーク、ゲスト講師によるプレゼンによって、各課題や論点について共有、検討をしていく。

＜講義計画＞

第１回　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）
第２回　講義＝企業内における新規事業企画の現状とその課題演　　習＝グループ分け及び課題配布、課題分析
第３回　講義＝発想法によるアイデアフラッシュ　演習＝グループワーク　提供する価値の設定
第４回　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
第５回　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
　　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
第６回　講義＝企業内投資判定会議に向けた資料作成のポイント
　　演習＝グループワーク　提案作成
第７回　講義＝社内外の巻き込み方　情報共有と仕掛け　演習＝グループワーク　提案作成
第８回　総括　グループプレゼンテーション

＜講義外の課題＞

特になし

＜教科書・参考書＞

随時紹介

＜評価方法＞

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。

＜その他の重要事項＞

| 科目名 | 起業を目指す事業構想 | 担当教員 | 見山謙一郎・<br>中島宏史・白砂光規 | 科目コード | 302 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | 1年次・2年次 | 学期 | 前期 | | |
| キャンパス | 東京／大阪／福岡 | 単位数 | 2単位 | | |

＜講義概要と目的＞

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。

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。

＜到達目標＞

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。

＜授業の進め方と方法＞

グループディスカッションを中心とした双方向型の講義である。前半（1-4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（5-7回）は、バングラデシュおけるビジネスプランの構想とそのブラッシュアップを繰り返し行う。尚、講義の進捗度合いや受講生の関心度合いに応じ、ゲスト講師を招くことも考えている。

＜講義計画＞

第1回　イントロダクション
第2回　クリエイティブシンキング（リバース・シンキング）
第3回　クリエイティブシンキング（スーパー・ポジティブシンキング）
第4回　クリエイティブシンキング（Zero to One）
第5回　開発途上国でのビジネスについて、ビジネスプランの構想-1
第6回　ビジネスプランの構想-2、発表、フィードバック
第7回　ビジネスプランの発表、フィードバック
第8回　ビジネスプランの最終発表

＜講義外の課題＞

各講義後にリアクション・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）、インサイドボックス（ドリュー・ボイド他,文藝春秋,2014）、日本のイノベーションのジレンマ（玉田俊平太,翔泳社,2015）、リバース・イノベーション（ビジャイ・ゴビンダラジャン,ダイヤモンド社,2012 年）、コトラーのマーケティング 3.0（フィリップ・コトラー他,朝日新聞出版,2010） |
| ＜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、本講義で作成されたビジネスプランについては、受講生の希望があれば、外部のビジネスプランコンテストに応募することも検討する。 |

| 科目名 | 健康・医療産業における事業構想 | 担当教員 | 根来秀行・松村啓史・二之宮義泰 | 科目コード | 303 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | １年次・２年次 | 学期 | 後期 | | |
| キャンパス | 東京／大阪／福岡 | 単位数 | ２単位 | | |

＜講義概要と目的＞

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。

＜到達目標＞

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。

＜授業の進め方と方法＞

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っていく。

＜講義計画＞

第１回　①オリエンテーション（授業計画の説明）
第２回　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
第３回　④生活習慣病と先進医療－１
　　⑤生活習慣病と先進医療－２
第４回　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
第５回　⑧最新の健康医療産業トピックス
　　⑨研究発表・討論―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
第６回　⑩研究発表・討論―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
　　⑪研究発表・討論―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
第７回　⑫研究発表・討論―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
　　⑬研究発表・討論―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
第８回　⑭研究発表・討論―６：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

| ＜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）、毛細血管は増やすが勝ち！（集英社）、毛細建艦が寿命をのばす（青春出版社）、まいにち若返る人の習慣（日本文芸社）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。<br><br>※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 |

| 科目名 | 食と事業構想 | 担当教員 | 重藤　さわ子 | 科目コード | 304 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | １年次・２年次 | 学期 | 後期 | | |
| キャンパス | 東京／大阪／福岡 | 単位数 | ２単位 | | |

＜講義概要と目的＞

現代の「食」を巡る問題は、食料の安定供給（フード・セキュリティ）、食の安全（フード・セーフティ）、「食」と「農」を取り巻く環境の変化のなかで進んできた「食」と「農」の距離の拡大、資源制約や環境負荷の低減を考慮した、持続可能な生産と消費への転換、など多岐にわたっている。一方で、「食」という誰でも身近なテーマを切り口として、様々な社会問題の解決や地方創生につなげようとする動きや事業も国内外で活発化してきている。

本講義では、まず、現代の「食」をめぐる環境の変化と諸課題を、食品の生産から消費までの一連の流れ（フードシステム）として捉えることで、より深い理解を促す。そのうえで、「食」を切り口として、よりよい未来像を描くための議論を進め、各自の「食」を切り口とした事業構想につなげる。

＜到達目標＞

・現代の「食」をめぐる環境の変化と諸課題の理解
・「食」を通したより良い社会像の構築
・より良い社会構築のための、「食」を切り口とした事業構想能力

＜授業の進め方と方法＞

授業はテーマごとに、担当教員あるいはゲスト講師から話題提供の講義を行い、考え方のフレームワークを提示。その後の討論を通じ、深堀りを行い、自身の具体的な事業構想につなげていく。

＜講義計画＞

第１回　イントロダクション：講義の目的、到達目標・進め方への理解
第２回　フードシステムと現代の「食」をめぐる諸課題①
第３回　フードシステムと現代の「食」をめぐる諸課題②
第４回　ケーススタディ（テーマ未定）
第５回　ケーススタディ（テーマ未定）
第６回　グループワーク①　「食」を切り口とした事業構想
第７回　グループワーク②　「食」を切り口とした事業構想
第８回　事業構想の発表と相互評価、ふりかえり

＜講義外の課題＞

各自教科書で自習していることを前提として講義を進める。
参考資料などは、随時講義内で示す

＜教科書・参考書＞

高橋 正郎　監修／清水 みゆき 編著「食料経済（第５版）フードシステムからみた食料問題」オーム社、2016 年
その他、受講生の関心にもとづき、参考書を随時示す

＜評価方法＞

① リフレクションジャーナル：授業を通して深まった自身の考えを記述。また、次回までに自己に課す宿題も示す（全６回）（60%）
② 討論への参加（20%）
③ 自身の関心の深いテーマでの事業構想レポート（1 回）（20%）

＜その他の重要事項＞

ケーススタディは、受講生の興味・関心に従って適宜テーマを選定する

| 科目名 | 事業構想と IT ソリューション | 担当教員 | 江端浩人・和田千弘・長谷川秀樹 | 科目コード | 305 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | 1 年次・2 年次 | 学期 | 後期 | | |
| キャンパス | 東京／大阪／福岡 | 単位数 | 2 単位 | | |

＜講義概要と目的＞

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勝ち越し、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、AI が人間の仕事を奪い始めている。 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。シェアリングエコノミーの台頭により所有に関する価値観も変わってきている。この様な分野はハイテクより IoT や AI 等に代表されるリアルの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＞

第 1 回 オリエンテーション、アンケートフィードバック。IT が与える社会変化とは何かのディスカッション。
第 2 回 外部ゲスト講義とディスカッション。前期日程の決定。テーマ講義。
第 3 回 個人発表 1，2 およびディスカッション。テーマ講義とディスカッション。
第 4 回 外部ゲスト講義とディスカッション。テーマ講義とディスカッション。
第 5 回 個人発表 3 およびディスカッション。テーマ講義。個人発表 1，2 およびディスカッション。
第 6 回 外部ゲスト講義とディスカッション。テーマ講義とディスカッション。
第 7 回 個人発表 4 およびディスカッション。テーマ講義とディスカッション。
第 8 回 外部ゲスト講義とディスカッション。総括講義とレポート内容の確認。

＜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＞ |
| --- |
| 教科書に関しては、ゼミ生の必要に応じ随時推奨する。<br>インターネットを通じたリアルタイムの情報共有・分析が実施できるようなグループを結成する。 |
| ＜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。 |

| 科目名 | 情報リテラシー | 担当教員 | 鈴木洋仁 | 科目コード | 306 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | 1年次・2年次 | 学期 | 前期（夏期集中） | | |
| キャンパス | 東京／大阪／福岡 | 単位数 | 1単位 | | |

＜講義概要と目的＞

・事業構想の立案にあたって必要な、情報の入手・発信の仕方を考えます。
・情報リテラシーは、通常、「情報活用力」などと言い換えられます。この講義では、事業構想大学院大学において、事業構想を立案するにあたって、どのような「情報活用力」が必要になるのかについて考えます。具体的には、事業構想の立案にあたっては、さまざまな情報を手に入れ、そして、自ら発信するサイクルを作り出す必要があります。このサイクルを作り出すにあったって、大学院レベルのリテラシーとして必要な知識と理論を講義します。
・講義担当者は、メディア（テレビ局/IT 企業）での経験をもって本校に着任しています。この点を活かして、具体的なケーススタディーを中心に、受講生の事業構想にとって有益となるリテラシーについて、ディスカッションを通じて、より実践的な形で身につけることを目指します。

＜到達目標＞

・事業構想に向けて必要な情報の入手・発信にあたっての、自分なりのリテラシー（指針）を立てられるようになる。
・リテラシーを身につけるにあたっての、大学院レベルの理論的道具立てを学び、説明できるようになる。
・理論的道具立てを用いて、事業構想の立案にあたって必要な項目を洗い出し、整理することができるようになる。

＜授業の進め方と方法＞

・講師が、夏期集中講義期間中に、東京・大阪・福岡の3校舎のそれぞれ4日間ずつ開講します。
・基本的には、前半＝ディスカッション、後半＝講義と分析という流れを用います。
・前半は実際の事例（ケース）に基づいたグループや全体でのディスカッションを行い、後半は議論で出てきた論点を元に、理論的な道具立てを講義します。
・進め方については、各校舎での受講者数に応じて、若干調整します。

＜講義計画＞

第1回　情報リテラシーとは何か？　イントロダクションとオリエンテーション
第2回　「炎上」のメディア論(1)　インターネットはマスメディアか？
第3回　「炎上」のメディア論(2)　情報化社会論の系譜
第4回　新聞は、なぜ読まれないのか？(1)　ネットニュースと新聞記事のあいだ
第5回　新聞は、なぜ読まれないのか？(2)　近代日本社会から戦後日本社会へ
第6回　テレビは、高齢者向けメディアか？(1)　テレビをいつ、誰が見ているのか？
第7回　テレビは、高齢者向けメディアか？(2)　娯楽としてのテレビ論 / テレビジャーナリズム論
第8回　総括討論

＜講義外の課題＞

集中講義のため、講義外の課題はありません。
基本的には、毎回、前回の振り返りを冒頭に行い、8回の講義を、受講生のみなさんの中で有機的に結びつけられるように配慮します。

| ＜教科書・参考書＞ |
| --- |
| ・教科書は指定しませんので、事前に購入や準備をしていただく必要はありません。<br><br>・参考書として、佐藤卓己『メディア社会　現代を読み解く視点』（岩波新書）を、理論と現実を架橋しようとした試みとして挙げます。<br>・学部レベルの教科書ですが、吉見俊哉『メディア文化論　メディアを学ぶ人のための 15 話』（有斐閣アルマ）は、基本的な知識を得るためには有用です。<br><br>以上のように、講義内で、適宜ご紹介します。 |
| ＜評価方法＞ |
| 講義の聴講とディスカッションへの参加度合いを 70%。<br>学期末のレポートを 30%。 |
| ＜その他の重要事項＞ |
| 夏期集中講義のため、体力や集中力に配慮して授業を進めます。 |

| 科目名 | グローバルビジネス | 担当教員 | 野口恭平・内田康介・石井　歓 | 科目コード | 307 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | 1年次・2年次 | 学期 | 後期 | | |
| キャンパス | 東京／大阪／福岡 | 単位数 | 2単位 | | |

＜講義概要と目的＞

ビジネスのグローバル化が進む中、海外市場での事業・マーケティングを行う際には、「市場を理解する視点」、「海外拠点・海外パートナーとの効果的、効率的な協働」は重要なポイントとなる。また市場の多様性への理解と対処は元より、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（人材やノウハウ）のマネジメントが必要となる。

本講座では、グローバルビジネス推進の観点で必要な「グローバルマネジメントの側面」により焦点を当てる。グローバルマネジメントとは「多様性マネジメント」そのものであり、海外のみならず日本国内における事業の競争力強化においても今後注力すべき領域である。

本講座では、「グローバルビジネス環境において市場やビジネス環境の多様性への対処、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」をテーマとし、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。

本講座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注目し議論を深めていく。

＜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、国内を含めた事業推進に於いて、必要とされるグローバルビジネススキルの理解、並びに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、理論的な理解をベースに実践対応へ繋がる視点と方法論を身に着ける。

＜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（大企業、中小企業、多業種、多地域）から講師を招聘して行う。
具体的なステップとしては以下の進め方となる。

・グローバルマネジメント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
・各テーマに合わせたゲスト講師による事例紹介と討論を行う
・中間レビュー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＞

第1回　オリエンテーション　(授業計画の説明)
第2回　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)
　　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）
第3回　多国籍企業の理論的類型とグローバルマーケティングの課題（講義と討論)
　　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)

第４回　文化の違いに影響されるサービス業（事例紹介と討論）
　　中国市場におけるブランド戦略(事例紹介と討議)
第５回　異文化における食品ビジネスの戦略（事例紹介と討議)
　　中間レビューとしてポイントの整理（講義と討論）
第６回　国内インバウンドビジネスの戦略（事例紹介と討論）
　　海外進出の成功例と失敗例（事例紹介と討論）
第７回　新興国(インド）市場におけるビジネス（事例紹介と討論）
　　日本伝統ブランドの海外戦略（事例紹介と討議）
第８回　グローバル展開での CSV ビジネス（事例紹介と討論）
　　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。

**＜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＞**

| 科目名 | 地域活性と事業構想 | 担当教員 | 重藤　さわ子・<br>青山忠靖 | 科目コード | 308 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | １年次・２年次 | 学期 | 前期 | | |
| キャンパス | 東京／大阪／福岡 | 単位数 | ２単位 | | |

＜講義概要と目的＞

地域活性化に向けた取りくみには様々なものがあり、これまで多くの補助金も投じられてきた。しかしながら、期待した効果が現れていない事業も多くあり、その理由は、すでに多くの専門家が議論するところである。そもそも多くの地域では、近視眼的な事業の実施・成功が目的となりがちで、それぞれの事業が、地域の中長期的持続性（あるべき姿）を実現するために必要な手段として認識・構想されていない、という目的と手段の逆転に陥りがちである。

本講義では、地域の将来のあるべき姿を描き、そのために必要な地域活性事業の組み立てができるよう、まず、地域を活性化する、ということはどういうことか、そもそも論から問い直していく。そのうえで、地域の中長期的な持続性を実現させるために、それぞれの関心分野から、重要な一歩となりえる地域活性化事業を構想する能力を養う。

＜到達目標＞

・地域の将来あるべき姿と、その実現手段としての地域活性事業に関する理解
・地域の将来あるべき姿の実現を目指した、地域活性事業構想能力

＜授業の進め方と方法＞

授業はテーマごとに、担当教員あるいはゲスト講師から話題提供の講義を行い、考え方のフレームワークを提示。その後の討論を通じ、深堀りを行い、自身の具体的な事業構想につなげていく。

＜講義計画＞

第１回　イントロダクション：講義の目的、到達目標・進め方への理解
第２回　地域活性事業はなぜ成功し、失敗するのか
第３回　地域の将来あるべき姿とケーススタディ（人口）
第４回　地域の将来あるべき姿とケーススタディ（経済）
第５回　地域の将来あるべき姿とケーススタディ（環境・エネルギー）
第６回　グループワーク①　地域活性事業構想
第７回　グループワーク②　地域活性事業構想
第８回　事業構想の発表と相互評価、ふりかえり

＜講義外の課題＞

参考資料・情報の事前分析など、随時示す

＜教科書・参考書＞

藤山浩、有田昭一郎、豊田知世、小菅良豪、重藤さわ子著「「循環型経済」をつくる」農文協、2017 年
小田切徳美、橋口卓也　編著「内発的農村発展論　理論と実践」農林統計出版、2017 年
その他、随時授業内で示す

| ＜評価方法＞ |
| --- |
| ①自身で設定するテーマについて、各回の学習内容を踏まえたショートレポート（全６回）（60%）<br>②討論・グループ発表への参加（20%）<br>③事業構想レポート（1 回）（20%） |
| ＜その他の重要事項＞ |
| 地域活性・地方創生については、随時多くの関連図書・雑誌での情報発信やイベントが開催されている。また、受講生自身や居住地域も、様々な事業に参画・関与しているはずである。それらの情報や意見交換・相互学び合いの場としても活用いただきたい。 |

| 科目名 | 組織と人材 | 担当教員 | 片岡幸彦・早崎栄一 | 科目コード | 310 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | 1年次・2年次 | 学期 | 後期／前期 | | |
| キャンパス | 東京／大阪／福岡 | 単位数 | 2単位 | | |

＜講義概要と目的＞

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

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

また事業の成果創出は、「戦略構想力×戦略実行力」で表される。立ち上げ期における事業構想の重要性もさることながら、組織・人材マネジメントが、戦略を実行するために重要な要因であることも示唆している。戦略と組織・人材が一貫性を持ち外部環境に適合することで、持続的な成長を促し成果創出を実現する。組織と人材の大きな課題は、最終的には「自己組織化されたチームや組織」を構築していくことが大きなポイントといえよう。自己組織化を促す考え方や事例についても伝えていきたい。

さらにこれらの課題に向き合って解決していくことは、組織を変革していくことに他ならない。10年で6%しか生存しないと言われるベンチャー企業の持続的な成長を促進するための基本的な考え方を、受講生の知見と調査した事例なども持ち寄りながら解明していきたいと考えている。

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

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

＜到達目標＞

これから起業や新規事業立上げを検討されている方々で、戦略は明確だが組織・マネジメントはまだ十分でない方々の組織構築の参考にしていただくこと。そして現在組織に所属する方で、自社の組織・人材マネジメントを変革しようと考えている方々のヒントにしていただき実現していただくことを目標とする。

＜授業の進め方と方法＞

講義：毎回のテーマに関する情報提供
クラス討議：テーマに関する討議、相互発表、共有

＜講義計画＞

第１回　①　オリエンテーション：授業計画と成長ステージ別モデルにおける組織・人事課題
第２回　②～③　経営者としてのリーダーシップ
・創業者メンタリティと理念・ビジョンの浸透・共有
・経営者のあり方と経営チームの重要性
第３回　④～⑤　顧客提供価値の違いによる組織・人材のあり方
・顧客への提供価値を高める組織・人材のあり方
・組織の目的を実現するリーダーシップのあり方
第４回　⑥～⑦　組織デザインの考え方
・組織デザインのコンセプト
・組織観・人間観の理解
第５回　⑧～⑨　次世代の自律型組織モデル
・学習する組織の根底にあるもの
・自己組織化モデル
第６回　⑩～⑪　組織目的を達成するための人材マネジメント
・組織目的と一貫性のある人事制度構築
・組織学習を促進する PDLC マネジメントのあり方
第７回　⑫～⑬　組織文化・風土の形成と組織への影響力
・組織変革とポジティブアプローチ
・社員のモチベーションを高めるしくみづくり
第８回　⑭～⑮　社員のエンゲージメントを高めるしくみづくり
・エンゲージメントを高めるしくみ
・講義 14 回のまとめ、リーダーとしてのあり方

＜講義外の課題＞

各講義の内容について、受講生自身の課題についてブラッシュアップを行うことを中心の課題とするが、何回かはテーマに関する課題を課す。

＜教科書・参考書＞

教科書は使わず、レジュメを配布する。
参考書は各回のテーマに応じて適宜紹介していく。

＜評価方法＞

クラスへの参加・貢献・グループ討議 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＞

出来れば半年間で一つの企業を継続的に調査することを推奨する

| 科目名 | ビジネス会計 | 担当教員 | 和田貴郎 | 科目コード | 311 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | 1年次・2年次 | 学期 | 前期 | | |
| キャンパス | 東京／大阪／福岡 | 単位数 | 2単位 | | |

**＜講義概要と目的＞**

どんなによい事業構想でも事業として収益・利益があがらなければ成り立たない。事業構想を具体化するために事業計画を作成するが、それを計数面から検討・サポートする利益計画や資金計画の作成などに会計の知識が欠かせない。
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仕組みから始め財務諸表の読み方に慣れたうえで、経営意思決定に役立てる主な管理会計ツールを使えるようになって、事業計画の作成や決算書の分析に必要な会計力を身につけることを目的とする。

**＜到達目標＞**

財務諸表を読んで会社の財務状況を想像できる。
また、自分の事業構想計画を作成するなかで「利益計画」と「資金計画」を作成できる。

**＜授業の進め方と方法＞**

講義に加え、適宜ディスカッション問題や例題をとりあげ討議・練習することにより、企業会計の理解を深め、ツールの使い方を身につける。

**＜講義計画＞**

第1回　オリエンテーション　　会計の原理・財務会計と管理会計・ディスクロージャ制度
第2回　複式簿記の基本（1）　簿記の構造・ルール・プロセス
　　複式簿記の基本（2）　典型的な取引の仕訳
第3回　複式簿記の基本（3）　決算整理仕訳・整理後試算表から B/S,P/L の作成まで
　　複式簿記の基本（4）　例題・演習
第4回　財務諸表を読む（1）　B/S・P/L・キャッシュフロー計算書
　　財務諸表を読む（2）　財務諸表分析
第5回　財務諸表を読む（3）　例題・演習
　　管理会計の諸概念・原価計算　　原価の概念・直接原価計算
第6回　損益分岐点分析とプロダクトミックス　　CVP 分析・限界利益分析
　　利益計画　　利益計画作成フロー・短期利益計画と予算管理・中期利益計画・利益増減分析
第7回　キャッシュフローと資金管理（1）　キャッシュフロー情報の活用・運転資本管理
　　キャッシュフローと資金管理（2）　資金繰り表・キャッシュフロー経営
第8回　設備投資の経済性計算　　投資意思決定モデル
　　事業計画書の中の事業収支計画　　収支計画作成フロー

**＜講義外の課題＞**

第7回終了後、レポートを課する。

**＜教科書・参考書＞**

教科書：使用しない。
参考書：テーマに応じ、適宜紹介する。

**＜評価方法＞**

講義への参加・貢献４０点と、ミニ演習・レポート６０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＞**

| 科目名 | ファイナンス | 担当教員 | 結城秀彦・古田芳浩・森　大介 | 科目コード | 312 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | 2年次 | 学期 | 前期 | | |
| キャンパス | 東京／大阪／福岡 | 単位数 | ２単位 | | |

＜講義概要と目的＞

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、事業に要する資金調達を考慮しなければならない。
If you do your own business, you need to consider financing it!
本講義では、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、事業計画・資金計画を中核として、資金調達能力に関して「企業価値」「将来キャッシュ・フローによる事業の評価」「資本コスト率」等について、また、資金融通者との折衝に関して「資金調達形態（負債・資本）」「借入契約」「株価」「IR」等について学ぶ。

＜到達目標＞

事業構想計画を現実的な裏付けを持つものにできるように、事業の計画→資金計画→資金調達の流れと基本知識を理解すること。
とくに資金調達を行う場合の資金調達の上限金額(能力)が、事業計画・資金計画と資金融通者への合理的な説明・説得に大きく依存していることを理解すること。
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。

＜授業の進め方と方法＞

講義は座講を主体とするが、問題提起と討論を加味してインタラクティブに行う。

＜講義計画＞

第１回　オリエンテーション-事業構想とファイナンス.資金調達と信用
第２回　①資金の運用と調達. 信用リスク.デフォルトリスク.資金調達コスト
　　②資金計画 事業計画
第３回　①資金計画.事業計画
　　②資金計画.企業価値と資金調達能力
第４回　①企業価値. 永続価値. 資本コスト率(金利)の構造. 内部収益率
　　②企業価値と資金融通者
第５回　①資本構成 債務と資本の差異..回収リスクと担保
　　②債務による資金調達の仕組み
第６回　①借入契約の実務
　　②資本による資金調達の仕組み
第７回　①株価の算定
　　②株価の算定
第８回　①その他の資金調達の手法
　　②まとめ
＊ 上記は予定であり、講義の進捗状況により、変更することがある。

| ＜講義外の課題＞ |
| --- |
| とくになし。 |
| ＜教科書・参考書＞ |
| ・講義にあたっては、スライド及び資料を配布する。<br>・参考書については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・討論への貢献とレポート提出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。<br>・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。<br>・資金調達能力を測定・評価する上では、資金計画・キャッシュフローに関する知識が必要であり、ビジネス会計・収支計画の立て方の講義を併せて受講することが望ましい。 |

| 科目名 | 組織変革／M&A | 担当教員 | 松江英夫・早川典重・森　大介 | 科目コード | 313 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | １年次・２年次 | 学期 | 後期 | | |
| キャンパス | 東京／大阪／福岡 | 単位数 | ２単位 | | |

＜講義概要と目的＞

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するためには組織は自己変革をし続けなければならない。「事業構想を実践するうえで事業を存続・成長させる組織をいかに作るか」本講義ではその問いを解くうえで、組織が自ら変革し続けるためのオリジナルな方法論（「3 つの連鎖」）と実践的要諦を、多くの変革現場と経営者との対話から得られた知見から解き明かす。

そこにおいて特に「M&A／アライアンス」は、事業構想のビジネスモデルを描くうえで、また組織を成長させるうえで必要不可欠なアジェンダである。デジタル化時代のビジネスモデルは自社のみならず他企業との連携を通してエコシステムをいかに構築してゆくかが問われて、グローバル化の進展と共に海外に成長余地を求めるクロスボーダーM&A は今後益々盛んになり、イノベーションや新事業を興すために異業種やベンチャー企業と大企業の提携などのニーズは一層高まってゆく。そうした経営環境において、今後、受講生が事業構想を実現するうえで不可欠な知見であるアライアンス／M&A について、本講義では基本的プロセスの理解と実務的課題と処方箋を明らかにする。

特に今年度の講義においては、担当教員が委員を務め作成に携わった経産省「我が国企業による海外 M&A 研究会」によって発行されたレポートや、大手企業 100 社以上を対象にした調査データなどを基に、日本企業の M&A の最新状況や具体的なケーススタディーを豊富に盛り込み、最先端かつ実務的な講義と議論を展開することを想定している。
本講義を通して、M&A/アライアンスの知見を得ることにより自らの事業構想におけるビジネスモデルや戦略の構想の視野を広げること、また成長戦略の実行に向けた自己変革可能な組織作りの要諦を学ぶことを目的とする。

＜到達目標＞

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。

＜授業の進め方と方法＞

講義、対話型セッション、グループ討議、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。
最終講義では、一連の講義を通して得たインプットをもとに、受講生各自が検討している事業構想のテーマについて、「いかに M&A／アライアンスの手法を取り入れるか、イノベーションを興し続ける組織にできるか」という視点から各自の構想を発表しグループディスカッションを行う。一連の講義を通して M&A・アライアンスの知見、組織論の知見に実践的な知見を得ること共に、同時に自らの事業構想をより高度なものに磨き上げることをゴールに想定している。

＜講義計画＞

第１回　イントロダクション（本講義の進め方と問題意識の共有）
第２回　M&Aの概念と基本プロセス（M&A とアライアンスの考え方、M&A の成功とは何か等）
第３回　M&A 実務のポイント①Pre M&A（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）
第４回　M&A 実務のポイント②Post M&A（Post Merger Integration/Innovation）
第５回　ゲストスピーカーとのセッション
第６回　持続的成長に向けた組織変革の方法論　①　自己変革のフレームワーク：「３つの連鎖」

第７回　持続的成長に向けた組織変革の方法論　②　イノベーションを興し続ける組織とは何か
第８回　グループディスカッション　事業構想における M&A／組織変革の活かし方

＊ゲストスピーカーは一流企業、或いはベンチャー経営者などを外部講師として招聘予定。ただし、講師の日程、人数により上記の順番や構成は一部変更する可能性あり。

**＜講義外の課題＞**

該当なし

**＜教科書・参考書＞**

・「自己変革の経営戦略～成長を持続させる３つの連鎖」（松江英夫：ダイヤモンド社 2015 年）
・「クロスボーダーM&A成功戦略」（松江英夫：ダイヤモンド社 2012 年）
・「ポストM&A成功戦略」（松江英夫：ダイヤモンド社 2008 年）
・松江英夫：経営者との対談集（ダイヤモンドオンライン）
「持続的成長への挑戦：組織の自己変革力とは何か」
http://diamond.jp/category/s-matsuehideo
「長寿企業の秘訣」
http://diamond.jp/articles/-/91607
・経産省「我が国企業による海外 M&A 研究会」の関連レポート等
http://www.meti.go.jp/press/2017/08/20170824001/20170824001.html

**＜評価方法＞**

講義への参加度（出席、グループ討議への参加、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 点の綜合評価で 60 点以上を合格とする。

**＜その他の重要事項＞**

| 科目名 | ブランド戦略 | 担当教員 | 野口恭平・和田千弘・小柳俊郎 | 科目コード | 314 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | 1年次・2年次 | 学期 | 前期 | | |
| キャンパス | 東京／大阪／福岡 | 単位数 | 2単位 | | |

＜講義概要と目的＞

事業構築（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明確に規定することで事業戦略をガイドし、又自組織内の浸透やステークホールダーへの伝達によって、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、地域 etc.）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、ブランディング戦略の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。

講座においては理論的な理解をベースとした上で、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、より実践的な議論を行う。

＜到達目標＞

ブランド基本戦略（ブランドの価値規定、差別化戦略等）構築のための重要なポイントを理解し、ブランド戦略策定と事業戦略への展開、事業運営におけるブランド管理・ブランドコミュニケーション・ブランド診断を行う視点を養うことにより、事業構想から構想計画策定の過程におけるブランド戦略構築力を身に付ける。

＜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（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
・各テーマに合わせたゲスト講師による事例紹介と討論を行う
・中間レビューとしてのポイントの整理と最終的なまとめを通して、理論と実践の関係を整理する。

＜講義計画＞

第1回　オリエンテーション　(授業計画の説明)
第2回　ブランド価値規定：価値の要素と規定プロセス（講義と討論）
　　マーケティング 3.0、4.0 の考え方 (講義と討論)
第3回　ブランド体系と戦略策定：(事例紹介と討論)
　　持続的 CSR によるブランドマネジメント戦略：(事例紹介と討論)
第4回　ブランド価値創造と差別化マネジメント（飲料業界事例紹介と討議）
　　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（クルマ業界事例紹介と討議）
第5回　中間レビューとしてポイントの整理（講義と討論）
　　地域（地産）ブランディング戦略（事例紹介と討議）
第6回　日本伝統モノづくりブランド戦略（事例紹介と討議）
　　地域・中小企業ブランドの戦略（事例紹介と討議）
第7回　戦略広報を活用したブランディング（事例紹介と討議）
　　小売・サービス事業のブランディング戦略（事例紹介と討議）
第8回　CRM・高級ブランドの戦略（事例紹介と討議）
　　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）<br>構想している事業(もしくは現在の業務や事業の更なる成長、という前提に基づいて)のブランド戦略についての考えを記述する。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「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＞ |
| |

| 科目名 | リスクマネジメント | 担当教員 | 白井邦芳 | 科目コード | 315 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | １年次・２年次 | 学期 | 前期 | | |
| キャンパス | 社会情報大学院大学 | 単位数 | ２単位 | | |

＜講義概要と目的＞

近年、ソーシャルメディアの発展に伴い、風評や憶測が先行し、不祥事や災害後の対応の失敗もあいまって、組織への批判が高まり、大きな危機に結びつく事例も少なくない。そうした中、リスク・コミュニケーションが重要視されている。その本質や基礎を学ぶために、自然災害、人為的事故、事件、そして法令遵守のガイドラインまで、現代社会におけるリスクの諸相を学び、コミュニケーション戦略の基礎知識を習得する。

＜到達目標＞

「リスクマネジメントと危機管理の概念」について自ら説明できるようになること。また、リスクコミュニケーションの役割と効果を正しく理解すること。

＜授業の進め方と方法＞

授業は講義、授業参加者による討議で行い、双方向で意見交換しながら進める。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行う。

＜講義計画＞

第１回　ガイダンス（授業計画の説明と自己紹介）
第２回　①リスクマネジメントと危機管理の概念（講義）
　　②リスクマネジメントと危機管理の概念（討論）
第３回　①ソーシャルメディア社会における情報管理の重要性（講義）
　　②ソーシャルメディア社会における情報管理の重要性（討論）
第４回　①有事のステークホルダーマネージメント（講義）
　　②有事のステークホルダーマネージメント（討論）
第５回　①自然災害での事例検証（講義）
　　②自然災害での事例検証（討論）
第６回　①事故における事例検証（講義）
　　②事故における事例検証（討論）
第７回　①事件における事例検証（講義）
　　②事件における事例検証（討論）
第８回　①リスク・コミュニケーションの役割と効果
　　②総括講義とレポート課題について

＜講義外の課題＞

＜教科書・参考書＞

進捗状況に応じて、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 70 点、レポートなどで 30 点、で総合的に評価する。 |
| ＜その他の重要事項＞ |
| |
| ＜事務局よりお知らせ＞<br>＊社会情報大学院の開講科目のため、オリエンテーションの週（4 月 9 日～14 日）のみ、1 週間早くなります。<br>4 月 11 日（水）が初回ですので、ご注意ください。 |

| 科目名 | IR 広報 | 担当教員 | 柴山慎一 | 科目コード | 316 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | １年次・２年次 | 学期 | 後期 | | |
| キャンパス | 社会情報大学院大学 | 単位数 | ２単位 | | |

＜講義概要と目的＞

IR（インベスターリレーションズ）は、企業と投資家（株主）との間の戦略的なコミュニケーション活動であり、その両者を仲介するアナリストやメディアとの間のコミュニケーション活動でもある。IR にかかわるあらゆる活動は、資本市場に対峙する経営そのものであり、経営者の仕事である。IR の巧拙は、資金調達を行う瞬間における調達コストにかかわるだけでなく、経営者が常時意識していなければならない「資本コスト」の多寡に大きく影響する。本講座では、IR 活動を展開するうえで必要な企業財務（コーポレートファイナンス）の理論と実務について習得したうえで、IR についての理論と実務を学ぶ。投資家に語りかけるための「コーポレートストーリー」作成についても実践的に学ぶ。また、近年話題になっている「コーポレートガバナンス・コード」や「スチュワードシップ・コード」についても学び、IR の領域から考えることのできるコーポレートガバナンスについても学習する。

＜到達目標＞

IR と企業財務の基礎知識を習得し、その戦略的な展開計画として、コーポレート・ストーリーを立案できるようになること。

＜授業の進め方と方法＞

授業は講義と討論の併用で、受講生の関心領域に基づくケーススタディなどを通じて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。

＜講義計画＞

全 15 コマ（受講生の関心次第で、アナリストの特別講義をベンチャーキャピタリストか株式上場審査関係者の特別講義に変更も検討）

第１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
第２回　②ＩＲ戦略とは：IR の全体像と登場するステークホルダー、資本市場と企業財務の概要、PL と BS
　　③企業財務その１：会計と財務の違い、時間の概念、金利と割引率、資本コスト、リスクプレミアム
第３回　④企業財務その２：ＷＡＣＣ、フリーキャッシュフローと DCF 法、企業価値評価
　　⑤企業財務その３：最適資本構成、IRR
第４回　⑥企業財務のまとめ：ここまでのまとめとマーケットアプローチ（PER など）、ミニレポート提示
　　⑦特別講義：トップアナリストによる企業評価／IR 実務家による IR 活動（外部講師による授業内講演）
第５回　⑧ミニレポート発表と評価：マーケットアプローチによる企業比較
　　⑨未上場企業のエンジェル、ベンチャーキャピタル対応：事業構想、事業計画に基づく IR、上場審査
第６回　⑩上場企業の投資家対応：ビジョン、中期計画、年度予算に基づく IR
　　⑪上場企業の IR 計画：IR の PDCA、IR 活動計画、IR ツール、IR パーソンに求められる要件
第７回　⑫コーポレートガバナンス：コポレートガバナンス・コード、スチュワードシップ・コード
　　⑬コーポレートストーリーその１：企業財務の知識の上に経営者の想いを描き投資家に訴えるストーリー
第８回　⑭コーポレートストーリーその２：発表と討論
　　⑮総括：コーポレートストーリー発表と総括

| ＜講義外の課題＞ |
| --- |
| |
| ＜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）、堀江貞之著『コーポレートガバナンス・コード』（日経文庫、2015）　そのほか、授業テーマに即して紹介する。 |
| ＜評価方法＞ |
| 平常点（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。 |
| ＜その他の重要事項＞ |
| |

| 科目名 | 事業経営の基礎知識 | 担当教員 | 二之宮 義泰 | 科目コード | 318 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | 1年次・2年次 | 学期 | 前期 | | |
| キャンパス | 東京／大阪／福岡 | 単位数 | 2単位 | | |

＜講義概要と目的＞

事業を着想し、構想を描き、事業化、そして事業経営の流れにおいて、「策定した事業戦略を如何に確実に実行して事業を成功させるか」これが課題である。米国がリードする形で種々の新規ビジネスが生まれてはいるものの、その多くが戦略実行を出来ずに消滅している。
そこで、授業では、事業経営の本質、基礎知識、実践的知識、組織実行力等を学ぶ。
担当教授は、グローバル舞台で事業構想・事業構築・成長ドライブに長年従事してきた。その中から、事業経営知識を整理し、経営実務に役立つエッセンスを共有する。
加えて、優れた事業経営を実現しているゲスト講師を招き、コンセプト・事例・アウトカムについても学ぶ。

＜到達目標＞

グローバル視点で経営実務を学ぶ事により、事業経営の基礎知識を身につけ、経営能力開発を目指す

＜授業の進め方と方法＞

授業は、教授の講義とグループ討議、ゲスト講師による講義の構成で行われる。

＜講義計画＞

第1回　ガイダンス（授業計画の説明、院生の希望確認）
第2回　事業経営と私（講義）：担当教授の経営職歴を時系列的に追い、種々の事業経営を紹介する
　　事業経営と私（討議）：事業経営ケーススタディー
第3回　事業経営とは（講義）：基本的な理論を実践的に紹介する
　　事業経営とは（討議）：院生との討議を通じ、理解を深める
第4回　多国籍企業の事業経営（講義）：実例を挙げ、グローバルスタンダードを紹介する
　　多国籍企業の事業経営（討議）：議論を通じ、事業展開に役立つエッセンスを学ぶ
第5回　事業経営の実践1（外部講師講義）
　　事業経営の実践1（外部講師講義）
第6回　事業経営の実践2（外部講師討議）
　　事業経営の実践2（外部講師討議）
第7回　事業経営の総括講義
　　事業経営の総括講義・討議
第8回　事業経営に関する院生発表
　　事業経営に関する院生発表・まとめ

＜講義外の課題＞

| ＜教科書・参考書＞ |
| --- |
| 各回のテーマに応じて紹介する |
| ＜評価方法＞ |
| 特に第２回、３回の講義は出席を必須とする。クラスへの参加・貢献・グループ討論 70 点と　レポート乃至は発表 30 点による総合評価を行う |
| ＜その他の重要事項＞ |
| |

| 科目名 | 知識創造論 | 担当教員 | 一條和生 | 科目コード | 319 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | 1年次・2年次 | 学期 | 前期 | | |
| キャンパス | 東京／大阪／福岡 | 単位数 | ２単位 | | |

＜講義概要と目的＞

21 世紀の新しい経営路論としての知識創造経営とその理論について学ぶ

＜到達目標＞

知識創造理論の基本についての深い理解

＜授業の進め方と方法＞

- インターラクティブな講義
- ケースメソッド

＜講義計画＞

第 1 回デジタル破壊の時代と知識創造

- インターラクティブな導入講義

第 2 回暗黙知と形式知

- ケーススタディー「トヨタの戦略と欧州における計画　AYGO の発表」(IMD)

第 3 回知識創造の SECI モデル

- ビデオ・ケーススタディー「IDEO の製品開発」

第 4 回知識創造の場

- ビデオ・ケーススタディー「セブンイレブン」

第 5 回デジタル時代の知識創造

- ケーススタディー「リクルート　データ活用による価値創造」(IMD)

第 6 回知識創造企業

- ビデオ・ケーススタディー「ホンダ」

第 7 回知識創造のリーダーシップ

- テキスト『井深大　人間お幸福を求めた創造と挑戦』(PHP 研究所)

第 8 回プロジェクトプレゼンテーション

受講生が見つけた新しい知識創造企業の紹介

＜講義外の課題＞

授業で学んだ知識を活かして、授業で紹介されていない「知識創企業」を発見して最終講義の日にプレゼンテーションする

＜教科書・参考書＞

IMD ケース

- 「トヨタの戦略と欧州における計画　AYGO の発表」
- 「リクルート　データ活用による価値創造」

テキスト

- 一條和生「井深大　人間お幸福を求めた創造と挑戦」(PHP 研究所)

| ＜評価方法＞ |
| --- |
| 授業における積極的な参加 60%<br>プロジェクトプレゼンテーション 40% |
| ＜その他の重要事項＞ |
| |
| ＜事務局よりお知らせ＞<br><br>＊本科目は、複数の曜日にまたがって開講されておりますので、特別授業扱いとします。したがいまして同じ時間帯に開校する他の科目と重複して履修することも可能です。<br><br>＊授業日程<br>4 月 26 日(木)、5 月 29 日(火)、6 月 13 日(水)、6 月 25 日(水)、7 月 11 日(金)、8 月 23 日(月) |

| 科目名 | 知識創造経営論 | 担当教員 | 一條和生 | 科目コード | 320 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | １年次・２年次 | 学期 | 後期 | | |
| キャンパス | 東京／大阪／福岡 | 単位数 | ２単位 | | |

＜講義概要と目的＞

前期で学んだ知識創造経営を実践するナレッジマネジメントについて学ぶ（知識創造経営の応用編）

＜到達目標＞

知識創造理論の応用、実践についての深い理解

＜授業の進め方と方法＞

- インターラクティブな講義
- ケースメソッド

＜講義計画＞

第１回知識創造と企業変革

- ケーススタディー「富士フィルム　第二の創業」(ハーバード)

第２回知識創造と業界の変革

- ケーススタディー「ウーバー　世界の移動手段を変革する」(ハーバード)

第３回知識のスピーディーな活用

- ケーススタディー「ZARA ファーストファッション」(ハーバード)

第４回知識のグローバルな共有

- ケーススタディー「ネスレの GLOBE プログラム(A)、(B、(C)」(IMD)

第５回知識の保護と陳腐化した知識の破壊

- ケーススタディー「イノベーションとリノベーション　ネスプレッソ物語」(IMD)

第６回知識創造を促進するカルチャーの構築

- ケーススタディー「マッキンゼー　知識と学習の管理運営」(ハーバード)

第７回ゲストスピーカーセッション

- 知識創造のリアルケースから学ぶ

第８回プロジェクトプレゼンテーション

受講生が発見した知識創造のリーダーを紹介する

＜講義外の課題＞

授業で学んだ知識を活かして、授業で紹介されていない「知識創企業」構築を目指すリーダーを発見して最終講義の日にプレゼンテーションする

＜教科書・参考書＞

ハーバードケース

- 「富士フィルム　第二の創業
- 「ウーバー　世界の移動手段を変革する」
- 「ZARA ファーストファッション」
- 「マッキンゼー　知識と学習の管理運営」

IMD ケース

- 「ネスレの GLOBE プログラム(A)、(B、(C))」
- 「イノベーションとリノベーション　ネスプレッソ物語」

テキスト

- フォン・クロー、一條和生、野中郁次郎『ナレッジ・イネーブリング　知識創造起用への五つの実践』(東洋経済新報社)

**＜評価方法＞**

授業における積極的な参加 60%
プロジェクトプレゼンテーション 40%

**＜その他の重要事項＞**

＜事務局よりお知らせ＞

＊本科目は、複数の曜日にまたがって開講されておりますので、特別授業扱いとします。したがいまして同じ時間帯に開校する他の科目と重複して履修することも可能です。

＊授業日程
9 月 29 日(土)、10 月 29 日(月)、11 月 7 日(水)、11 月 17 日(土)【大阪】(10：30-13：30)、
12 月 1 日(土)【大阪】(10：30-13：30)、12 月 1 2 日(水)、1 月 26 日(土)【大阪】(10：30-13：30)

特別講義【福岡のみ】: 9 月 15 日（土)、2 月 16 日（土）(各 10：30-13：30)

| 科目名 | 成功・失敗関係論 | 担当教員 | 松本三和夫 | 科目コード | 321 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | １年次・２年次 | 学期 | 後期 | | |
| キャンパス | 東京・大阪・福岡 | 単位数 | ２単位 | | |

＜講義概要と目的＞

知の先行投資から生まれる成功と失敗は、いわば表裏一体で、地続きの面をもつという柔軟かつ強靭な構想力を事業の立ち上げに向けて涵養することをめざします。まず、個人の趣味もしくはパトロンの営みであった１９世紀までの知の営みと、国家間の「競争」を背景に、経済的に「力」であることを期待される現代の科学技術は社会的に別の性質をもつ、という歴史的事実を講義の出発点にします。そのうえで、研究開発の成功史に偏らず、都市化、労働過程の変容、研究・開発の組織化、プロダクト・イノベーションなどの産業社会の劇的な変化にかかわった見本例をとおして科学技術と社会のインターフェイスに通底する構造を浮き彫りにします。とくに、研究開発の立ち上げであれ、事業の立ち上げであれ、リードタイムが比較的長期にわたる場合、その期間をどう耐えて研究開発や事業を継続してゆけるかが全体の鍵を握っていることに注意を向けます。そして、そうした問題を解くための着想の源を探ります。

＜到達目標＞

・新規事業の構想がいかにして社会の中に姿を現したかの歴史的な実例を広い視野のもとで学ぶことにより、新規事業の着想に知的基盤を与える。
・活字、伝聞、オープンソースだけに頼らず、現物（原資料、生データ、当事者の証言等）による検証がなぜ重要なのかを学ぶことにより、新規事業の着想に方法的指針を与える。

＜授業の進め方と方法＞

・１回ずつほぼ完結するかたちの講義を積み重ねることによって、全体としては成功と失敗が表裏一体となって歴史的に展開してきた社会のダイナミズムが具体的に浮き彫りになるようにすすめます。
・講義とその都度挙示する参考文献による学習のサイクルと教室での討議を軸にしたやりとりのサイクルを有機的に組み合わせてすすめます。
・講義したことをふまえて、その次の時間に発表していただき、それをもとに討議を行います。

＜講義計画＞

第１回　動力史の時代区分からみる第二次産業革命
第２回　予期せざる爆発事故の顛末
第３回　現代日本のプラント事故の背景―専門知の逆機能―
第４回　近代日本の技術・社会関係の源流―佐久間象山と江川担庵―
第５回　官営と民営からみる事業構想―広瀬宰平―
第６回　足尾鉱毒事件にみる事業の社会的地平
第７回　電力事業登場の光と影
第８回　事業構想プログレスレポート発表とそれをもとにした討議

＜講義外の課題＞

新規事業や研究開発の立ち上がり期を支える古今の見本例がものがたっている多面的な意味に目配りを利かせるようにしてください。

＜教科書・参考書＞

その都度、関連する参考資料や参考文献を挙示しながらすすめます。

＜評価方法＞

講義をふまえて行う発表の内容、討議への参加、最終回の事業構想発表の内容などによって総合的に評価します。

＜その他の重要事項＞

| 授業科目名 | 事業構想としての知財戦略 | 担当 | 早川典重 | 科目コード | 322 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | １年次・２年次 | 配当学期 | 夏期集中 | | |
| 開講キャンパス | 東京／大阪／福岡 | 単位数 | １単位 | | |

＜講義概要と目的＞

現在社会では、なぜ、良いものを作っても利益が出なくなってしまったのでしょうか？なぜ、２０世紀末に苦しんでいた米国経済は世界を牽引できるまで復活したのでしょうか？
21 世紀になり、経済の仕組は、構造的に大きく変化しました。導入部分では、世界における構造の変化、日本の立ち位置を理解した上で、米国の復活、日本の凋落の背景を学びます。
続いて、経営における知財戦略とは何か？事業構想において知財戦略はなぜ必要なのか？をケースをベースに討論をしながら理解を深めます。
そして、企業にとって最大の資産である知財の意味、最先端の経営としての知財戦略は何かを理解し、みなさんが今考えている事業に知財という概念を入れたビジネスモデルに変えると如何にドラスティックに収益構造が変わるかを各自のケースを通して学んでいきます。

＜到達目標＞

自ら事業を構想する上で、Value Chain 全体を俯瞰し業界構造を理解した上で、知財戦略を入れることで、高収益且つ継続型のビジネスモデル構築の基礎を習得します。

＜授業の進め方と方法＞

- インターラクティブな形での講義とケーススタディにより、グローバルで変化している収益構造、知財の本質並びに戦略の基礎理解を深めます。
- 業界の第一人者も参加した討議を通し、最先端の分析方法や知財戦略とは何かを認識します。
- 自らの事業に知財戦略という視点をあてはめて、ビジネスモデルを作り上げ、発表を通して新たな視点や思考力並びに構想力を習得します。

＜講義計画＞

第１回オリエンテーション
第２回今、我々はどこにいるのか？（21 世紀における世界経済の構造的変化の検証）
第３回米国の復活と日本の凋落、その根底にあるもの
第４回知財戦略とは何か？ケース①タイトリスト（特許）ケース②岩塚製菓（know-how）
第５回知財戦略とは何か？ケース③サンリオ（意匠）ケース④コカコーラ・TWG（ブランド）
第６回最先端の知財戦略（知財分析で何ができるか？Finance・M&A・ドメインにおける知財戦略）
第７回知財戦略の応用：発表・討議
第８回経営としての知財戦略

*ゲストスピーカーとして、知財戦略における最先端の理論を繰り広げるリーダーの参加を予定。
**ゲストスピーカーの予定によって、講義の順番・内容が変わることがあります。

＜講義外の課題＞

- テーマ毎に、次回の授業までに考えてきてもらいたい課題が出ます。
- 講義後半では、知財戦略を使ったビジネスモデルを創って発表してもらいます。

| ＜教科書・参考書＞ |
| --- |
| 「インビジブルエッジ」、「ラグジュアリーブランド戦略」<br>他にも講義毎に参考となる資料、図書を紹介します。 |
| ＜評価方法＞ |
| • 授業への積極的な参加（考えること・意見をいうこと）<br>• 立案した事業構想並びに発表内容<br>• 上記を中心に総合的に判断します。 |
| ＜その他の重要事項＞ |
| |

| 科目名 | コンシューマー・マーケティング | 担当教員 | 中島好美 | 科目コード | 323 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | 1年次・2年次 | 学期 | 集中 | | |
| キャンパス | 東京（大阪／福岡） | 単位数 | ２単位 | | |

＜講義概要と目的＞

顧客の心をつかみ、行動を起こさせることにより、企業が「持続的な利益を得るという効果的な仕組み」を構築し、改良していくためには、マーケティング的な発想力と構想力、実行力が不可欠です。
めまぐるしく変わる外部環境を理解し、AI、フィンテックなどの分野の恩恵をうけ、様々なマーケティング活動を、より短いリードタイム、かつ低コストで実践することが可能となっています。
これからの事業を考えるうえで、いままでのマーケティングの知識を整理し、発想力を高めるための構想力を身に着けることにより、持続性のある成長を実現するためのマーケティング的発想を体得することを目的とします。

＜到達目標＞

集中講義、討論を通じて、マーケティングの基礎を理解した上手、実践的な発想力をたかめます。
最新のトピックスや事例を研究し、自身の事業計画をマーケティング的発想で評価し新しい提案や実践ができるようになることを目標とします。

＜授業の進め方と方法＞

講義では、基本的はマーケティング用語、プロセス、用法など解説します。
実践としてケーススタディと討論に力をいれ、事例をもとに院生、ゲストスピーカーを交え討論を発表をおこないます。

ゲストスピーカーには、現在活躍中の経営者、マーケッターまどをまねき、発想力に触発される機会をつくります。

＜講義計画＞

第１回　ガイダンス　講義内容の説明
第２回　①マーケティング入門　（マーケティングの変遷、マーケテイング活動のプロセス）
　　②マーケテイングの基礎　（セグメンテーション、マーケティングミクス）
第３回　①ケーススタディ（セグメンテーション）
　　②消費者行動、消費者心理、市場調査の基礎、ポジショニング
第４回　①ゲストスピーカーセッション
　　②ケーススタディ　（ターゲティング）
第５回　①ケーススタディ　（ポジショニング）
　　②ブランド、企業理念、ブランド戦略
第６回　①ゲストスピーカーセッション
　　②顧客志向、顧客エンゲージメント
第７回　①ゲストスピーカーセッション
　　②ケーススタディ　（AI の活用）
第８回　①②演習発表

| ＜講義外の課題＞ |
| --- |
| |
| ＜教科書・参考書＞ |
| 特に指定なし。　講義進捗に合わせて紹介 |
| ＜評価方法＞ |
| 参加、発表などの平常点５０点。レポート作成提出で５０点。 |
| ＜その他の重要事項＞ |
| |

| 科目名 | 信州大学連携科目 MOT2018 | 担当教員 | 岩田修一 | 科目コード | 324 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | 1 年次・2 年次 | 学期 | 集中　信州大学で英語で開講 | | |
| キャンパス | 信州大学　上田キャンパス | 単位数 | 1 単位 | | |

＜Objective＞

In this class, we focus on how engineers have used scientific/engineering data and knowledge to design and develop new engineering products and/or services for a set of selected exemplars.　Through case studies on the life cycle of selected technological fields, we will articulate the procedures of designing and developing after comparative studies. As such, you are ready to design your own project by working through your own articulation.

＜Outline＞

I believe that the best way to learn management of technology is to gain insight through case studies of managerial decisions. As such, we will rely considerably on cases to motivate discussion during class sessions. After my brief summary of the MOT lectures given in 2016 and 2017 Winter Semesters, we together select new engineering topics for "unlearning" in accordance with the procedure as written above.

＜Lecture Plan＞

1. About science and technology：What is science? What is technology?
2. Brief summary on case studies in 2016 and 2017 Winter Semesters
3. Discussion on technological trends and selection of cases
4. Case studies in the field of, for example, materials and their articulation
5. Case studies in the field of, for example, large scale engineering systems and their articulations
6. Discussions for "unlearning"：What is MOT based on your selected cases?

＜Evaluation Criteria＞

Your grade will consist of three components. The relative weighting of these components are as follows:

1. Articulation for case studies　40%
2. Discussions and reasoning　40%
3. "unlearning" write-up　20%

＜Suggestion＞

My expectation is that you will come to the class having already thought through and analyzed your own research subject which requires better management of technology. Then our class becomes a virtual laboratory for a certain technology.　I encourage active student participation in class. I should point out that most students typically tend to under-estimate - rather than over-estimate - the worth of what they have to say. Thus, if you are ever in doubt, I would encourage you to speak up instead of staying quiet.

＜How to contact＞

Please do not hesitate to send emails to me if you want.　My email address is given in the beginning of my lecture. I will reply as soon as possible.

＜Message to students＞

Bene latuit, bene vixit.

| 科目名 | 事業構想基礎演習 | 担当教員 | 谷野豊／岸波宗洋／重藤さわ子 | 科目コード | 401 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | １年次 | 学期 | 後期 | | |
| キャンパス | 東京 | 単位数 | ２単位 | | |

＜講義概要と目的＞

事業構想の基本的な考え方を学び、構想計画を出来るだけ多く（最低１人３構想）考え、２年時の事業構想計画書の完成に必要なノウハウを身につける。

【担当教員専門分野】

谷野豊：ポリフェノールによるがん抑制の研究や、がんを促進する可能性がある体内物質（酸化ジアシルグリセロール）の定量法の確立など、生命反応化学の専門家。現在、その経験を生かし医師・歯科医師・薬剤師などの医療従事者に対しての栄養のアプローチやアンチエンジング・予防医療の推進などの取り組みを行っている。また、ナショナルチームやトップアスリートの栄養指導等も行っている。

岸波宗洋：経営コンサルティング実務を前提とした実務家教員として、大手通信会社、大手電力会社、大手エネルギー会社等ライフラインを中心に、新規事業開発、事業成長戦略、市場・顧客開発、グローバル事業開発などを行っている。特に、本講義においては、事業構想サイクルの習得を前提に、存在次元、事業次元、収益次元のノウハウドゥハウ獲得を促し、自立的構想策定を支援する。

重藤さわ子：ニューカッスル大学（イギリス）でPhD（農業経済）取得。専門は地域経済・資源論、地域再生と温暖化対策、研究開発評価・マネジメント。科学技術振興機構（JST）での、社会の課題解決と実装を見据えた研究開発プログラムマネジメント実績や、多様な分野や立場を超えた協働プロジェクト参画の経験をいかし、東京工業大学ではグローバル博士人材の育成に従事。地域の環境計画策定や地域実践活動への支援にも取り組んでいる。

＜到達目標＞

事業構想を考える為に必要な基本的なスキルを身につける。

＜授業の進め方と方法＞

事業構想の研究発表をしてもらい、参加者全員によるディスカッションを踏まえ多角的思考を身につけてもらう。

＜講義計画＞

初回はガイダンスとして１コマ、以降は２コマとする。

第１回　履修者の取り組みたい社会課題と自身の経営資源の確認

第２回　事業構想計画の検討１

第３回　事業構想計画の検討２

第４回　事業構想計画の検討３

第５回　事業構想計画の検討４

第６回　１年時発表会に向けての論点整理１

| |
|---|
| 第７回　１年時発表会に向けての論点整理２<br><br>第８回　１年時発表会に向けての論点整理３ |
| ＜講義外の課題＞ |
| 第１回講義前に現時点で考えている事業構想の種となる社会課題と自分自身の経営資源の抽出を５枚程度のスライドにまとめてもらいます。また発表の後に、参加者からのアドバイスがありますので、独自にフィールドリサーチ、業界分析、資料収集を行い次回の準備を行ってください。 |
| ＜教科書・参考書＞ |
| それぞれの事業構想にあわせた参考図書を紹介します。 |
| ＜評価方法＞ |
| 授業中の構想計画発表（７０点）、他の参加者へのコメント・アドバイス（３０点）で評価します。 |
| ＜その他の重要事項＞ |
| 本演習は修了要件の事業構想計画演習の基礎を身につける為の科目のため、担当教員と事務連絡等がスムーズにできることが望ましい。 |

| 科目名 | 事業構想基礎演習 | 担当教員 | 根来秀行、田浦俊春、小塩篤史 | 科目コード | 402 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | １年次 | 学期 | 後期 | | |
| キャンパス | 東京 | 単位数 | ２単位 | | |

＜講義概要と目的＞

医学全般において、その進歩は日々目覚ましいものがある。医学全般に関する理解のみならず、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ことを主な目的とする。ゼミ内では、各自の専門領域を加味しつつ、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る。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ていく。

＜到達目標＞

実際の現代社会において、健康・医療領域でプロジェクトを計画し実践するスキルを身につける。

＜授業の進め方と方法＞

院生のバックグラウンドをもとに、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る。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を練り上げる。

＜講義計画＞

第１回　①ガイダンス（授業計画の説明と議論）
第２回　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）
第３回　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）
第４回　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）
第５回　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）
第６回　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）
第７回　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）
第８回　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＞

事業構想計画を組み立てるにあたって、適宜、必要な調査分析活動アドバイスを行う。

| ＜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)、毛細血管は増やすが勝ち！（集英社)、毛細血管が寿命をのばす（青春出版社)、まいにち若返る人の習慣（日本文芸社)、見えない病の治し方（清流出版）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）８０点とレポート２０点による総合評価とする。 |
| ＜その他の重要事項＞ |
| |

| 科目名 | 事業構想基礎演習 | 担当教員 | 野口恭平・江端浩人・鈴木洋仁 | 科目コード | 403 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | 1年次 | 学期 | 後期 | | |
| キャンパス | 東京 | 単位数 | 2単位 | | |

＜講義概要と目的＞

事業構想を進めるにあたり、マーケティングアプローチを組み合わせ、強化していくことにより、夫々の事業がもたらす市場価値をより競争力を持った独自性のある新しいものとしていくことが可能となる。本テーマ演習においては、マーケティングに軸を置いた実践的側面からの議論を深め、新たな市場価値創造にむけて各自の事業構想を進めるに当たり、より各構想の拡がりの可能性を探求していく。

本演習においては各自の事業構想の提供価値を強化するため、更に新たな構想を生み出す可能性も探るために、デジタルマーケテイングからの応用や、ブランディングやグローバル視点に基づく多様性マネジメントからの考察を加えて、議論を深めていく。

＜到達目標＞

各自の事業構想の拡がりを図り、マーケティング視点での強化を実現する。

＜授業の進め方と方法＞

授業は各自の事業構想アイデアの発表と討論の併用で、具体的な各々の事業構想アイデアを題材にしながら、全員参加の討論を行う。又マーケティングの実務に携わるゲスト講師を招聘し、最先端のマーケティング事例について実践的に学ぶ機会を設け、より深い示唆や気づきを得る場とする。

＜講義計画＞

全8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）
第1回　　①　ガイダンス（演習計画の確認）
第2～8回　②～⑭演習(院生による構想企画に基づく発表と討論)
　　&教員・ゲスト講師との議論演習
　　⑮　　総括

＜講義外の課題＞

特に無し

＜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（発表）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＞

| 科目名 | 事業構想基礎演習Ⅶ（大阪①） | 担当教員 | 森井理博 | 科目コード | 404 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | １年次 | 学期 | 後期 | | |
| キャンパス | 大阪 | 単位数 | ２単位 | | |

＜講義概要と目的＞

事業構想計画書の全体像をイメージしながら、スピード感を大切に、グループワークを行うことで、2 年次に院生自身が書き上げる事業構想計画書策定に役立つ学びを得る。
オリエンテーション後、前半 8 コマで、グループ毎にテーマを決め、協力し合い、事業構想計画書の第一稿を書き上げてみる。
後半 6 コマでは、年度末に行われる「1 年次中間発表」を目指して、個人の事業構想を計画・発表&ディスカッションを行う。

＜到達目標＞

2 年次の院生の事業構想計画書策定を円滑に進めるために、「事業構想計画書」を自ら書き上げる力を身に付ける。

＜授業の進め方と方法＞

講義→グループワーク→発表&ディスカッション　を１セットで実施。

＜講義計画＞

第１回　オリエンテーション（事業構想計画書の確認とテーマ提示。）
～以降、2 コマ１セット
第２回　①社会的課題に対する理解を深める
　事業課題抽出と事業アイデア発想→構想計画演習（ディスカッション）
②発表&フィードバック：事業テーマ選定とグループ内の役割分担決定

第３回　①事業構想計画書のフレーム解説（ビジョン、事業、収支計画）→構想計画演習（ディスカッション）
②発表&フィードバック：リーンキャンバスなどのフレームを利用した発想演習

第４回　①事業構想のビジョン・ミッション・コンセプト検討→構想計画演習（ディスカッション）
②発表&フィードバック：ブランドステートメントのフレームを利用した発想演習

第５回　①顧客視点で事業を検証するカスタマージャーニー検討→構想計画演習（ディスカッション）
②発表&フィードバック：事業構想計画書第一稿完成とプレゼンテーション演習

第６回　①②個人別事業構想計画の発表&フィードバック

第７回　①②個人別事業構想計画の発表&フィードバック

第８回　①②個人別事業構想計画の発表&フィードバック

| ＜講義外の課題＞ |
| --- |
| |
| ＜教科書・参考書＞ |
| 随時紹介。 |
| ＜評価方法＞ |
| 出席/演習参加（グループへの貢献度）50 点とグループの構想案 50 点による総合評価。 |
| ＜その他の重要事項＞ |
| |

| 科目名 | 事業構想基礎演習Ⅷ（大阪②） | 担当教員 | 二村暢朗・竹安聡 | 科目コード | 405 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | １年次 | 学期 | 後期 | | |
| キャンパス | 大阪 | 単位数 | ２単位 | | |

＜講義概要と目的＞

事業構想計画書の全体像をイメージしながら、スピード感を大切に、グループワークを行うことで、2 年次に院生自身が書き上げる事業構想計画書策定に役立つ学びを得る。
オリエンテーション後、前半 8 コマで、グループ毎にテーマを決め、協力し合い、事業構想計画書の第一稿を書き上げてみる。
後半 6 コマでは、年度末に行われる「1 年次中間発表」を目指して、個人の事業構想を計画・発表&ディスカッションを行う。

＜到達目標＞

2 年次の院生の事業構想計画書策定を円滑に進めるために、「事業構想計画書」を自ら書き上げる力を身に付ける。

＜授業の進め方と方法＞

講義→グループワーク→発表&ディスカッション　を 1 セットで実施。（後半の個人ワークでも相互コンサルティング等のグループワークを取り入れる予定）
社会的課題からテーマを選択し、そこから事業課題を抽出。課題を解決する方向性を見定めて、事業構想を描く。
前半は 5～6 名程度のグループを組み、意思決定するリーダー、計画書作成を担う 1～2 名のプランナーをコアメンバーとして、他メンバーをサポートメンバーとして役割分担。（サポートメンバーもグループ案の代替案=プランＢを随時提案してよい。）

＜講義計画＞

第１回　オリエンテーション（授業計画説明：事業構想計画書の確認とテーマ提示。）
～以降、2 コマ１セット

グループワーク

第２回　①社会的課題に対する理解を深める　事業課題抽出と事業アイデア発想　→　構想計画演習（ディスカッション）
②発表&フィードバック：事業テーマ選定とグループ内の役割分担決定

第３回　①事業構想計画書のフレーム解説（ビジョン、事業、収支計画）　→　構想計画演習（ディスカッション）
②発表&フィードバック：リーンキャンバスなどのフレームを利用した発想演習

第４回　①事業構想のビジョン・ミッション・コンセプト検討　→　構想計画演習（ディスカッション）
②発表&フィードバック：ブランドステートメントのフレームを利用した発想演習

第５回　①顧客視点で事業を検証するカスタマージャーニー検討　→　構想計画演習（ディスカッション）
②発表&フィードバック：事業構想計画書第一稿完成とプレゼンテーション演習

個人ワーク

第６回　①②個人別事業構想計画の発表&フィードバック

第７回　①②個人別事業構想計画の発表&フィードバック

第８回　①②個人別事業構想計画の発表&フィードバック

| ＜講義外の課題＞ |
| --- |
| 各回の課題については事前に開示するので、個々人で自身の仮説やアイデアを前もって考えておくことが求められる。 |
| ＜教科書・参考書＞ |
| 随時紹介。 |
| ＜評価方法＞ |
| 出席/演習参加（グループへの貢献度）50 点とグループの構想案 50 点による総合評価。 |
| ＜その他の重要事項＞ |
| |

| 授業科目名 | 事業構想基礎演習IX（福岡①） | 担当 | 白砂光規 | 科目コード | 406 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | １年次 | 配当学期 | 後期 | | |
| 開講キャンパス | 福岡 | 単位数 | ２単位 | | |

＜講義概要と目的＞

【本講義の目的】
本講義は、起業家（新規事業チームを率いるリーダー）に必要な事業構想着眼点の基本的な習得を完了し、新規事業構想の発案・実現・改善・持続について自発的達成力（＝事業構想力）が基礎レベルにおいて醸成されている履修生を対象に、より実践的な事例をもとに、皆で議論を深め、事業構想力を強化向上させることを目的とする

【講義概要】
起業事例、各履修者の新規事業構想ないしは担当教授の新規事業構想を題材とした演習を行う
演習→ディスカッション→振り返りの反復を行い、事業構想力の強化向上を図る

＜到達目標＞

実践的な事例検証、自身で取り組むプロジェクトの構想着手、他の履修者のプロジェクトに対する議論、を通じて事業構想力をさらに強化向上させること
および、自身で取り組むプロジェクトの事業構想を、持続成功可能な事業へと道筋をつけるべく
基本的なブラッシュアップを行うことを目標とする

＜講義計画＞

第１回　前期科目「起業を目指す事業構想」要約振り返り
後期科目選択のオリエンテーションにつき、前期科目「起業を目指す事業構想」を要約して講義を行う
＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊
第２回～第８回　実践事例に基づく演習

＜講義外の課題＞

＜教科書・参考書＞

＜評価方法＞

事業プレゼン 40、他者事業プレゼンについての討論参加姿勢 40、期末レポート 20

＜その他の重要事項＞

前期「起業を目指す事業構想」の受講推奨
ノート型ＰＣを持つ履修者は持参すること

| 科目名 | 事業構想計画演習（東京①） | 担当教員 | 谷野　豊 | 科目コード | 408 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | ２年次 | 学期 | 通年 | | |
| キャンパス | 東京 | 単位数 | ２・２単位（計４単位） | | |

＜講義概要と目的＞

①社会課題と自身の経営資源を活かした事業構想を教員、院生からもらうフィードバックを元に作りあげていく。最終的な目的は実現可能な事業構想計画書の完成。

②担当教員専門分野

ポリフェノールによるがん抑制の研究や、がんを促進する可能性がある体内物質（酸化ジアシルグリセロール）の定量法の確立など、生命反応化学の専門家。現在、その経験を生かし医師・歯科医師・薬剤師などの医療従事者に対しての栄養のアプローチやアンチエンジング・予防医療の推進などの取り組みを行っている。また、ナショナルチームやトップアスリートの栄養指導等も行っている。

＜到達目標＞

事業構想を実現する為に必要なスキルを身につける。理想は、自身と全く違った分野の事業についても事業構想計画を組み立てる事が出来る様になる事を目指してもらいたい。

＜授業の進め方と方法＞

自身の事業構想の研究発表をしてもらい、ゼミ参加者全員によるディスカッションを踏まえ多角的思考を身につけてもらい、事業構想計画書にまとめてもらう。

＜講義計画＞

各学期の初回はガイダンスとして１コマ、以降は２コマとする。

《前期》

第１回　履修者の取り組みたい社会課題と自身の経営資源の確認

第２回　事業構想計画の検討１

第３回　事業構想計画の検討２

第４回　事業構想計画の検討３

第５回　事業構想計画の検討４

第６回　中間発表会に向けての論点整理１

第７回　中間発表会に向けての論点整理２

第８回　中間発表会に向けての論点整理３

《後期》

第９回　中間発表会での構想計画の課題と今後の研究の確認

第１０回　課題の分析および事業構想計画書執筆内容の確認１

第１１回　課題の分析および事業構想計画書執筆内容の確認２

| |
|---|
| 第１２回　課題の分析および事業構想計画書執筆内容の確認３<br>第１３回　最終審査会に向けての論点整理１<br>第１４回　最終審査会に向けての論点整理２<br>第１５回　最終審査会に向けての論点整理３<br>第１６回　最終審査会に向けての論点整理４ |
| ＜講義外の課題＞ |
| 第１回講義前に１年時発表会でのフィードバックを踏まえ、事業構想計画書の再計画（案）を準備してもらいます。また、各演習終了時に参加者からのアドバイスがありますので、独自にフィールドリサーチ、業界分析、資料収集を行い次回の演習に向けた準備を行ってください。 |
| ＜教科書・参考書＞ |
| それぞれの事業構想にあわせた参考図書を紹介します。 |
| ＜評価方法＞ |
| 事業構想計画書（４０点）構想計画の発表（３０点）、他の演習参加者へのコメント・アドバイス（３０点）で評価します。 |
| ＜その他の重要事項＞ |
| 特に、事業構想計画書を提出する前や、各発表・審査会前等に時間外の指導することがある。特に、本演習は修了要件になる科目のため、担当教員と事務連絡等がスムーズにできることが望ましい。 |

| 科目名 | 事業構想計画演習（東京②） | 担当教員 | 竹安　聡 | 科目コード | 409 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | 2 年次 | 学期 | 前期 | | |
| キャンパス | 東京 | 単位数 | 2 単位 | | |

＜講義概要と目的＞

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、院生個々人に寄り添った、教員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。
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。

＜到達目標＞

多面的視点から熟慮された、実現性の高い、個人の事業構想計画書をまとめ上げる。

＜授業の進め方と方法＞

院生による構想発表とディスカッション、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。

＜講義計画＞

個人の事業構想発表と双方向のディスカッションを基本に進めるが、適宜、構想の一助となる講義やケーススタディ、外部講師講演などを織り交ぜていく。

第１回　①オリエンテーション（前期演習計画の説明）
第２回　②個人事業構想計画の発表、③個人事業構想計画の発表
第３回　④ケーススタディ（店舗ソリューション事業）、⑤個人事業構想計画の発表と双方向ディスカッション
第４回　⑥講義「ディシジョン・メーキング」、⑦個人事業構想計画の発表と双方向ディスカッション
第５回　⑧外部講師講演（企業の経営幹部や、各種団体の代表者等）、⑨外部講師を交えた双方向ディスカッション
第６回　⑩講義「経営理念」、⑪個人事業構想計画の発表と双方向ディスカッション
第７回　⑫⑬個人事業構想計画の発表と双方向ディスカッション
第８回　⑭⑮中間審査会に向けた確認と双方向ディスカッション

＜講義外の課題＞

講義テーマや自らの事業構想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＞

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＞

一部の講義を夏季補講期間に行う場合がある。

| 科目名 | 事業構想計画演習（東京②） | 担当教員 | 竹安　聡 | 科目コード | 409 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | 2 年次 | 学期 | 後期 | | |
| キャンパス | 東京 | 単位数 | 2 単位 | | |

＜講義概要と目的＞

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、院生個々人に寄り添った、教員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。
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。

＜到達目標＞

多面的視点から熟慮された、実現性の高い、個人の事業構想計画書をまとめ上げる。

＜授業の進め方と方法＞

院生による構想発表とディスカッション、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。

＜講義計画＞

個人の事業構想発表と双方向のディスカッションを基本に進めるが、適宜、構想の一助となる講義やケーススタディ、外部講師講演などを織り交ぜていく。

第１回　①オリエンテーション（後期演習計画の説明）
第２回　②個人事業構想計画の発表、③個人事業構想計画の発表
第３回　④ケーススタディ（中国内装事業）、⑤個人事業構想計画の発表と双方向ディスカッション
第４回　⑥ケーススタディ「変革を生み出すブランド戦略」、⑦個人事業構想計画の発表と双方向ディスカッション
第５回　⑧外部講師講演（企業の経営幹部や、各種団体の代表者等）、⑨外部講師を交えた双方向ディスカッション
第６回　⑩⑪個人事業構想計画の発表と双方向ディスカッション
第７回　⑫⑬個人事業構想計画の発表と双方向ディスカッション
第８回　⑭⑮最終審査会に向けた確認と双方向ディスカッション

＜講義外の課題＞

講義テーマや自らの事業構想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＞

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＞

一部の講義を冬季補講期間に行う場合がある。

| 科目名 | 事業構想計画演習（東京③） | 担当教員 | 岸波宗洋 | 科目コード | 410 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | 2年次 | 学期 | 前期／後期 | | |
| キャンパス | 東京 | 単位数 | 各２単位 | | |

＜講義概要と目的＞

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、進行方法、収支シミュレーション等を重要視する。

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。

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。まず、各受講者の存在次元の発見と確認に主眼を置き、構想としての軸（ストーリー）、オーナーシップ、社会資源化などの前提を構築する。また、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・社会優位性の高い構想案を作るための発表とレビューを繰り返す。そして、構想案について計画性を担保するための取り組みへ移行。クリステンセンマップの FIX とともに基本モデルの策定、存在次元、事業次元、収益次元の精緻化を行う。

後期では、フィールドリサーチの実施、結果のフィードバックと構想案修正、事業構想計画書としてのアジェンダに基づく存在次元、事業次元、収益次元の詳細定義、事業構想計画書策定を行う。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、投資計画、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～ゼミ受講者からの発表とレビュー

(2) ２コマ目～ゼミ受講者からの発表とレビュー

＜到達目標＞

1年間のゼミにおける構想の積み上げを行い、構想ローンチの前段階に至るまでのプロセスとファクトを獲得し、現実解・理想解としての高精度な事業構想計画書の策定・作成を行う。また、事業ローンチに際する諸課題を洗い出しその対応を検討・準備する。

＜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＞

～前期(全８回／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）

・存在次元の発見、確認、ブラッシュアップ

・クリステンセンマップに基づく各構想段階の定義

＞Maximize Core（資源を最大化する基本モデル）

＞Extend Core（基本モデルの持続的成長を担保する拡張モデル）

＞Create New（構想のゴール、理想モデル）
・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

～後期（全８回／15 コマ）～
・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エビデンスを得る
＞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（プロセス）の検討
・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
＞リスク対応、撤退方針・・・
・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、リスクと対応
＞収益次元のコミュニケーション＝プロモーション計画、撤退方針　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）50 点と宿題 50 点による総合評価を行う。

**＜その他の重要事項＞**

| 科目名 | 事業構想計画演習（東京④） | 担当教員 | 江端 浩人 | 科目コード | 411 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | 2年次 | 学期 | 前期 | | |
| キャンパス | 東京 | 単位数 | 2単位 | | |

＜講義概要と目的＞

事業構想大学院のゼミにおける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個人の事業構想進捗状況やリソースの獲得状況に応じて提供することを主眼とする。本ゼミでは講師江端の各種経験（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）や開学以来のゼミ生の知見を生かしゼミ生の事業構想実現に向けて進んでいく。また、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示唆、実地見聞（ゼミ研修旅行など）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。聴講生の参加も歓迎している。新しいことへのチャレンジ精神旺盛なゼミ生を歓迎する。

＜到達目標＞

前期における到達目標は：

1 目指す事業構想のポジショニングを明確にし、ビジネスモデルの仮説を立てること。

2 仮説をもとに必要なリソースとその獲得可能性を検証できるようにすること。

3 後期に向けて仮説の検証（フィールドリサーチ）や事業構想を完成するために必要なリソースの獲得実現性を下記に検証できるようにすることである。

＜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。インターネットを使ったリアルタイムなお情報共有やディスカッション。

ゼミ生の事業構想研究・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＞

第1回　ゼミのオリエンテーションと各ゼミ生の構想の共有。前期日程、ゲストのディスカッション。

第2回　ゼミOBゲストのプレゼンテーションとゼミ生相互のプレゼンテーション、フィードバックセッション

第3回　外部ゲストによるテーマ講演とゼミ生によるプレゼン・ディスカッション

第4回　各ゼミ生の構想に関する解決すべき社会課題とSTP特にポジショニングに関するディスカッション

第5回　社会課題とSTPに関するブラッシュアップディスカッション

第6回　外部ゲストによるテーマ講演とゼミ生によるプレゼン・ディスカッション

第7回　ゼミ生の構想の仮説検証と必要なリソースの洗い出しディスカッション。

第8回　構想の仮説検証、リソース検証のためのフィールドリサーチや外部研修合宿などの予定を決定。

＜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。また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。過去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＞ |
| --- |
| 「コカ・コーラパークが挑戦する エコシステムマーケティング」2009 江端浩人、本庄修二共著<br>その他教科書に関しては、ゼミ生の必要に応じ随時推奨する。 |
| ＜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ので、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。また構想計画書提出目的以外のサイド構想のディスカッションも副ゼミとして歓迎する。 |

| 科目名 | 事業構想計画演習（東京④） | 担当教員 | 江端 浩人 | 科目コード | 411 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | 2 年次 | 学期 | 後期 | | |
| キャンパス | 東京 | 単位数 | 2 単位 | | |

＜講義概要と目的＞

事業構想大学院のゼミにおける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個人の事業構想進捗状況やリソースの獲得状況に応じて提供することを主眼とする。本ゼミでは講師江端の各種経験（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）や開学以来のゼミ生の知見を生かしゼミ生の事業構想実現に向けて進んでいく。また、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示唆、実地見聞（ゼミ研修旅行など）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。聴講生の参加も歓迎している。新しいことへのチャレンジ精神旺盛なゼミ生を歓迎する。

＜到達目標＞

後期における到達目標は：

1 フィールドリサーチや研修合宿の結果をベースにポジションや仮説を検証する。

2 事業構想のポジショニングとビジネスモデルに応じた構想計画書のブラッシュアップ。

3 構想を実現するためのアクションプランの策定と構想計画書への落とし込み。

＜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。インターネットを使ったリアルタイムなお情報共有やディスカッション。

ゼミ生の事業構想研究・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＞

第 1 回　後期ゼミのオリエンテーションと各ゼミ生のリサーチ結果共有。後期日程、ゲストのディスカッション。

第 2 回　各ゼミ生のポジショニングとビジネスモデルの検証ディスカション。

第 3 回　外部ゲストによるテーマ講演とゼミ生によるプレゼン・ディスカッション

第 4 回　中間発表に向けたゼミ生の構想計画のブラッシュアップ・フィードバック

第 5 回　中間発表フィードバックを受けた構想計画書完成までのロードマップ決定。

第 6 回　ゼミ生 OB と外部ゲストなどを交えた総会、ゼミ生のプレゼンテーションとフィードバック。

第 7 回　構想計画完成のロードマップ検証と問題点の個別ディスカッション、ブラッシュアップ。

第 8 回　構想計画書の完成に向けた個別指導セッションや最終ディスカッション。

＜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。また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。過去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＞

「コカ・コーラパークが挑戦する エコシステムマーケティング」2009 江端浩人、本庄修二共著

その他教科書に関しては、ゼミ生の必要に応じ随時推奨する。

＜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ので、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。また構想計画書提出目的以外のサイド構想のディスカッションも副ゼミとして歓迎する。

| 科目名 | 事業構想計画演習（東京⑤） | 担当教員 | 野口　恭平 | 科目コード | 412 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | 2 年次 | 学期 | 通年 | | |
| キャンパス | 東京 | 単位数 | 4 単位 | | |

＜講義概要と目的＞

事業展開を進める上で重要となる、「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マーケティングに軸を置いた実践的側面からの議論を深め、各自の構想内容の強化を行う。

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、ターゲット）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。

前期では事業構想演習に於いてより構想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、卒業生を含めたネットワーキングと共に、事業構想についての議論を行う。

＜到達目標＞

各自の構想計画の完成（構想計画書の完成）

＜授業の進め方と方法＞

授業は演習と討論の併用で、具体的な各自の事業構想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）

全 30 コマ（通期）

◆前期　第１回～8 回

前期ガイダンス（演習計画の確認）

①　～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　総括・構想計画審査にむけて

◆後期　第１回～8 回

⑯　後期ガイダンス（中間発表のフィードバック・構想の進め方）

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　最終まとめ：構想計画書のまとめ

＜講義外の課題＞

構想計画書の作成

＜教科書・参考書＞

教科書の指定はしない。各自の構想内容に即して紹介する。

＜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＞

| 科目名 | 事業構想計画演習（東京⑥） | 担当教員 | 見山　謙一郎 | 科目コード | 413 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | 2 年次 | 学期 | 前期 | | |
| キャンパス | 東京 | 単位数 | 2 単位 | | |

＜講義概要と目的＞

1、ゼミのテーマ

「想像から創造へ～Imagination & Creativity」

2、事業構想の領域

地域活性化、社内ベンチャー、SDGs、クリエイティブワーク、海外市場への展開等

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（アイデア、技術、システム等）」のみならず、「市場への実装・普及」を含む

4、担当教員略歴

三井住友銀行の本店営業部などで国内外の 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、大企業、ベンチャー企業、中小企業の新事業の企画支援業務に従事する。環境省の中央環境審議会委員や総務省の地域活性化委員など中央省庁の行政委員の他、地方自治体の委員を歴任。学生を対象とした私塾、次世代人財塾・適十塾からも起業家を複数輩出している。また、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」の編集委員も兼務する。

＜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＞

第 1 回 : イントロダクションと、事業構想計画（案）の発表、フィードバック
第 2 回 : Why の探求-1（自分自身と向き合う）
第 3 回 : Why の探求-2（市場、社会と向き合う）
第 4 回 : Why の探求-3（価値の想像と創造～Imagination & Creativity）
第 5 回 : Why の探求-4（オリジナリティの探求）
第 6 回 : Why の探求-5（リバースシンキング）
第 7 回 : 事業構想計画の発表、フィードバック
第 8 回 : 事業構想計画の発表、フィードバック

| ＜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計画（案）を提出のこと（様式適宜)。<br>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、サポートしたい。 |

| 科目名 | 事業構想計画演習（東京⑥） | 担当教員 | 見山　謙一郎 | 科目コード | 413 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | 2 年次 | 学期 | 後期 | | |
| キャンパス | 東京 | 単位数 | 2 単位 | | |

＜講義概要と目的＞

1、ゼミのテーマ

「想像から創造へ～Imagination & Creativity」

2、事業構想の領域

地域活性化、社内ベンチャー、SDGs、クリエイティブワーク、海外市場への展開等

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（アイデア、技術、システム等）」のみならず、「市場への実装・普及」を含む

4、担当教員略歴

三井住友銀行の本店営業部などで国内外の 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、大企業、ベンチャー企業、中小企業の新事業の企画支援業務に従事する。環境省の中央環境審議会委員や総務省の地域活性化委員など中央省庁の行政委員の他、地方自治体の委員を歴任。学生を対象とした私塾、次世代人財塾・適十塾からも起業家を複数輩出している。また、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」の編集委員も兼務する。

＜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＞

第 1 回 : イントロダクションと、事業構想計画の発表、フィードバック

第 2 回 : Where の探求-1（市場の探求と市場の創造）

第 3 回 : Where の探求-2（客観的指標と向き合う）

第 4 回 : How の探求-1（オリジナリティと付加価値～Imagination & Creativity）

第 5 回 : How の探求-2（ネットワークとアライアンス）

第 6 回 : When の探求（時間軸とマイルストーン）

第 7 回 : 事業構想計画の発表、フィードバック

第 8 回 : 事業構想計画の発表、フィードバック

| ＜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＞ |
| 初回講義時にその時点での事業構想計画を提出のこと（様式適宜)。<br>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、サポートしたい。 |

| 科目名 | 事業構想計画演習（東京⑦） | 担当教員 | 村山貞幸 | 科目コード | 414 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | ２年次 | 学期 | 前期 | | |
| キャンパス | 東京 | 単位数 | ２単位 | | |

＜講義概要と目的＞

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を重視する。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。

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。

＜キーワード＞
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

＜到達目標＞

社会を変革する志高い事業構想のアイディアを創造する。

＜授業の進め方と方法＞

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。

＜講義計画＞

第１回　①ガイダンス（前期講義計画の説明と議論）
第２回　②背景とビジョン１
　　③背景とビジョン２
第３回　④背景とビジョン３
　　⑤背景とビジョン４
第４回　⑥コンセプト１
　　⑦コンセプト２
第５回　⑧コンセプト３
　　⑨コンセプト４
第６回　⑩事業概要１
　　⑪事業概要２
第７回　⑫事業概要３
　　⑬事業概要４
第８回　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＞ |
| |

| 科目名 | 事業構想計画演習（東京⑦） | 担当教員 | 村山貞幸 | 科目コード | 414 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | ２年次 | 学期 | 後期 | | |
| キャンパス | 東京 | 単位数 | ２単位 | | |

＜講義概要と目的＞

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を重視する。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。

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。

＜キーワード＞
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"

＜到達目標＞

前期に創った事業構想のアイディアを実現する事業計画を策定する。

＜授業の進め方と方法＞

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。

＜講義計画＞

第１回　①ガイダンス（後期講義計画の説明と議論）
第２回　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
第３回　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
第４回　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
第５回　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
第６回　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
第７回　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
第８回　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＞ |
| |

| 科目名 | 事業構想計画演習（東京⑧） | 担当教員 | 渡邊信彦 | 科目コード | 415 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | 2年次 | 学期 | 通年 | | |
| キャンパス | 東京 | 単位数 | 前期２、後期２単位 | | |

＜講義概要と目的＞

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います。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します。

＜到達目標＞

事業構想計画書を完成過程において、常にマーケットと対話しながら提供価値を合わせていくことのできる思考を身に着け、柔軟な対応を可能とする力をつける。

＜授業の進め方と方法＞

各構想課題の設定からアイデア発想、ビジネスモデルの構築、までをディスカッションを通じてブラッシュアップしてゆく。その過程で各人のもつ構想の周辺について知見を得られるようネットワーキングを提供する。基本的に毎回ゼミ生は構想案をブラッシュアップして発表することとする。その過程での考察をストックし、最終構想書の作成においてゆるぎない軸を作る。

＜講義計画＞

前期
第１回オリエンテーション　進め方とゼミ生の構想課題のヒアリング
第２回　課題の認識　それ本当に解決すべき課題？　その根幹を展開させる
第３回　解決のためのアイデアワーク　他人のアイデアを参考にしてブラッシュアップする
第４回　コアとなる要素についての講義及び第一回構想案の骨子発表
第５回　関連領域のゲスト講師　講義及びディスカッション
第６回　ビジョン　ミッション　ストーリーの発表　及び討議
第７回　構想案骨子発表
第８回　中間発表に向けてプレゼンテーション演習

後期
第１回　夏のフィールドワーク後の状況の共有、各自発表討議
第２回　アイデアを壊し、全く違う解決策を構想する。その過程から見逃しや新しい視点を得る
第３回　ビジネスモデルの構築　討議①
第４回　ビジネスモデルの構築　討議②
第５回　ゲスト講師による新しいインプット
第６回　最終審査会に向けたプレゼンテーション演習
第７回　ゲスト講師に対するプレゼンテーション及びディスカッション
第８回　事業構想計画書作成にむけた最終討議

＜講義外の課題＞

毎回構想案をブラッシュアップする

| ＜教科書・参考書＞ |
| --- |
| 随時紹介 |
| ＜評価方法＞ |
| 授業における取組（30%）及び構想書の評価（70%） |
| ＜その他の重要事項＞ |
| |

| 科目名 | 事業構想計画演習（東京⑨） | 担当教員 | 川山 竜二 | 科目コード | 416 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | ２年次 | 学期 | 通年 | | |
| キャンパス | 東京 | 単位数 | ２・２単位（計４単位） | | |

＜講義概要と目的＞

「事業構想」の根本に立ち返ると、それは社会との接点であった。本演習ではとりわけ、社会と事業構想の整合性を検討したい。それは第一に社会課題と事業構想の整合性であり、第二に実際に事業を行ううえでの環境としての社会、そして第三に事業構想が実現し社会にインパクトを与えた後の社会はどうなるのか、という問題である。もちろん、最終的な目的は実現可能な緻密な「事業構想計画書」の完成を目指す。

＜到達目標＞

修了要件である「事業構想計画書」を執筆するための研究、そして「事業構想計画書」の完成である。履修者に対しては、少なくとも次の点を目標として欲しい。第三者が読んでも同じ思考回路を辿れるような「事業構想計画書」の完成を到達目標としたい。くわえて、社会課題設定の緻密性を高めてもらいたい。

＜授業の進め方と方法＞

履修者による「事業構想計画書」の研究・執筆経過を報告してもらい、履修者によるディスカッションを踏まえ「事業構想計画書」執筆の指導をおこないます。

＜講義計画＞

各学期の初回はガイダンスとして１コマ、以降は２コマ（２講）連続の演習である。
履修者の事業構想計画書執筆計画に基づき、それにあわせて指導を行います。

《春学期》

第１回（第１講）　履修者の研究計画（事業構想計画書執筆計画）の確認

第２回（第２・３講）　事業構想計画の概要と社会課題の整合性の検討１

第３回（第４・５講）　事業構想計画の概要と社会課題の整合性の検討２

第４回（第６・７講）　事業構想計画の概要と社会課題の整合性の検討３

第５回（第８・９講）　事業構想計画の概要と社会課題の整合性の検討４

第６回（第１０・１１講）中間発表会に向けての論点整理及び経過報告１

第７回（第１２・１３講）中間発表会に向けての論点整理及び経過報告２

第８回（第１４・１５講）中間発表会に向けての論点整理及び経過報告３

《秋学期》

第９回（第１６講）　中間発表会での研究課題（構想計画の課題）と今後の研究計画の確認

第10回（第１７・１８講）課題の展開および事業構想計画書執筆の経過報告１

第11回（第１９・２０講）課題の展開および事業構想計画書執筆の経過報告２

第12回（第２１・２２講）課題の展開および事業構想計画書執筆の経過報告３

第13回（第２３・２４講）事業構想計画書執筆の経過報告１

第14回（第２５・２６講）事業構想計画書執筆の経過報告２

第15回（第２７・２８講）事業構想計画書執筆の経過報告３

第16回（第２９・３０講）事業構想計画における事業実現後の社会への成果と今後の展望

**＜講義外の課題＞**

履修者の皆さんには、第１回講義開始前に「事業構想計画書」の執筆計画を準備してもらいます（履修者の方には別途連絡します）。また、各演習終了時にアドバイスや研究課題を課すことがありますので、独自にフィールドリサーチや資料収集を行うなどして次回の演習に向けた準備を行ってください。

**＜教科書・参考書＞**

それぞれの「事業構想計画書」にあわせて、適宜アドバイスと参考図書を紹介します。

**＜評価方法＞**

「事業構想計画書」にあわせた研究、執筆に照らし合わせて評価します。

**＜その他の重要事項＞**

必要に応じて、演習時間外に指導することがある。その他、詳細については第１回の演習時に履修者とともに決定していく。修了要件になる科目であることから、担当教員と事務連絡が滞りなくできることが望ましい。

| 科目名 | 事業構想計画演習（東京⑩） | 担当教員 | 鈴木洋仁 | 科目コード | 417 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | ２年次 | 学期 | 前期・後期 | | |
| キャンパス | 東京 | 単位数 | ２単位・２単位 | | |

＜講義概要と目的＞

「傾聴」、これが、このゼミのメインです。
この演習では、受講生が事業構想計画書をまとめるために、可能な限り、講師が丁寧に聞き取ります。
担当講師は、テレビ局→IT 企業→国際文化交流機関→大学、と４つの異なる業界で働いてきました。ただし、いずれもダイレクトに事業構想にタッチしていたわけではありません。しかし、いずれの職種においても、「何かと何かをつなぐ」役割に従事してきました。そして、この「つなぐ」にあたっての重要なステップが、*「聞き出すこと」*です。
そこで、このゼミ（演習）では、受講生ひとりひとりが、事業構想計画書策定に向けて、「何を考え」「何を持っているのか」「何をしようとしているのか」といった要素を、少しずつ掘り下げて、「聞き出すこと」＝「傾聴」をメインとします。この「傾聴」は、受講生相互に、事業構想計画書をブラッシュアップする上でも必須であると考えています。
他の先生方とは、やや色合いを異にする場としてご活用いただけると幸いです。

＜到達目標＞

マウンティングではなく、「本当に」必要な相互の批評により、修了後も一生役に立つ「傾聴」のプロセスを通して、納得の行く、そして、実現可能性の高い事業構想計画書をまとめられるようになること。

＜授業の進め方と方法＞

受講生による構想発表をメインに、ひとつひとつの発表をじっくりと掘り下げることを目指します。受講生からのリクエストや必要に応じて、外部からゲスト講師を招くことも検討しています。受講生の数に応じて、進め方と方法については微調整します。

＜講義計画＞

受講生の事業構想計画書の作成のために、双方向のディスカッションを基本に進めます。受講生と相談の上、適宜、作成に資する講義や、事例、理論の紹介、あるいは、ゲスト講師などを取り入れます。

第１回　　オリエンテーション
第２回　事業構想計画の発表(1)
第３回　事業構想計画の発表(2)
第４回　事業構想計画作成にあたって必要な要素をめぐるディスカッション(1)
第５回　事業構想計画作成にあたって必要な要素をめぐるディスカッション(2)
第６回　事業構想計画の評価をめぐるディスカッション(1)
第７回　事業構想計画の評価をめぐるディスカッション(2)
第８回　中間総括（前期まとめ）

第９回　「傾聴」から事業構想へ（講義とディスカッション）
第 10 回　事業構想計画書を作成する(1)
第 11 回　事業構想計画書を作成する(2)
第 12 回　事業構想計画書を作成する(3)
第 13 回　事業構想計画書を作成する(4)

第14・15回　事業構想計画書を評価する
第16回　総括討論

＜講義外の課題＞

講義外の課題はありません。

＜教科書・参考書＞

・教科書は指定しませんので、事前に購入や準備をしていただく必要はありません。
・方法論的には、御厨貴『オーラル・ヒストリー　現代史のための口述記録』（中公新書）、御厨貴『オーラル・ヒストリー入門』（岩波書店）、あるいは、佐藤俊樹『社会学の方法』（ミネルヴァ書房）が、担当講師が目指しているものに近いので、参考書として挙げます。
・また、若林幹夫『社会学入門一歩前』（NTT出版）や竹端寛『枠組み外しの旅　「個性化」が変える福祉社会』（青灯社）も、発想を柔軟にするために、講師が参考にしています。
・その他、適宜、受講生の発表に応じて、参考書を提示します。

＜評価方法＞

講義の聴講とディスカッションへの参加度合いを70%。
学期末のレポートを30%。

＜その他の重要事項＞

| 科目名 | 事業構想計画演習（東京⑪） | 担当教員 | 田浦俊春 | 科目コード | 418 |
|---|---|---|---|---|---|
| 配当年次 | 2年次 | 学期 | 前期・後期 | | |
| キャンパス | 東京 | 単位数 | 2・2単位 | | |

＜講義概要と目的＞

ゼミの主たる目的は，具体的に事業を構想することにある．まず，アイデアを確認する．すでに，ある程度のイメージがあるならば，そのオリジナリティを確認する．まだであれば，講義で議論したアイデア生成方法などを用いてアイデア生成を試みる．続いて，そのアイデアの実行可能性を評価するとともに，事業としての成立させるための検討を行う．一方で，事業構想のための「思考力」を醸成することを目的に，いくつかのテーマに関して自由討議を行う．テーマについては，教員からも提案するが，学生からの提案も歓迎する．

＜到達目標＞

事業構想のための思考力を醸成し，事業構想書を作成する．

＜授業の進め方と方法＞

事業構想書については，学生からの報告や相談をもとに，進める．
テーマ討議については，教員ないし学生からの問題提起をもとに，討論形式で行う．

＜講義計画＞

２コマを一つのまとまりとして進める．
１コマ目では，事業構想書の進捗について検討し，２コマ目では「思考力」に関するテーマ討議を行う．討議するテーマとしては，例えば下記が考えられるが，これに限るものではない．

・ 問題解決思考は万能か？
・ 直感力についてどう思うか?
・効率的思考の限界
・目的のない行動の重要性
・見えないところに本質がある
・良いプロダクトとは何か?
・優れた事業構想の背後には優れた思想がある
・現状の延長線上にないものはどうやって考える？
・試行錯誤の重要性

＜講義外の課題＞

各自から事業構想に関連する調査及び発表をしていただきます．加えて，テーマ討議について，テーマの提案および調査，更には議論への積極的に参加を期待します．

＜教科書・参考書＞

参考書：田浦俊春「質的イノベーション時代の思考力—科学技術と社会をつなぐデザインとは—」勁草書房(2018)
参考書：田浦俊春「創造デザイン工学」東京大学出版会(2014)

＜評価方法＞

ゼミの中での発表の内容および姿勢から総合的に判断します．

＜その他の重要事項＞