

シ ラ バ ス
(講 義 概 要)

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

授業科目の名称	事業構想概論	担当 : 東英弥、 小塩篤史	科目コード : 101
配当年次	1年次・2年次	配当学期	前期
年間開講数	1回	単位数	2単位
必修・選択等の別	選択必修	授業の方法	講義、発表
授業科目の内容			
<講義概要と目的（何を学ぶか）>			
<p>事業構想の基本においては、今後の学びの機会を最大限に活用するための心構えの獲得と基本的な情報収集をおこなうことを目的とする。そのために、事業構想の基本的な考え方や事業構想家の講義を実施し、また学内の情報資源や知的資源の紹介を行う。</p> <p>さらに、現在の事業の紹介を通じて、院生間の相互理解の促進とビジネスモデルの理解力を向上する。</p>			
<到達目標>			
<p>事業構想の基本的な枠組みを理解する</p> <p>事業構想大学院大学の知的資源を把握する</p> <p>院生のビジネスモデルを理解する</p>			

<授業の進め方と方法>

座学での講義、ゲスト講師との対話、自社ビジネスモデルの発表。

<講義計画>

- 1 オリエンテーション 履修ガイダンスと大学院での活動について
- 2 事業構想の基本1 理事長特別講義
- 3 事業構想の基本2 理事長特別講義
- 4 事業構想を研究する1 事業を研究する意味について
- 5 事業構想を研究する2 事業を研究する方法について
- 6 企業内の事業構想1 企業内で新規に事業構想するために重要な点について
- 7 企業内の事業構想2 企業内で新規に事業構想するために重要な点について
- 8 事業構想家との対話1 事業構想を実現している構想家と対話する
- 9 事業構想家との対話2 事業構想を実現している構想家と対話する
- 10 事業構想をコンサルティングする1 事業構想の実現方法をコンサルティング視点で語る
- 11 事業構想をコンサルティングする2 事業構想の実現方法をコンサルティング視点で語る
- 12 事業モデルの理解1 自社の事業モデルの発表と討議
- 13 事業モデルの理解2 自社の事業モデルの発表と討議
- 14 事業モデルの理解3 自社の事業モデルの発表と討議
- 15 事業モデルの理解4 自社の事業モデルの発表と討議

<講義外の課題>

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

<教科書・参考書>

適宜指定する。

<評価方法>

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

<その他の重要事項>

授業科目的名称	事業構想企画演習	担当 : 渡邊信彦	科目コード : 102
配当年次	1年次・2年次	配当学期	後期
年間開講数	1回	単位数	2単位
必修・選択等の別	選択必修	授業の方法	演習

授業科目的内容

<講義概要と目的（何を学ぶか）>

本講義の目的は、本学が提唱している事業構想のステップを示す事業構想サイクルを、半期にわたりグループ演習することで、プロセスベースを理解し、自身の事業構想における実践力を身につけることを前提とする。本講義で実践するプロセスは、発着想→構想案→フィールドリサーチ→構想計画→コミュニケーションである。

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

<到達目標>

・発着想

グループワークを通して、人・経済・社会の洞察力を高め、グループメンバーのアイデアの客観的価値を理解する。また、目的と手段を明確化する。

・構想案

ビジネスアイデアを構想案に落とし込み発表する。ビジネスモデルハウスを前提とする。

・フィールドリサーチ

構想案策定時のクリティカルな課題に対して、様々なリサーチ思考を持って課題解決を図り発表する。

・構想計画

フィールドリサーチ結果を元に、構想案を精緻化し計画書を策定・発表する

・コミュニケーション

経営資源を最大化するために必要な努力・パートナーを想定し、発表する。

<授業の進め方と方法>

各講義毎に講義2コマ分を1セットとすることを基本形とする。

(1) 演習テーマの設定と説明あるいは講義

(2) グループ演習（主にテーマに基づいた議論・発表）

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

<講義計画>

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

<講義外の課題>

- チームとしての事業構想レポート
個人としての活動レビュー・レポート

<教科書・参考書>

各回のテーマに関連して適宜紹介していく。

<評価方法>

平常点（演習／討論参加点）70点とレポート30点による総合評価を行う。

<その他の重要事項>

特になし

授業科目的名称	事業構想事例研究 I ~IV		担当 : 田中里沙	科目コード : 103~106		
配当年次	1年次・2年次		配当学期	前期、後期		
年間開講数	1回		単位数	各学期 2 単位		
必修・選択等の別	選択必修		授業の方法	討議		
授業科目の内容						
<講義概要と目的（何を学ぶか）>						
自らの経営資源を見出し、活かし、理想とする構想を考えていくためのヒントを、各分野の第一線で活躍する多彩な人物の経験や論理から学ぶ。起業家、経営者、クリエイター、研究者などの得意分野より、事業構想における要素を明確にし、掘り下げることで、アクティブラーニングとして院生各人の構想に活かす。						
<到達目標>						
創業経営者や時代の最先端で活躍する人物の事業事例をヒントに、社会で必要とされる事業の種を探し、理想の事業を考え、自ら事業構想を構築する。発着想、構想計画、組織づくり、コミュニケーションなど、事業構想のフェースにおける要素を習得し、アイデアを創出する。						
<授業の進め方と方法>						
ゲスト講師の紹介、学びのポイントを提示した後、ゲスト講師による講義、受講生との討議、質疑応答を行い、インタラクティブに進める。						

<講義計画>

年間約40回開講

4/19（水）初回はオリエンテーションで、前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。（特別日程の予定もあり）
詳細のスケジュールはメール、学内掲示で案内する。

<講義外の課題>

各回のゲスト講師について予め自分で調べ、当日の講義を有意義なものにすること。

<教科書・参考書>

招聘するゲスト講師により、都度案内する。

<評価方法>

年間約40回開講。前期と後期を各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>

履修登録は下記のようにお願いします。

1年次前期：事業構想事例研究（事業構想スピーチ） I

1年次後期：事業構想事例研究（事業構想スピーチ） II

2年次前期：事業構想事例研究（事業構想スピーチ） III

2年次後期：事業構想事例研究（事業構想スピーチ） IV

授業科目的名称	社会動向と事業構想	担当: 上野征洋、川山竜二	科目コード: 107
配当年次	1年次・2年次	配当学期	前期
年間開講数	1回	単位数	2単位
必修・選択等の別	選択必修	授業の方法	講義、討論

授業科目の内容

<講義概要と目的(何を学ぶか)>

事業は社会で営まれる。当然、事業の環境である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、複雑に高度化した社会である。高度に複雑化した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。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いて現代社会の問題点を捉え、社会構造や社会変動を自らで予測することができるだろう。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。

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構築の方法、それを担う事業のあり方を構想することを目的とする。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、事業の種といるべき「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。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新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講 ガイダンス及びイントロダクション—社会的課題と事業構想

第2・3講 社会動向をいかに分析するか—社会諸科学の視点(社会システム)を活用する

第4・5講 社会問題論—少子化、環境問題、労働環境

第6・7講 社会変動論—近代社会論、ポストモダン、リスク社会、リキッドモダニティ

第8・9講 公共性の変容—福祉国家、コミュニティ、地域社会

第10・11講 近代・組織・資本主義—歴史的・文化的・比較社会論

第12・13講 社会構想論—ソーシャル・デザイン、ピースミール、社会哲学

第14・15講 総括討論

▲いずれかの講で、ゲスト講師を招聘します。その関係で、講義内容が前後します。

<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」の授業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」・「常識を疑ってみる」ことを実践すること。

<教科書・参考書>

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。

<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(60%)。

2、学期末に1200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(40%)。

その他に、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ください。フォローアップのための支援準備をします。

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。

オーガナイザーは、川山です。何かあれば、川山にコンタクトをとってください。

授業科目的名称	技術動向と事業構想		担当： 岩田修一	科目コード：108		
配当年次	1年次・2年次		配当学期	前期		
年間開講数	1回		単位数	2単位		
必修・選択等の別	選択必修		授業の方法	講義、討議、発表		
授業科目的内容						
<講義概要と目的（何を学ぶか）>						
先端分野の技術と事業展開で競争力優位をもたらす技術とは必ずしも一致しない。材料、情報、バイオ、エネルギー・環境、ナノ他の先端分野の科学技術動向について学習しながら、IoTやBig Dataに象徴されるような代表的な先端技術についての事業化例を学習し、今後の事業化の可能性を検討し、総括討論を通して技術と事業との連関について考察する。						
<到達目標>						
技術開発と事業化とのダイナミックスについて理解を深める。						
<授業の進め方と方法>						
学習結果の発表、ゲスト講師による講義、授業参加者による討議により、技術と事業とのダイナミックスについての本質を理解し、時代を先導する事業の提案を試みる。						

<講義計画>全15回

技術論序説（1回）

技術分野別学習（問題設定＊、調査、総括 計3回）×4回

*テーマは、材料、情報、バイオ、エネルギー・環境、ナノ他の先端分野から選定

総括（1～2回）

<講義外の課題>

国内外で開催される関連の集会を紹介し、参加者には報告を依頼する。

<教科書・参考書>

進捗状況に応じて、適宜、紹介する。

<評価方法>

それぞれの事業提案を軸に、総合的に評価する。

<その他の重要事項>

授業科目的名称	経済動向と事業構想			担当： 高田伸朗	科目コード：109				
配当年次	1年次・2年次		配当学期	後期					
年間開講数	1回		単位数	2単位					
必修・選択等の別	選択必修		授業の方法	講義と討論					
授業科目的内容									
<講義概要と目的（何を学ぶか）>									
<p>事業構想策定に際しては、外部環境としての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、経済環境をきちんと認識していることが重要である。このため、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環境変化の中に、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。</p>									
<到達目標>									
<p>事業構想の策定に際して前提となる経済環境分析能力を身につけ、制度変更や経済動向の変化を事業構想に反映させるスキルを身につける。具体的には以下の3点を習得することを目標とする。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 事業構想策定の前提となる経済環境分析に関するスキル・ノウハウの習得 2. 経済環境変化を具体的に数字として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>									
<p>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。</p>									

<講義計画>

全15回

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

<講義外の課題>

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

<教科書・参考書>

各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時程度）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。

授業科目的名称	経営環境と事業構想		担当：竹安聰	科目コード：110		
配当年次	1年次・2年次		配当学期	前期		
年間開講数	1回		単位数	2単位		
必修・選択等の別	選択必修		授業の方法	講義、ケーススタディ		
授業科目的内容						
<講義概要と目的（何を学ぶか）>						
<p>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。</p> <p>教員や外部講師の事業経験を題材としたケーススタディで現場感覚を養うと同時に、ディスカッションを通じて事業構想への理解を深めることを目的とする。</p>						
<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基本とする。

第1週：①オリエンテーション（講義概要の説明）

第2週：②ケーススタディ（介護サービス事業）

③ディスカッション

第3週：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

第4週：⑥ケーススタディ（スマートタウン事業）

⑦ディスカッション

第5週：⑧外部講師講演

⑨同上

第6週：⑩「経営理念とブランド戦略」の講義

⑪ディスカッション

第7週：⑫ケーススタディ（店舗ソリューション事業）

⑬ディスカッション

第8週：⑭ディスカッション

⑮ディスカッション

※ケーススタディや講義の内容、および順番は変更することがある。

<講義外の課題>

講義テーマに即した関連書籍等での自学自習を推奨する。

<教科書・参考書>

ケーススタディを題材にしたオリジナルテキストを使用する。

<評価方法>

講義・ディスカッションへの主体的参加等による総合評価とする。

<その他の重要事項>

一部の講義を夏季補講期間に行う場合がある。

授業科目的名称	クリエイティブ発想法		担当： 小塩篤史	科目コード：201		
配当年次	1年次・2年次		配当学期	前期		
年間開講数	1回		単位数	2単位		
必修・選択等の別	選択必修		授業の方法	講義、ワークショップ		
授業科目の内容						
<講義概要と目的（何を学ぶか）>						
<p>事業構想サイクルの起点である「発・着・想」を系統的に行う能力を高めることを目的としている。よい事業アイデアには、発想（Ideation）、着想（Inspiration）、想像（Imagination）がつまっている。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。顧客ニーズの本質に迫りながら、「よいアイデア」とは何か？という問いに自ら取り組む時間である。</p>						
<到達目標>						
<p>様々なアイデア発想法を使いこなすことができる アイデア発想法を自分自身で作成する 創造性について自分なりの見解を持つ</p>						
<授業の進め方と方法>						
<p>講義時間内は、対話と実践の時間とする。知識獲得に関しては、講義時間外に指定図書・資料を読み込んで行う。</p>						

<講義計画>

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

<講義外の課題>

事前に課題図書を指定し、その内容をベースに議論を行う。

<教科書・参考書>

マイケル・マハルコ「アイデアバイブル」ダイヤモンド社
その他適宜指定する。

<評価方法>

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

<その他の重要事項>

授業科目的名称	実践アイデア発想演習			担当：伊藤直樹	科目コード：202				
配当年次	1年次・2年次		配当学期	後期					
年間開講数	1回		単位数	2単位					
必修・選択等の別	選択必修		授業の方法	ワークショップ					
授業科目的内容									
<講義概要と目的（何を学ぶか）>									
<p>日本人向けに最適化された「デザイン思考」のプロセスを、ワークショップ形式で学習していきます。グループと個人ワークを両立させた、オリジナルのプログラムです。このプログラムはクリエイティブラボPARTYで日々実践されている制作プロセスを体系化したものです。リサーチ（グループ）→分析（グループ）→発想（個人）→検証（個人）→協議（グループ）→プロトタイピング（グループ）→還元（個人）→プレゼンテーション（グループ）</p>									
<p>○リサーチ（グループ） ・検索スキルを身につける。　・データを収集する。　・グループリサーチの有用性　・共有体験</p>									
<p>○分析（グループ） ・リサーチの報告・ディスカッション　・学びや気付きの抽出　・宿題のテーマ設定</p>									
<p>○発想（個人） ・インプットとアウトプットの同時進行　・ビジュアル・ストーリー　・体験をインプットしながら考える。 ・動的思考。体験しながら考える。つくりながら考える。　・アイデアの体裁。言語化。視覚化。身振り化。</p>									
<p>○検証（個人） ・リサーチの相手を想像する。　・協議の展開を予測する。　・アイデアの絞込み。 ・アイデアとアイデアの統合。　・アイデアのタイトル</p>									
<p>○協議（グループ） ・プライドの放棄　・アイデアの反応を見る。　・沈黙の意味を知る。 ・賛同のしぐさを見抜く。　・クリエイティブ・ディレクターの存在意義</p>									
<p>○プロトタイピング（グループ） ・ラフスケッチ　・ペーパープロトタイピング　・試作品をつくる ・つくりながら考える　・プレゼンでわかりやすい</p>									
<p>○還元（個人） ・プレゼンテーションの資料づくり　・マニフェストを書く。なにを伝える、感じてもらうアイデアなのか。 ・アイデアを完結に説明する。　・アイデアのタイトルを再考する。</p>									
<p>○プレゼンテーション（グループ） ・体験の良さを伝える、身振り。　・案の数より、フィージビリティ。　・プロトタイプを触ってもらう。</p>									
<p>※トレーニング ・自分の考えを言語化する。 ・自分の考えを視覚化する。 ・自分の身体感覚を身振り化する。</p>									

<到達目標>

日本的设计思考のプロセスを学習することで、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>

1. 日本的デザイン思考概論
2. グループによるリサーチと分析。※事前の講義外リサーチあり
3. グループによる分析の発表
4. 個人による発想演習
5. 個人による検証演習
6. グループによる協議
7. グループによるプロトタイピング
8. グループによる再協議
9. 個人による還元演習
10. グループによる再協議
11. グループによるプレゼンテーション演習
12. 全体振り返り
13. PARTYデザイナー・エンジニアとのプロトタイピング演習
14. グループによる再々協議
15. グループによる再プレゼンテーション演習

<講義外の課題>

上記のプロセスにおいて、リサーチ、発想、検証、還元などは、講義外の時間で毎回、各自考えてもらいます。

<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>

授業科目的名称	イノベーションの発想		
配当年次	1年次・2年次	配当学期	後期
年間開講数	1回	単位数	2単位
必修・選択等の別	選択必修	授業の方法	講義、討議、発表

授業科目の内容

<講義概要と目的（何を学ぶか）>

諸々の「イノベーション」の発想を超える「真のイノベーション」がなかなか見つからないから、あるいはイノベーションだと確信が持てないから、そして次々と課題が発生するから、いつまでたってもイノベーション待望論は終わらない。

そこで、講義では未解決の地球的規模の課題を選定して、課題解決のための戦略について多面的かつ具体的に検討しながら、新たに研究・設計・開発を必要とする事項（＝イノベーション）の抽出を試みる。

<到達目標>

未解決の課題について問題設定ができること。

<授業の進め方と方法>

未解決の地球的規模の課題についての学習結果の発表、ゲスト講師による講義、授業参加者による討議により、過去のイノベーションの本質を理解し、今後の新たな時代を拓くためのイノベーションのダイナミックスについて一緒に考えてみる。

<講義計画>全15回

- 第1回：イノベーション論序説
オリエンテーションを兼ねる。
- 第2回：ゲスト講師による講義
- 第3回：ゲスト講師による講義
- 第4回：課題選択（問題設定、調査、総括）①
- 第5回：課題選択（問題設定、調査、総括）②
- 第6回：課題選択（問題設定、調査、総括）③
- 第7回：課題選択（問題設定、調査、総括）④
- 第8回：課題選択（問題設定、調査、総括）⑤
- 第9回：課題選択（問題設定、調査、総括）⑥
- 第10回：課題選択（問題設定、調査、総括）⑦
- 第11回：課題選択（問題設定、調査、総括）⑧
- 第12回：課題選択（問題設定、調査、総括）⑨
- 第13回：課題選択（問題設定、調査、総括）⑩
- 第14回：総括①
- 第15回：総括②

<講義外の課題>

国内外で開催される関連の集会を紹介し、参加者には報告を依頼する。

<教科書・参考書>

進捗状況に応じて、適宜、紹介する。

<評価方法>

それぞれの事業提案を軸に、総合的に評価する。

<その他の重要事項>

なし

授業科目的名称	社会情報分析		
配当年次	1年次・2年次	配当学期	前期
年間開講数	1回	単位数	2単位
必修・選択等の別	選択必修	授業の方法	講義と討論

授業科目の内容

<講義概要と目的（何を学ぶか）>

新たな事業を立案、実施する際に、情報の収集が欠かせないことは当然であるが、その際、必要となる情報は当該の事業環境に直接関係するものにとどまらず、その時々の社会状況や他産業の状況をも含め、多岐にわたる。

本講義では、事業構想の策定あたって必要な情報をどのように精査して、収集し、活用していくのか？そのスキルを身に着けることを目的に、過去の事業の立ち上げの実例の中から、情報の活用の巧拙がその事業の行方にどのような影響をもたらしたかを中心にその経緯を検証する。

さらに、ネットの展開、ビッグデータの活用などで、玉石混淆の情報があふれる現状で、社会、経済などのどのような変化に注目し、どのような手段で情報を収集していくのか学習し、実践的に情報収集と分析のスキルを取得していく。

<到達目標>

事業構想の策定にあたり、自分の業界周辺ではなく、広い視野で社会全体を眺望将来の環境変化を見通していく姿勢を身に着ける。

情報に関する感度を高め、氾濫する情報の中から必要なものを取り出し、事業構想に反映させられるスキルを取得する。

<授業の進め方と方法>

基本的な考え方、情報収集の手法などを講義で確認したうえ、グループ発表や全体討議を通じて、実際の社会、経済の動きを分析し、事業構想にどのように結び付けていくのか、各課題や論点を共有していく。現状分析にあたっては、必要に応じて、業界の第一線で活躍するゲストを招聘し、実践的な議論を行っていきたい。

<講義計画>

(ゲスト講師の都合で変更の可能性あり)

- ① 経済記者 30年の経験から～事業構想における情報の重要性
- ② ネット時代の情報氾濫と岐路に立つメディア
- ③ 各種調査に見られる消費者像の変遷
- ④ (ゲスト講義) 起業家に求められる資質
- ⑤ 検証 バブル崩壊と産業の盛衰
- ⑥ (ゲスト講義) 流通業界
- ⑦ 課題討議 地方創生
- ⑧ (ゲスト講義) 飲料メーカー
- ⑨ 課題討議 少子、高齢化
- ⑩ (ゲスト講義) 物流業界
- ⑪ 展望 AI
- ⑫ (ゲスト講義) IoTの現状と展望
- ⑬ 課題討論 「未来をになう産業とは」
- ⑭ 事例研究と討議
- ⑮ 事例研究と討議、まとめ

<講義外の課題>

適宜、復習課題を提出。

<教科書・参考書>

特に指定しない。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）
その他必要に応じ適宜紹介する。

<評価方法>

講義への参加貢献、討議などで70点。課題レポートで30点。

<その他の重要事項>

授業科目的名称	ビジネス・モデルの策定		担当 : 江端浩人	科目コード : 205
配当年次	1年次・2年次		配当学期	前期
年間開講数	1回		単位数	2単位
必修・選択等の別	選択必修		授業の方法	講義と討論

授業科目的内容

<講義概要と目的（何を学ぶか）>

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のであろう。従って持続可能なビジネスモデルを構築することが重要である。近年の経済グローバル化、インターネットやソーシャルメディアの普及、ITによってビジネスモデルは大きな変化を迎えており、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枚程度で、後々の事業構想の参考となるよう講師の評価とコメントを付けて提出者に戻される。

<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>

- ① オリエンテーション（授業計画の説明）
- ② ~ ⑯
- ・講師による講義
- ・ゲスト講師招聘
- ・学生（個人・グループ）による発表
- ・グループディスカッション 等
- ⑯まとめ

<講義外の課題>

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

<教科書・参考書>

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

<評価方法>

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

<その他の重要事項>

特になし

授業科目の名称	実践リサーチ手法		担当：小塩篤史	科目コード：206		
配当年次	1年次・2年次		配当学期	後期		
年間開講数	1回		単位数	2単位		
必修・選択等の別	選択必修		授業の方法	演習、討論、発表		
授業科目の内容						
<講義概要と目的（何を学ぶか）>						
<p>構想案を実践的に検証するためのフィールドリサーチの基礎を学ぶ。構想案を計画に落としむためにはさまざまな検証作業が必要である。その基礎的能力である、仮説形成力、データ分析能力、市場や顧客を知る力、フィールドワークの方法、プロトタイピングの技法などを学び、実践する。自分自身で構想案に対して検証すべき仮説を設定し、その仮説を定量的・定性的に評価し、実現可能なモデルについていくプロセス全体を経験する。また、実際にフィールドリサーチを行う際の計画立案の支援、実行支援を行う。</p>						
<到達目標>						
<p>新規事業を構想するために必要な情報収集・フィールドリサーチの全体像を把握し、手法を選択できる。</p> <p>自分自身で定量的データを収集し、基礎的な解析が行える。</p> <p>自分自身の事業構想のリサーチ計画を策定する。</p>						
<授業の進め方と方法>						
<p>座学で基礎的な事項を確認した後、実際にPCを使った演習を行う。その他、グループワーク、討論と発表、実習等の方法を用い、各課題や論点について共有、検討をする。</p>						

<講義計画>

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

<講義外の課題>

各講義終了後に講義に関連する復習課題を提出。

<教科書・参考書>

「フィールドリサーチ入門」（独自テキスト）初回に配布します。

<評価方法>

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

<その他の重要事項>

パソコンの持ち込みを必須とする。難しい場合は事務局に相談のこと。

授業科目的名称	顧客仮説リサーチ	担当 :	岸波宗洋	科目コード : 207
配当年次	1年次・2年次	配当学期	前期	
年間開講数	1回	単位数	2単位	
必修・選択等の別	選択必修	授業の方法	座学、討論、発表	

授業科目的内容

<講義概要と目的（何を学ぶか）>

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、精緻な收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>

①オリエンテーション（授業計画とセルフプレゼンテーション）

～以降、2コマ1セット

②講義＝存在次元における顧客の定義と考え方（大手通信会社の例）

③演習＝発着想と顧客仮説の関係性検討、発表

④講義＝事業次元における顧客の定義と考え方（大手化粧品会社の例）

⑤演習＝顧客仮説（顧客セグメントとプロファイリング）と分析、議論、発表

⑥講義＝事業次元における顧客の定義と考え方（大手エネルギー会社の例）

⑦演習＝顧客仮説（顧客変化）と分析、議論、発表

⑧講義＝収益次元における顧客の定義と考え方（大手コミュニケーション会社の例）

⑨演習＝顧客価値（価格弾力性、LTV、市場規模・・・）と分析、議論、発表

⑩講義＝顧客分析手法とマーケティング戦略策定プロセス

⑪演習＝自身の発着想に基づく顧客プロファイルの再検討

⑫講義＝顧客創造事例「LTVマーケティング」など

⑬演習＝総合演習「個別発着想に基づく顧客LTV戦略」の策定

⑭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）

⑮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>

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）。

授業科目的名称	マーケティング	担当 : 村山貞幸	科目コード : 208
配当年次	1年次・2年次	配当学期	前期
年間開講数	1回	単位数	2単位
必修・選択等の別	選択必修	授業の方法	インタラクティブ・レクチャー
授業科目の内容			
<講義概要と目的（何を学ぶか）>			
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>

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

<講義外の課題>

2日めの講義（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。

※本講義はストリーミングによる動画補講はありません。

授業科目の名称	構想計画策定演習		担当 : 岸波宗洋	科目コード : 209
配当年次	1年次・2年次		配当学期	後期
年間開講数	1回		単位数	2単位
必修・選択等の別	選択必修		授業の方法	座学、討論、発表

授業科目の内容

<講義概要と目的（何を学ぶか）>

本講義の目的は、修了要件となる事業構想計画書における要点を理解するとともに、全体構成としての存在次元・事業次元・収益次元、各エビデンスの捉え方、アライアンス策定方法、理想モデル・成長モデル・基本モデルの整理と表明、撤退方針など重要な知識や考え方の獲得を目指すものである。

本来「事業構想計画」とは、一般的な事業計画とは一線を画す考え方でありアウトプットである。事業計画が、事業コンセプトやビジネスモデル、ワークフローや収支計画等といったプリミティブな事業項目の表明と関係者とのコミットを目的とするのに対して、

「事業構想計画」は、まず「理想モデル」（事業の発案者/計画者が理想とする究極のビジネスモデル）の構想を前提とする。そして、「理想モデル」から「基本モデル」へのバックキャスティング（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>

①オリエンテーション（授業計画とセルフプレゼンテーション）

～以降、2コマ1セット

②講義＝事業構想計画概説とバックキャスティング計画の考え方

③演習＝バックキャスティング計画の議論と発表

④講義＝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

⑤演習＝存在次元計画の議論と発表

⑥講義＝事業次元における戦略モデル（価値命題、顧客価値、サービス価値・・・）計画の考え方

⑦演習＝戦略モデル計画の議論と発表

⑧講義＝事業次元におけるオペレーションモデル（外部資源、内部資源、資源統合活動・・・）計画の考え方

⑨演習＝オペレーションモデル計画の議論と発表

⑩講義＝収益次元（売上項目、コスト項目、投資計画・・・）計画の考え方

⑪演習＝収益次元計画の議論と発表

⑫講義＝S FM（営業マネージメント）と事例

⑬演習＝営業計画の議論と発表

⑭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

⑮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>

希望者に対して個別コンサルティングを行います（受講者個別の事業構想計画に対して実践的なコンサルティングを行います）。

授業科目の名称	収支計画の立て方		担当： 和田貴郎	科目コード：210		
配当年次	1年次・2年次		配当学期	夏季集中		
年間開講数	1回		単位数	1単位		
必修・選択等の別	選択必修		授業の方法	講義・演習		
授業科目の内容						
<講義概要と目的（何を学ぶか）>						
<p>昨年度ビジネス会計I（財務会計）を履修された方を主たる対象に、昨年度のビジネス会計II（管理会計）の代替科目として事業収支計画作成のフローと主な考慮点を解説するとともに、学生諸君の作成中の事業構想計画書の中の収支計画パートについて発表・討論することで、より説得力のある収支計画作成のヒントを得る。</p>						
<到達目標>						
<p>自分の事業構想計画を作成するうえで「利益計画」と「資金計画」が作れる。</p>						
<授業の進め方と方法>						
<p>第3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・発表・討論）とする。</p>						

<講義計画>

- 第1回 事業収支計画作成フロー・売上予測と売上原価
(演習発表希望者決定)
- 第2回 設備計画・人員計画
初期投資・減価償却・人件費
- 第3回 資金計画
借入金・支払利息 運転資本管理
- 第4回 演習①
- 第5回 その他の費用・租税公課/事業収支計算書・資金収支計算書
- 第6回 演習②
- 第7回 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
- 第8回 演習③

<講義外の課題>

第1回オリエンテーション時に、自分の作成中の事業収支計画の発表希望者を募る。その他テーマに応じ、ミニ課題を課する。

<教科書・参考書>

教科書は指定しない。

参考書：事業収支計画の基礎と展開（永江総宜著 創成社刊 2013年）

<評価方法>

講義・演習への参加・貢献・討論80点と、ミニ課題20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8月28日～8月31日の予定です。

授業科目的名称	コミュニケーションデザイン		
配当年次	1年次・2年次	配当学期	前期
年間開講数	1回	単位数	2単位
必修・選択等の別	選択必修	授業の方法	講義・討論

授業科目の内容

<講義概要と目的（何を学ぶか）>

「デザインとは、どう機能するかである」というスティーブ・ジョブズの言葉を借りるなら、どう機能するかという視点に立ってコミュニケーションをかたちにするのが、コミュニケーションデザインである。顧客や従業員など内外のさまざまなステークホルダーとの向き合いを、事業では求められる。常にユーザーを起点として問題解決を目指すデザイン思考を、事業のコミュニケーションに応用することについて学ぶ。

<到達目標>

まず、コミュニケーションデザインについて、特にコミュニケーション戦略との違いについて理解すること。次に、コミュニケーションデザインを実践するはどういうことなのかについて、自分なりのイメージを持てるようになること。

<授業の進め方と方法>

講義と討論を併用するが、前半はコミュニケーションデザインに対する理解とその思考の枠組みを身に付けてもらうことを重視し、後半はケーススタディのゲスト講師との、あるいは受講生どうしの対話に力点を置く。

<講義計画>

- 第1回 オリエンテーション 本授業のロードマップの共有
- 第2回 コミュニケーションデザインの基本① コミュニケーションとは
- 第3回 コミュニケーションデザインの基本② コミュニケーション戦略の意義と限界
- 第4回 コミュニケーションデザインの基本③ デザイン思考とは
- 第5回 コミュニケーションデザインの基本④ コミュニケーションをデザインするということ
- 第6回 コミュニケーションデザイン思考の枠組み① 観察するということ
- 第7回 コミュニケーションデザイン思考の枠組み② 分析するということ
- 第8回 コミュニケーションデザイン思考の枠組み③ 編集するということ
- 第9回 コミュニケーションデザイン思考の枠組み④ 可視化するということ
- 第10回 コミュニケーションデザインのケーススタディ①
コミュニケーションデザインの実践とみられる事例の紹介
- 第11回 コミュニケーションデザインのケーススタディ②
前回紹介の事例についての考察
- 第12回 コミュニケーションデザインのケーススタディ③
コミュニケーションデザインの実践とみられる事例の紹介
- 第13回 コミュニケーションデザインのケーススタディ④
前回紹介の事例についての考察
- 第14回 コミュニケーションデザインの演習とまとめ①
コミュニケーションデザインの事業構想への活用
- 第15回 コミュニケーションデザインの演習とまとめ② 前回の続きとまとめ

<講義外の課題>

前半は次回のキーワードについて、後半は次回のケーススタディあるいは演習のテーマについて、あらかじめ受講生が各自調べておくことを求める。

<教科書・参考書>

教科書は特に指定しない。参考書として、佐宗邦威『21世紀のビジネスにデザイン思考が必要な理由』（クロスメディア・パブリッシング 2015）、アネミック・ファン・ブイエン他『デザイン思考の教科書』（日経BP社 2015）、渡邊恵太『融けるデザイン』（ビー・エヌ・エヌ新社 2015）等、適宜紹介する。

<評価方法>

平常点（講義および討論への参加状況）50点と、レポート（コミュニケーションデザインの習得状況）50点による総合評価とし、60点以上を合格点とする。

<その他の重要事項>

本授業の内容については、担当教員から事前の許可を得ずにソーシャルメディア等で第三者に開示することを禁じる。

授業科目の名称	実践「事業構想」の伝え方			担当：友原琢也	科目コード：212				
配当年次	1年次・2年次		配当学期	後期					
年間開講数	1回		単位数	2単位					
必修・選択等の別	選択必修		授業の方法	講義、発表、討論					
授業科目の内容									
<講義概要と目的（何を学ぶか）>									
<p>事業パートナー。投資家。スタッフ。顧客。事業の成否は、「どれだけの人を巻き込めるか」にかかっている。アイデア段階や構想段階で、事業の目的、ビジョン、ビジネスモデル、勝算などを伝え、相手の賛同を得るにはどうすればよいのか。本講義は、そのための意識やスキルを、実践的な「伝達の訓練」を通して磨いていくことを目的とする。</p> <p>また、伝達のスキル以前の問題として、事業やマーケティングの基本的な考え方について明確化していくことも目指したい。</p>									
<到達目標>									
<p>自分の考えや事業構想を、相手にわかりやすく伝えることができるようになること。</p> <p>伝えるという行為から自分の構想を振り返り、考えを磨いていく習慣を身につけること。</p>									
<授業の進め方と方法>									
<p>各自の課題発表を中心に、実践的な経験を増やしていく。</p> <p>発表に対する指摘や検討の中で、実際のビジネスの現場にある考え方やスキルを紹介する。</p>									

<講義計画>

- ① オリエンテーション
- ②③ 自己紹介とエレベーター・ピッチ ~短時間で「自分」をどう伝えるか
- ④⑤ <「レター」課題提出：講評> 文章による伝達 ~「テーマ」をどう伝えるか
図による伝達 ~「ビジネスモデル」をどう伝えるか
- ⑥⑦ <「ビジネスモデル」課題発表：講評>
マーケティング戦略の実際 ~4Pや事業性について検討する
- ⑧⑨ <「事業性の根拠」課題発表：講評>
- ⑩⑪ 未定（前週までの講義の中で必要と思われる内容で構成）
- ⑫⑬ 事業構想発表（1）講評・意見交換
- ⑭⑮ 事業構想発表（2）講評・意見交換

<講義外の課題>

各ステップで上記のような実践的な課題を提出、発表を行ってもらう。
最終的には自分の事業構想を説得力を持って発表できるようになってほしい。

<教科書・参考書>

特になし

<評価方法>

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

<その他の重要事項>

授業科目の名称	プレゼンテーション		
担当	八代華代子		
科目コード	213		
配当年次	1年次・2年次	配当学期	夏季集中
年間開講数	1回	単位数	1単位
必修・選択等の別	選択必修	授業の方法	
授業科目の内容			
<講義概要と目的（何を学ぶか）>			
この講義の詳細は追ってご案内します。			
<到達目標>			
<授業の進め方と方法>			
<講義計画>			
<講義外の課題>			
<教科書・参考書>			
<評価方法>			
<その他の重要事項>			

授業科目的名称	企業内における事業構想		担当 : 渡邊信彦	科目コード : 301
配当年次	1・2年次	配当学期	前期	
年間開講数	1回	単位数	2単位	
必修・選択等の別	選択	授業の方法	座学、グループワーク	

授業科目的内容

<講義概要と目的（何を学ぶか）>

「企業内の事業構想」本講義では、企業内部において新規事業開発を推進するにあたりうまくいかない原因である要素を認識した上でいかに事業構想を進めていくか、実際のグループワークを通じて推進の方策を演習する。

また、各講義毎に講義2コマ分を1セットする

- (1) 1コマ目講義
- (2) 2コマ目演習

<到達目標>

日々の業務の中で課題を抽出しその課題から事業を構想することができるようプロセスを学ぶ。

<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、検討していく。

<講義計画>

<講義スケジュール>全15回

① オリエンテーション（授業計画とセルフプレゼンテーション）

～以降、2コマ1セット

- ② 講義＝企業内における新規事業企画の現状とその課題
- ③ 演習＝グループ分け及び課題配布、課題分析
- ④ 講義＝課題抽出からキーワード発想法によるアイデアフラッシュ
- ⑤ 演習＝グループワーク
- ⑥⑦ 講義＝起業準備中またはベンチャーから学ぶ刺激講義
- ⑧ 講義＝ペルソナの設定、提供価値の作成 カスタマージャーニー
- ⑨ 演習＝グループワーク
- ⑩ 講義＝企業内企業家としての特性と社内体制構築の仕方
- ⑪ 演習＝グループワーク
- ⑫ 講義＝社内外の巻き込み方 情報共有と仕掛け
- ⑬ 演習＝グループワーク 提案作成
- ⑭⑮ 総括 グループプレゼンテーション

<講義外の課題>

講義の進行具合に応じ設定。

<教科書・参考書>

各回のテーマに応じて適宜紹介していく。

<評価方法>

平常点（演習・討論への参加）70点と宿題30点による総合評価を行う。

<その他の重要事項>

授業科目的名称	ソーシャルデザイン		担当：福井崇人	科目コード：302		
配当年次	1年次・2年次		配当学期	前期		
年間開講数	1回		単位数	2単位		
必修・選択等の別	選択		授業の方法	座学、演習、発表		
授業科目的内容						
<講義概要と目的（何を学ぶか）>						
<p>働き方や生き方のものさしが大きく変わっている。とくに311以降、よりよい社会をつくりたいという機運が高まっている。ひとつはエシカル志向など消費スタイルの変化。そしてSNSの普及などによるフラット化する社会により、一般市民の影響力の増大。そして企業姿勢の変化。CSRからCSV。そしてソーシャルビジネスなど事業やサービスの提供を通じて社会課題の解決を目指すことが企業活動にとって不可欠と考える会社が増大。そのために誰もが社会課題解決できるためのメソッド、プロジェクトのたてつけ、まわしかた、ソーシャルデザインのアイデアの生み出し方を、活躍するゲスト講師も招きながら、積極的に構想を発表、議論、受講者全員でインパクトをあたるような斬新なソーシャルデザインを練り上げ、研究を深めていく。</p>						
<到達目標>						
<p>各受講生がソーシャルデザインの本質的な理解と、ソーシャルデザインの力で実践できるスキルをもち、社内外にインパクトを与える、社会、組織の変革を起こすこと。</p>						
<授業の進め方と方法>						
座学での講義、ゲスト講師との対話、自社ビジネスモデルの発表。						

<講義計画>

- 1、 イントロダクション（ソーシャルデザインとは）
- 2, 3、 ソーシャルデザインのメソッド アイデアのつくりかた
- 4, 5、 ソーシャルコンテンツのつくりかた（ゲスト講師と対話）
- 6, 7、 ワークショップ
- 8, 9、 ワークショップ
- 10, 11、 ソーシャルビジネスのつくりかた（ゲスト講師と対話）
- 12, 13、 ビジネスプランの発表、フィードバック
- 14, 15、 ビジネスプランの最終発表

<講義外の課題>

国内外で開催される関連の集会を紹介し、参加者には報告を依頼する。

<教科書・参考書>

希望をつくる仕事ソーシャルデザイン（宣伝会議）他 適宜指定する。

<評価方法>

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

<その他の重要事項>

特になし

授業科目的名称	起業を目指す事業構想		担当: 見山謙一郎	科目コード: 303
配当年次	1年次・2年次		配当学期	前期
年間開講数	1回		単位数	2単位
必修・選択等の別	選択		授業の方法	講義、討論、演習、発表

授業科目的内容

<講義概要と目的（何を学ぶか）>

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る、このことが結果として起業のための事業構想力へと繋がっていく。尚、本講義で策定されたビジネスプランについては、受講生の希望があれば、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。

<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（1-7回）は多角的・多面的思考を体感しながら、ゼロベースで事業プランを構想するための助走期間とする。後半（8-15回）は、バングラデシュにおけるビジネスプランの構想とそのプ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>

- 1、 イントロダクション
- 2, 3、 クリエイティブシンキング（リバース・シンキング）
- 4, 5、 クリエイティブシンキング（スーパー・ポジティブシンキング）
- 6, 7、 クリエイティブシンキング（Zero to One）
- 8, 9、 開発途上国でのビジネスについて、ビジネスプランの構想-1
- 10, 11、 ビジネスプランの構想-2、発表、フィードバック
- 12, 13、 ビジネスプランの発表、フィードバック
- 14, 15、 ビジネスプランの最終発表

<講義外の課題>

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

<教科書・参考書>

Zero to One（ピーター・ティール他, NHK出版, 2014）、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、本講義で策定されたビジネスプランについては、受講生の希望があれば、外部のビジネスプランコンテストに応募することも検討する。

授業科目的名称	健康・医療産業における事業構想	担当：根来秀行、 谷野豊	科目コード：304
配当年次	1年次・2年次	配当学期	前期
年間開講数	1回	単位数	2単位
必修・選択等の別	選択	授業の方法	講義、討論、発表

授業科目的内容

<講義概要と目的（何を学ぶか）>

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。また、2020年の東京オリンピックなどビジネスチャンスが多くなっていく。本科目では、①予防医療の本当の情報は何か、②医療やトップアスリートの現場での課題・現状はどうなのかを、日本と欧米の医療・予防医療に対しての考え方の違い、トップアスリートのコンディショニングなど、予防医療に関しての正しい情報を学び、自身が経営者として活動する際にも役立つ健康情報・知識の習得を目指す。また授業の後半では、学んだ事から受講者全員で業界の問題点、それに対する解決方法・構想計画を練り上げ、研究を深めてもらう事を想定している。

<到達目標>

健康・医療産業の視点から、事業構想を研究・考察する為の理論的視点を獲得し、以下のいずれかの切り口で受講者自身の事業構想に還元する事を目的としている。

- ①健康・医療産業の視点から事業構想に結びつく社会的課題の抽出を行う事が出来る。
- ②健康・医療産業から得た知識を元に、新たなシステム・サービスを構築する事が出来る。

<授業の進め方と方法>

担当教員・ゲスト講師から話題提供し、その内容に対してディスカッションを行う。初回の授業では受講生の業界に対しての知識、各自のバックグラウンド、受講した目的等を確認し相談して決定する。

<講義計画>

- 第 1 講 義 : オリエンテーション（授業計画の説明）
第 2 ・ 3 講義 : 医療健康産業の全体像・高齢化社会と生活習慣病
第 4 ・ 5 講義 : 日本と海外のヘルスケアの全体像（講義・討論）
第 6 ・ 7 講義 : アンチエイジング・予防医療とは（講義・討論）
第 8 ・ 9 講義 : 症状に合わせた栄養素の選び方（講義・討論）
第 10 ・ 11 講義 : ゲスト講義（講義）
第 12 ・ 13 講義 : 研究発表～各自のバックグラウンド、講義内容を元に発表・全員で討論～
第 14 ・ 15 講義 : 研究発表～各自のバックグラウンド、講義内容を元に発表・全員で討論～

<講義外の課題>

事業構想は多種多様な業界からの成功事例、基礎知識を元に、自社の経営資源を生かしたビジネスに結びつける事である。日頃から自身のビジネス以外の内容にも興味・関心を示し「何でだろう」「どうしてだろう」と考えるクセをつける事が重要である。

<教科書・参考書>

身体革命（KADOKAWA）、ホルモンを活かせば、一生老化しない（PHP研究所）、健康は時間で決まる（かんき出版）、老けない、太らない、病気にならない、24時間の過ごし方（幻冬舎）、血管をゆるめると病気にならない（青春出版社）ほか、必要に応じて適宜紹介していく。

<評価方法>

- ①平常点（講義毎に各自の「意見」と「その根拠・理由」を提出して頂きます）：80点
②第12～15講義での発表内容、討論への参加状況：20点
60点以上を合格点とする。

<その他の重要事項>

上記の内容は講義要項です。詳細の講義スケジュールは、受講院生のバックグラウンドや人数に応じて調整する可能性があります。

授業科目の名称	事業構想とITソリューション（基礎） 担当：江端、岩田、小塩 科目コード：305		
配当年次	1年次・2年次	配当学期	前期
年間開講数	1回	単位数	2単位
必修・選択等の別	選択	授業の方法	講義、討論
授業科目の内容			
<講義概要と目的（何を学ぶか）>			
<p>すぐれた事業の構想においてITは必要不可欠である。ITの技術的な側面に加えて、ITの理論的な背景を理解することは、構想にITを応用するための基礎体力となる。本講義ではITの理論的な背景に関する基本的な知識の獲得と討議を通じた知識定着、応用力の向上を目的としている。</p>			
<到達目標>			
<p>情報学の基礎を理解し、情報の意義が明確になる 最先端のITの背景にある理論的技術的展開を理解する 事業構想にITを活用する意義を明確に理解する</p>			
<授業の進め方と方法>			
<p>講義形式とディスカッションの混合形態で行う。 適宜専門家がゲストとして講義を行う。</p>			

<講義計画>

全15回

- 1 オリエンテーション 講義計画と全体像の説明（江端、岩田、小塩）
- 2 情報学の基本1：情報科学、数理科学の半世紀（岩田）
- 3 情報学の基本2：情報技術理解のための情報学の基礎I（岩田）
- 4 情報学の基本3：情報技術理解のための情報学の基礎II（岩田）
- 5 インターネット（江端）
- 6 人工知能、IoT・ビッグデータの基本的考え方（江端）
- 7 情報について議論する 1
- 8 情報について議論する 2

<講義外の課題>

各講義に関連する復習課題を提出

<教科書・参考書>

適宜指定する。

<評価方法>

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

<その他の重要事項>

授業科目的名称	事業構想とITソリューション（実践）		担当：江端 浩人	科目コード：306
配当年次	1年次・2年次		配当学期	後期
年間開講数	1回		単位数	2単位
必修・選択等の別	選択		授業の方法	講義と討論

授業科目の内容

<講義概要と目的（何を学ぶか）>

現在、情報技術によってありとあらゆる産業が変革しつつある。

それは産業革命が蒸気エンジンの発明により人類を肉体労働から解放したかの如く、知的作業から人間を開放しつつあるのではなかろうか。

グーグルが開発した人工知能が囲碁の第一人者に4-1で勝ち越したニュースは記憶に新しいのではないだろうか？

インターネット広告の売り上げは雑誌、ラジオ、新聞を抜きテレビに次ぐ第2のメディアに成長し、イギリスで逆転した様にテレビをも視野に入れている。

ソーシャルメディアはチュニジア政府の交代やエジプトの独裁政権を終焉させた一方で、テロリストの養成等非人道的な活動にも応用されている。

営業部員はインターネットにより顧客の需要を把握するマーケティング・オートメーションにより飛躍的な効率化がなされようとしている。

この様な分野はハイテクよりIoT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ともに情報産業革命の本質を理解し、その応用と実践を実体験や先端理論を通じて各自の事業構想に適用することにある。事業構想としてはIT（情報技術）が中心の事業構想も勿論であるが、一見ITと関係ない事業構想への応用が見つかることにより大きな付加価値を生むことになる（Air B&B, UBER, 等）

<授業の進め方と方法>

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

<講義計画>

本講座の進め方は以下の15回に分けて行わなれる。

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

<講義外の課題>

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

<教科書・参考書>

進展の早い分野であるので、教科書や参考書はその都度指定する。

<評価方法>

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

<その他の重要事項>

特になし

授業科目的名称	グローバルヘルスケアと事業構想			担当 : 二之宮義泰	科目コード : 307				
配当年次	1年次・2年次		配当学期	後期					
年間開講数	1回		単位数	2単位					
必修・選択等の別	選択		授業の方法	講義、討議、発表					
授業科目的内容									
<講義概要と目的（何を学ぶか）>									
<p>人口の老齢化、健康寿命、ヘルスケアコスト適正化はグローバルベースでの課題であり、特に米国では日本に先駆け、官主導のヘルスケア改革が種々取り組まれている。同時に、ヘルスケア関連の新規ビジネスが多々生まれ、その推進役を担っている。</p> <p>そこで、授業では、ヘルスケア新規事業、高齢者ケア、コストイフェクティブな医療供給体制、産学官の連携モデル等を学ぶ。担当教授は、グローバル舞台でヘルスケア領域における事業構想・事業構築・成長ドライブに長年従事してきた。その中から、事業構想力育成に役立つエッセンスを共有する。</p> <p>加えて、ヘルスケア事業構想をドライブするゲスト講師を招き、コンセプト・事例・アウトカムについても学ぶ。海外に目を向け、先例を学ぶ事で、今後日本に於けるヘルスケア事業構想への応用を検討し、日本人・日本企業がグローバル舞台でイニシアティブを取る事業構想も学ぶ。</p>									
<到達目標>									
<p>事業機会が豊富なヘルスケア領域での事業構想を、グローバル視点で学ぶ事により、受講者の能力開発、新規事業の着想に繋げる。尚、担当教授は、25年にも及ぶ経営者としての経験も授業を通じて共有する。よって、受講者は、将来経営を担う社会人として求められるコンペテンシー・リーダーシップに対する理解を深めて欲しい。</p>									
<授業の進め方と方法>									
授業は講義と討論の併用で、外部講師のインサイト共有化、ケーススタディーも取り入れる。									

<講義計画>

- ① ガイダンス（授業計画の説明、院生の期待確認）
- ② 「グローバルヘルスケアと私」（講義）担当教授の経営職歴を時系列的に追い、欧米のヘルスケア事業構想を紹介する
- ③ 「グローバルヘルスケアと私」（討論）
- ④ 「ヘルスケアとは」（講義）ヘルスケアの基本的をレビューする
- ⑤ 「ヘルスケアとは」（討論）
- ⑥ 「米国ヘルスケア 1」（講義）米国のヘルスケア制度・ダイナミズムを紹介する
- ⑦ 「米国ヘルスケア 2」（講義）
- ⑧ 「米国ヘルスケア ケーススタディ」（外部講師講義）
- ⑨ 「米国ヘルスケア ケーススタディ」（討論）
- ⑩ 「グローバル市場へのエントリー」（講義）エントリーの選択肢について学ぶ
- ⑪ 「グローバル市場へのエントリー」（討論）
- ⑫ 「ヘルスケア事業構想のフレームワーク」（外部講師講義）
- ⑬ 「ヘルスケア事業構想のフレームワーク」（討論）
- ⑭ 「グローバルヘルスケア事業構想」（総括講義）
- ⑮ 「グローバルヘルスケア事業構想」院生発表・まとめ

キーワード：ヘルスケア新規事業、健康寿命、ヘルスケアコスト、米国医療改革。

* 講義計画は受講者の要望等により変更するケース有り。

<講義外の課題>

- 各回のテーマに応じて紹介する

<教科書・参考書>

- 各回のテーマに応じて紹介する

<評価方法>

クラスへの参加・貢献・グループ討論70点と、レポートないしは発表30点による総合評価を行う。

<その他の重要事項>

授業科目的名称	グローバルマネジメント		担当：野口恭平	科目コード：308
配当年次	1年次・2年次		配当学期	後期
年間開講数	1回		単位数	2単位
必修・選択等の別	選択		授業の方法	講義と討論

授業科目的内容

<講義概要と目的（何を学ぶか）>

ビジネスのグローバル化が進む中、海外市場での事業・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。

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のマネジメントが必要となる。

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

本講義では、「グローバルビジネス環境において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」を題材に、海外拠点、海外パートナーと如何に協働し、又国内本社を如何に動かし、事業課題を達成させるべきか、またそこに必要とされるグローバルビジネススキルにおいても課題を探り、議論を深めることを目的とする。

本講義でのグローバルマネジメントとは、国内と海外拠点との仕事、或は海外拠点での仕事を意味し、事例を盛り込んだより実践的な論議を行うと同時に、今後の日本国内のビジネス（インバウンドビジネス含む）においても有益となるダイバーシティマネジメントの視点から戦略強化につながるポイントに焦点を当てていく。

<到達目標>

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

<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（業種、地域）から講師を招聘して行う。

具体的なステップとしては以下の進め方となる。

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

<講義計画>

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

※事例のテーマ、ゲストについては院生リクエストに基づき変更する場合がある。

<講義外の課題>

- ・レポート提出（全授業終了後）

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

<教科書・参考書>

教科書の指定はしない。

参考書として「グローバルマーケティングイノベーション」藤澤武史編著、同文館出版
「多国籍企業とグローバルビジネス」林偉史 古井仁編著税務経理協会 「コードの味は国ごとに違うべきか」文藝春秋（原題：グローバル戦略の再定義）パンガジ・ゲマワット著「日本企業のグローバルマーケティング」グローバルマーケティング研究会著、白桃書房、等その他授業テーマに即して紹介する。

<評価方法>

授業への参加、貢献状況の60点満点とレポート40点満点による総合評価とし、60点以上を合格点とする。

<その他の重要事項>

授業科目の名称	地方創生と事業構想	担当：大社充	科目コード：309
配当年次	1年次・2年次	配当学期	前期
年間開講数	1回	単位数	2単位
必修・選択等の別	選択	授業の方法	グループワーク、討論、発表

授業科目の内容

<講義概要と目的（何を学ぶか）>

本講義は、ソーシャルビジネスにおけるリーダーシップとプロジェクト・マネジメントの「技術」を学ぶことを目的としています。社会変革のための革新的なソーシャル・ビジネスや公共（公益）的プロジェクトを企画立案することを目指している人を対象としています。

わたしたちは、社会に有意義な変化をもたらすことは誰もができることだと考えています。ただし、そのためには正確な状況判断のもとに合理的な方法により手順を踏んでプロジェクトを進めていく「技術」が必要となります。社会変革を進めるためには方法論があり、その考え方や組み立て方を理解することが不可欠なのです。では、社会に変化を起こすフレームワークを設定し、ソーシャルビジネスやアドボカシー活動の事例をその枠組みにあてはめて考えてていきます。さらに、それらフレームワークを活用し、受講生の構想する事業を題材にケーススタディに取り組んでいただきます。ソーシャルな活動は、特別な才能をもった人だけが実現できるものではなく、現実社会の仕組みや利用可能なツール、事業推進の方法論を学ぶことで、だれでもが実現可能な取り組みなのです。「地域社会」に有意義なインパクトを与える公共性の高いビジネスやプロジェクトを企画立案し、実行に移していくための技術を学びましょう。

<到達目標>

「複合的な要素で成り立つ地域社会を俯瞰する視座を獲得する」「社会に存在する利活用が可能なツールについて理解を深める」「組織づくりと事業推進に関する基礎的な知識を学ぶ」

<授業の進め方と方法>

国内外において先進的な取り組みで活躍する人たちを講師に招き、実例を学びながら、それらの方々が駆使する「技術」について学んでいきます。「体験を聞くこと」と「異なる環境の下で異なる目的をもつ取り組みに適応させること」との間には大きな隔たりがあります。そこで講師の方々の活動ができる限り「一般化」し、背景や目的が異なる活動にも適応可能な枠組みに整理しなおします。こうしたケーススタディを主にグループワーク・討論と発表等により学びを深めています。

<講義計画>

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

<講義外の課題>

学んだ基本フレームを各自の事業構想にあてはめて個々に検討する。

<教科書・参考書>

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

<評価方法>

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

<その他の重要事項>

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

授業科目的名称	観光振興と地方創生		担当 : 見並陽一	科目コード : 310
配当年次	1年次・2年次		配当学期	後期
年間開講数	1回		単位数	2単位
必修・選択等の別	選択		授業の方法	講義、討論、フィールドワーク

授業科目的内容

<講義概要と目的（何を学ぶか）>

観光は日本の成長戦略の柱のひとつに据えられ、日本が抱える課題の人口減少、高齢化社会への適応、拡大する都市と地方の格差解消、そして世界の中の日本というグローバリズムの中での成長と調和の実現、そのような課題の解決に観光の果たす役割が大きく期待されている。一方、訪日外国人客の増加による地域への経済的効果や日本固有の文化風土、日常的光景の観光資源としての再評価など観光の力が認識されてきている。講義では観光の力の源泉や観光振興の理念と手法を、日本各地や先進国であるドイツやオーストリアの事例を研究し、地域社会との関わりや顧客、地域住民との関係などを把握する。

<到達目標>

受講生それぞれの事業構想に、観光振興の基軸となるホスピタリティ、地域の社会生活基盤の向上、環境保全といった視点を取り入れる。

<授業の進め方と方法>

座学での講義と討論に加えて、企業や識者による特別講義、フィールドワークを組み入れる。今年度は新しく講義の後半部で各自の事業構想プランを教材に実践的な研究をします。

<講義計画>

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

<講義外の課題>

毎講義後、次回講義参考資料を配布し予習する

<教科書・参考書>

都度指示をする

<評価方法>

講義への参加、討議 70 点とレポート 30 点による総合評価

<その他の重要事項>

特になし

授業科目的名称	組織と人材	担当：片岡幸彦	科目コード：311
配当年次	1年次・2年次	配当学期	後期
年間開講数	1回	単位数	2単位
必修・選択等の別	選択	授業の方法	講義、クラス討議、演習

授業科目的内容

<講義概要と目的（何を学ぶか）>

新規事業の立ち上げ当初は、とかく目先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が多くなる。

成果創出＝戦略構築力×戦略実行力

上記の公式は、事業の戦略構築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を示している。戦略と組織・人材が一貫性を持ち適合することで、持続的な成長を促し成果創出を実現する。

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。

この講義では、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。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説していくと考えている。

また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ることができるような仕掛けも進めていきたい。さらに外部の実務家も招きながら〈検討中〉、具体的なテーマで議論することも考えている。

<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
ゲスト講師による講演、討議等

<講義計画>

- 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
- ②～③ 経営者としてのリーダーシップ
 - ・自分自身の経営者としてのあり方
 - ・経営チームと経営組織の組成および組織長の役割
- ④～⑤ 組織目的の明確化
 - ・ミッションステートメントの作成
 - ・顧客提供価値の違いによる組織・人材のあり方
- ⑥～⑦ 新規事業が生き残るための事業システム
 - ・自社のコア・コンピタンスを生かした事業システムの考え方
- ⑧～⑨ 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
 - ・個人の成長を促進するキャリア開発
- ⑩～⑪ 成果を創出するパフォーマンスマネジメント
 - ・組織学習を促進するマネジメントのあり方
 - ・PDLCマネジメントサイクルによる変革
- ⑫～⑬ 組織文化・風土の形成と組織への影響力
 - ・社員のモチベーションを高めるしくみづくり
 - ・社員間の関係性を高めるコミュニケーション
- ⑭～⑮ 社員のエンゲージメントを高めるしくみづくり
 - ・社員の力を生かす参画型経営

<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。

授業科目的名称	コミュニケーション論		
配当年次	1年次・2年次	配当学期	後期
年間開講数	1回	単位数	2単位
必修・選択等の別	選択	授業の方法	講義、討議

授業科目の内容

<講義概要と目的（何を学ぶか）>

「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」といわれるときのコミュニケーションとは一体何を指しているのか。コミュニケーションは、人間や社会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。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である。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。コミュニケーション論の視点を事業を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。

<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。

<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
- 第2・3講 コミュニケイションとは何か—コミュニケーション論の視点
- 第4・5講 コミュニケイション論の広がり—コミュニケーション・情報・メディア
- 第6・7講 〈広告〉から考えるコミュニケーション—〈広告〉研究
- 第8・9講 ゲスト講師—コミュニケーションの最前線
- 第10・11講 組織のコミュニケーション—人を動かすコミュニケーション論
- 第12・13講 情報社会におけるコミュニケーション戦略
- 第14・15講 総括討論
- ▲ゲスト講師の都合により、講義計画が前後することがあります。

<講義外の課題>

科目的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」の授業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」・「常識を疑ってみる」ことを実践すること。

<教科書・参考書>

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。
その他、必要に応じて適宜指示します。

<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（60%）。
 - 2、学期末に1200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（40%）。
- その他に、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ください。フォローアップのための支援準備をします。

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。

授業科目的名称	ビジネス会計		担当： 和田貴郎	科目コード：313		
配当年次	1年次・2年次		配当学期	前期		
年間開講数	1回		単位数	2単位		
必修・選択等の別	選択		授業の方法	講義、討議		
授業科目の内容						
<講義概要と目的（何を学ぶか）>						
<p>どんなによい事業構想でも事業として収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。</p> <p>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しく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力を身につけることを目的とする。</p>						
<到達目標>						
自分の事業構想計画を作成するうえで「利益計画」と「資金計画」が作れる。						
<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・解説することにより、企業会計の理解を深め、ツールの使い方を身に付ける。						

<講義計画>

第1回 会計の原理とディスクロージャー制度

- ・会計の原理
- ・財務会計と管理会計
- ・会社法、金商法による会計開示制度

第2回 複式簿記の基本（1）

- ・簿記の構造～単式簿記・複式簿記・3式簿記
- ・簿記のプロセス～簿記一巡の手続き
- ・簿記のルール～取引の8要素と仕訳・転記

第3回 複式簿記の基本（2）

- ・典型的な取引
- ・決算整理仕訳

第4回 複式簿記の基本（3）

- ・整理後試算表からB/S、P/Lの作成

第5回 財務諸表を読む（1）

- ・B/S、P/L、キャッシュフロー計算書

第6回 財務諸表を読む（2）

- ・財務諸表分析

第7回 財務諸表を読む（3）

- ・演習

第8回 管理会計の諸概念、原価計算

- ・原価の概念
- ・直接原価計算

第9回 損益分岐点分析とプロダクトミックス

- ・CVP分析
- ・限界利益分析によるプロダクトミックス

第10回 利益計画

- ・利益計画作成フロー
- ・短期利益計画と予算分析

第11回 利益計画（2） 業績管理

- ・中期利益計画
- ・利益増減分析

第12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
- ・運転資金管理

第13回 キャッシュフローと資金管理（2）

- ・資金繰り票
- ・キャッシュフロー経営

第14回 設備投資の経済性計算

- ・投資意思決定モデル

第15回 事業計画書の中の事業収支計画

- ・収支計画の前提条件、シナリオ
- ・収支計画の作成フロー
- ・資金計画、設備計画、人員計画
- ・資本政策

<講義外の課題>

基本的に課題は出さない。

<教科書・参考書>

教科書は指定しない。

参考書として、ビジネス・アカウンティング（山根節他、中央経済社）、ゼロからわかる事業計画書の作り方（井口嘉則、日本能率協会マネジメントセンター）など。

<評価方法>

講義への参加態度50点とレポート50点の総合評価により、60点以上を合格とする。

授業科目的名称	ファイナンス			担当： 結城秀彦	科目コード：314				
配当年次	1年次・2年次		配当学期	前期					
年間開講数	1回		単位数	2単位					
必修・選択等の別	選択		授業の方法	講義					
授業科目的内容									
<講義概要と目的（何を学ぶか）>									
<p>構想した事業を事業計画に落とし込んで実行するためには、事業に要する資金を調達しなければならない。If you do your own business, you need to consider financing it! 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・資金計画を中心として、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。</p>									
<到達目標>									
<p>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。</p>									
<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>

- 1 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
- 2 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
- 3 資金計画 事業計画
- 4 資金計画. 事業計画
- 5 資金計画. 企業価値と資金調達能力
- 6 企業価値. 永続価値. 資本コスト率(金利)の構造. 内部収益率
- 7 企業価値と資金融通者
- 8 資本構成 債務と資本の差異.. 回収リスクと担保
- 9 債務による資金調達の仕組み
- 10 借入契約の実務
- 11 資本による資金調達の仕組み
- 12 株価の算定
- 13 株価の算定
- 14 その他の資金調達の手法
- 15 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>

<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。
- ・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。
- ・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。
- ・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。
- ・資金調達能力を向上するための資金融通者への合理的な説明・説得について理解する上では、PR/IRの講義を併せて受講することが望ましい。

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

授業科目の内容

<講義概要と目的（何を学ぶか）>

<講義概要>

立ち上げる事業（商品、サービス含む）においては、差別化すべきブランド価値を如何に規定し、事業戦略をガイドし、自組織内での浸透、或はステークホールダーに効率良く伝えることによって、競争力あるポジションをどう持続していくかが大きな課題となる。

本講義では事業（商品、サービス含む）のブランド価値規定、体系構築、長期短期のマネジメント、一貫性を持たせたコミュニケーションのあり方等、戦略策定と実行方法について事例を基に議論を深めることを目的とする。講座においては実際のビジネスで起き得る現象や組織の力学等も踏まえた視点を取り入れ、理論的な理解をベースとした上で、実践的な議論を行う。

<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、能力を養うことにより、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
- ・ 各テーマ毎のゲスト講師による事例紹介と討論を行う
- ・ 中間レビューとしてのポイントの整理と最終的なまとめを通して、理論と実践の関係を整理する。

<講義計画>

- ①：オリエンテーション（授業計画の説明）
- ②：ブランド価値規定：価値の要素と規定プロセス（講義と討論）
- ③：マーケティング3.0の考え方（講義と討論）
- ④：ブランド体系と戦略策定：（事例紹介と討論）
- ⑤：持続的ブランドマネジメント戦略：（事例紹介と討論）
- ⑥：ブランド階層のマネジメント（事例紹介と討議）
- ⑦：ブランド戦略と事業戦略、コミュニケーション戦略への展開（事例紹介と討議）
- ⑧：中間レビューとしてポイントの整理（講義と討論）
- ⑨：地域（地産）ブランディング戦略（事例紹介と討議）
- ⑩：日本伝統モノづくりブランド戦略（事例紹介と討議）
- ⑪：地域とモノづくりブランドの戦略（事例紹介と討議）
- ⑫：戦略広報を活用したブランディング（事例紹介と討議）
- ⑬：ブランド中核価値を創造するブランディング手法（事例紹介と討議）
- ⑭：オンラインブランドの戦略（事例紹介と討議）
- ⑮：総括（討論とまとめ）

※事例のテーマ、ゲストについては院生リクエストに基づき変更する場合がある。

<講義外の課題>

- ・レポート提出（全授業終了後）

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

<教科書・参考書>

教科書の指定はしない。

参考書として「戦略的ブランド・マネジメント」ケビンレーン・ケラー著 東急エージェンシー出版、等。その他授業テーマに即して紹介する。

<評価方法>

授業への参加、貢献状況の60点満点とレポート40点満点による総合評価とし、60点以上を合格点とする。

<その他の重要事項>

授業科目の名称	組織変革／M&A			担当： 松江英夫	科目コード：316
配当年次	1年次・2年次		配当学期	後期	
年間開講数	1回		単位数	2単位	
必修・選択等の別	選択		授業の方法	講義、討論	

授業科目の内容

<講義概要と目的（何を学ぶか）>

<講義概要>

持続的成長は企業にとって永遠のテーマである。事業構想を実践してゆくうえで、その事業及び企業が持続的に存続し成長を遂げてゆくための戦略的及び組織的な方法論を身に着けることは今後リーダーとして必要不可欠な知見になってゆく。そこにおいて、企業の成長戦略において不可欠な経営アジェンダである「M&A」については、企業間や業界内の生き残り、グローバル化の加速、新規領域への展開等あらゆる成長局面で企業の合併連携は今後益々盛んになる傾向にある。それのみならず、デジタル化時代の事業構想における「M&A」は、単に従来の合併や買収という視点のみならず、異分子とともにアライアンスを組んでエコシステムを描くというイノベーションを起こすためのアプローチも一層重要になる。当講義では組織が持続的成長をするうえでの戦略的な戦略的な選択肢としてのM&Aやイノベーション、及び持続的成長に向けて自己変革し続けるられる組織の方法論の実践的要諦を、経営変革に携わった経験や多くの経営者との対話から得られた知見から解き明かす。

<到達目標>

事業構想を実践するうえでの方法論としてのM&A及び組織変革に対する基礎的及び実践的な知見を体系的に習得する。そのうえで、M&Aという戦略手段を使って自らの事業構想をどのように実践してゆくかのアプローチについて志向する力、また戦略を実行してゆくための組織論、組織変革アプローチについて自ら思考できる力を養成する。

<授業の進め方と方法>

本講義においては、持続的成長のための組織変革、自己変革し続けるためのメカニズムと実践的要諦を基調としながら、成長戦略の個別テーマであるM&Aについて、基本的プロセスの理解と形態別の実務的課題と処方箋を明らかにする。

当該講義については、以下の3種類のアプローチを実践する。

①：講義を通した実践的な知見提供

大半の講義においては、講義におけるオリジナルテキストを通したM&A及び組織変革アプローチの実践的な解説を行い、質疑応答を通して実践的な理解と思考力を深める。

②：経営トップとの直接対話

M&Aや組織変革を実践している大手企業の経営トップをゲストスピーカーとして招聘し、経営者としての体験、経営判断のアプローチ、価値観などを直接対話を通して吸収する。

③：プレゼンテーションとグループディスカッション

受講者各自において、自らの事業構想案を実現するうえで、M&Aや組織変革アプローチをどのように活かすかというテーマでプレゼンテーションを行い、グループディスカッションを通してその実践論を確立する。

<講義計画>

(概要講義)

- ①：イントロダクション（本講義の進め方と問題意識の共有）
- ②～⑤：持続的成長に向けた組織変革の実践論（「変革フレームワーク」等による方法論）
(トピック別実践解説)
- ⑥～⑨：M&Aの基本プロセス（戦略、デューデリジェンス、交渉、スキーム策定、バリューション等）
- ⑩～⑬：Post M&A（PMI）及び組織変革マネジメント
(全体総括)
- ⑭～⑯：事業構想実現に向けたM&A及び組織変革の実践論（プレゼンテーション及びグループディスカッション）
講義の中盤において、当該テーマに関連する一流の経営者及び実務家を外部講師として招聘し、講義及び対論形式で受講者と実践的議論を展開する予定。

<講義外の課題>

全講義を通して得られた知見を基に、自らの事業構想をブラッシュアップし、最終プレゼンにて発表する。

<教科書・参考書>

<教科書・参考書>

- 松江英夫著「自己変革の経営戦略」（ダイヤモンド社 2015年）
- 松江英夫他「クロスボーダーM&A成功戦略」（ダイヤモンド社 2012年）
- 松江英夫著「ポストM&A成功戦略」（ダイヤモンド社 2008年）
- ダイヤモンドオンラインの連載記事
「持続的成長への挑戦：組織の自己変革力とは何か」：全20回
「長寿企業の秘密（全5回）」

<評価方法>

授業への参画度、及び最終講義におけるプレゼンテーション、レポートの内容によって評価する。（プレゼンテーションやレポート内容の比重が高い）

<その他の重要事項>

授業科目的名称	リスクマネジメント		担当：白井邦芳	科目コード：317
配当年次	1年次・2年次		配当学期	前期
年間開講数	1回		単位数	2単位
必修・選択等の別	選択		授業の方法	講義・演習

授業科目の内容

<講義概要と目的（何を学ぶか）>

事業構想を現実のものとして事業に活かせるかは、事前の予防管理と有事の危機管理の両輪がしっかりと整備されているか否かで決定される。高度なリスクマネジメント態勢が構築されていれば、堅牢な守りと大胆な危機管理対策を講じることができ、事業投資や緊急事態への対応でも他社に対して有利な経営判断を選択できる可能性を増すことができる。リスクマネジメントの事業への真の価値は、リスクに対してどれだけ受容できるかであり、リスクテイクの許容範囲を広げることにある。一方で、財源や人財、組織の能力には限りがあり、態勢作りには実行可能性や経済的合理性、持続性などの視点から客観的にステークホルダーから認識されるレベル感も共存する。さらに、全てのリスクに対応することは不可能であることから、優先付けやどのレベルまで対応すべきかなどの実務的な運用基準の設定などにおいても課題が多い。本講義では、企業のリスクマネジメント態勢を構築する上で重要な基本となる全社的リスクマネジメント態勢の基本概念への理解、一般的に重大リスクと言われる「災害時の事業継続計画のあり方」「大規模情報データのリスク管理」「不正・不祥事の予防・有事対応」「テロへの予防・有事対応」「危機発生時のマスコミ対応の基本知識と対応のノウハウ」などの事例よりあるべき姿を模索し、実践的で役立つ講義を目指す。

<到達目標>

組織のトップ又はシニアマネジメントの必須知識と心得、及び企業危機発生時の即時対応力のスキルアップ、危機発生時のステークホルダーへのリスク・コミュニケーション能力の深耕。

<授業の進め方と方法>

講義では、基本的な理論を習熟した上で、具体的なリスクマネジメントの失敗事例、成功事例を教訓にして、リスクマネジメントについて理論だけではなく実践的知識の習得を行う。有事の対応では、メディア対応だけでなく、司法・官庁等の行政対応、ソーシャルメディアへの対応を含めたステークホルダー全体に対するバランスのよい対応能力をケース・スタディから学ぶ。演習では、模擬記者会見を通じて不祥事記者会見の対応ノウハウを習得する。

<講義計画>

- ①リスクマネジメントの基本的考え方
- ②最近の事例に学ぶリスクマネジメントの失敗事例、成功事例
- ③危機管理の原則
- ④事業継続計画のあり方と災害時広報の必要性
- ⑤事業継続計画策定のポイント
- ⑥情報管理の重要性と4つの安全管理措置について
- ⑦ビッグデータ流出時に期待される企業の対応
- ⑧不正・不祥事を起こさせないための予防管理態勢構築
- ⑨不正・不祥事が発生した場合の調査・危機管理対策
- ⑩昨今のテロ情勢と基本的知識の習得
- ⑪日本に対するテロリスクの脅威の増大とテロ対策
- ⑫ケース・スタディ：こんなとき、どう対応する？
課題①②の解説と、課題③④の課題演習とレポート提出
- ⑬解説と講評：課題③④のレポートの解説
- ⑭危機発生時のマスコミ対応の基本知識と対応のノウハウ
- ⑮演習：模擬記者会見を体験する

<講義外の課題>

- ⑯の模擬記者会見のテーマを事前に提示し、当日までに各自が、記者から出るであろう「想定質問」と「応答」(Q&A)を準備し、出席する。

<教科書・参考書>

循環取引対策マニュアル－不正発生時の調査とリスクマネジメント（中央経済社）、広報コミュニケーション基礎（宣伝会議マーケティング選書）

<評価方法>

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

<その他の重要事項>

授業科目的名称	PR／IR	担当：柴山慎一	科目コード：318
配当年次	1年次・2年次	配当学期	後期
年間開講数	1回	単位数	2単位
必修・選択等の別	選択	授業の方法	講義、事例研究、討論
授業科目的内容			
<講義概要と目的（何を学ぶか）>			
<p>PR(パブリックリレーションズ)は、構想した事業と社会との間、あるいは顧客などの特定のステークホルダーとの間のコミュニケーション活動をつかさどる戦略的な手法である。事業の構想を深める上で必要な「広聴」と、構想した事業を展開する上で必要な「広報」についての理論と実務の要点を修得し、メディアの多様化に伴う新たな展開について議論し整理する。さらに、IR(インベスター・リレーションズ)の重要性を学び、構想した事業をエンジエルやベンチャーキャピタルなどの投資家に理解してもらい、出資につなげるためのコーポレートストーリーの作成の基礎を学ぶ。IRを理解するために最低限必要な企業財務(コーポレートファイナンス)の基礎理論にも触れる。事業構想を実社会で実現するために必要不可欠なPRとIRの両輪を、事業構想家に必要なコミュニケーション戦略として位置付け学習することが目的となる。</p>			
<到達目標>			
<ul style="list-style-type: none"> ・企業・事業にとって、「何をやっているのか」よりも「何をやっていると見られているのか」が大切で、さらには「何をやってほしいと期待されているのか」がもっと大切な事を理解する。 ・ニュースリリースやPR企画の作成ができ、IRのためのコーポレートストーリーの策定ができる。 			
<授業の進め方と方法>			
<p>授業は、講義と討論の併用で、受講生の関心のある領域や企業、イベント、事件などをテーマにしたケーススタディを通じて双方向の参加型のディスカッションを活用する。中間と最終のタイミングでレポートの提出を求めるが、それぞれ授業の中での受講生の発表を通じてブラッシュアップしていくものとする。</p>			

<講義計画>

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

<講義外の課題>

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

<教科書・参考書>

柴山慎一著「コーポレートコミュニケーション経営」（東洋経済新報社、2011）
佐藤淑子著「IRの成功戦略」（日経文庫、2015）
その他授業毎に配布する資料

<評価方法>

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

<その他の重要事項>

授業科目的名称	広告・プロモーション	担当： 佐藤良仁	科目コード：319
配当年次	1年次・2年次	配当学期	前期
年間開講数	1回	単位数	2単位
必修・選択等の別	選択	授業の方法	討議・講義・実習

授業科目の内容

<講義概要と目的（何を学ぶか）>

情報化社会において、事業構想を社会に認知させることや事業構想を進める過程においての情報伝達は、事業構想の成功へのプロセスに最も重要な要素のひとつである。

そのために、顧客となる対象者を想定し、「適切なコミュニケーション戦略の考察」「効率良く情報伝達できる、方法の考察やメディアの選定」「顧客対象者の記憶に残るクリエイティブ」「顧客対象者の行動を促すクリエイティブ」を、一貫して戦略的に構築する必要がある。

「コミュニケーション論・メディア論・クリエイティブ論の研修」「広告・プロモーションの取材・分析・研究の過程から成功する広告・プロモーションの方法論の考察」「最前線で活躍しているゲストを迎えて、成功事例の考究」、それらで構築された知識を活用しての実践研究を実施。

事業構想を成功へと導く、この先の市場と顧客視点での広告・プロモーション構想習得を目指す。

<到達目標>

広告・プロモーションを、研究・理解・実践することで、事業構想計画を成功へと導く、広告・プロモーション構想の習得。

<授業の進め方と方法>

学生と教員による取材・分析・討議、教員による講義、ゲストによる事例紹介、課題を出しての実習、

1回目1コマ、2回目以降2コマ連続隔週授業を予定

<講義計画>

- 01 オリエンテーション コミュニケーション論 事例紹介 Promotion Think Diaryオリエンテーション
- 02 Promotion Think Diary (ハンティングしてきた事例の討議)
- 03 顧客論 顧客視点での発想
- 04 Promotion Think Diary (ハンティングしてきた広告・プロモーション事例の討議)
- 05 メディア論 多様化・細分化するメディアの特性と活用法
- 06 Promotion Think Diary
- 07 プロモーション論 事例紹介 広告・プロモーション実習課題オリエンテーション
- 08 Promotion Think Diary
- 09 クリエイティブ論 事例紹介
- 10 Promotion Think Diary
- 11 ゲストを迎えての事例紹介討議 実習課題の進行状況確認
- 12 広告・プロモーション実習課題企画と指導
- 13 広告・プロモーション実習課題企画と指導
- 14 広告・プロモーション実習課題発表と討議
- 15 広告・プロモーション実習課題発表と討議

<講義外の課題>

Promotion Think Diary
広告・プロモーション実習課題

<教科書・参考書>

オリジナルテキスト

<評価方法>

クラスへの参加、Promotion Think Diaryの参加、実習内容、討議内容、研究内容の総合評価

<その他の重要事項>

特になし

授業科目的名称	事業経営の基礎知識		担当：二之宮 義泰 科目コード：320
配当年次	1年次・2年次	配当学期	前期
年間開講数	1回	単位数	2単位
必修・選択等の別	選択	授業の方法	講義、討議、発表
授業科目の内容			
<講義概要と目的（何を学ぶか）>			
<p>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。</p> <p>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。</p>			
<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
- 第3回 事業経営と私（討議）：事業経営ケーススタディー
- 第4回 事業経営とは（講義）：基本的な理論を実践的に紹介する
- 第5回 事業経営とは（討議）：院生との討議を通じ、理解を深める
- 第6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
- 第7回 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8回 事業経営の実践1（外部講師講義）
- 第9回 事業経営の実践1（外部講師討議）
- 第10回 事業経営の実践2（外部講師講義）
- 第11回 事業経営の実践2（外部講師討議）
- 第12回 事業経営の総括講義
- 第13回 事業経営の総括講義・討議
- 第14回 事業経営に関する院生発表
- 第15回 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>

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

<その他の重要事項>

授業科目の名称	コンシューマー・マーケティング		担当： 中島好美	科目コード：321
配当年次	1年次・2年次		配当学期	後期
年間開講数	1回		単位数	2単位
必修・選択等の別	選択		授業の方法	講義と討論

授業科目の内容

<講義概要と目的（何を学ぶか）>

マーケティングの定義は変化しています。

そして今日、顧客の心をつかみ行動を起こさせることと同時に、持続的に利益を上げていくという、2つの面を達成するための「効果的な仕組みをどう作っていくかを考える力」すなわちマーケティング的な発想力・構想力が求められているのです。私たちをとりまく外部環境は日々かわり、第4次産業革命をむかえようとしている今、AIの劇的な進化により、マーケティングの実践にともなうコストも恩恵をうけ、様々なマーケティング活動が短期なリードタイムと低いコストで実行可能となっています。

これから事業を考えるうえでも、日々の行動をさらにブラッシュアップするためにも、とりまく外部環境、内部環境の変化を理解し予測して、事業構想にマーケティング的発想を十二分に活かしていくことにより、構想がさらに確実になり継続性のあるものになると信じています。

<到達目標>

半年間の講義と討論を通じて、マーケティングの基礎的な用語や、ポイントを理解したうえで、実践的なマーケティング的発送力を高めます。

ケーススタディや、自身の事業構想をマーケティング的発想で評価し、新しい提案や発送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>

講義では基本的なマーケティング用語、用法などを解説します。実践としてケーススタディと討論に力をいれ、事例をもとに院生と討論、発表を行います。ゲストスピーカーには、デジタルの分野を含めて幅広くマーケッター・経営者をまねき、発想力に触発される機会を作ります。

<講義計画>

1. ガイダンス 授業計画の説明、
2. 入門 マーケティングの変遷 マーケティング活動のプロセス
3. 基礎 セグメンテーションとマーケティングミックス
4. ケーススタディ セグメンテーション
5. リサーチ 消費者行動、市場調査の基礎
6. ゲストスピーカー
7. ケーススタディ ターゲティング
8. ケーススタディ ポジショニング
9. ブランド 企業理念、ブランド戦略
10. ケーススタディ ブランド戦略
11. 顧客志向 顧客エンゲージメント
12. ゲストスピーカー
13. ケーススタディ AIの活用
14. 演習 院生発表と討論
15. 演習 院生発表と討論

キーワード

顧客、市場、調査、ブランド、限界費用ゼロ社会、AI、IoT

<講義外の課題>

<教科書・参考書>

特に指定なし。講義の進捗にあわせて参考図書として講義の中で紹介していく。

<評価方法>

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

<その他の重要事項>

授業科目的名称	起業経営的事業構想 I		担当 : 武田健二	科目コード : 322		
配当年次	1年次・2年次		配当学期	夏季集中		
年間開講数	1回		単位数	1単位		
必修・選択等の別	選択		授業の方法	講義、討論		
授業科目的内容						
<講義概要と目的（何を学ぶか）>						
<p>事業構想を策定するためには、自らが起業する場合も、所属する企業内での新規事業を構想する場合も、アイデアの上に、事業化に当たっての課題を想定する能力が必要となる。しかし、既存事業の規模が大きく、立派な組織が構成されている企業においては、担当する社員自身が歯車のように会社機能の1部を担っているに過ぎず、独立した事業として成功に導くために必要な検討が不充分となり易い。それが多くの企業で新事業創出が難しい要因の一つである。</p> <p>一般の企業経営と、新規事業の経営「起業経営」は、大きく異なる。</p> <p>新規事業を創出するためには、ゼロから事業を起こす起業についての基礎知識が必要である。</p> <p>本講義では、アイデアの段階から、事業機会の検討、必要な資金の獲得にあたっての事業計画の作成と資本政策、ベンチャーキャピタルの投資評価の基準など、「起業経営」の基礎知識を学ぶことによって事業構想を持って起業する際に必要な知識を身に着ける。企業での経験をもとに、自らの事業構想で独立し、事業を起こせる人材の育成を目指す。</p>						
<到達目標>						
事業構想の立案に際して、独立した事業として成り立つ課題を検討できる基礎知識の習得。						
<授業の進め方と方法>						
講義、討論、レポート						

<講義計画>

第1回：起業環境と起業家
第2回：起業機会と起業プロセス
第3回：ビジネスプランとビジネスモデル
第4回：知的財産と規制
第5回：資金調達と資本政策
第6回：ベンチャーキャピタル
第7回、第8回：新事業創出と社内ベンチャー

<講義外の課題>

<教科書・参考書>

適宜、配布資料と参考書の紹介

<評価方法>

事業への貢献度（質問や意見表明）70点、レポート（講義理解度評価）30点

<その他の重要事項>

授業科目の名称	起業経営的事業構想 II	担当 :	武田健二	科目コード : 323
配当年次	1 年次・2 年次	配当学期	春季集中	
年間開講数	1 回	単位数	1 単位	
必修・選択等の別	選択	授業の方法	講義、討論	

授 業 科 目 の 内 容

<講義概要と目的（何を学ぶか）>

事業構想を策定するためには、自らが起業する場合も、所属する企業内での新規事業を構想する場合も、アイデアの上に、事業化に当たっての課題を想定する能力が必要となる。それは、ゼロから会社を興す際に想定すべき課題である。しかし、既に事業が成立していて、立派な組織が構成されている企業においては、担当する社員自身が歯車のように会社機能の1部を担っているに過ぎず、独立した事業として成功に導くために必要な検討が不充分となり易い。それが多くの企業で新事業創出が難しい要因の一つである。

一般の企業経営と、新規事業の経営「起業経営」は、大きく異なる。新規事業を創出するためには、ゼロから事業を起こす起業についての基礎知識が必要である。

本講義では、アイデアの段階から、事業機会の検討、必要な資金の獲得にあたっての事業計画の作成と資本政策、ベンチャーキャピタルの投資評価の基準など、「起業経営」の基礎知識を学ぶことによって事業構想を持って起業する際に必要な知識を身に着ける。企業での経験をもとに、自らの事業構想で独立し、事業を起こせる人材の育成を目指す。

<到達目標>

事業構想の立案に際して、独立した事業として成り立つ課題を検討できる基礎知識の習得。

<授業の進め方と方法>

講義、討論、レポート

<講義計画>

- 第1回：起業環境と起業家
- 第2回：起業機会と起業プロセス
- 第3回：ビジネスプランとビジネスモデル
- 第4回：知的財産と規制
- 第5回：資金調達と資本政策
- 第6回：ベンチャーキャピタル
- 第7回：第8回：新事業創出と社内ベンチャー

夏季集中講義「起業経営的事業構想I」と同じ内容であるが、今季は授業で採り上げる主題を絞り、議論し、掘り下げ、初めての受講者にも、前期に続けての受講者にも受講できる内容とする。

<講義外の課題>

<教科書・参考書>

適宜、配布資料と参考書の紹介

<評価方法>

授業への貢献度（質問や意見表明）70点、レポート（講義理解度評価）30点

<その他の重要事項>

授業科目的名称	事業構想演習 I 「×デジタル」 担当：岩田修一、 渡邊信彦 科目コード：401		
配当年次	2年次	配当学期	前期
年間開講数	1回	単位数	2単位
必修・選択等の別	選択必修	授業の方法	演習
授業科目の内容			
<講義概要と目的（何を学ぶか）>			
デジタル技術を構想の強化・発展に活用するための方策を具体的に検討し、その検討結果を生かして、それぞれの事業目標の実現のための研究開発計画の策定を試みる。			
<到達目標>			
デジタル技術を活用した事業計画の実現可能性や研究開発課題について適正な評価ができるることを期待する。			
<授業の進め方と方法>			
演習参加者が構想する事業の目標、社会的背景について発表し、高度化したデジタル技術（ICT）によって、それぞれが構想する事業を強化・発展させる方策についての検討・討議を実施する。次に討議結果を基に研究開発計画を策定し、事業の実現可能性についての討議を実施し、構想としての自己評価、相互評価を実施する。			

<講義計画>

1. ガイダンス
2. 構想する事業についての発表とデジタル技術の適用についての討議
(その 1)
3. 構想する事業についての発表とデジタル技術の適用についての討議
(その 2)
4. 構想する事業についての発表とデジタル技術の適用についての討議
(その 3)
5. 構想する事業についての発表とデジタル技術の適用についての討議
(その 4)
6. 必要なデジタル技術についての調査・報告と討論 (その1)
7. 必要なデジタル技術についての調査・報告と討論 (その 2)
8. 必要なデジタル技術についての調査・報告と討論 (その 3)
9. 必要なデジタル技術についての調査・報告と討論 (その 4)
10. 研究開発計画の策定 (その 1)
11. 研究開発計画の策定 (その 2)
12. 研究開発計画の策定 (その 3)
13. 総合討論 (その 1)
14. 総合討論 (その 2)
15. 総合討論 (その 3)

<講義外の課題>

なし。

<教科書・参考書>

選定した領域に応じて紹介する。

<評価方法>

調査内容、報告内容、討論内容、レポート内容、出席状況（各20点）によって総合的に評価する。60点以上を合格点とする。

<その他の重要事項>

なし。

授業科目的名称	事業構想演習Ⅱ 「×サービス」	担当:竹安聰、岸波宗洋	科目コード:402
配当年次	2年次	配当学期	前期
年間開講数	1回	単位数	2単位
必修・選択等の別	選択必修	授業の方法	講義、演習

授業科目的内容

<講義概要と目的（何を学ぶか）>

本講義の前提是、サービス産業（無形財の全領域）を基軸とした、あるいは関連付けられた多様な事業構想テーマと構想のあり方を示唆、議論することにある。そして、その示唆や議論に基づいて自身の構想の種を見つけること、あるいは自身の構想の糧とする必要である。また、本講義終了とともに自身の事業構想テーマについて1つ以上の構想案に昇華されていることが望ましい。この段階で夏期休校期間でのフィールドリサーチ課題や構想計画へのステップについてメンター教員と確認し、2年次後期ゼミ「事業構想計画演習」でそれら情報を元に計画策定のブラッシュアップを図ることが肝要である。「クロスゼミ」の意義は、多様かつ柔軟な知識、視座、思考を獲得することにある。志ある院生諸氏の思考が画一的にならないよう、多様な角度・高度からの視座を提供することにより、アイデア自体の革新性や市場性をブラッシュアップする。のために、「サービス産業」の意味を拡大解釈し、以下のようなテーマを設定する。

- ① 介護/福祉、教育/コンサルティング等労働集約型サービス産業のポイント
- ② 1次2次産業（農業・工業等）、防災・産廃・除染・ホームインスペクション等シビルミニマム（最低限の生活環境基準）やリスクマネージメントに基づくサービス産業のあり方
- ③ 電力システム改革やヘルスケア、マイナンバー、Fintech等社会政策サービス起点
- ④ インダストリー4.0（IoT、AI等含む）に関わるハードウェア×ソフトウェアのサービスセットアップ
- ⑤ マーケティングエフオートやサプライチェーン、セールスマーケティングとしてのサービスロジック
- ⑥ 国内・海外ドメインにおけるサービス産業のトピックス 等

上記のように考え得るサービス産業の捉え方を提供する。

さらに、各講義において、通産省商務情報政策局報告書等により定義されるサービス産業のクリティカルポイントとなる以下の6項目をカバーする。

- ① 科学的アプローチ
- ② サービスプロセス改善アプローチ
- ③ サービス高付加価値化アプローチ
- ④ サービス人材アプローチ
- ⑤ グローバル展開アプローチ
- ⑥ 地域展開アプローチ

また、各講義毎に講義2コマ分を1セットとし、以下の内容を想定する。

1コマ目～各講義回のリニア講義（座学）もしくは各自の構想案発表

2コマ目～各自の構想案発表

<到達目標>

サービス産業を基軸とした構想思考により、院生個々の構想案策定を促進する。また事業構想家としての知識・視座・思考の獲得を目指す。

<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>

※ 1年2年次クロスゼミの違いは、1年次がサービス産業課題解決を検討・発表するのに対して、2年次は各自の構想案とサービス産業の同期性、新和性を前提とした発表とレビューであること。

※ 1年次後期ゼミは、1コマ90分リニア講義を行うが、2年次前期ゼミは1コマの40分～50分程度を講義時間とし、それ以外は院生各自の構想とサービス産業の親和的展開可能性について議論する。

※ 来期2年次クロスゼミは、再度カリキュラム変更あり。

①オリエンテーション（授業計画とセルフプレゼンテーション）

（参加者の構想テーマ・概要・課題等について表明してもらい、講義テーマの設定等を議論）

～以降、2コマ1セット

②講義＝サービス産業概説と事業性認識や課題と考え方講義、サービス産業と各自の構想との同期性について発表

③演習＝サービス産業と各自の構想との同期性について発表

（簡単な構想概要の発表とサービス領域での新たなビジネスアイデアについて発表）

④講義＝労働集約×サービスの事業構想における考え方講義、労働集約×サービス事業と各自の構想との同期性について発表

⑤演習＝労働集約×サービス事業と各自の構想との同期性について発表

⑥講義＝社会政策×サービスの事業構想における考え方講義、社会政策事象（法制度、トレンド）×サービス事業と各自の構想との同期性について発表

⑦演習＝社会政策事象（法制度、トレンド）×サービス事業と各自の構想との同期性について発表

⑧講義＝シビルミニマム×サービスの事業構想における考え方講義、シビルミニマム×サービス事業と各自の構想との同期性について発表

⑨演習＝シビルミニマム×サービス事業と各自の構想との同期性について発表

⑩講義＝インダストリー4.0×サービスの事業構想における考え方講義、インダストリー4.0×サービス事業と各自の構想との同期性について発表

⑪演習＝インダストリー4.0×サービス事業と各自の構想との同期性について発表

⑫講義＝マーケティング×サービスの事業構想における考え方講義、マーケティング×サービス事業と各自の構想との同期性について発表

⑬演習＝マーケティング×サービス事業と各自の構想との同期性について発表

⑭⑮各自の構想案発表とレビュー

※各自、メンター教員とは前期から構想案のブラッシュアップセッションを定期的に実施し、講義での示唆を吸収しながら最終の構想案発表に結実させること。

<講義外の課題>

各講義回の内容について、受講者自身の構想案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）50点と構想案50点による総合評価を行う。

<その他の重要事項>

授業科目の名称	事業構想演習Ⅲ 「×健康長寿」	担当 : 根来、 谷野、 二之宮	科目コード : 403
配当年次	2年次	配当学期	前期
年間開講数	1回	単位数	2単位
必修・選択等の別	選択必修	授業の方法	演習

授業科目の内容

<講義概要と目的（何を学ぶか）>

目覚ましい進歩を遂げる医学全般と新しい医療福祉制度の可能性に対する理解を深め、時代に即したメディカルビジネス分野の事業を推進する力をつけるため、今日的なテーマ設定による演習を行う。院生の医学・医療制度に対する基礎力を向上させ、院生の研究テーマと課題、関心領域に対応する形で、院生の主体的な参加によって演習を進める。

<到達目標>

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。

<授業の進め方と方法>

院生が中心となって、医学全般・メディカルビジネス・少子高齢化社会・医療制度に対する考え方、アプローチ法などの発表を行い、全員参加型の討論とコメントにより、新たな着眼点から事業構想をまとめていく。一方で、適宜外部講師を招聘し、実務的な観点での討論も積極的に行う。これらを通して、院生によるテーマ設定、テーマへのアプローチに磨きをかけ、斬新かつ実現可能な事業構想計画を導き出す。発表のレジメ、スライドなどはデータ化して院生全体の共有財産として活用していく。また、研究報告に際してこの領域を選択した院生については個別指導を行う。

<講義計画>

全15回

- ① ガイダンス（授業計画の説明と議論）
- ②～⑯ 演習（院生の事業構想構築のための基礎的発表と全員参加型の討議）
＆ゲスト講師を交えた議論
- ⑰ 討議（前期演習の課題整理、中間総括）

<講義外の課題>

<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）ほか、必要に応じて適宜紹介していく。

<評価方法>

- ①平常点（ゼミ内発表：60点）
- ②第12～15講義での発表内容、討論への参加状況：20点
60点以上を合格点とする。

<その他の重要事項>

キーワード：

メディカルビジネス、少子高齢化社会、最先端医学、抗加齢医学、生命科学、医療経済、医療保険

授業科目的名称	事業構想演習IV 「×地域活性」 担当：小塩、見山、村山 科目コード：404		
配当年次	2年次	配当学期	前期
年間開講数	1回	単位数	2単位
必修・選択等の別	選択必修	授業の方法	演習
授業科目的内容			
<講義概要と目的（何を学ぶか）>			
<p>事業構想を深めるためには、様々なテーマとのかけ算が不可欠である。「×地域活性」の事業構想演習においては、地域活性に様々な領域の知見を持ち込むこと、他領域の構想を地域活性の文脈に落とし込むことなどの演習を通じて、地域活性の本質に迫りつつ、自らの事業構想を磨き上げる。</p> <p>地域活性における真の課題は何か？地域活性に、それぞれの経営資源を活かしたときに何が可能なのか？課題先進国である日本において、地域はその課題のショーケースである。地域活性に取り組むことは、日本の未来の社会課題に取り組むことであり、世界の高齢社会に貢献可能なテーマである。課題の俯瞰や実践的なプロジェクト等を通じて、真に地域活性につながる事業を構想する。</p>			
<到達目標>			
<p>地域活性における課題を俯瞰する 他領域の知見を「地域活性」に落とし込み、柔軟な発想ができる 地域活性に関する具体的なプロジェクトを検討する 自分自身の事業構想案を具体化する</p>			
<授業の進め方と方法>			
基本領域に関する知識の提供と討論、発表と質疑、グループでの実習等で演習を行う。			

<講義計画>

全15回

- 1 オリエンテーション 演習の全体と講義の計画
- 2 地域活性における課題とは？1 地域活性領域における課題を検討する
- 3 地域活性における課題とは？2 地域活性領域における課題を俯瞰する
- 4 構想案の探索1 各自の構想案を発表する
- 5 構想案の探索2 各自の構想案を発表する
- 6 構想案の探索3 各自の構想案を発表する
- 7 構想案の探索4 各自の構想案を発表する
- 8 実践プロジェクトの検討1 自治体をフィールドにプロジェクトを検討する
- 9 実践プロジェクトの検討2 自治体をフィールドにプロジェクトを検討する
- 10 地域活性の最先端領域1 地域活性で抑えるべき概念を理解し、発想する
- 11 地域活性の最先端領域2 地域活性で抑えるべき概念を理解し、発想する
- 12 構想案の発表1 各自の構想案を発表する
- 13 構想案の発表2 各自の構想案を発表する
- 14 構想案の発表3 各自の構想案を発表する
- 15 構想案の発表4 各自の構想案を発表する

<講義外の課題>

実践的な課題解決を行うプロジェクトを並行させる。

<教科書・参考書>

<評価方法>

クラスへの参加・貢献・グループ討論・構想案の進捗による総合評価を行う。

<その他の重要事項>

授業科目の名称	事業構想演習V 「×マーケティング、市場創造」		担当：野口恭平、江端浩人	科目コード：405
配当年次	2年次		配当学期	前期
年間開講数	1回		単位数	2単位
必修・選択等の別	選択必修		授業の方法	演習

授業科目の内容

<講義概要と目的（何を学ぶか）>

事業展開を進める上で重要となる、「その事業が充分に競争力ある差別化された価値を提供し続けることができるのか」という視点において実践的側面からの議論を深め、各自の構想企画の強化を行う。

本演習では、構想計画におけるブランド戦略及びマーケティング戦略の側面に重点を置き、グローバルマネジメントの知見に基づいた多様性マネジメントの視点も取り入れ議論を進める。各自の事業構想、研究テーマにおけるブランド構築の質と実効性を高めるために、基本戦略（コンセプト、市場性、競争力）の策定、組織・プロセス体系の整備、ネットワーク（国内及び必要に応じて海外も視野に入れる）の活用、具体的なコミュニケーション戦略策定、それを実現するグループ構成員の育成等の観点を含めて議論を深めていく。

前期ではより構想の視点の掘り下げと広がりを中心に議論を進め、後期は各々の構想計画のまとめを中心に運営する。

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

<到達目標>

修了に向けて「事業構想計画書」の完成をゴールとする。

<授業の進め方と方法>

授業は演習と討論の併用で、具体的な各々の事業を想定した計画案を題材にしながら、全員参加の討論を行う。必要に応じて外部企業の講師を招請し、実例の紹介も取り入れて議論をすすめる。

<講義計画>

(受講生のニーズに合わせて調整する。基本は各自の事業構想案をベースに議論する)

- ① ガイダンス(授業計画の説明と議論)
- ②～⑯ 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
- ⑰ 討議（前期演習の課題整理と中間総括）

<講義外の課題>

<教科書・参考書>

教科書の指定はしない。授業テーマに即して紹介する。

<評価方法>

演習・討論への参加状況60点と課題アウトプット（構想計画書）40点による総合評価とし、60点以上を合格点とする。

<その他の重要事項>

授業科目的名称	テーマ演習 I 「×デジタル」		担当：岩田修一、 渡邊信彦	科目コード：406		
配当年次	1 年次		配当学期	後期		
年間開講数	1 回		単位数	2 単位		
必修・選択等の別	選択必修		授業の方法	演習		
授 業 科 目 の 内 容						
<講義概要と目的（何を学ぶか）>						
<p>デジタル技術（ICT）は様々な産業領域、ビジネス領域を大きく変革し、新たな事業領域を次々と創出しつつある。演習ではデジタル技術活用の具体例を通して人間と社会にとってのデジタル技術の意味、役割について考える。</p>						
<到達目標>						
<p>デジタル技術が現代社会にどのような役割を果たし、今後、社会をどのように進展させる可能性があるのか、自分の事業の将来構想の中で具体的に考え、論述できることを期待する。</p>						
<授業の進め方と方法>						
<p>演習参加者が教員との議論を通してデジタル技術によって大きく変革しつつある領域と具体例を選定する。次に演習参加者が選定した領域でのデジタル技術の役割、デジタル技術による領域の質的変化について調査・報告し、それぞれの報告を受けて参加者全員で当該領域の将来展開についての討論を実施する。最後に選定した領域群の比較・評価を通して人間と社会にとってのデジタル技術の意味、役割について考え、それぞれの事業構想との相対化を試みる。</p>						

<講義計画>

1. ガイダンス
2. 領域と具体例の選定
3. 調査・報告と討論（その1）
4. 調査・報告と討論（その2）
5. 調査・報告と討論（その3）
6. 調査・報告と討論（その4）
7. 調査・報告と討論（その5）
8. 調査・報告と討論（その6）
9. 調査・報告と討論（その7）
10. 調査・報告と討論（その8）
11. 調査・報告と討論（その9）
12. 調査・報告と討論（その10）
13. 総合討論（その1）
14. 総合討論（その2）
15. 総合討論（その3）

<講義外の課題>

なし。

<教科書・参考書>

選定した領域に応じて紹介する。

<評価方法>

調査内容、報告内容、討論内容、レポート内容、出席状況（各20点）によって総合的に評価する。60点以上を合格点とする。

<その他の重要事項>

なし。

授業科目の名称	テーマ演習Ⅱ 「×サービス」	担当:竹安聰、岸波宗洋	科目コード : 407
配当年次	1年次	配当学期	後期
年間開講数	1回	単位数	2単位
必修・選択等の別	選択必修	授業の方法	講義、演習

授業科目の内容

<講義概要と目的（何を学ぶか）>

本講義の前提は、サービス産業（無形財の全領域）を基軸とした、あるいは関連付けられた多様な事業構想テーマと構想のあり方を示唆、議論することにある。そして、その示唆や議論に基づいて自身の構想の種を見つけること、あるいは自身の構想の糧とすることが必要である。

「クロスゼミ」の意義は、多様かつ柔軟な知識、視座、思考を獲得することにある。志ある院生諸氏の思考が画一的にならないよう、多様な角度・高度からの視座を提供することにより、アイデア自体の革新性や市場性をブレッシュアップする。そのために、「サービス産業」の意味を拡大解釈し、以下のようなテーマを設定する。

- ① 介護/福祉、教育/コンサルティング等労働集約型サービス産業のポイント
- ② 1次2次産業（農業・工業等）、防災・産廃・除染・ホームインスペクション等シビルミニマム（最低限の生活環境基準）やリスクマネジメントに基づくサービス産業のあり方
- ③ 電力システム改革やヘルスケア、マイナンバー、Fintech等社会政策サービス起点
- ④ インダストリ4.0（IoT、AI等含む）に関わるハードウェア×ソフトウェアのサービスセットアップ
- ⑤ マーケティングエフォートやサプライチェーン、セールスフォースとしてのサービスロジック
- ⑥ 国内・海外ドメインにおけるサービス産業のトピックス 等

上記のように考え得るサービス産業の捉え方を広く提供する。

さらに、各講義において、通産省商務情報政策局報告書等により定義されるサービス産業のクリティカルポイントとなる以下の6項目をカバーする。

- ① 科学的アプローチ
- ② サービスプロセス改善アプローチ
- ③ サービス高付加価値化アプローチ
- ④ サービス人材アプローチ
- ⑤ グローバル展開アプローチ
- ⑥ 地域展開アプローチ

また、各講義毎に講義2コマ分を1セットとし、以下の内容を想定する。

1コマ目～各講義回のリニア講義（座学）

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>

サービス産業を基軸とした課題解決思考により、事業構想家としての知識・視座・思考の獲得を目指す。

<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>

※ 1年2年次クロスゼミの違いは、1年次がサービス産業課題解決を検討・発表するのに対して、2年次は各自の構想案とサービス産業の同期性、新和性を前提とした発表とレビューであること。

※ 1年次後期ゼミは、1コマ90分リニア講義を行うが、2年次前期ゼミは1コマの40分～50分程度を講義時間とし、あとは検討発表時間とする。

※ 来期2年次クロスゼミは、再度カリキュラム変更あり。

①オリエンテーション（授業計画とセルフプレゼンテーション）

（参加者の構想テーマ・概要・課題等について表明してもらい、講義テーマの設定等を議論）

～以降、2コマ1セット

②講義＝サービス産業概説と事業性認識、課題と考え方

③演習＝サービス産業のマクロ課題とソリューションについて議論と発表

④講義＝労働集約×サービスの事業構想における考え方

⑤演習＝労働集約×サービス事業に関する課題解決議論と発表

⑥講義＝社会政策×サービスの事業構想における考え方

⑦演習＝社会政策事象（法制度、トレンド）×サービス事業に関する課題解決議論と発表

⑧講義＝シビルミニマム×サービスの事業構想における考え方

⑨演習＝シビルミニマム×サービス事業に関する課題解決議論と発表

⑩講義＝インダストリー4.0×サービスの事業構想における考え方

⑪演習＝インダストリー4.0×サービス事業に冠する課題解決議論と発表

⑫講義＝マーケティング×サービスの事業構想における考え方

⑬演習＝マーケティング×サービス事業に関する課題解決議論と発表

⑭⑮各自の構想案発表とレビュー

<講義外の課題>

各講義回の内容について、受講者自身の構想案検討を行う。

<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）50点と構想案50点による総合評価を行う。

<その他の重要事項>

授業科目の名称	テーマ演習Ⅲ 「×健康長寿」 担当：根来、 谷野、 二之宮 科目コード：408		
配当年次	1 年次	配当学期	後期
年間開講数	1 回	単位数	2 単位
必修・選択等の別	選択必修	授業の方法	演習
授業科目の内容			
<講義概要と目的（何を学ぶか）>			
<p>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。</p>			
<到達目標>			
<p>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。</p>			
<授業の進め方と方法>			
<p>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。</p>			

<講義計画>

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

<講義外の課題>

事業構想計画書の完成に向けて必要な調査分析活動アドバイスを行う。

<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）ほか、必要に応じて適宜紹介していく。

<評価方法>

ゼミ内発表（発表、討論への参加状況）50点とレポート50点による総合評価とする。

<その他の重要事項>

特になし。

※キーワード：メディカルビジネス、少子高齢化社会、最先端医学、抗加齢医学、生命科学、医療経済、医療保険

授業科目の名称	テーマ演習IV 「×地域活性」 担当：小塩、見山、村山 科目コード：409		
配当年次	1年次	配当学期	後期
年間開講数	1回	単位数	2単位
必修・選択等の別	選択必修	授業の方法	演習

授業科目の内容

<講義概要と目的（何を学ぶか）>

事業構想を深めるためには、様々なテーマとのかけ算が不可欠である。「×地域活性」の事業構想演習においては、地域活性に様々な領域の知見を持ち込むこと、他領域の構想を地域活性の文脈に落とし込むことなどの演習を通じて、地域活性の本質に迫りつつ、自らの事業構想を磨き上げる。

地域活性における真の課題は何か？地域活性に、それぞれの経営資源を活かしたときには何が可能なのか？課題先進国である日本において、地域はその課題のショーケースである。地域活性に取り組むことは、日本の未来の社会課題に取り組むことであり、世界の高齢社会に貢献可能なテーマである。課題の俯瞰や実践的なプロジェクト等を通じて、真に地域活性につながる事業を構想する。

<到達目標>

- 地域活性における課題を俯瞰する
- 地域活性の様々な取り組み事例から、成功要因を見出す
- 地域活性に関する具体的なプロジェクトを検討する
- 自己自身の事業構想案を具体化する

<授業の進め方と方法>

基本領域に関する知識の提供と討論、発表と質疑、グループでの実習等で演習を行う。

<講義計画>

- 1 オリエンテーション 演習の全体と講義の計画
- 2 地域活性の基本1 地域活性領域における課題の検討と基礎概念の理解をおこなう
- 3 地域活性の基本2 地域活性領域における課題の検討と基礎概念の理解をおこなう
- 4 地域活性とまちづくり1 地域活性のためのまちづくり事例を検討する
- 5 地域活性とまちづくり2 地域活性のためのまちづくり事例を検討する
- 6 地域活性政策1 地域活性に対する政策的取り組みを検討する
- 7 地域活性政策2 地域活性に対する政策的取り組みを検討する
- 8 地域活性と観光1 地域活性と観光について理解し、プロジェクトを検討する
- 9 地域活性と観光2 地域活性と観光について理解し、プロジェクトを検討する
- 10 地域活性と事業創出1 地域活性のための事業創出を議論する
- 11 地域活性の事業創出2 地域活性のための事業創出を議論する
- 12 構想案の検討1 各自の構想案を発表・検討する
- 13 構想案の検討2 各自の構想案を発表・検討する
- 14 構想案の検討3 各自の構想案を発表・検討する
- 15 構想案の検討4 各自の構想案を発表・検討する

<講義外の課題>

実践的な課題解決を行うプロジェクトを並行させる。

<教科書・参考書>

<評価方法>

クラスへの参加・貢献・グループ討論・構想案の進捗による総合評価を行う。

<その他の重要事項>

授業科目的名称	テーマ演習V 「×マーケティング・市場創造」 担当： 野口恭平、江端浩人 科目コード：410		
配当年次	1年次	配当学期	後期
年間開講数	1回	単位数	2単位
必修・選択等の別	選択必修	授業の方法	演習

授業科目の内容

<講義概要と目的（何を学ぶか）>

事業構想を進めるにあたり、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、ITやインターネット技術からの応用やブランドやグローバル視点での考察を加え議論を深めていく。

<到達目標>

修了に向けて「事業構想計画書」の完成をゴールとする。

<授業の進め方と方法>

授業は演習と討論の併用で、具体的な各々の事業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)

- ① 後期ガイダンス（演習計画の確認）
- ②～⑯ 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
- ⑰ 総括・構想計画審査にむけて

<講義外の課題>

<教科書・参考書>

教科書の指定はしない。授業テーマに即して紹介する。

<評価方法>

演習・討論への参加状況60点と課題アウトプット（構想計画書）40点による総合評価とし、60点以上を合格点とする。

<その他の重要事項>

授業科目的名称	事業構想計画演習（小塩ゼミ）		担当：小塩篤史	科目コード：411		
配当年次	2年次		配当学期	後期		
年間開講数	1回		単位数	2単位		
必修・選択等の別	選択必修		授業の方法	演習		
授業科目的内容						
<講義概要と目的（何を学ぶか）>						
<p>使命感、独創性、持続可能性を備えた事業構想計画の策定のために、発想アイデアの可視化、構想案構築フレーム、フィールドリサーチを通じて取り組む。一人称の立場で、自分自身に基づいた構想をおこない、対象者に二人称で数多く接する。加えて、三人称の立場で、客観的・俯瞰的に自身の構想を検討し、構想計画を策定する。理想の言語化と現場での実践を往復しながら、構想計画を進化させる。事業構想計画を磨き上げると同時に、事業構想家になるための型を身に着けることが目的である。</p>						
<到達目標>						
<p>発着想からコミュニケーションの各プロセスで重要なポイントを磨き上げる 事業構想家として連続的に構想を行うための型を獲得する 自分自身が確信を持って取り組む事業構想計画を策定する</p>						
<授業の進め方と方法>						
<p>フレームワークを活用した演習と討議、自身の事業構想の発表と質疑で進行する。適宜個別相談で、ブラッシュアップを行う。</p>						

<講義計画>

全15回

- 1 オリエンテーション 講義計画と構想計画策定の流れ
- 2 アイデアの可視化1 自分自身のアイデアを可視化し、独創性をデザインする
- 3 アイデアの可視化2 自分自身のアイデアを可視化し、独創性をデザインする
- 4 構想案の設計1 フレームを用いて構想案を再設計する
- 5 構想案の設計2 フレームを用いて構想案を再設計する
- 6 リサーチ結果の共有と検討1 実施したリサーチ結果を共有し、構想を進化させる
- 7 リサーチ結果の共有と検討2 実施したリサーチ結果を共有し、構想を進化させる
- 8 構想計画の発表1 構想計画策定に向けた計画と骨子の発表
- 9 構想計画の発表2 構想計画策定に向けた計画と骨子の発表
- 10 外部有識者との討議1 各自の事業構想について有識者を交え議論する
- 11 外部有識者との討議2 各自の事業構想について有識者を交え議論する
- 12 外部有識者との討議3 各自の事業構想について有識者を交え議論する
- 13 外部有識者との討議4 各自の事業構想について有識者を交え議論する
- 14 構想計画の最終発表1 事業構想計画の最終発表
- 15 構想計画の最終発表2 事業構想計画の最終発表

<講義外の課題>

各講義終了後に次回までの計画メモを提出。

<教科書・参考書>

<評価方法>

クラスへの参加・貢献・討論・構想計画書による総合評価を行う。

<その他の重要事項>

授業科目の名称	事業構想計画演習（岩田ゼミ）		担当： 岩田修一	科目コード：412		
配当年次	2年次		配当学期	後期		
年間開講数	1回		単位数	2単位		
必修・選択等の別	選択必修		授業の方法	演習		
授業科目の内容						
<講義概要と目的（何を学ぶか）>						
<p>9.11から16年、3.11から6年目の年である。8.15の敗戦からの72年を駆動してきた復興、経済成長、先端、イノベーションとは異質の変化が始まるかもしれない。こうした予兆の反映なのか、新たな社会への模索が始まり、環境、エネルギー、気候変動、災害、資源、格差、金融、人材、健康、人権、安全、安心等々について多数の論説や警鐘が提示されている。こうした予見出来ない将来への苛立ちのためか、世界には“Post Truth”で象徴されるような空気が漂っている。原理、原則、原点、現物、現場、現実を確認しながら新たな可能性を拓くタフでやわらかな知力を磨き、時代の要請を先導するような新規産業パラダイムの創生につながる事業について考えてみる。</p>						
<到達目標>						
持続可能性のあるプロジェクトの骨格を事業構想計画書として提出する。						
<授業の進め方と方法>						
ゼミ参加者自身の新たな事業構想に関する発表と討議を軸に、必要に応じて担当教官／外部講師による講義を加え、それぞれの構想に生命力を吹き込む。						

<講義計画>

- | | |
|----------|----------------|
| 第1回～第3回 | 新規事業の概念構築 |
| 第4回～第14回 | 事業の実現化方策の設計と検討 |
| 第15回 | 事業構想の総括 |

<講義外の課題>

<教科書・参考書>

それぞれの議論の進捗状況に応じて、適宜、紹介する。

<評価方法>

提案された事業構想の新規性、社会的価値、持続可能性、実現可能性により総合的に評価する。

<その他の重要事項>

※ キーワード：真、善、美、正義、デザイン

授業科目的名称	事業構想計画演習（根来・谷野ゼミ） 担当：根来秀行、谷野豊 科目コード：413		
配当年次	2年次	配当学期	後期
年間開講数	1回	単位数	2単位
必修・選択等の別	選択必修	授業の方法	演習
授業科目の内容			
<講義概要と目的（何を学ぶか）>			
目覚ましい進歩を遂げる医学全般と新しい医療福祉制度の可能性に対する理解を深め、時代に即したメディカルビジネス分野の事業を推進する力をつけるため、今日的なテーマ設定による演習を行う。実現可能な医学・医療制度領域での事業構想を計画・実践することを目標とし、院生の医学・医療制度に対する基礎力を向上させ、院生の研究テーマと課題、関心領域に対応する形で、院生の主体的な参加によって演習を進める。			
<到達目標>			
大学院修了に向けて、『事業構想計画書』を完成させる。			
<授業の進め方と方法>			
院生による医学全般・メディカルビジネス・少子高齢化社会・医療制度に対する考え方、アプローチ法などの発表を行い、全員参加型の討論とコメントにより、新たな着眼点から事業構想をまとめていく。これらを通して、院生によるテーマ設定、テーマへのアプローチに磨きをかけ、斬新かつ実現可能な事業構想計画を導き出す。また、研究報告に際してこの領域を選択した院生については個別指導を行う。			

<講義計画>

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

<講義外の課題>

事業構想計画書の完成に向けて必要な調査分析活動アドバイスは個別に行う。

<教科書・参考書>

身体革命（KADOKAWA）、ホルモンを活かせば、一生老化しない（PHP研究所）、健康は時間で決まる（かんき出版）、老けない、太らない、病気にならない、24時間の過ごし方（幻冬舎）、血管をゆるめると病気にならない（青春出版社）ほか、必要に応じて適宜紹介していく。

<評価方法>

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

<その他の重要事項>

特になし。

※キーワード：メディカルビジネス、少子高齢化社会、最先端医学、抗加齢医学、生命科学、医療経済、医療保険

授業科目の名称	事業構想計画演習（竹安ゼミ）		担当：竹安聰	科目コード：414		
配当年次	2年次		配当学期	後期		
年間開講数	1回		単位数	2単位		
必修・選択等の別	選択必修		授業の方法	演習		
授業科目の内容						
<講義概要と目的（何を学ぶか）>						
<p>本演習では、院生の事業構想における着想の背景や事業ビジョン、果たすべき役割などを、教員や外部講師の体験を通じたケーススタディや、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。</p> <p>事業のベースとなる経営理念の重要性や、事業活動を通じたブランド価値の向上などについても、実際的な事例を交えながら紹介し、議論していく。</p>						
<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週：①オリエンテーション（演習計画の確認）

第2週：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週：④「経営理念」の講義

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週：⑥「ディシジョン・メイキング」の講義

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週：⑧外部講師講演

⑨双方向ディスカッション

第6週：⑩「プランディング」の講義

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週：⑫個人事業構想計画の発表と双方向ディスカッション

⑬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週：⑭個人事業構想計画の発表と双方向ディスカッション

⑮個人事業構想計画の発表と双方向ディスカッション

※ケーススタディや講義の内容、および順番は変更することがある。

<講義外の課題>

講義テーマに即した関連書籍等での自学自習を推奨する。

<教科書・参考書>

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

<評価方法>

演習への主体的参加状況と事業構想計画のアウトプットによる総合評価とする。

<その他の重要事項>

授業科目の名称	事業構想計画演習（岸波ゼミ）		担当：岸波宗洋	科目コード：415		
配当年次	2年次		配当学期	後期		
年間開講数	1回		単位数	2単位		
必修・選択等の別	選択必修		授業の方法	演習		
授業科目の内容						
<講義概要と目的（何を学ぶか）>						
<p>まず、本ゼミの目的として、本大学院の修了要件となる事業構想計画書の精緻な作成を促すとともに、現実の事業としてスムーズに事業導入・運営が行えるよう、より現実に即した事業設計、進行、収支シミュレーション等性格を重要視する。</p>						
<p>本ゼミの前提要件は、以下の通りである。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) この大学院の本旨と同様、「社会に対して大いなる影響を与える事業構想家を育成する」ために必要なカリキュラムを集約的に扱い、講義において提供する。 2) 本ゼミ教員はコンサルタントを出自とした実務家教員であり、受講者に対して事業をブラッシュアップするための個別コンサルティングを行う。 3) 「経営学=実学」という思想に基づき、事業構想計画後、事業ローンチの実践的な支援（ビジネスマッチングや市場開発等）について補完的に取り扱う。 						
<到達目標>						
<p>前年度の講義「事業構想計画」のプロセスを踏襲しつつ、クロスゼミで培われた構想案について検証性、計画性を担保するための取り組みへ移行。フィールドリサーチによる需要予測、市場性/ターゲットセグメントや事業評価など各種メソッドを適用しながら各自実践し事業構想の具体性を育む。流れとして、フィールドリサーチ結果のフィードバックと構想案修正、バックキャスティングに基づく理想モデル、基本モデル、成長モデルの定義、精緻な存在次元、事業次元、収益次元の定義、事業構想計画策定を行う。そして、経営資源を最大化し成功を担保するためのステークホルダーやパートナーへのコミュニケーション、マーケティングプランの策定、集大成として事業ローンチ準備まで網羅していく。</p>						
<授業の進め方と方法>						
<p>座学、グループワーク、討論と発表、ゲスト講師による示唆等の方法を用い、各課題や論点について共有、検討をしていく。</p> <p>また、各講義毎に講義2コマ分を1セットとし、以下のコンテンツを想定する。</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 1コマ目～各講義回のリニア講義（座学）もしくは構想計画進捗発表とレビュー (2) 2コマ目～構想計画進捗発表とレビュー 						

<講義計画>

- ・事業構想サイクルに基づくフレームワーク～「構想案」
 - >存在次元、事業次元、収益次元のアウトライン
 - >クリティカルな課題の抽出
- ・フィールドリサーチ
 - >ペーパープロトタイピング
 - >クリティカルな課題の解を得る
 - >事業を評価する
 - >理想モデルと基本モデルの分離＝成長モデルの検討
- ・事業構想計画
 - >存在次元の精緻化＝社会資源化、ステークホルダーとのコミット、理想定義
 - >事業次元の精緻化＝戦略モデル、オペレーションモデル、成長モデル
 - >収益次元の精緻化＝価格設定、資源設定、売上と原価、投資と回収、PL/BS・・・
- ・コミュニケーション
 - >存在次元のコミュニケーション＝価値共有とムーブメント
 - >事業次元のコミュニケーション＝内部/外部資源の拡張
 - >収益次元のコミュニケーション＝プロモーション計画 など
- ・事業準備
 - >パートナー策定
 - >投資計画
 - >事業ローンチ計画（ヒト、モノ、カネ&時間の準備）
 - >その他

<講義外の課題>

- ・毎回の構想計画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
- ・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>

<評価方法>

平常点（出席/討論参加点）50点と構想計画発表50点による総合評価を行う。

<その他の重要事項>

授業科目的名称	事業構想計画演習（江端ゼミ）			担当： 江端浩人	科目コード：416				
配当年次	2年次		配当学期	後期					
年間開講数	1回		単位数	2単位					
必修・選択等の別	選択必修		授業の方法	演習					
授業科目的内容									
<講義概要と目的（何を学ぶか）>									
<p>事業構想大学院のゼミにおいては最終目的是事業構想計画書を完成させることである。その過程において必要なものは多々ありそれらを個人の事業構想進捗状況や必要な必要なリソースの獲得状況に応じて提供する必要がある。本ゼミでは江端の各種経験（日本企業、外資企業、ベンチャー創業、M&A、マーケティング、IT、コンサルティングなど）をゼミ生に伝え、ゼミ生の事業構想実現に向けて進んでいくこととする。また、その他リソースとして活用できるものとして江端ゼミOBによるフィードバック、ゲストによる事業構想の私さ、インターネット上あるいは文献情報のリサーチ、実地見聞によるリサーチ、相互のフィードバックなどが挙げられる。</p> <p>その意味では、聴講生の参加も歓迎している。</p>									
<到達目標>									
<p>後期における到達目標は：</p> <p>1 事業構想計画書の完成 2 事業構想の競争優位性を確保する戦略を策定すること</p> <p>特に各ゼミ生が事業構想計画完成に必要なアクションを明らかにし、実施することが目的である。</p>									
<授業の進め方と方法>									
<p>担当教員による講義／外部講師による講義と関連する議論。</p> <p>学生の事業構想研究・関心発表）分野に関する発表・討議。</p> <p>本学OBや学外の各種ゲストによるプレゼン・討議</p> <p>学外での実地研修や視察などの各種活動</p>									

<講義計画>

全15回

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

<講義外の課題>

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

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

<教科書・参考書>

教科書に関しては、ゼミ生の必要に応じ隨時推奨する。

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

<評価方法>

ゼミ内での発表、討論への参加点、事業構想計画書の進展による総合評価を行う。

<その他の重要事項>

ゼミの発表や討議は、講義と違いなかなかビデオなどで代替できないものであるので、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。

授業科目の名称	事業構想計画演習（野口ゼミ）	担当：野口恭平	科目コード：417
配当年次	2年次	配当学期	後期
年間開講数	1回	単位数	2単位
必修・選択等の別	選択必修	授業の方法	演習

授業科目の内容

<講義概要と目的（何を学ぶか）>

事業展開を進める上で重要となる、「その事業が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、各自の構想企画の強化を行う。

本演習では、構想計画におけるブランド戦略及びマーケティング戦略の側面に重点を置き、グローバルマネジメントの知見に基づいた多様性マネジメントの視点も取り入れ議論を進める。各自の事業構想、研究テーマにおけるブランド構築の質と実効性を高めるために、基本戦略（コンセプト、市場性、競争力）の策定、組織・プロセス体系の整備、ネットワーク（国内及び必要に応じて海外も視野にいれる）の活用、具体的なコミュニケーション戦略策定、それを実現するグループ構成員の育成等の観点を含めて議論を深めていく。

前期では事業構想演習に於いて、より構想の視点の掘り下げと広がりを中心に議論を進め、後期は各々の構想計画のまとめを中心に運営する。

又年2回、ゼミ年次総会を開催し、卒業生を含め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>

修了に向けて「事業構想計画書」の完成をゴールとする。

<授業の進め方と方法>

授業は演習と討論の併用で、具体的な各々の事業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)

- ① 後期ガイダンス（演習計画の確認）
- ②～⑯ 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

<講義外の課題>

<教科書・参考書>

教科書の指定はしない。授業テーマに即して紹介する。

<評価方法>

演習・討論への参加状況60点と課題アウトプット（構想計画書）40点による総合評価とし、60点以上を合格点とする。

<その他の重要事項>

授業科目の名称	事業構想計画演習（見山ゼミ）		担当：見山謙一郎	科目コード：418
配当年次	2年次		配当学期	後期
年間開講数	1回		単位数	2単位
必修・選択等の別	選択必修		授業の方法	演習

授業科目の内容

<講義概要と目的（何を学ぶか）>

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、新興国・開発途上国でのビジネス、環境ビジネス、社内ベンチャーなど

3、キーワード

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

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

4、担当教員略歴

三井住友銀行の元バンカーで、東京営業部や本店営業部などで上場企業を担当し、国内外のM&Aや、財務戦略、経営戦略等の立案支援業務に従事。2005年に三井住友銀行を退職後、音楽プロデューサーの小林武史、Mr. Childrenの桜井和寿、音楽家の坂本龍一によって設立された非営利の金融機関（NP0銀行）ap bankに理事として参画し、NP0の運営を経験。ap bank理事退任後の2009年に株式会社フィールド・デザイン・ネットワークスを設立し、環境ビジネスやアジアの新興国・開発途上国（主にバングラデシュ）への日本企業の進出支援業務や、一部上場企業の新事業の企画・研修・実施支援業務に従事。また、環境省中央環境審議会（循環型社会部会）委員や総務省・地域活性化アドバイザーなど行政委員を歴任し、政策提言を行なうほか、公益社団法人日本マーケティング協会の機関誌「マーケティングホライズン」の編集委員なども務める。

<到達目標>

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

<授業の進め方と方法>

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

<講義計画>

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

1、共感を引き出す（聞き手と同じ目線に引き込む）

なぜ（Why）この事業を実現したいか（×考えたか）を、以下の3つの目線から簡潔に伝える。

①社会的な目線、②自分の目線（拘り）、③企業の目線（企業内ベンチャーのケース）

2、メッセージ化（印象付け）

出来るだけ簡潔且つ、印象的なキーワードを用い、事業構想のコンセプトを一言で言い表せるよう、メッセージ化する（×説明する）。

3、映像化（分かり易さ）

予想される市場規模の数値データや事業のロードマップ、アライアンスの全体像を図表化するなど、映像化を強く意識する。

4、説得力（自己完結能力）

本当に構想した事業を実現できるか、やり切れるか。任せられるか（社内ベンチャー案件）。自分自身の覚悟を示すとともに、客観的な根拠を示す。

<講義外の課題>

各講義終了後にリアクションペーパーを提出。

<教科書・参考書>

必要に応じて、適宜紹介する。

<評価方法>

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

<その他の重要事項>

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

授業科目の名称	事業構想演習（村山ゼミ）	担当： 村山貞幸	科目コード：419
配当年次	2年次	配当学期	後期
年間開講数	1回	単位数	2単位
必修・選択等の別	選択必修	授業の方法	演習

授業科目の内容

<講義概要と目的（何を学ぶか）>

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>

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

<講義外の課題>

講義時に受けたコメントに基づき、事業構想を修正する。

<教科書・参考書>

必要に応じてその都度紹介します。

<評価方法>

事業構想の内容50点とクラス貢献度50点による総合評価を行う。

<その他の重要事項>

授業科目の名称	事業構想計画演習（渡邊ゼミ）		担当： 渡邊信彦	科目コード：420		
配当年次	2年次		配当学期	後期		
年間開講数	1回		単位数	2単位		
必修・選択等の別	選択必修		授業の方法	演習		
授業科目の内容						
<講義概要と目的（何を学ぶか）>						
<p>本ゼミにおいては各人の事業構想構築にあたりゼミ生の知見を融通しあいブラッシュアップする手法を使う。前期、後期を通じてそれぞれの事業構想を社会的意義からビジネスモデルまで個人ではブレイクスルーしにくい領域を担当講師及び受講生の刺激によって拡散させ、収束させることによって負けないモデル構築へ挑戦する。</p>						
<到達目標>						
<p>構想に向けた作業フェーズが各人違うと思うが前期終了時にはミッション、ゴールの設定から強いビジネスモデルをプラットフォームとして構想のベースにできるようビジネスモデルのブラッシュアップを行う。後期は各人の事業構想と最新事例を徹底的に調査検証し、最先端の事業構想にブラッシュアップしていく。</p>						
<授業の進め方と方法>						
<p>ゼミ生の事業構想を課題として課題の設定、ディスカッションを繰り返して行くことにより事業構想をブレのないものにしていく。</p>						

<講義計画>

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

<講義外の課題>

ディスカッションを反映し毎回ブラッシュアップする。

<教科書・参考書>

各回のテーマに応じて適宜紹介していく。

<評価方法>

平常点（演習・討論への参加）70点と宿題30点による総合評価を行う。

<その他の重要事項>