授業科目名	事業構想原論Ⅰ	担当教員	東英弥、 岩田修一、 谷野豊	科目コード	101
配当年次	１年次・２年次	学期	夏期集中		
キャンパス	東京・名古屋・大阪・福岡	単位数	２単位		

講義の概要とねらい

2020年初頭から始まったCOVID-19によるグローバルな非常事態は、現代社会がはらむ様々な課題を顕在化させている。平時には有効であった事業の前提条件も根底から崩壊しつつあり、それぞれの現場への深い理解と洞察に基づく、既存の考え方に囚われない、今迄以上に強靭で柔軟な発想と、迅速な行動が求められている。今年度の事業構想原論 Ⅰでは、教員、院生、それぞれのこの半年余の非常事態の経験を踏まえて、今、社会が事業構想大学院大学に何を期待し、何を求めているかを徹底的に学び、議論し、それぞれにとっての事業の骨格を形成し、何ができるかを見極めることに集中し、以下のテーマを基軸に実施する。
（１）事業構想とリベラルアーツ
（２）事業構想と社会について
（３）事業構想と価値について
（４）事業構想と創造性について
（５）事業とリスクについて
（６）非常事態における事業構想リテラシー
（７）それぞれの事業構想についての発表

到達目標

（１）事業構想の基本的な枠組み、考え方、展開の仕方を理解する。
（２）自分が事業構想について考えていることを他者に分かりやすく説明でき、他者の考えていることを理解できる。

キーワード

事業構想、創造性、社会との関わり、非常事態における構想力、危機管理

授業の進め方と方法

複数の視点から事業構想と学術との関係を理解するとともに、人間の活動の本質についての討議を実施し、非常事態における事業構想リテラシーについても検討する。岩田修一教授、谷野豊教授を中心に、内部の教員の参加と外部講師の招聘を交えて、講義内容を出発点にした討議を実施する。

授業計画		課題
第1回	オリエンテーション：所属している企業がどのような収益モデルなのかを理解する（４月に行なった個人面談）	自社の経営資源を確認する
第2回 第3回	事業構想とリベラルアーツ（９月１４日予定）	事業構想に必要なリベラルアーツについての理解を深める
第4回 第5回	事業構想と社会について（９月１８日予定）	企業は、社会の変化に柔軟に適応し、社会の一翼を担い、進化していくことで持続可能性を獲得する。そのための要件は何か、事業構想と社会との関係についての理解を深める。
第6回 第7回	事業構想と価値について（９月２３日予定）	事業構想を成功させるためには多くの人々との共感が必要である。そうした共感を獲得するための基礎となる価値についての理解を深める。

第8回 第9回	事業構想と創造性について（９月２４日予定）	事業構想をするために必要な創造性についての理解を深める
第10回 第11回	事業とリスクについて、非常事態における事業構想リテラシー（９月２５日予定）	未経験の状況に迅速に対処し、危機を回避し、新たな展望を拓いた事例、逆に失敗した事例を検証し、事業のレジリエンスを高めるための要件について理解を深める。
第12回 第13回 第14回 第15回	個人の事業構想の発表（１年次発表会（９月２６日予定））	所属企業の経営資源、ビジネスモデルを理解し、発表する。また他のビジネスモデルを聞くことで、自分自身の構想の気付きとする

教科書

特に定めない

参考書、講義資料等

各テーマに沿った資料を毎回提示します。

成績評価の基準及び方法

発表会での発表内容と質疑、事業モデル資料（レジュメ）：70点、自分以外の事業モデルに対しての質疑。コメント：30点

オフィスアワー

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

その他

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。当初予定していた事業構想原論 IIの開講については、状況の推移を踏まえて決定する。

授業科目	事業構想事例研究Ⅰ～Ⅳ （事業構想スピーチ）	担当教員	田中里沙 他	科目コード	103-106
配当年次	1年次・2年次	学期	通年		
キャンパス	東京／名古屋／大阪／福岡	単位数	2単位・2単位		

講義の概要とねらい

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

到達目標

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

キーワード

事業構想

授業の進め方と方法

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

授業計画	課題
2020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、2019年度のダイジェストから解説を行う。以降、毎週水曜日に実施（夏期、春期等には特別日程の予定もあり） 昨年度招聘したゲストの一部（敬称略） 牧野 友衛 トリップアドバイザー株式会社　代表取締役 石井 芳明 内閣府 政策統括官（科学技術・イノベーション担当） 坂下 智保富士ソフト株式会社　代表取締役　社長執行役員 西川晋二株式会社トライアルホールディングス　取締役副会長グループCIO 杉浦 昭子スギホールディングス株式会社 相談役 佐々木 一郎 ブラザー工業株式会社　代表取締役社長 林野 宏株式会社クレディセゾン　代表取締役社長 白石 徳生株式会社ベネフィット・ワン　代表取締役社長 飯田 聡 株式会社クボタ 特別技術顧問 川鍋 一朗日本交通株式会社　代表取締役会長 出口 治明 立命館アジア太平洋大学学長、ライフネット生命保険株式会社創業者 工藤 稔　大同生命保険株式会社　代表取締役社長 最首 英裕株式会社グルーヴノーツ 代表取締役社長	

教科書

なし

参考書、講義資料等
招聘するゲストに関する資料を事前に案内する。
成績評価の基準及び方法
授業への参加、貢献、討論等を見る。 年間約40回開講。前期、後期を各8回以上受講し、所定のレポートを提出。
オフィスアワー
事務局にコンタクトをとってください。
その他
履修登録は下記の形とします。 1年次前期　事業構想事例研究（事業構想スピーチ）Ⅰ 1年次後期　事業構想事例研究（事業構想スピーチ）Ⅱ 2年次前期　事業構想事例研究（事業構想スピーチ）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	社会変革と事業構想	担当教員	川山竜二	科目コード	107
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		

講義の概要とねらい

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。

社会変革は、いかにして可能なのか。表層的な議論だけでなく、事物の本質をいかにして掴むのかという観点にも留意しながら、最近注目を集めるコレクティブ・インパクトにも言及しながら議論を深めていきたい。

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。本授業を受講することによって、以下の能力を身につけることを想定している。

1. 現代社会を論理的に分析して、社会課題の要因を特定し、事業構想に結びつけることができる。
2. 現代社会から客観的・論理的思考に基づき、来たるべき未来を予測する態度を身につける。
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思考することができる。

キーワード

社会理論、社会変動と社会構造、社会諸科学と事業構想、社会意識論、近現代社会の知の配置

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。本授業は、東京・福岡で開講する。

授業計画		課題
第1回	オリエンテーション 事業構想する上で、「社会変革と事業構想」という科目がどのような役割を果たすのかをシラバス等を使いながら説明していきます。	シラバスを読み、事業構想研究科が考えている「事業構想」と本授業がどのように関連しているのかを考えをまとめておくこと。
第2回	社会を分析する手法――社会科学の方法論入門 社会課題を冷静に分析するためのツールとして、経済学・政治学・社会学・人類学・心理学・経営学などの分析手法を考えます。	社会を観察し分析する手法として社会諸科学のなかで、自分が共感できる「理論」を得ること。
第3回	社会のなかで社会を観察するとはどういうことかを考えます。	
第4回	人口減少社会の制度設計――社会問題論 この授業では「見せかけの社会課題」と「真の社会課題」について「人口減少社会」をモチーフに考察をしていきます。社会課題は、我々の願望（こうだったらいいな）ではありません。	人口減少社会における社会において、どのような取り組みができるのかを考察すること。
第5回		

第6回 第7回	遠距離恋愛とテーマパーク――消費社会論 我々が生きる社会で前提となる価値観はどのように形成されたのかを考察します。とりわけ、事業に親しい経済価値観を中心に議論を進めていきます。これまで成功した事業の背景には、そうした価値観の逆張りというものがついてまわっていることが明らかとなるでしょう。	現代社会における消費の形態について理解し、消費者心理と社会構造を踏まえて事業のアイデアを考えること。
第8回 第9回	近代・組織・資本主義――宗教社会学 私達がなにげなく所属している組織や生きている社会は長い歴史を経て現在に至っています。大きな社会的な変動のなかで、私達がいきる制度がどのように成立したのかを考察します。	我々が生きている社会の価値観を考察し、その価値観に見合う事業や社会を構想できるようになること。
第10回 第11回	公共性の変容――ゲスト講師招聘回 本科目は、東京・福岡を川山竜二が、名古屋・大阪を下平拓哉が担当している。それぞれ社会学を専門としているが、研究領域が異なる。それぞれの教員が自身の専門領域から講義をすることによって、重層的な視点が獲得できるのではないかと考えています。	ゲストがどのような視座にたち、社会や事業を観察しているのかを明らかにできるようにする。
第12回 第13回	Society5.0と未来予測――情報社会論 社会予測はほぼできない。しかし人はなぜか社会予測をしたがるがそれはなぜなのか。専門家の予測は、猿の予測よりも精度が低い。天気予報でさえ外れる。情報社会といわれ、はや50年が経過した。50年前に予測した未来社会は一体何だったのだろうか。情報社会論を切り口に社会予測の（不）可能性を検討してみたい。あわせて社会予測がなぜ外れるのかという観点からも議論を展開したいと考えています。	現代社会がどのように観察され予測されているのかを理解し、それらを批判的な視座から捉え返すことで、事業構想に必要は批判的思考力を身につける。
第14回 第15回	来たるべき社会としての知識社会――知識・教育・専門職 人生１００年時代や社会人の学び直しをテーマに、これからの専門職業人のあり方について議論する。社会で活躍する事業構想修士という高度専門職業人として必要な能力とは何かという問いを検討する。	これからの社会を予測し、それに基づいた持論を展開できるようになること。

教科書

教科書は特に指定しない。
ある特定の教科書の構成にしたがって、授業することを想定していない。

参考書、講義資料等

・作田啓一／井上俊編『命題コレクション 社会学』ちくま学芸文庫、2011。
・アンソニー・ギデンズ『社会学 第5版』而立書房、2009。
・ピーター・ドラッカー『断絶の時代』ダイヤモンド社、1968（初版）。
そのほか、適宜参考資料を提示する。

成績評価の基準及び方法

成績評価については、以下の通りとする。
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280字の上限を厳守したレポートを提出する。（20%）
3. 学期末に、「到達目標」に準拠した140字厳守のレポート課題を提出する。（30%）

オフィスアワー

事業構想大学院大学にて希望する場合は、授業前の1時間（17：30～18：30）の時間を優先的に受講生のために確保している〔要アポイントメント〕。また、社会情報大学院大学にての指導で問題ない場合は、随時メールで予約してください。

その他
この科目「社会変革と事業構想」は、大阪・名古屋で開講される科目と同一科目です。 できるだけ授業に出席して欲しいというのが願いです（社会人としての業務をこなし、大学院で研究しようする姿勢だけで賞賛に値すると私は思っています）。また、単に出席するだけでなく授業時間内の学修活動にも積極的に関わってください。この大学院では多様な経験をもった院生が集まっています。受講者が職場などで培ってきた経験や考え方は、自らの貴重な教育資源（あるいは経営資源）になるとともに、クラスの他の人にとっても貴重な教育資源（経営資源）です。クラスのディスカッションに積極的にそして建設的に参加することを期待されています。

授業科目名	技術革新と事業構想	担当教員	松本三和夫	科目コード	108
配当年次	1年次・2年次	学期	前期（東京）／後期（福岡）		
キャンパス	東京・福岡	単位数	2単位		

講義の概要とねらい

わたしたちの日常生活に通じる社会的活動として技術をとらえると、技術革新にはどのような特徴があるだろうか。そういう視点から、技術革新をいわば社会と串刺しにしてとらえることにより新規事業の構想を導く多様なヒントを系統的に洞察し、新たな事業の萌芽を抽出することを目的とする。

技術革新が事業構想と交わる点を見出すために、技術と社会が表裏一体であるようにみえるプロセスをくわしく分析する。その過程を、研究現場の動向、技術と社会の境界面で多発する社会課題、将来の技術革新と社会変革のかかわりの3つの側面に即して、具体的に説明する。そのうえで、技術動向から事業構想を見通すために必要な2つの論点に焦点を合わせる。ひとつは、新たな技術や事業の試みが、いったんある軌道に乗って走りはじめると、過去の軌道を走り続けるという経路依存と呼ばれる現象が新規の事業構想にとってもつ意味を明らかにする。いまひとつは、短期的な変動だけでなく、長期的な未来の趨勢につながる技術と社会の共進化の構造を学ぶ。

技術革新は社会変革をともなう。社会変革は、技術革新の助けを借りてすすむことが多い。技術革新と社会変革の密接な関係を、どう事業構想のなかに盛り込むかが全体の眼目になる。技術革新と社会変革は一見異質にみえるが、じつは思いもかけない要因を介して地続きである。AI、再生可能エネルギー等々の技術の事例、SDGsやサーキュラーエコノミー等々の未来社会にかかわる事例に言及しつつ、新規事業を構想するために不可欠な多種多様な技術革新に関与する要因をマッピングし、どういう場合にどの要因に注目して発想してゆくかを示したい 。

到達目標

・技術革新と事業構想の接点を各自の問題意識に即して絞り込めるようになる。とくに、社会における技術革新の不確実性が新規事業のチャンスになるための条件を推定できるようになる。
・地域や社会的な文脈が異なる多様な技術革新の実例を、広い視野で適切に位置づけ、自身の事業構想を支える骨太の思考を導く発想法を身につける。
・自身の事業構想を社会学的発想でフレーム付けし、他者に効果的に伝えるスキルを身につける。

キーワード

技術革新、未来社会、イノベーション、社会変革、テクノサイエンス

授業の進め方と方法

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

授業計画		課題
第1回	社会の中で技術革新と事業構想をとらえる —オープンイノベーションに触れた講義の展望—（オリエンテーション）	社会の中で技術革新やオープンイノベーションを捉えると見えてくる事業構想の種を考える。
第2回	AIと雇用の未来 （第2回の講義をもとに第3回のグループワーク、討論で論点を掘り下げる）	AIの深層学習能力の飛躍的向上によって未来の雇用がどのような変化を余儀なくされるかを、グレートデカップリングと呼ばれる現象を手掛かりにしながら、考えてほしい。第四次産業革命にともなう大分岐が事業構想にどのようなインパクトをもつかに注目していただきたい。
第3回		
第4回	労働生産性をとおしてみるイノベーションの格差 （第4回の講義をもとに第5回のグループワーク、討論で論点を掘り下げる）	まず、イノベーションが労働生産性とどうかかわるかを考えてみる。そのうえで、日本の労働生産性がなぜ低いのかを分析してみる。さらに、日本の内部においても労働生産性に格差があることに注目し、労働生産性を上げるためにはどのような事業構想がありうるかを考えてみてほしい。
第5回		

第6回 第7回	未来構想と科学技術 —社会的構想力とSDGs— （第6回の講義をもとに第7回のグループワーク、討論で論点を掘り下げる）	未来志向の科学技術という切り口で社会全体を牽引している構想力という視点から、SDGsを捉え返してほしい。周りがやるからやるという思考ではなく、そこにどのようなメカニズムとルールがはたらいて、技術がどう関与して、どんな社会を実現するかを構想してほしい。
第8回 第9回	脱炭素エネルギー技術と事業構想 —地熱発電と温泉業に触れて— （第8回の講義をもとに第9回のグループワーク、討論で論点を掘り下げる）	脱炭素エネルギー技術がなぜもとめられるかを、バックキャスティングの着想で考えてみてほしい。そのうえで、日本の再生可能エネルギー技術の現状を調査し、それらが十分に推進されていない理由を、技術と社会の両面から分析して、新たな事業を構想してみる。
第10回 第11回	萌芽的科学技術のリアルタイム・テクノロジーアセスメント —分子ロボティックスと再生医療— （第10回の講義をもとに第11回のグループワーク、討論で論点を掘り下げる）	未来に実現するとされる萌芽的な科学技術に人が投資をするときにどのような期待を込めているのかを新材料や先端医療の領域などを念頭に考えてみる。とくに、期待をよせる人が一様でない場合、どのように異なるステークホルダーが関与しているかをマッピングしてみよう。そこからどのような事業構想が必要かを想定する。
第12回 第13回	サーキュラーエコノミーとデザイン経営再考 —技術革新にかかわる社会変動— （第12回の講義をもとに第13回のグループワーク、討論で論点を掘り下げる）	技術革新を取り巻く社会変動として、サーキュラーエコノミーやデザイン経営にはどのような利点と欠点があるかを考えてみる。とくに、society5.0の構想のもとで、どのような要因が新規事業の展開にとって重要かを考え、既存事業をリバンドルしてみる。
第14回 第15回	発表会とまとめの討論	講義全体をふまえて、技術革新と事業構想の接点について各自が発表を行い、論点を掘り下げる。とくに、技術と社会の両方を見渡す広い視野に立って、技術革新に潜む不確実性が事業構想にとってチャンスになるための条件を掘り下げる。

教科書

教科書はとくに指定しません。必要に応じ、適宜関連文献を挙示します。

参考書、講義資料等

B. Arthur, The Nature of Technology, Free Press, 2009 有賀裕二監修・日暮雅通訳『テクノロジーとイノベーション』（みすず書房、2011）.
H. Chesbrough, Open Innovation, Harvard Business School Press, 2003 大前恵一朗訳『Open Innovation』（産業能率大学出版部、2004）.

成績評価の基準及び方法

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

オフィスアワー

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

その他

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

授業科目名	経済動向と事業構想	担当教員	高田　伸朗	科目コード	109
配当年次	1・2年次	学期	東京：後期、大阪：前期		
キャンパス	東京・大阪	単位数	2単位		

講義の概要とねらい

事業構想策定に際しては、景気動向や金利などのマクロ経済動向、顧客となる生活者や企業などの行動に代表されるミクロ経済動向など、事業を取り巻く経済の動向を外部環境としてきちんと認識しておくことが重要である。価格理論や市場メカニズム、さらに企業行動や消費者行動のモデル化など、経済学の視点からの分析力や発想力を身につけておくことが望まれる。また社会経済における制度変化や経済動向の中に、事業機会を見出すことも少なくない。

また、構想した事業の社会経済的な意義を明確にするためには、経済効果等を明確にし、第三者に対して客観的に説明することが需要であり。そのためには経済効果分析のスキルも必要となる。

本講義では、日本経済や世界経済の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、さらには第三者に対して事業構想の効果・意義を示すサイン必要な経済効果分析の手法を身につけることを目的とする。

到達目標

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

1．事業構想策定の前提となる経済動向分析に関するスキル・ノウハウの習得
2．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スキル・能力の習得

キーワード

経済動向、日本経済、世界経済、経済効果、産業構造、成長産業

授業の進め方と方法

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

授業計画		課題
第1回	オリエンテーション	
第2回 第3回	経済理論 ・マクロ・ミクロ経済学の基礎的理論の習得）、 ・新SNA体系とGDPの構成要素など経済統計の基礎の習得	経済的視点で考察する能力の習得 マクロの視点から事業をミス力の習得
第4回 第5回	経済統計 ・国勢調査、経済センサス、家計調査など政府統計の利用方法 ・産業連関表の基礎的知識と、経済効果分析手法の習得	統計アレルギーの脱却 統計を読む力の習得
第6回 第7回	経済動向（1） ・統計を利用した日本経済の特徴、サービス経済化の背景と事業機会	統計を読む力の習得 日本経済の特異性の認識 サービスビジネスモデルの習得
第8回 第9回	経済動向（2） ・TPP・RCEPなど各FTA{・EPAの背景と事業機会 ・中国、韓国などアジア主要国の成長発展の動向と事業機会	世界経済の動向と日本との関係の習得
第10回 第11回	経済動向（3） ・経済的見地からみた農業の特性と新しい農業の動向 ・オタク経済を事例とした新産業の特徴と事業機会	成長産業の特質、経済的な意義の習得
第12回 第13回	経済動向（4） ・地方創生の動向と事業機会、 ・超高齢社会の動向と事業機会（高齢化のプラス面をどう引き出していくか）	マクロ経済の視点から見た地方創生・高齢化の意義と事業機会の検討
第14回 第15回	まとめ ・政府及び各政党の経済政策の評価 ・日本経済の成長発展戦略、今後の日本経済をけん引する産業のあり方について	未来展望能力と政策評価能力の習得

教科書
教科書は特に設けない。
参考書、講義資料等
講義に必要な資料を毎回、配布する。 参考資料は、講義において紹介する。
成績評価の基準及び方法
授業への参加・貢献・グループ討論50点と学期末に実施するレポート（1200～2000字程度）50点による総合評価を行う。60点以上を合格とする。 レポートについては、①経済動向の認識、②注目した経済動向と事業構想の関係性、を中心に採点。
オフィスアワー
特に設けない。メールで事前に予約すること。
その他
日本経済新聞の購読を推奨する。

授業科目名	経営環境と事業構想	担当教員	竹安聡	科目コード	110
配当年次	1年次・2年次	学期	前期		
キャンパス	東京・大阪（巡回授業）	単位数	2単位		

講義の概要とねらい

本講義では、特に事業構想の立案～実践を想定し、リソース（人材・資金）の集め方やシナジーの発揮、リスク回避、種々の阻害要因への対処、従業員の士気高揚など、実際の事業構想の現場で必要となるスキルや知恵、行動様式など事業構想の「実践知」を学んでいく。
「実践知」は、存在次元（経営理念、想いと行動力、理念共有）、事業次元（ビジネスモデル化、課題解決手法、ニーズ把握、CS経営）、収益次元（事業計画、収支管理、生産性向上）の3つの次元でとらえる必要がある。
教員や外部講師の事業経験を題材としたケーススタディにより実践事例を学びながら、ディスカッションを通じて事業構想への理解を深めることを目的とする。

到達目標

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

キーワード

経営理念、社会的価値、実践知、顧客視点、パッション・ミッション

授業の進め方と方法

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

授業計画		課題
第1回	オリエンテーション	
第2回 第3回	ケーススタディ（介護サービス事業） ディスカッション（事業構想視点の抽出）	・講義テーマに即した関連書籍での自学自習 ・講義やディスカッションを通じた「気づき」のまとめ
第4回 第5回	ケーススタディ（M&Aによる事業拡大） ディスカッション（事業構想視点の抽出）	・講義テーマに即した関連書籍での自学自習 ・講義やディスカッションを通じた「気づき」のまとめ
第6回 第7回	ケーススタディ（スマートタウン事業） ディスカッション（事業構想視点の抽出）	・講義テーマに即した関連書籍での自学自習 ・講義やディスカッションを通じた「気づき」のまとめ
第8回 第9回	外部講師講演（企業の経営幹部や、各種団体の代表者等） ディスカッション　（事業構想視点の抽出）	・講義やディスカッションを通じた「気づき」のまとめ
第10回 第11回	ケーススタディ（経営環境の変化と事業構造の転換） ディスカッション（事業構想視点の抽出）	・講義テーマに即した関連書籍での自学自習 ・講義やディスカッションを通じた「気づき」のまとめ
第12回 第13回	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） ディスカッション（事業構想視点の抽出）	・講義テーマに即した関連書籍での自学自習 ・講義やディスカッションを通じた「気づき」のまとめ

第14回 第15回	講義「経営理念とブランド戦略」 ディスカッション（事業構想視点の抽出）	・講義テーマに即した関連書籍での自学自習 ・講義やディスカッションを通じた「気づき」のまとめ

教科書

オリジナルテキストを使用

参考書、講義資料等

・竹安聡 『事業構想の実践知』（『事業構想研究』第2号・第3号所収）
・竹安聡 『（仮）新規事業創造型ブランドコミュニケーション』（著書）

成績評価の基準及び方法

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

オフィスアワー

e-mailにてお問い合わせください。

その他

授業科目名	事業構想発表演習 （１年次発表会）	担当教員	谷野豊、 他全教員	科目コード	111
配当年次	１年次	学期	通年		
キャンパス	東京・名古屋・大阪・福岡	単位数	１単位		

講義の概要とねらい

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

到達目標

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

キーワード

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

授業の進め方と方法

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

授業計画		課題
第1回	１年次後期の事業構想基礎演習でグループで考えた構想の発表会（１月２３日）と２年次のゼミの選考を兼ねた１年次発表会（３月６日）で、決められた内容について、１名１０分～１５分で発表・質疑応答を行う。	事業構想を考え、プレゼンテーションを通じて多くの共感を得られるように工夫する。特に、対象顧客を明確にしたプレゼンを心がける
第2回		
第3回		
第4回		
第5回		
第6回		
第7回		
第8回		

教科書

特に定めない

参考書、講義資料等
特に定めない
成績評価の基準及び方法
事業構想発表：３０点、プレゼン資料のわかりやすさ・見やすさ・レジュメの内容：４０点、他の発表に対してのフィードバック内容：３０点
オフィスアワー
月～土曜日まで、ほぼ毎日います。できれば、事前に事務局に連絡をいただくか、上記メールにご連絡ください。
その他
発表内容、方法、事業構想についての相談があれば、いつでも連絡ください。

授業科目名	事業構想発表演習 （２年次発表会）	担当教員	谷野豊、 他全教員	科目コード	112
配当年次	２年次	学期	通年		
キャンパス	東京・名古屋・大阪・福岡	単位数	１単位		

講義の概要とねらい

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

到達目標

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

キーワード

事業構想、ファイナンス、人材組織、クリエイティブ、社会動向、技術動向

授業の進め方と方法

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

授業計画		課題
第1回	２年次発表会（９月１２日）と２年次中間審査会（１１月２１、２２日）で、決められた内容について、１名１５分～２０分で発表・質疑応答を行う。	事業構想を考え、プレゼンテーションを通じて多くの共感を得られるように工夫する。特に、対象顧客、収支計画を明確にしたプレゼンを心がける
第2回		
第3回		
第4回		
第5回		
第6回		
第7回		
第8回		

教科書

特に定めない

参考書、講義資料等

特に定めない

成績評価の基準及び方法
事業構想発表：３０点、プレゼン資料のわかりやすさ・見やすさ・レジュメの内容：４０点、他の発表に対してのフィードバック内容：３０点
オフィスアワー
月～土曜日まで、ほぼ毎日います。できれば、事前に事務局に連絡をいただくか、上記メールにご連絡ください。
その他
発表内容、方法、事業構想についての相談があれば、いつでも連絡ください。

授業科目名	クリエイティブ発想法	担当教員	丸尾聰	科目コード	121
配当年次	1年次・2年次	学期	前期		
キャンパス	東京／名古屋／大阪	単位数	2単位		

講義の概要とねらい

本授業は、事業構想の起点である「発・着・想」の頭脳基盤である「観察力」を、根底から鍛えることを目的とする。よって、「アイデアをつくる」方法自体を紹介したり、そのノウハウを実践・演習する授業ではない。

「発想」とは、自己の内部に蓄積された情報を、瞬時に編集して発射するものだが、その内部の情報は、過去に自分の感覚器官を通して「観察」された後に蓄積されたものである。次に「着想」は、自己の外部に存在する情報を「観察」して、自己の内部の情報と瞬時に融合させて発射するものだが、外部に存在する情報を「観察」時にできるだけ多く、かつ、無編集で蓄積できれば、編集の可能性の幅は格段に広がる。最後に「想像」は、「発想」や「着想」と異なり、意識して行う行為であるため、頭脳基盤に強く依存する。頭脳基盤は、「発想」や「着想」を通じて編集・蓄積されたものをもとに、共通性や相関性を見出して構築されたり、あるいは破壊されたりしながら、更新・進化するものである。つまり「想像」の能力こそ、頭脳基盤に直結するものであり、「観察」の質と量に強く依存する能力なのである。以上から、本授業は、「発・着・想」の原点は「観察」にあり、「観察力」を鍛えることで「発・着・想」が鍛えられる、という前提に立って、設計されている。

様々な発想法の多くは、発想の起点となる様々な「切り口」や「視点」を提供するか、発想するプロセスのおける思考の「演算方法」を提供している。冒頭で「頭脳基盤」と書いたのは、「発想者に内在する何か」である発想の根源となる「素材量を劇的に増やす」ことと、発想のプロセスにおける「思考の独自性を高める」ことの両方を強化し、アイデアの質と量を高める狙いからである。

到達目標

まず、入力能力として「観察力」の向上。ここで言う「観察力」とは、主に「視覚」の能力だが、聴覚、嗅覚、触覚、味覚も、視覚の補助エンジンとして、「観察力」の向上に大きく貢献する。その意味で、「五官のバランスある観察力」の向上も目指す。

次に、変換能力として、過去に獲得した知識や経験に基づいて形成された「先入観」や「考え方の癖」の捨象。特に、現場、現物、現実で得られた情報をできるだけ解釈を挟まずに、ありのままを受容する。それにより、自らの脳内および身体内に存在する「視点」「視野」「感覚」「情報群」を再構築する。特に、自然の摂理、人間の尊厳、環境との調和など、普遍的価値や社会的価値に通底する「発想の原型」や「思考の鋳型」が醸成されることを目指す。

最後に、出力能力として、既存の発想法を駆使することで、「発想力」の向上。ただし、成果は漢方薬のごとく、時間をかけて、じわじわと現れ、講義や課題のみでは観察回数が圧倒的に少ないため、講義で学んだ観察方法を日常で実践することを強く推奨する。そのため、事物をじっくり観察することを楽しめるようにする。それにより、脳が無意識に情報を捨象することを自覚し、観察できるようになる。さらに、観察で発見した事物の特徴をすぐに意味付けせず、多数の意味の候補を列挙できるようになる。次に、発見した事物の特徴や意味づけの候補を増やし、経験や知識と組み合わせることで、「着想」や「想像」の量を、等比級数的に増やすことができる。また、「着想」や「想像」の量の増加は、質の向上にもつながり、事業構想に向けたアイデアの質量両面での向上に寄与することができる。

副次的効果として、固定観念にとらわれなくなり、何気ない風景にも感動する豊かな感性を養うことができる。

キーワード

発・着・想、観察、スケッチ、絵、図、思考、実験、工作、分解、組立、分析、総合、帰納法、演繹法、仮説検証、要素還元、全体包括、デザイン思考

授業の進め方と方法
第１セッション（第２回、第３回）以降の授業では、以下の教材と教授法を採用する。 教材は、容器、食器、食品などの「製品」、建築物などの「空間」、テレビドラマ、映画などの「映像」、小説、随筆などの「文学」、統計データ、財務データなどの「数表」を取り上げる。事前課題では、これらの対象物に対する徹底的な「観察」と「考察」を行う。 教授法は、事前課題の回答傾向に基づいて、履修生を「グループ」分けし、その「小グループ」内で準備討議を行い、そこで想像力を高めたのちに、「クラス」全体で教員の板書や発問に基づいて、本討議を行う、という方法である。これにより、他の履修生の気づきに共感したり、対立の意見の向こう側に新たな気づきを見出したりしながら、観察の視点や視野を拡張の機会を獲得する。 なお、本授業の事前課題は、対象物の「観察」だけで、概ね１時間をかけることを推奨し、課題回答の完成までには計２～５時間を要す。その時間を惜しみ、「こなし」や「片付け」として取り組むと、「クリエイティブ」な「発想力」の向上は、ほとんど望めない。また、事後課題として、履修生各自で対象物を選び、観察とスケッチをすることを強く推奨する。この鍛錬を３日怠ると、元の発想力に戻るリスクが高まる。授業は、隔週１回しかないため、その間に、履修生自身での観察とスケッチを行うこと、さらに、履修生間でそのスケッチを見せながら討議をすることを、してほしい。 中間発表および最終発表の回は、事後課題の中から対象物を１つ選び、その「観察」と「考察」を行なった成果を、履修生全員に向けてプレゼンテーションをする。それに対して、他の履修生は、質疑応答ならびに評価コメントを行う。

授業計画		課題
第1回	オリエンテーション 講師紹介＋シラバス解説＋個人ワーク＋ミニ討議（クラス全体） 事前課題＝本シラバスを熟読し、「授業終了後の自身の態度や能力の変化」を想像し、授業に対する要望や疑問を準備する。	「クリエイティブ」な「発想力」を鍛えるための方法を理解する。
第2回 第3回	第１セッション 第２回　個人ワーク＋討議（小グループ） 第３回　討議（クラス全体）＋講義 事前課題＝ある製品に対する「徹底した観察」と「スケッチ」から、特徴を抽出し、理由や意味を想像する。	製品の素材や形態や構造には、すべて意味があることを理解する。
第4回 第5回	第２セッション 第４回　個人ワーク＋討議（小グループ） 第５回　討議（クラス全体）＋講義 事前課題＝ある製品または空間に対する「徹底した観察」と「スケッチ」から、特徴を抽出し、理由や意味を想像する。	製品や空間の素材や形態や構造には、すべて意味があることを理解する。
第6回 第7回	第３セッション＝中間発表 第６回、第７回　発表＋討議（小グループ）、発表＋討議＋講評（全て、クラス全体） 発表課題＝自身が「見慣れた商品」を選び、その商品に対する「丹念な観察」を行い、観察結果をもとに、特徴を抽出し、理由や意味を想像する。	製品や空間の素材や形態や構造には、すべて意味があることを、他者に、論理的に伝達する。
第8回 第9回	第４セッション 第８回　個人ワーク＋討議（小グループ） 第９回　討議（クラス全体）＋講義 事前課題＝ある映像作品に対する「徹底した観察とスケッチ」から、作家の創作意図を想像する。	映像作品の中のシーンのアングルや背景や小道具には、すべて意図があることを理解する。
第10回 第11回	第５セッション 第１０回　個人ワーク＋討議（小グループ） 第１１回　討議（クラス全体）＋講義 事前課題＝文学作品に対する「全文書写と鑑賞」から、作家の創作意図を想像する。	文学作品の中のフレーズやストーリーやレトリックには、すべて意図があることを理解する。

第12回 第13回	第6セッション 第12回　個人ワーク＋討議（小グループ） 第13回　討議（クラス全体）＋講義 事前課題＝有名企業な財務諸表に対する「丁寧かつ詳細な図化と丹念な観察」を行い、当該企業の「事業形態」と「将来に向けた事業構想」を想像する。	企業の財務諸表は、完成度の高いクリエイティブなフォーマットであることを認識する。 企業の現状の業種・業態やビジネスモデルや戦略を透視する。
第14回 第15回	第7セッション＝最終発表 第14回、第15回　発表＋討議（小グループ）、発表＋討議＋講評（全て、クラス全体） 発表課題＝各自で「自ら関わる組織」を選び、その組織活動を丹念に観察し、観察結果をもとに、特徴を抽出し、財務諸表として表現する。	企業の財務諸表は、自らの事業構想を表現するのに最適な道具の1つであることを認識する。 自ら経営する組織の「状態」と「構想」を身体化する。

教科書

教科書は、特に使用しない。

参考書、講義資料等

本授業で、毎回、課される「事前課題」は、回答を、太めのシャープペンシル（0.9mm・推奨製品＝コクヨ製PS-P100）等を用いて、スケッチブック（クロッキーブック・推奨製品＝クリームコットン紙・小・黒表紙・マルマン製SS2・214mm×242 mm）等に描くことを推奨する。また、本講義を機に、身の回りのモノの観察と描写を行うことを習慣づけて欲しい。描画が蓄積されたスケッチブックは、最高の教科書・参考書となる。蓄積された描画を見直すことで、描画中の脳の状態が蘇り、観察力がさらに向上するからである。

各セッションで指定されている課題の対象物の観察には、できる限り時間をかけ、より多くの角度から描写し、より多くの特徴を抽出し、意味づけをすることで、学習効果は高まる。余力があれば、各セッション終了後に、類似物1つを選定し、下記のスケッチブック等を用いて、観察と描写を行うことを強く推奨する。

成績評価の基準及び方法

評価は、以下の5つのパートに分け、それぞれで評点化する。100点満点。

（1）事前課題：　課題の回答を提出した場合は、1回につき、2点加点。期限内に提出した場合は、さらに1点加点し、回答の質が高ければ、さらに1点加点し、計4点。5回分で最大20点加点（評価の20%）。

（2）事後課題：　課題の回答を提出した場合は、1回につき、2点加点。期限内に提出した場合は、さらに1点加点し、回答の質が高ければ、さらに1点加点し、最大4点。5回分で、最大20点加点（評価の20%）。

（3）討議での発言：　5つの各セッションと中間発表、最終発表の計7回（オリエンテーションを除く）の授業中の討論（小グループおよびクラス全体）における、発言の量に応じて最大3点、質が1点で計、最大4点。7回分で、最大28点加点（評価の28%）。

（4）「意気込み・振り返りシート」：　全ての授業（オリエンテーションを含む）計8回の授業における授業開始時の「意気込み」、終了時の「振り返り」各々1点、計2点加点。8回分で、最大16点加点（評価の14%）。提出物の質は、評価対象外。

（5）発表課題：　発表課題の資料を提出した場合、1回につき、4点加点。期限内に提出した場合は、さらに1点加点し、発表や資料の質が高ければ、さらに最大3点加点し計、最大8点。中間発表と最終発表の2回分で、最大16点加点（評価の16%）。

オフィスアワー

メールで事前に予約願います。

その他＜重要＞

まず、本授業は、15回の授業のいずれも欠落できない「有機性の高い設計」としているため、授業への「遅刻」「早退」「欠席」は、原則、認めない。止むを得ず、「遅刻」「早退」「欠席」する場合は、早めに教員まで相談すること。

次に、本授業は、講師が、一人一人の履修生の「脳の使用傾向」「五官情報の捨象状況」「発想法の学習履歴」「問いへの態度傾向」に応じて、個別に「発・着・想」力の鍛錬に深く関与しながら、指導を行うため、履修定員数を「20名」とする。もし、履修希望者数が「20名を超える」場合は、履修生の選抜を行う。選抜に際しては、前述した「遅刻」「早退」「欠席」の可能性などを基準とする。

さらに、本授業の事前課題は、対象物の「観察」だけで、概ね1時間をかけることを推奨し、課題回答の完成までには計2～5時間を要す。その時間を惜しみ、「こなし」や「片付け」として取り組むと、「クリエイティブ」な「発想力」の向上は、ほとんど望めない。

また、事後課題として、授業課題以外に、履修生各自で対象物を選び、観察とスケッチをすることを強く推奨する。この鍛錬を3日怠ると、元の発想力に戻るリスクが高まる。授業は、隔週1回しかないため、その間に、履修生自身での観察とスケッチを行うこと、さらに、履修生間でそのスケッチを見せながら討議をすることを、してほしい。発想力は、「向上」する取り組みをした時がチャンスで、そこから「維持」を心がけ、続けることで、発想力の「定着」につながる。

最後に、本授業は、履修生全員が、「勇気」をもって建設的な批判も発言し、教室内の全履修生に対し尊敬の念をもった「礼節」を重んじ、他の履修生の批判的な発言にも「寛容」さをもって傾聴することを遵守する。この3か条を遵守することにより、「ラーニング・コミュニティ（学びの共同体）」が醸成され、履修生全員の学びを最大化する。

授業科目名	実践アイデア発想	担当教員	渡邊信彦	科目コード	122
配当年次	1年次　2年次	学期	後期		
キャンパス	東京	単位数	2単位		

講義の概要とねらい

本講義では　自分に一番フィットしたアイデア発想法を身につけることを目的として、多くのアイデア発想を演習で学びます　その後、ビジネスモデルの構築までを実際のケースを使ってグループワークまたは個別作業にて作成します。
　また、各講義毎に講義2コマ分を1セットとしアイデアのヒントとなる外部講師やケーススタディを学び視野を広げて、ワークショップに入っていただきます。

到達目標

発想法とは何なのかを理解し多くの発想法を習得したあと自分なりの発想法を見つけるまで落とし込む。

キーワード

アイデア発想　クリエイティブ思考　発着想

授業の進め方と方法

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

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

第10回 第11回	アイデア発想法 （5W1H法　他）	アイデア発想の様々な方法を学ぶ
第12回 第13回	講義＝　アイデアの拡散から共鳴合意 演習＝　収束からビジネスモデルへ	アイデアをビジネスモデルにつなげる
第14回 第15回	総括　グループプレゼンテーション	発表・ふりかえり

教科書

随時紹介

参考書、講義資料等

随時紹介　講義資料は終了後配布

成績評価の基準及び方法

平常点（授業／討論参加点）50点と発表資料50点による総合評価を行う。

オフィスアワー

その他

授業科目名	イノベーションの発想	担当教員	田浦俊春	科目コード	123
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		

講義の概要とねらい

イノベーションでは，従来の延長線上にないアイデアを考え出すことが求められる．では，現状の延長線上にないアイデアとは，どのようなもので，どのようにしたら生み出せるのだろうか．本講義では，この問いについて考える．
はじめに，イノベーションの進む方向について，その質的側面および量的側面に注目した議論を行う．
続いて，どうしたら現状の延長線上にない事業構想を導くことができるか検討する．これまで，いくつかの方法論が断片的ないし経験的に語られてきているが，本講義では，体系的にかつ本質的に捉えることを試みる．具体的には，通常とは異なる非連続な発想のためには，やってみなければその妥当性が予め分からないような仮説を創る思考（仮説思考），分析的でない思考（シンセシス的思考），予め目的を定めない思考（非目的論的思考），設計思想，直感力などが重要な役割を果たすと考え，これまでに国内外で学術的ないし実践的に蓄積されてきた知見をもとに講義を行う．
また，非連続的な発想に関する考え方についても紹介する．将来の姿を，現在からの延長として予測するのではなく，何らかの前兆を手掛かりに洞察する未来洞察の考え方や，いわゆる創造性に関する知見なども紹介する．
本講義では，これらの知識を能力として身体化するために，毎回，演習を行う．演習は，原則として講義時間内に行う．

到達目標

従来の延長線上にアイデアを考えることと，延長線上にないアイデアを考えることとは，全く違うということを理解して頂きたい．すなわち，ごく普通に我々が行う問題解決的で分析的な思考からは，本質的なイノベーションは起きないということである．そのためには，本講義で紹介するような発想の考え方があることを知って欲しい．これまで，このような発想の考え方には馴染みが薄かったと思うが，この機会に是非，身につけて欲しい．

キーワード

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

授業の進め方と方法

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

授業計画		課題
第1回	オリエンテーション	イノベーションを，量的ないし質的の側面から捉えるとどうなるか．
第2回	仮説思考に関する講述と演習	やってみなければ事前にその妥当性が分からないような仮説とはどのようなものか．それは，いわゆる問題解決的思考とは何が違うのか．
第3回		
第4回	シンセシス的思考に関する講述と演習（1回目）	非分析的（シンセシス的）な思考とはどのようなものなのか．その第1の方法である「メタファーによる方法」とはどのようなものか．
第5回		
第6回	シンセシス的思考に関する講述と演習（2回目）	シンセシス的な思考の第2の方法である「ブレンディングによる方法」とは何か．第3の方法である「場との組み合わせによる方法」とは何か
第7回		
第8回	未来洞察に関する講述と演習（ゲスト講師：鷲田祐一）	現状の延長線上にない未来はどのように洞察するのか．実際にはどのようにおこなうのか．
第9回		
第10回	非目的論的思考に関する講述と演習	目的論的思考には，どのような限界があるのか．非目的論的思考とは，どのようなもので，どのような分野でどのように議論されているのか．
第11回		

第12回	設計思想・直感力に関する講述と演習	非連続的な発想を導く思考の根底にあるのか何か．そのために，なぜ，設計思想や直感力に注目するのか．そもそも設計思想とは何か．
第13回		
第14回	創造性に関する講述と総合討論	そもそも創造性とは何か．これまでに，どのように議論されてきたのか．本講義を踏まえるならば，事業構想に向けてどのように心構えたら良いか．
第15回		

教科書

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、講義資料等

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

成績評価の基準及び方法

演習への参加の状況を中心に評価します．

オフィスアワー

特に設けませんが，質問等があれば遠慮無くお問い合わせください．

その他

授業科目名	ビジネスモデルの策定	担当教員	村山貞幸	科目コード	124
配当年次	1年次・2年次	学期	前期		
キャンパス	東京	単位数	2単位		

講義の概要とねらい

本講義は、事業構想につながるビジネスモデルの策定力を獲得することを目的とする。そのためにさまざまなビジネスモデル類型や関連概念、フレームワークを学修し、モデルを策定する際に活用、その有用性や限界を理解する。
知識を得るだけでなく、パッションを持ってオリジナリティ・クリエイティビティにこだわったビジネスモデル策定の場に挑む姿勢を歓迎する。

到達目標

・事業構想につながるビジネスモデルの考え方を理解し、策定する能力を獲得する。
・ビジネスモデル策定に関連する概念やフレームワークを理解し、適切に利用できるようになる。
・多様なビジネスモデルの類型を知り、その特徴を理解する。

キーワード

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

授業の進め方と方法

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

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

第14回 第15回	研究発表 まとめ	ビジネスモデル関連フレームワークに基づきモデル全体を総点検、整合性を緻密に確認、最終調整を実施する。 講義時に受けた全コメントを振り返り、ビジネスモデルを仕上げる。

教科書

なし

参考書、講義資料等

必要に応じて講義で提示、資料を配布。

成績評価の基準及び方法

ビジネスモデルの内容50点とクラス貢献度50点による総合評価を行う。

オフィスアワー

メールで事前に予約すること

その他

授業科目名	知識創造論	担当教員	一條和生	科目コード	125
配当年次	1年次・2年次	学期	前期		
キャンパス	東京（名古屋・大阪・福岡への中継有）	単位数	2単位		

講義の概要とねらい

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

到達目標

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

キーワード

事業構想　知識創造、イノベーション、リーダーシップ

授業の進め方と方法

インターラクティブな講義とケーススタディー

授業計画		課題
第1回	オリエンテーション	
第2回 第3回	組織における知識創造	ケーススタディー「ウーバー　世界の移動手段を変革する」(JBS. CCJB-HBS-16011-02)
第4回 第5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, CCJB-IMD-70072-01)
第6回 第7回	知識創造のSECIモデル	ケーススタディー「IDEO」(HBS, CCJB-HBS-600143)
第8回 第9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10回 第11回	デジタル時代の知識創造	自社におけるデジタルトランスフォーメーションの課題を見つけておくこと
第12回 第13回	知識創造企業	ビデオ・ケーススタディー「ホンダ」
第14回 第15回	個人発表	各受講生自身が、授業で取り上げられなかった知識創造を実践する企業を見つけ、発表する

教科書

講義資料をGoogle Classroomで授業後に共有する。

参考書、講義資料等

一條和生『井深大　人間の幸福を求めた創造と挑戦』、PHP研究所、2017年。

成績評価の基準及び方法

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

オフィスアワー

By appointment

その他

授業科目名	知識創造経営論	担当教員	一條和生	科目コード	126
配当年次	1年次・2年次	学期	後期		
キャンパス	東京（名古屋・大阪・福岡への中継有）	単位数	2単位		

講義の概要とねらい

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

到達目標

(1)知識創造論に基づき、事業構想を実践するマネジメントについて学ぶ。
(2)知識創造論に基づき、事業構想を実践する組織について学ぶ。
(3)知識創造論に基づき、事業構想に実践するリーダーシップについて学ぶ。

キーワード

事業構想　知識創造、イノベーション、リーダーシップ

授業の進め方と方法

インターラクティブな講義とケーススタディー

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

教科書
講義資料をGoogle Classroomで授業後に共有する。
参考書、講義資料等
一條和生『リーダーシップの哲学』、東洋経済新報社、2015年。
成績評価の基準及び方法
授業への参加（議論への積極的な参加）と最終プレゼンの内容に基づいて評価する。
オフィスアワー
By appointment
その他

授業科目名	顧客仮説リサーチ	担当教員	岸波宗洋	科目コード	127
配当年次	1・2	学期	前期		
キャンパス	東京・大阪	単位数	2単位		

講義の概要とねらい

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。

到達目標

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学習・検討すること、である。その結果、構想に対する顧客をセグメント/プライオリティ/プロファイル化し、マーケティング計画を策定することができる能力を総じて獲得するまでをコンピテンスとする。

キーワード

顧客、ペルソナ、ロイヤリティフレームワーク、マーケティングミックス、ライフタイムバリュー、等

授業の進め方と方法

座学、グループワーク、討論と発表、分析による示唆等の方法を用い、各課題や論点について共有、検討をしていく。
各講義毎に講義2コマ分を1セットとし、以下のコンテンツを想定する。
(1)1コマ目～各講義回のリニア講義（座学）
(2)2コマ目～各講義回の演習（主に1コマ目の講義テーマに基づいた分析、議論、発表）

授業計画		課題
第1回	オリエンテーション（授業計画の概説と顧客の基本的な捉えかた）	顧客の意味、価値、思考、事実とは何か？
第2回 第3回	講義＝存在次元における顧客の定義と考え方（適宜事例紹介） 演習＝発着想と顧客仮説の関係性検討、発表	助けたい人は誰か？
第4回 第5回	講義＝事業次元における顧客の定義と考え方（適宜事例紹介） 演習＝顧客仮説（顧客セグメントとプロファイリング）と分析、議論、発表	欲しがる人は誰か？
第6回 第7回	講義＝事業次元における顧客の定義と考え方（適宜事例紹介） 演習＝顧客仮説（ブランドと顧客変化）と分析、議論、発表	欲しがる人は誰か？
第8回 第9回	講義＝収益次元における顧客の定義と考え方（適宜事例紹介） 演習＝顧客価値（価格弾力性、LTV、市場規模・・・）と分析、議論、発表	対価を支払う人は誰か？
第10回 第11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 演習＝自身の発着想に基づく顧客プロファイルの再検討	どのようにエビデンスを獲得するか？

第12回 第13回	講義＝顧客創造事例「LTV（Life Time Valu）マーケティング」など 演習＝総合演習「個別発着想に基づく顧客LTV戦略」の策定	どのように顧客を育てるのか？
第14回 第15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） 演習＝調査仕様策定、子供向け製品サービスの検討と発表	人の発達段階と顧客の相関とは何か？

教科書

講義時のプレゼンテーションデッキをデータ配布する。

参考書、講義資料等

講義時に適宜指示、配布する。

成績評価の基準及び方法

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。

オフィスアワー

基本は、火曜日～木曜日の12時～14時のうち、1時間程度。
※日時調整は応相談

その他

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

授業科目名	マーケティング	担当教員	村山貞幸	科目コード	128
配当年次	1年次・2年次	学期	前期		
キャンパス	東京・名古屋	単位数	2単位		

講義の概要とねらい

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、さまざまな企業の事例分析を通じて学習する。その上で、自他の事業構想をマーケティング視点で整理し、顧客ベースで持続的競争優位性のある構想に仕立てる。

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。その学習プロセスで、自分にフィットするマーケティングの定義を生み出し、自身のマーケティングにおけるポジションを定める。

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。

キーワード

マーケティング・マネジメント・プロセス、STP、顧客満足、顧客獲得・維持、競争戦略

授業の進め方と方法

インタラクティブ・レクチャーを採用する。
ビジネスケースやフレームワーク、自他の事業構想をグループやクラス全体のディスカッションを通じ分析、理解する。教員はファシリテーターに徹するが、必要に応じてショートレクチャーが行われる。
前半で学んだマーケティングの基本的なフレームワークやマーケティング思考を、後半で自らの事業構想に落とし込み、理解を深め、最終プレゼンテーションで仕上げる。

授業計画		課題
第1回	①オリエンテーション	自身の事業構想を簡潔に伝える準備をし、研究課題化を検討する。
第2回 第3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	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。
第4回 第5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	自分のビジネスと事業構想案のSTP分析を行う。
第6回 第7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	自分のビジネスと事業構想案のマーケティングミックス分析を行い、これまでの分析とあわせ整合性を確認、統合する。
第8回 第9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	自分のビジネスと事業構想案の競争優位性を分析し、その持続性を獲得するプランを構築する。
第10回 第11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	充分なリハーサルを行う。 質疑応答で得られた知見を事業構想に反映させる。

第12回 第13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	充分なリハーサルを行う。 質疑応答で得られた知見を事業構想に反映させ、マーケティング視点をベースにした事業構想に仕上げる。
第14回 第15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	マーケティングの定義をつくり、マーケティングにおける自身のポジションを定める。

教科書

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4版、3版あるいは新版）（ダイヤモンド社）

参考書、講義資料等

講義後に概要資料を配布

成績評価の基準及び方法

マーケティングの理論やフレームワークを戦略立案プロセスに沿って理解し、事業構想で適切に活用できていることを、平常点（発言の質と量）60点、レポート40点の配点で総合評価する。
60点以上を合格とする。

オフィスアワー

メールで事前に予約すること

その他

授業科目名	構想計画策定演習	担当教員	岸波宗洋	科目コード	129
配当年次	1・2	学期	後期		
キャンパス	東京・名古屋	単位数	2単位		

講義の概要とねらい

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社会・経済価値モデル）の構想を前提とする。そして、「理想モデル」から「基本モデル」への社会還元思考（理想モデルを前提に、その最小実現単位としてのビジネスモデルを策定すること）を行うことで、理想モデルへの最短動線を画策する思考訓練を行うことが重要である。

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。

到達目標

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学習、検討を促すものである。その結果、新事業開発をプロデュースする能力、事業構想計画を策定・アウトプットする能力を獲得する。

キーワード

社会還元思考、3つの次元（存在次元、事業次元、収益次元）、事業構想サイクル、戦略モデル、オペレーションモデル等

授業の進め方と方法

座学、グループワーク、討論と発表、分析による示唆等の方法を用い、各課題や論点について共有、検討をしていく。
各講義毎に講義2コマ分を1セットとし、以下のコンテンツを想定する。
(1)1コマ目～各講義回のリニア講義（座学）
(2)2コマ目～各講義回の演習（主に1コマ目の講義テーマに基づいた分析、議論、発表）

授業計画		課題
第1回	オリエンテーション（授業計画の概説と構想計画の基本的な捉えかた）	構想とその計画とは何か？
第2回 第3回	講義＝事業構想計画概説と社会還元思考の考え方 演習＝社会還元思考の議論と発表	理想とする世界を描き、現実の活動を規定す社会還元思考とは何か？
第4回 第5回	講義＝基本的な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	理想社会を想像・創造するための基本的な思考＝存在次元とは何か？
第6回 第7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	事業構想におけるwho,what,howとは何か？
第8回 第9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	事業構想における資源とは何か？

第10回 第11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 演習＝収益次元計画の議論と発表	事業構想における収益性とは何か？
第12回 第13回	講義＝SFM（営業支援管理）と組織論 演習＝営業計画の議論と発表	組織資源としての営業とは何か？
第14回 第15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 演習＝IMC計画の議論と発表	態度変容プロセスと相関したIMCとは何か？

教科書

講義時のプレゼンテーションデッキをデータ配布する。

参考書、講義資料等

講義時に適宜指示、配布する。

成績評価の基準及び方法

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。

オフィスアワー

基本は、火曜日～木曜日の12時～14時のうち、1時間程度。
※日時調整は応相談

その他

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

授業科目名	企業内における事業構想	担当教員	渡邊信彦	科目コード	130
配当年次	1年次　2年次	学期	東京：前期、名古屋：後期		
キャンパス	東京　名古屋	単位数	2単位		

講義の概要とねらい

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。立ち上げのステップはすべてワークショップ形式で設定企業を想定し最終的に新規事業を構想する過程をチームでのワークショップで身につけることを目的とする。

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。企業のアセットを使う有利な面としがらみを超える不利な面を踏まえて構想する力を付ける。

キーワード

企業内、新規企業開発、強みと弱み、提供価値、ビジネスモデルマップ

授業の進め方と方法

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

授業計画		課題
第1回	オリエンテーション	講義の概要と進め方を理解する
第2回 第3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 演習＝グループ分け及び課題配布、課題分析	企業内における新規事業企画の現状とその課題について考える
第4回 第5回	講義＝自社のサービスの強みと弱みを知る 演習＝グループワーク　提供する価値の設定	自社のサービスの強みと弱みを知り、提供する価値の設定を考える
第6回 第7回	講義＝自社のサービスの強みと弱みを知る 演習＝グループワーク　提供する価値の設定	自社のサービスの強みと弱みを知り、提供する価値の設定を考える
第8回 第9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	事例から学ぶ

第10回 第11回	講義＝企業内事業構想に向けたビジネスモデルマップの作成 演習＝グループワーク　提案作成	ビジネスモデルマップ作成
第12回 第13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	社内外の巻き込み方を考える
第14回 第15回	総括　グループプレゼンテーション	発表・振り返り

教科書

随時紹介

参考書、講義資料等

随時紹介　講義資料は終了後配布

成績評価の基準及び方法

平常点（授業／討論参加点）50点と発表資料50点による総合評価を行う。

オフィスアワー

その他

授業科目名	起業を目指す事業構想	担当教員	見山謙一郎	科目コード	131
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		

講義の概要とねらい

＜概要＞
起業とは目的ではなく手段のひとつである。本講義は、事業構想のために必要な「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。主流派が認めない「隠れた真実」の中に、真の課題や解決策が隠されているかも知れない。
＜狙い＞
本講義はグループディスカッションを中心とした双方向型の講義である。様々な思考法を体感しながら、「ゼロベース」で事業プランを構想してもらうことを目指す。ビジネスの場は日本ではなく、アジアの開発途上国であるバングラデシュである。ほとんどの受講生にとって未知の国であるバングラデシュの社会的課題に対する「仮説」を創設し、自分たちなりの問題意識と「本質的な原因」を探求することから、「対案」としてのビジネスプランを構想する。バングラデシュへの渡航経験や事前知識の有無は関係なく、大切なのは「ゼロベース（Zero to One）」で物事を考える経験をリアルな市場（マーケット）を想定し行うことにあり、このことが結果として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、且つ具体的なビジネスプランを作成することを目標とする。

キーワード

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

授業の進め方と方法

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

授業計画		課題
第1回	オリエンテーション	「未来とは何か？」を言語化すること。
第2回 第3回	クリエイティブシンキング（リバース・シンキング） ・思考停止からの脱却の為の「発想の転換」の思考法を学ぶ	日本の課題と可能性を考えて来ること。
第4回 第5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） ・起業家に求められるPassionを醸成する「Why」を探求する	これまでの自分自身が行ってきた「決断」を振り返り、言語化してくること。
第6回 第7回	クリエイティブシンキング（Zero to One） ・世界を知り、社会課題を知り、自分事化する	SDGsについて調べ、自分事化出来るまで、考えて来ること。
第8回 第9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 ・グループワークにより、「隠れた真実」を探索する	自分が取り組みたいと思う社会課題について、その理由とともに考えて来ること。
第10回 第11回	ビジネスプランの構想-2、発表、フィードバック ・グループワークにより「隠れた真実」を発見する	グループワークにより、ビジネスプランを作成すること。

第12回 第13回	ビジネスプランの発表、フィードバック ・グループワークにより、「隠れた真実」と向き合う	グループワークにより、中間発表の為のビジネスプランを作成すること。
第14回 第15回	ビジネスプランの最終発表 （経済産業省、開発コンサルにコメンテーターとしてお越しいただく予定）　・グループワークにより、「隠れた真実」に取り組む	グループワークにより、最終発表の為のビジネスプランを作成すること。

教科書

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

参考書、講義資料等

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

成績評価の基準及び方法

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

オフィスアワー

オフィスアワーは設けない。面談希望者は、メールで事前に予約すること。

その他

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

授業科目名	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	科目コード	132
配当年次	1年次・2年次	学期	後期		
キャンパス	東京	単位数	2単位		

講義の概要とねらい

講義のねらい
自らが構想した事業を成功させるためには、その価値を効果的かつ効率的に社会に伝える必要があります。そのために本講義では、講義と演習を通じて、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をねらいとします。

講義の概要
本講義では、①さまざまなマーコム手段（マスコミ広告、デジタル広告、広報・PR、販売促進・セールスプロモーション、イベント、スポンサーシップ、ブランドプレースメント、インフルエンサーマーケティング、コンテンツマーケティングなど）の特徴を理解することから始めて、②事業にとって適切なマーコム目標を設定する方法、そして、③設定した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選び、それらを統合する原理と方法を学びます。

到達目標

講義終了時に履修者が、①マーコムの鍵概念と重要ツール、基本フレームワークとを理解している、②履修後に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。
そして、本大学院修了時には、自らの事業構想に合致したマーコム戦略を立案し実行できるようになっていることを期待します。

キーワード

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

授業の進め方と方法

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

授業計画		課題
第1回	●オリエンテーション マーケティングとマーケティングコミュニケーション	
第2回 第3回	●マーコムに何ができるか（1）コミュニケーション効果 カテゴリニーズ喚起、ブランド認知、ブランド理解、ブランドイメージ、ブランド、ポジショニング	フレームワークを利用して、マーコム戦略がどのようなコミュニケーション効果を生み出しているかを読み取ろう
第4回 第5回	●マーコムに何ができるか（2）コミュニケーション効果（続き） 好意的態度、心理的リアクタンス	フレームワークを利用して、自らの事業に貢献するコミュニケーション効果を生み出すマーコム戦略を立案しよう
第6回 第7回	●マーコムに何ができるか（3）行動促進効果 情報収集行動の促進、購買行動の促進、顧客ロイヤルティ行動の促進	フレームワークを利用して、行動促進効果を生み出すマーコム戦略を読み取ろう
第8回 第9回	●マーコムに何ができるか（4）情報環境効果 ミクロ情報環境効果、マクロ情報対流効果	フレームワークを利用して、情報環境効果を生み出すマーコム戦略を読み取ろう
第10回 第11回	●新しいマーコム手段（1）デジタル広告 デジタル広告の仕組み（歴史、効果指標、デジタル広告の種類、運用ノウハウ）、デジタル広告の発展	デジタル広告運用ノウハウを体験してみよう

第12回	●新しいマーコム手段（2）ブランドコミュニケーション	自らの事業に貢献するマーコムを立案しよ
第13回	デジタルマーケティングとマーコム、スポンサーシップ、コーズリレーテッドプロモーション、ブランドプレースメント	う（事業開始時を想定して、プレスリリースを書いてみよう）
第14回	●マーコム統合の原理と方法 マーコム統合の原理と方法、統合的マーコムの役割	自らの事業に貢献するマーコムを立案しよう（事業の中期計画に対応して、ブランドコミュニケーション戦略を立案してみよう）
第15回		

教科書

指定しません。

参考書、講義資料等

Correia, T. (2016). The fluid consumer: Next generation growth and branding in the digital age. Redline. （コレイア, T. (著)、月沢李歌子（訳）(2017). 気まぐれ消費者：最高の体験と利便性を探求するデジタル時代の成長戦略　日経BPマーケティング）
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.
*Rossiter, J. R. and Bellman, S. (2005). Marketing communications. Prentice Hall. （ロシター, J. R.・ベルマン, S.(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）
佐藤尚之(2018). ファンベース：支持され、愛され、長く売れ続けるために　ちくま新書
Simonson, I. and Rosen, E. (2014). Absolute value: What really influences customers in the age of (nearly) perfect information. Harper Business. （サイモンソン, I.・ローゼン, E. 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）
Thompson, D.（2017）. Hit makers: How things become popular. Allen Lane. （トンプソン, D. 高橋由紀子 (訳) (2018). ヒットの設計図:ポケモンGOからトランプ現象まで　早川書房）

*印が基本参考書です。他の書籍や論文は、講義の特定領域に焦点を当てたものや最新動向に関するものです。日々の生活の中で接触するマーケティング・コミュニケーションすべてが教材です。身の回りのマーコムから学びましょう。

成績評価の基準及び方法

評価対象者の①講義への貢献（ミニットペーパー含む）（50%）と、②課題レポート（50%）によって評価します。
①講義への貢献では、他とは異なる視点や新しい視点、他とは異なるアイデアや新しいアイデアに関する発言を評価します。また、履修者は講義日ごとに、講義内容要約と講義に対する質問や意見を記入した「ミニットペーパー」を提出します。「ミニットペーパー」では、講義の質を高める質問や意見を評価します。
②課題レポートでは、マーコムに関する書籍や論文を取り上げて評価していただきます。詳しくは講義の中で説明します。

オフィスアワー

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

その他

授業科目名	プレゼンテーション	担当教員	八代華代子	科目コード	133
配当年次	1年次・2年次	学期	前期(東京・名古屋)、後期(大阪)		
キャンパス	東京・名古屋・大阪	単位数	2単位		

講義の概要とねらい

【概要】事業構想の実現には、人の心を動かすプレゼンテーションが必須である。そのための要素は何なのか。本講義は、その重要な要素をテーマ別に分け、グループディスカッション、課題、実践を通して、構想を伝える力を磨く。日本とアメリカ両国でアナウンサーを務めた教員が欧米のプレゼンテーション教育の手法も取り入れて講義を行う。
【ねらい】説明や熱い想いだけでなく、プレゼンテーションの中に組み込むべき要素を明らかにしながら、デリバリースキルを磨いていく。既存の日本教育では扱うことが少ない「緊張コントロール法」「発声・滑舌練習」「言語と非言語（聴覚・視覚）情報からのアプローチ」等も取り入れ、今まで各自が行っていたプレゼンテーションに新しい風を吹き込む。また、それぞれの発表を通して、話し手と聴き手両方の立場からの気づきを共有しながら「構想のプレゼンテーション」を俯瞰的に捉える機会を提供する。

到達目標

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

キーワード

聴き手目線 ・ 自信と勇気 ・ ブラッシュアップ ・ 緊張をやる気に ・ 日米混合メソッド

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

授業計画		課題
第1回	オリエンテーション	
第2回	聴き手目線での伝え方と発声・滑舌の練習 欧米教育セルフプレゼンテーションの実習	授業内のワークをブラッシュアップして清書して提出
第3回		
第4回	日本語の特性と効果的な表現法 ノンバーバルコミュニケーションと緊張コントロール	自分の構想分野からお気に入りのTEDを選び、次回発表する準備
第5回		
第6回	プレゼンテーションにおける哲学的要素について TEDの分析とプレゼンテーション実習	授業内のワークをブラッシュアップして清書して提出
第7回		
第8回	プレゼンテーションの目的別アプローチ 目的・対象別プレゼンテーションのグループ実習	なし
第9回		
第10回	豊かな表現力の強化とプレゼンテーションの構成 事業構想を簡潔にまとめ、発表するための実習	未定
第11回		
第12回	慣用句・格言などの比喩表現や比較要素の分析トレーニング 事業構想から比較要素を取り出し、言語化する実習	総復習の要素を盛り込んだ発表の準備
第13回		

第14回	プレゼンテーション実習（バトル形式）	なし
第15回	まとめ	

教科書

教科書は指定せず、テーマに合わせて、参考資料から抜粋して配布する。

参考書、講義資料等

Kevin Carroll/Bob Elliott(2015)「ビジネスは30秒で話せ！」すばる舎
アリストテレス/戸塚七郎訳(1992)「弁論術」岩波文庫
狩野みき(2014)「自分の考えを伝える力の授業」日本実業出版社
大庭コティさち子(2009)「考える・まとめる・表現する」NTT出版

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

オフィスアワー

メールで事前に予約すること。

その他

＊授業の進捗状況によって、一部内容が変更することがあります。
＊グループディスカッション、実践が多くあり、参加の有無が評価に影響しますので、なるべく授業に出席してください。
＊あらかじめわかっている欠席や1時間以上の遅刻の場合は、Classroomか事務局を通して連絡してください。

授業科目名	健康・医療産業における事業構想	担当教員	根来秀行	科目コード	141
配当年次	1・2	学期	後期		
キャンパス	東京	単位数	2単位		

講義の概要とねらい

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。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、全員で議論し、受講者全員が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や最先端医学を理解した上で、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。

キーワード

医学、健康、医療産業、最先端医学、アンチエイジング医学、時計遺伝子、生活習慣病

授業の進め方と方法

授業は講義、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。

授業計画		課題
第1回	オリエンテーション	授業の概要と進め方を理解する
第2回	健康産業の全体像、高齢化社会、高齢化社会と生活習慣病	健康医療産業の全体像をつかむ
第3回		
第4回	生活習慣病と先進医療	生活習慣病の先端医療の状況を理解する
第5回		
第6回	最先端医学、アンチエイジング医学	最先端医学やアンチエイジング医学の現状を理解する
第7回		
第8回	研究発表・討論：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	健康医療産業の事業構想アイデア出しと進捗確認
第9回		
第10回	研究発表・討論：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	健康医療産業の事業構想アイデア出しと進捗確認
第11回		
第12回	研究発表・討論：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	健康医療産業の事業構想アイデア出しと進捗確認
第13回		

第14回 第15回	研究発表・討論：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、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	発表総括、講義総括

教科書

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）、細胞呼吸レッスン（集英社）ほか、必要に応じて適宜紹介していく。

参考書、講義資料等

勝てるメンタル（KADOKAWA)、まいにち若返る人の習慣（日本文芸社）、腎臓病にならない最強の法則（主婦の友社）、Dr.根来＆ヴィージェイの明解バイオケミストリー（NTS)ほか、必要に応じて適宜紹介していく。

成績評価の基準及び方法

平常点（発表、討論への参加状況）90点とレポート10点による総合評価とし、60点以上を合格点とする。

オフィスアワー

メールなどで予定調整する。

その他

授業科目名	事業構想とITソリューション	担当教員	松永エリック・匡史	科目コード	142
配当年次	1年次・2年次	学期	後期		
キャンパス	東京	単位数	2単位		

講義の概要とねらい

本格的なデジタル時代の到来と共に経営が根本から変わってきています。また、経営だけではなく、従業員の働くことへの考え方も大きく変化しており、組織のマネジメントも過去の流れを踏襲していてはチームとして機能するのが難しくなっています。事業の構想も、かつてのベストプラクティスからロジカルシンキングで解を得るのではなく、共感やプロトタイピングでアクションと反応から構想を磨くようなデザイン思考が主流になっています。私自身ビジネスコンサルティングの業界でデザイン思考をベースにしてデジタル事業を立ち上げ、新らしいビジネスコンサルティングの形を創りました。その経験を体系化したものを授業では講義とワークショップの形で理解し、実際の課題に向きあいます。そして事業構想だけではなく実現性を高めるために最新のITソリューションについても学び、構想を実現レベルまでもっていくことを体験していきます。 この授では、1.デジタル時代の事業立案,2)デザイン思考とクリエイティブ思考,3)マーケティング、ブランディング戦略,4)グローバルコミュニケーション, 5)Neo-PR経営手法についてお話します。この授業では共感力を期待しています。理解し、体感し、やってみる、なにより楽しんで考えることを学んでほしいと思っています。

到達目標

最先端のクリエイティブ思考を通じて事業構想の新しい発想法を学び、実際に提案をするまでの道筋を考えること。

キーワード

DX、クリエイティブ思考、最先端技術、事業構想、ICT

授業の進め方と方法

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

授業計画		課題
第1回	オリエンテーション	
第2回 第3回	講義”デジタル時代の経営および事業戦略立案方法” とディスカッション。	授業にて提示
第4回 第5回	講義″ICTの歴史とソリューションの考え方″	授業にて提示
第6回 第7回	講義″デザイン思考とクリエイティブ思考そしてその活用法″	授業にて提示
第8回 第9回	外部ゲストの講師とディスカッション	授業にて提示
第10回 第11回	講義″組織・人事戦略″とディスカッション	授業にて提示
第12回 第13回	外部ゲストの講師とディスカッション	授業にて提示
第14回 第15回	最終プレゼンテーション	

教科書
必要に応じ随時推奨
参考書、講義資料等
必要に応じ随時推奨
成績評価の基準及び方法
平常点：授業での態度、討論への積極的な参加(50点)。授業への貢献度(50点)にる総合評価とします。60点以上 を合格とします。
オフィスアワー
メールで事前に時間の予約をお願いします
その他

授業科目名	グローバルビジネス	担当教員	野口　恭平	科目コード	143
配当年次	1年次・2年次	学期	後期		
キャンパス	東京	単位数	2単位		

講義の概要とねらい

＜概要＞
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、「多様性の理解と対処」を基本として、「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な協働」は重要なポイントとなる。また各拠点において、或いは各拠点との連携において正しく事業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。
本講義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。
本講義では、北米やグローバル領域でのビジネス経験に基づき、「グローバルビジネス環境において市場の多様性への対処、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」をテーマとしたレクチャーを行い、海外拠点・海外パートナーと如何に協働し、また国内本社を如何に動かすべきか、またそこに必要とされるグローバルビジネススキルも含めて、より実践的な事業推進にむけての議論を深めていく。
＜狙い＞
事業構想・事業計画において、事業アイデアや事業拡張の可能性を拡げるために、「グローバルマネジメントの視点」「多様性マネジメントの視点」を有効に取り入れることを狙いとし、グローバルマーケティング論の進化を踏まえながらも、今後の国内ビジネス（インバウンド含む）にも有益となる多様性マネジメントの側面から、海外及び国内市場での競争力強化を実現できる力を養うことを目的とする。

到達目標

海外拠点での事業展開、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、国内市場を含むグローバル環境での事業推進において、必要とされるグローバルビジネススキルの理解と共に、的確な多様性マネジメントを実行するための重要ポイント等、理論的な理解をベースに、実践において対応できる視点と方法論を身に付ける。

キーワード

多様性マネジメント(理解、対処、活用)、グローバル視点の活用、グローバルビジネススキル、国内市場への応用、ブランドマネジメント

授業の進め方と方法

授業は講義と討論の併用で、具体的な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（理論と事例紹介）
・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多彩なゲスト講師によるビジネス事例紹介と討論を行う。
・中間レビューによるポイント整理と、最終的なまとめを通して、理論と実践の関係を整理する。

授業計画		課題
第1回	オリエンテーション	グローバルマネジメントの範囲
第2回 第3回	・求められるグローバルビジネススキル（事例と討論） ・グローバルビジネススキルを実践ケースで考える（講義と討論）	多様性におけるコミュニケーション
第4回 第5回	・多国籍企業の類型理論とグローバルマーケティングの課題（講義と討論） ・グローバルとローカルのバランスマネジメント（事例と討論）	多国籍企業の運用類型 海外ビジネスマネジメント手法の進化
第6回 第7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（事例紹介と討論）	異文化のマネジメント 中国市場ビジネス

第8回 第9回	・日本伝統ブランドの海外展開（事例紹介と討論） ・中間レビューとしてのポイント整理（講義と討論）	日本伝統ブランドの再生
第10回 第11回	・国内インバウンドビジネスの戦略（事例紹介と討論） ・コンテンツビジネスの海外戦略（事例紹介と討論）	インバウンドビジネスオペレーション コンテンツ業界の競争力
第12回 第13回	・新興国（インド）市場におけるビジネス（事例紹介と討論） ・アジアにおけるIT教育ビジネス（CSV)戦略（事例紹介と討論）	新興国市場への対応力 CSVビジネスの可能性
第14回 第15回	・海外進出の成功例と失敗例（事例紹介と討論） ・総括（討論とまとめ）	グローバルビジネスでの重要課題 国内市場での応用

教科書

教科書の指定はしない。授業のガイドとなる理論要約を逐次提供する。

参考書、講義資料等

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

成績評価の基準及び方法

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

オフィスアワー

メールにて事前予約の上、適宜面談を実施する。

その他

授業科目名	地域活性と事業構想	担当教員	重藤さわ子	科目コード	144
配当年次	1年次・2年次	学期	前期：福岡、後期：東京		
キャンパス	東京・福岡	単位数	2単位		

講義の概要とねらい

本講義では、まず、なぜ地域活性化をしなければならないのか、地域が活性化するということはどういうことか、といったそもそも論を、地域の持続可能性から問い直していく。さらに、地域活性化を、複数のテーマから掘り下げていくことで、地域活性化は、近視眼的な事業の実施や成功が目的なのではなく、中長期的に地域を持続可能なものにしていくための手段であるという認識を深め、地域のありたい姿・あるべき姿を地域目線に立って構想することの重要性を学ぶ。そのうえで、それぞれの関心分野から、地域の持続可能性実現に向けた地域活性化事業を構想する能力を養う。

地域活性化に向けた取りくみには様々なものがある。国も「まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定し、地方創生を政策の大きな軸に据えてきたが、期待した効果が現れていない事業も多くある。その理由はすでに専門家が議論するところではあるが、多くの地域が、その地域の中長期的持続性（ありたい姿・あるべき姿）を、自らか確信を持って描けていないことが大きいのではないかと考える。また、地域活性化の難しいのは、地域の問題は様々な要素が複雑に絡み合っており、一つの学問分野では到底とらえきれない領域である、ということである。そのため、本講義では、地域の問題を多角的な視点から掘り下げていくことの重要性を学ぶことを重視する。本講義の、社会の問題を多角的視点からとらえ、事業の受益者の目線にたち、中長期的展望を持って具体的な事業を構想する、というアプローチは、より良い社会、社会の変革に資する事業構想を志す本学の院生にとっては、「地域活性」への関心にこだわらず、有益な学びにつながるはずである。

到達目標

本講義を履修することによって次の能力を修得する。
・社会の問題を多角的にとらえる能力
・地域の将来あるべき姿・ありたい姿を構想する能力
・地域の目線に立ち、中長期的な展望をもって、事業を構想する能力

キーワード

地域活性化、持続可能性、地域人口、地域経済、環境・エネルギー

授業の進め方と方法

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

授業計画		課題
第1回	オリエンテーション	講義の目的、到達目標・進め方を理解する。
第2回 第3回	地域活性化はなぜ必要か	地域活性化を持続可能性から問い直す。
第4回 第5回	地域が将来あるべき姿とケーススタディ①	持続可能な地域人口・地域産業をテーマに地域のあるべき姿を考える。
第6回 第7回	地域が将来あるべき姿とケーススタディ②	地域のあるべき姿と持続可能性への農業・食のかかわりについて考える。
第8回 第9回	地域が将来あるべき姿とケーススタディ③	地域のあるべき姿と持続可能性への環境・エネルギーの役割について考える。

第10回 第11回	グループワーク①　地域活性化に資する事業構想	地域のあるべき姿から、アイデア出し・共有・深化を行う。
第12回 第13回	グループワーク②　地域活性化に資する事業構想	アイデアを事業構想へと発展させ、実現可能性の検討を行う。
第14回 第15回	事業構想発表・ふりかえり	発表内容の相互評価・フィードバックを行う。

教科書

随時授業内で示す。

参考書、講義資料等

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

成績評価の基準及び方法

①学習内容をもとに、自身が立てた「問い」に対する、段階的ショートレポート（全3－4回）（60%）
②討論・グループ発表への参加（20%）
③事業構想レポート（1回）（20%）

オフィスアワー

メールで事前に予約すること。

その他

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、地域活性化に資する、様々な事業を行っているはずである。それらの情報や意見交換・相互の学び合いの場としても活用いただきたい。

授業科目名	組織と人材	担当教員	片岡幸彦	科目コード	145
配当年次	1・2年次	学期	前期：大阪　　後期：東京		
キャンパス	前期:大阪　後期:東京	単位数	2単位		

講義の概要とねらい

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

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

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

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

それはとりもなおさず個々人の主体性を高めるための内発的動機づけを高めることであり、自己決定感を醸成することで個々人の創造性を最大限発揮させることでもある。それによって、個人の自己実現と組織ミッション・ビジョンの実現につなげていくものである。そのために成果中心ではなく、Y理論の人間観に基づく学習と成長の視点にフォーカスしたマネジメントも重要な要素の一つである。この授業では、上記の視点から理論と事例を紹介しながら進めていく。

＊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

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、新規事業を立ち上げたときの将来リスクを低減させることが出来る。

理念・戦略と一貫性のある組織・人材マネジメントを構築し、高い業績と顧客志向の組織文化・風土を形成する改革に寄与することが出来る。

キーワード

スター型モデル　理念・戦略と一貫性のある組織・人材マネジメント　参加型経営　エンゲージメントの高い自律型組織

授業の進め方と方法

基本的には講義中心　クラス討議　発表

授業計画		課題
第1回	オリエンテーション：授業計画と組織デザインの考え方	組織と人材の将来リスクの検討
第2回 第3回	参画型経営　①戦略 ・ミッション・ビジョン・バリュー構築の重要性：創業ストーリー ・顧客提供価値と一貫性のある組織デザイン	創業ストーリーの検討 （ミッション、ビジョン、バリュー）
第4回 第5回	参画型経営　②構造 ・外部環境の変化に適応した組織構造 ・目的に応じた組織構造の選択	顧客提供価値の検討および外部環境と組織構造との適合度確認

第6回 第7回	参画型経営　③プロセス ・顧客価値向上に向けた業務プロセスの整備 ・部門間連携とコンフリクトマネジメント	部門間に横たわるコンフリクトの要因分析
第8回 第9回	参画型経営　④報酬 ・組織目的・目標の実現と個人の自己実現の統合 ・金銭的報酬・非金銭的報酬	求められる人材像および人材に対する報酬のあり方
第10回 第11回	参画型経営　⑤人材 ・社員のモチベーションを高める人材マネジメント ・人事評価の基本的考え方	人事評価のあり方とモチベーション向上策
第12回 第13回	参画型経営　⑥自律型組織の基本的な考え方 ・参画型経営・自律型組織・人材マネジメントの方向性 ・エンゲージメントを高める経営のあり方	エンゲージメントを高める組織の要件
第14回 第15回	参画型経営　⑦成長と学習を促進させるマネジメントのあり方 ・社員の主体性を高めるリーダーシップ ・組織学習を促進するPDLCマネジメントのあり方	社員の学習と成長を促すマネジメント

教科書

講義の都度配布される資料を活用

参考書、講義資料等

「経営組織論」「組織行動論」「人的資源間理論」の3つの理論をベースに関係する理論に関する著書

成績評価の基準及び方法

クラスへの貢献70点　　レポート30点

オフィスアワー

「メールで事前に予約すること」

その他

授業時間以外は学習は特に設定しないが、学習したことを自社組織やこれから立ち上げるであろう組織に当てはめて考えることをしていただきたい。
またそれぞれの講義は関連性を持った内容であるので、全講義出席することが望ましい。

授業科目名	ビジネス会計	担当教員	和田貴郎	科目コード	146
配当年次	1年次・2年次	学期	後期		
キャンパス	東京（名古屋・大阪・福岡への中継有）	単位数	2単位		

講義の概要とねらい

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

（ねらい）本講義では、会計を初めて学ぶ人にも分かるよう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的なものの見方を身につけることを目的とする。

到達目標

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

キーワード

会計、財務会計、管理会計、複式簿記（仕訳）、キャッシュフロー

授業の進め方と方法

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

授業計画		課題
第1回	オリエンテーション	会計の目的と機能について予めイメージをもつ。
第2回 第3回	複式簿記の基本（1）	①企業活動をどう計数的に報告したらよいか、考える。 ②認識・測定手段としての仕訳のルールを理解する。
第4回 第5回	複式簿記の基本（2）	①主な取引を仕訳の形で表現してみる。 ②簿記フローを理解し、決算の必要性を考える。 ③第5回の中で、ミニテスト①を実施
第6回 第7回	財務諸表を読む（1）	①有価証券報告書にどんな情報があるかを確かめる。 ②財務分析手法を理解し使ってみる。
第8回 第9回	財務諸表を読む（2） 管理会計の諸概念と原価計算	①2社比較をして何を読み取れるか実践してみる。 ②第8回の中で、ミニテスト②を実施 ③原価とその計算方法のイメージを掴む。
第10回 第11回	損益分岐点分析 利益計画・業績管理	①損益分岐点分析を使ってみる。 ②利益計画・予算の作成フローを理解する。
第12回 第13回	キャッシュフローと資金管理	①損益計算とキャッシュフローの違いを掴む。 ②運転資金とは何か理解する。 ③第13回終了後にレポート課題（第15回終了後1週間以内に提出）

第14回 第15回	設備投資計画 事業収支計画	①NPV・IRR、資本コストを理解する。 ②第14回の中で、ミニテスト③を実施 ③事業計画の一部としての収支計画作成フローを理解する。

教科書

指定しない。各回、講義PPTスライドコピーを配布する予定。

参考書、講義資料等

簿記:
三菱 UFJ リサーチ＆コンサルティング 著「図解でわかる仕訳から決算書・申告書までの流れ」(MUFG2016)
財務会計・分析:
日本経済新聞社編「財務諸表の見方(第１２版)」(日経文庫 2016)
川本淳ほか著
「はじめて出会う会計学 新版」(有斐閣アルマ 2015)
管理会計:
高橋香 著「基本からわかる管理会計」(産業能率大学出版部 2011)

成績評価の基準及び方法

ミニ演習合計６０点とレポート課題４０点の総合評価により、６０点以上を合格とする。

オフィスアワー

特に設けない。必要な場合、メールで事前に予約すること。

その他

授業科目名	収支計画の立て方	担当教員	和田貴郎	科目コード	147
配当年次	1年次・2年次	学期	夏期集中		
キャンパス	東京（名古屋・大阪・福岡への中継有）	単位数	1単位		

講義の概要とねらい

（講義概要）事業収支計画は会計の様式（損益計算書、キャッシュフロー計算書、貸借対照表）を使って作成・表現されるため、必要最小限の会計の知識について整理したうえで、事業収支計画を作成する手順・構成を示し、また、記述的な事業計画の各要素をどのように計数（金額）で表現するかを、各要素局面ごとに考慮点を含め解説する。
この一連の解説内容を基に、簡単な仮想事例を用いて作成プロセスをExcelでシミュレートしていただく。

（ねらい）上記講義・演習を通じて、受講者ご自身の事業構想計画書の中の事業収支計画パートを作成する際の見通しを体得させる。

到達目標

自分の事業構想計画書の中の事業収支計画パートを、自信をもって作れるようになる。

キーワード

収支計画、損益分岐点、会計、事業収支計画書、EXCEL

授業の進め方と方法

第3回以降、2コマを1セットとして、前半（奇数回）を講義・例題、後半（偶数回）を演習とする。
第7回の中で、30分程度のミニ課題を実施する。

授業計画		課題
第1回 第2回	① 事業収支計画作成プロセス ② 売上予測と売上原価	①財務3表の目的と構成を理解する ②収支計画作成プロセスを理解する ③売上予測方法・原価算定方法を知る
第3回 第4回	① 設備計画・人員計画・資金計画 ② 演習＃1	①減価償却・運転資金を理解し計算できる ②全体構成設計と売上予測の入力
第5回 第6回	① その他の費用・事業収支計画の評価と分析（1） ② 演習＃2	①その他の経費項目の留意点を知る ②損益分岐点分析を使えるようになる ③原価予測・設備計画・人員計画の入力
第7回 第8回	① 事業収支計画の評価と分析（2） ② ミニ課題 ③ 演習＃3	①NPV・IRR・回収期間を算定できる ②ミニ課題の実施 ③事業収支計画・資金収支計画・BSへの取りまとめ

教科書

指定しない。各回、講義PPTスライドコピーを配布する予定。

参考書、講義資料等

日経文庫 成功するビジネスプラン（伊藤良二 著、日本経済新聞社 2005）
ゼロからわかる事業計画書の作り方（井口嘉則 著、日本能率協会マネジメントセンター、2009）

成績評価の基準及び方法

講義・演習への参加・貢献30点と、ミニ課題70点の総合評価により、60点以上を合格とする。

オフィスアワー

特に設けない。必要な場合、メールで事前に予約すること。

その他
①　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。（ビジネス会計既履修者は復習としてご理解下さい） ②　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、教室前面スクリーンでも表示しながら説明しますが、可能であれば演習ワークシートをダウンロードして、PCないしタブレットを第3回目以降持参されたい。

授業科目名	ファイナンス	担当教員	結城秀彦	科目コード	148
配当年次	1年次・2年次	学期	前期		
キャンパス	東京	単位数	2単位		

講義の概要とねらい

″ 構想した事業を事業構想計画に落とし込んで実行するためには、事業に要する資金調達を考慮しなければならない。If you do your own business, you need to consider financing it! “
本講義は、事業構想を事業構想計画に落とし込むのに必要な資金調達の基本的な考え方を修得することをねらいとしている。
本講義では、資金の貸手（金融機関等）ではなく、資金調達者である起業家の観点から、ファイナンスの基礎を概観する。
そのため、本講義では、事業計画・資金調達の立案を念頭に置きながら、資金調達能力に関して「企業価値」「将来キャッシュ・フローによる事業の評価」「資本コスト率」等について、また、資金融通者との折衝に関して「資金調達形態（負債・資本）」「借入契約」「株価」等について学んでいく。

到達目標

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

キーワード

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

授業の進め方と方法

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

授業計画		課題
第1回	オリエンテーション	事業構想におけるファイナンスの位置付け、ファイナンスの前提となる貸借対照表の資金の運用と調達の概念を学
第2回 第3回	信用リスク.デフォルトリスクへの対応と事業計画	資金調達の前提となる「信用」の概念を学ぶ。また、ファイナンス論における事業計画の位置付けを学ぶ。
第4回 第5回	事業計画・資金計画 企業価値と資金調達能力	事業計画・資金計画の立案の要諦とファイナンス論における企業価値の位置付けを学ぶ。

第6回 第7回	企業価値.	資金調達能力の基礎となる企業価値、永続価値. 資本コスト率(金利)の構造. 内部収益率の諸概念と資金融通者の関心について学ぶ。
第8回 第9回	資本構成、債務と資本の差異..債務による資金調達、	債務と資本それぞれによる資金調達を学ぶ。また、債務による資金調達と返済(回収)リスク及び担保について学ぶ。
第10回 第11回	借入契約の実務、資本による資金調達	銀行取引約定、金銭消費貸借契約等の借入実務と株式による資金調達の特徴である払込資本、資金回収手段と株式流通、資本政策について学ぶ。
第12回 第13回	企業価値と時価総額、株価算定	株価x株式数=資金調達額の関係を踏まえ、企業価値と時価総額、有利発行、株価の算定方式について学ぶ。
第14回 第15回	その他の資金調達の手法、講義の総まとめ	クラウドファンディングや各種補助金等、その他の資金調達の手法の概要を学ぶ。 また、各回の講義を振り返り、学んだ事項の総まとめを行う。

教科書

・講義にあたって、教科書は指定せず、スライド及び資料を配布する。

参考書、講義資料等

・参考書については講義の進捗に合わせて伝達する。

成績評価の基準及び方法

・全講義終了後、レポート提出による評価を行う。
・レポート課題については、その一部を第8—9回終了後に通知し、早期着手を促す。

オフィスアワー

・メールで事前に予約すること。

その他

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

授業科目名	ブランド戦略	担当教員	野口 恭平	科目コード	150
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		

講義の概要とねらい

＜概要＞
事業推進（商品・サービス含む）においては、ブランド価値を明確に規定することで差別化を生み出す事業戦略をいかに構築し、自組織内への浸透やステークホールダーへその価値を伝達しながら、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、地域等）におけるブランドの価値規定、ブランド体系構築、組織内浸透、長期短期のマネジメント、一貫性を持たせたコミュニケーションのあり方等、ブランディング戦略の策定と実行方法について事例を基に理解を深めることを目的とする。
講義においては国内・海外におけるブランディング＆ブランドコミュニケーション戦略推進の実務経験に基づき、学術的なブランド理論をベースに、実際のビジネスで起こり得る事象や組織の力学等を踏まえた視点を取り入れ、より実践的なブランド構築とその運用方法をレクチャーする。

＜狙い＞
本講義は事業構想＆事業計画における戦略の骨格を構築するための手法を身につけることを狙いとし、ブランド論、マーケティング論の進化を学びながら、数多くの事例を基に、変化する社会や市場に対応していく視点を獲得する内容となっている。

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

キーワード

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

授業の進め方と方法

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

・基本的な戦略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。

授業計画		課題
第1回	オリエンテーション	ブランド戦略の定義
第2回 第3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と4.0によるブランド戦略の考え方（講義と討論）	ブランド価値規定手法 社会課題解決価値をもたらすブランド
第4回 第5回	・ブランド体系と戦略策定（食品業界事例紹介と討論） ・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）	ブランド階層と体系構築 社会課題解決価値をもたらすブランディング
第6回 第7回	・ブランド価値創造と差別化マネジメント(飲料業界事例紹介と討論) ・ブランド戦略と事業戦略・コミュニケーション戦略への展開(自動車業界事例紹介と討議)	顧客インサイトとブランド価値規定 事業戦略とブランド戦略との関係

第8回 第9回	・中間レビューとしてのポイントの整理(講義と討論) ・地域(地産)ブランディング戦略(地域ブランド事例紹介と討論)	地域・地産のブランディング
第10回 第11回	・日本伝統モノづくりブランド戦略(事例紹介と討論) ・地域・中小企業ブランド戦略(事例紹介と討論)	伝統工芸、伝統文化のブランディング 地域・中小企業のリブランディング
第12回 第13回	・戦略広報を活用したブランディング(事例紹介と討論) ・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)	広報を活用したブランディング手法 サービス事業のブランディング
第14回 第15回	・CRM・高級ブランドの戦略(事例紹介と討論) ・総括(まとめと討論)	高級商品・サービスのブランディング

教科書

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

参考書、講義資料等

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

成績評価の基準及び方法

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

オフィスアワー

メールにて事前予約の上、適宜面談を実施する。

その他

授業科目名	事業経営の基礎知識	担当教員	二之宮　義泰	科目コード	151
配当年次	1年次・2年次	学期	前期		
キャンパス	東京（名古屋・大阪・福岡への中継有）	単位数	2単位		

講義の概要とねらい

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、汎用性の高い事業経営の基礎知識を身につける。又、授業を通じ、院生各々が自己分析を行い、事業経営を担う上での努力目標を具体的に定め、能力開発に着手する。

キーワード

事業経営、経営実務、グローバル経営、事業経営フレームワーク、クロスSWOT

授業の進め方と方法

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

授業計画		課題
第1回	オリエンテーション	
第2回 第3回	「事業経営と私」　担当教授の30年間の経営職歴を時系列的に追い、種々の事業経営（日米欧）エッセンスを紹介する	
第4回 第5回	「事業経営とは」 事業経営の基本的な理論を実践的に紹介する	
第6回 第7回	「多国籍企業の事業経営」 実例を挙げ、グローバルスタンダードを紹介し、日本へ導入可能なハイブリッド型経営を学ぶ	
第8回 第9回	「事業経営の実際」 外部講師による講義。事業構想を成功させるヒント、フレームワークを演習も交え学ぶ。	

第10回 第11回	「事業経営のフレームワーク」 実用性が高い経営フレームワークを紹介し、それらへの理解を深める	講義で学んだフレームワークを用い、院生が現在所属する事業体の分析や自己分析（事業構想家・経営者として）を行い、第12回・13回・14回で各々が発表
第12回 第13回	「事業構想の総括」 院生による課題発表・討議	同上
第14回 第15回	「事業経営の総括」 院生による課題発表・討議に続き、講義の総括をキーワードを列挙・レヴュウする形で再度事業経営に対する理解を深める	発表・討議・フィードバックを参考に、フレームワークを用いた分析を最終化し、期日までに提出

教科書

参考書、講義資料等

プロ直伝！成功する事業計画書のつくり方（秦 充洋　著）

成績評価の基準及び方法

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

オフィスアワー

メールで事前に予約すること

その他

特に第2回・3回の講義には出席を求めます。

授業科目名	知が創る未来ビジネス（知財戦略）	担当教員	早川典重	科目コード	152
配当年次	１年次・２年次	学期	前期（東京）・後期（名古屋）		
キャンパス	東京・名古屋	単位数	２単位		

講義の概要とねらい

・現在社会では、なぜ、良いものを作っても利益が出なくなってしまったのでしょうか？なぜ、20世紀末に苦しんでいた米国経済は世界を牽引できるまで復活したのでしょうか？21世紀になり、経済の仕組は、構造的に大きく変化しました。導入部分では、世界における構造の変化、日本の立ち位置を理解した上で、米国の復活、日本の凋落の背景や世界の潮流を学びます。
・21世紀になって、フィジカル（もの）からデジタル（情報）への産業構造の変化があり、人が産み出す知的財産が付加価値（利益）の源泉になります。米国と中国の貿易戦争は、貿易赤字の削減が本質的な問題ではなく、21世紀型ビジネスの収益の源泉である知を巡る覇権争いです。知は、一体どんなビジネスを作り出しているのでしょうか？知とは何か？知が創り出すビジネスの本質を考えます。
・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、企業や事業にとって最大の資産である知財の意味、最先端の経営としての知財戦略は何かを理解し、みなさんが今考えている事業に知財という概念を入れたビジネスモデルに変えると如何にドラスティックに収益構造が変わるかを各自のケースを通して学んでいきます。

到達目標

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

キーワード

世界の潮流、21世紀の構造変化、事業構想のための知財戦略、オープンイノベーションと知財、ラグジュアリーブランディング

授業の進め方と方法

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

授業計画		課題
第1回	事業構想の本質と知財戦略の持つの意味、、講義内容の説明/講義・質疑応答	
第2回 第3回	【前半】21世期における世界の潮流と構想的変化の俯瞰的把握と検証/ 講義 【後半】21世紀型ビジネスモデル・知財とは何か？/講義・グループ討議	毎回講義中に提示される旬なテーマに沿って自分なりの視点で考える （レポート提出不要）
第4回 第5回	【前半】知財戦略①技術・特許・Open&Close戦略/ケーススタディ・グループ討議 【後半】ゲストスピーカーによる講演と討議	毎回講義中に提示される旬なテーマに沿って自分なりの視点で考える （レポート提出不要）
第6回 第7回	【前半】知財戦略②Know-how、M&A/講義・ケーススタディ・グループ討議 【後半】ゲストスピーカーによる講演と討議	毎回講義中に提示される旬なテーマに沿って自分なりの視点で考える （レポート提出不要）
第8回 第9回	【前半】知財戦略③デザイン・ブランド・ドメイン/ケーススタディ・講義・グループ討議 【後半】イノベーションと知財戦略/講義・グループ討議	毎回講義中に提示される旬なテーマに沿って自分なりの視点で考える （レポート提出不要）

第10回 第11回	【前半】オープンイノベーション的思考、オープンイノベーションの表裏一体にあるもの/講義・グループ討議 【後半】事業構想と知財戦略の実践/講義・ケーススタディ・グループ討議	毎回講義中に提示される旬なテーマに沿って自分なりの視点で考える （レポート提出不要）
第12回 第13回	【前半】知から「未来」を予測する/講義・グループ討議 【後半】ゲストスピーカーによる講演と討議	毎回講義中に提示される旬なテーマに沿っ て自分なりの視点で考える （レポート提出不要）
第14回 第15回	【前半】事業構想と知財戦略の実践②/グループ討議・エレベータピッチ 【後半】知財戦略・オープンイノベーションの本質と要諦とは？/小論文とまとめの講義	

教科書

授業時におけるレジュメ

参考書、講義資料等

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

成績評価の基準及び方法

授業への積極的な参加：40%、自分なりの視点・意見の発露：40%、レポート：10%

オフィスアワー

メールで事前に連絡すること

その他

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

授業科目名	マネジメントのための哲学	担当教員	桑子敏雄	科目コード	153
配当年次	1年次・2年次	学期	前期		
キャンパス	東京(大阪への中継有)	単位数	2単位		

講義の概要とねらい

ビジネスをデザインし、またマネジメントするためには、マネジメントという行為についての知識とその知識を事業展開の血肉にしてゆく実践的な知的技術が必要である。そのなかでも特に重要なのは、事業の目標をどのように設定するかということである。

本講義では、マネジメントの目指すべき目標をひろく社会のなかに位置づけるべき「理念」ととらえ、理念構築の方法論と理念の実現に向けたプロセスデザインについて、哲学的な観点から考察しつつ、理念の構築を実践的に行う。

授業ではグループワークを行い、チームマネジメントも同時に身に着ける。ビジネスの理念を創出するプロセスを一つのプロジェクトとしてデザインし、このプロジェクトを実行しつつ、プロジェクトマネジメントそのものを実践的に理解する。各グループは、

（1）ビジネスにとっての理念とは何か

（3）理念構築をプロジェクトとしてマネジメントするとはどのようなことか

をまとめる。また、各人が起業することを想定し、この総括に沿ってそれぞれの具体的な理念を「定款」に書き込む作業を行う。

到達目標

マネジメントにおける理念構築と理念実現のためのプロセスデザインの方法論について実践的に理解する。

キーワード

理念、目標、ビジネス、プロジェクト、プロジェクトマネジメント

授業の進め方と方法

初回はガイダンスとして1コマ、以降は2コマの連続講義である。授業は、まずグループをつくり、グループワークを通して、ビジネスがめざすべき「理念」の構築に向けた話し合いを行う。毎回の話し合いを積み上げ、グループとしてビジネスと理念の関係を理解し、各人は想定した起業における「定款」に理念を書き込む。

授業計画		課題
第1回	オリエンテーション	講義の目的、到達目標・進め方への理解
第2回 第3回	グループ結成とビジネスの理念構築のためのグループワークの心得	グループをつくり、グループワークにおけるコミュニケーションのあり方を考える。
第4回 第5回	ビジネスという行為における選択と理念	ビジネスとって理念と何かを考える。
第6回 第7回	理念構築の手順	理念構築の手順を考える。
第8回 第9回	事業を構想するなかでの理念構築の諸課題	理念構築の諸課題を考え、整理する。
第10回 第11回	各人の企業想定のもとでの理念の構築	理念構築の諸課題に沿って各人が理念を定款に書き込む。
第12回 第13回	プレゼンテーションと相互批評。	プレゼンテーションの方法を学ぶ。
第14回 第15回	最終プレゼンテーションと授業の振り返り	相互評価・フィードバック

教科書
桑子敏雄『何のための「教養」か』を用いる。
参考書、講義資料等
アリストテレス『ニコマコス倫理学』第三巻 そのほか随時授業内で示す。
成績評価の基準及び方法
①平常点グループワークでの参加状況（50%） ②グループでのプレゼンテーションと報告書（25%） ③各人の授業記録（25%）
オフィスアワー
メールで事前に予約すること。
その他

授業科目名	基礎となる心構えと 実際に必要な知識 （事業構想特論Ⅰ）	担当教員	杉本哲哉	科目コード	154
配当年次	1年次・2年次	学期	夏期集中		
キャンパス	東京校	単位数	1単位		

講義の概要とねらい

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。

キーワード

知識、好奇心、胆力、覚悟、運

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。

授業計画		課題
第1回 （1・2コマ）	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 （3・4コマ）	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 （5・6コマ）	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 （7・8コマ）	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	講義最終日に課題レポートの告知

教科書

講義の内容に沿ったスライド資料をスクリーンに投映しながら進める。

参考書、講義資料等

『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授業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。

オフィスアワー
講義の際に直接アポイント打診のこと。

その他
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、従業員約2,500名、連結売上44,279百万円、世界19か国49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。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。

授業科目名	企業成長とイノベーション （事業構想特論Ⅲ）	担当教員	松江英夫	科目コード	156
配当年次	1年次・2年次	学期	春期集中		
キャンパス	東京（名古屋・大阪・福岡への中継有）	単位数	1単位		

講義の概要とねらい

持続的成長は企業にとって永遠のテーマである。一方で、昨今の不確実な時代において企業が持続的に成長してゆくことは難易度が高まっていることも事実である。グローバル化、デジタル化、ソーシャル化というマーケットの不確実性を生み出す3つの潮流を背景にしながら、いかにして日本の企業は成長を果たしてゆくべきか。そこにおいては、長期的な視座でありたい姿を描く構想力とともに企業のよって立つ強みを再定義して勝ち筋を見出してゆく戦略的な思考が求められる。と同時に、戦略を実践して持続的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。構想力、戦略思考、組織変革力が伴ってこそ、企業は持続的に成長を遂げることができるのである。とりわけイノベーションは、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、社会課題解決を念頭に、自社のみならず異業種やベンチャー企業と大企業とのＭ＆Ａや提携などを通してエコシステムをいかに構築してゆくか、そして新たな価値をいかに生み出してゆくか広い構想力が問われている。また、それを企業として実践してゆくうえで、イノベーションを常に興し続ける組織力が求められる。これらの事業構想を作成し、実践に移すうえでの実務的な要諦を本講義で概説する。

本講義では、本講義ではその問いを解くうえで、成長戦略策定におけるアプローチやイノベーションの捉え方、また持続的成長のための組織変革のフレームワークや方法論など、企業成長をしてゆく上での経営戦略及び組織変革論の観点から実務的課題と処方箋を明らかにする。企業成長の戦略やイノベーションを概念論に留まらず、より具体的な組織論に落とし込むアプローチを、担当教員が生み出したオリジナルな自己変革の方法論（「3つの連鎖」）に基づき、多くの変革現場と経営者との対話から得られた知見から解き明かす。これらを通して、受講生が自らの検討している事業構想における成長戦略やビジネスモデル及び組織論における構想力及び実践力を高めることを本講義の狙いとする。

到達目標

成長戦略やイノベーション、それを実践するために自己変革できる組織に関する変革の方法論（フレームワークや着眼点と解決アイデア）に関して、実践的なノウハウを基礎として学ぶことを目標とする。さらには、自らが修学時を通して検討する事業構想に関して、学んだ内容を将来的に駆使し、事業構想実現に向けて活用する思考を磨くことを目標とする。

キーワード

イノベーション、持続的成長、自己変革、成長戦略、デジタルトランスフォーメーション

授業の進め方と方法

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

授業計画		課題
第１回 第２回	第１回　成長戦略とイノベーションの捉え方	成長戦略とは何か、イノベーションの定義や捉え方を理解すること、またそれを構想するためのフレームワークや切り口を理解すること。
第３回 第４回	第2回　成長に向けた組織変革論・・・自己変革の「3つの連鎖」	成長に向けて自ら変革できる組織とは何か、そのフレームワークと要諦が理解できること。
第５回 第６回	第3回　イノベーションを興し続ける組織とは何か	組織イノベーションを興すための組織上の課題と解決の糸口についての理解ができること。

第7回 第8回	第4回　事業構想における成長とイノベーション	自らの事業構想において、学習した内容を展開するためのアプローチを想起できること。

教科書

・「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）

参考書、講義資料等

・「不確実な時代に強みの再定義」（プレジデントオンライン）
https://president.jp/articles/-/27781
・「持続的成長への挑戦」（ダイヤモンドオンライン）
http://diamond.jp/category/s-matsuehideo
・「長寿企業の秘訣」（ダイヤモンドオンライン）
http://diamond.jp/articles/-/91607

成績評価の基準及び方法

主として講義終了後に提出するレポートの内容で評価を行う。評価の観点としては、①:講義で扱ったトピックに関する理解度と問題意識の深さ、②:受講者自身の事業構想への活用・展開度合い、を中心に評価を行う。

オフィスアワー

メールで事前に予約すること

その他

授業科目名	行政のしくみ ―官民連携の公共政策論 （事業構想特論Ⅳ）	担当教員	佐々木信夫	科目コード	157
配当年次	１年次・２年次	学期	春期集中		
キャンパス	東京（名古屋・大阪・福岡への中継有）	単位数	１単位		

講義の概要とねらい

この科目は「行政のしくみ―官民連携の公共政策」という名称ですが、講義の内容は事業構想に資する視点から、官民連携、公民連携が進むよう、公（行政、国、地方自治体）側からみた様々な仕組み、実際、課題などを講じ、討論してみたいと思います。私の専門が行政学、地方自治論である関係上、経済・財政学の側面より、政治学的なアプローチの話が多くなるかと思いますがご了承下さい。参考書など、受講生の皆さんの希望をきいて専門に囚われず、色々な分野の参考文献や人を紹介してみたいと思います。　　具体的にはこの国の行政のしくみ、官僚組織や省庁体制、国と地方の関係、さらに身近な市町村、都道府県という地方自治体のしくみや活動を取り上げ、その基礎的な知識の共有と、自治体ビジネスモデルを想定し、今後、民間企業と自治体が連携する場合の方法、課題、新たなビジネスチャンスはどのようにして可能かを考えます。
私は都庁職員１６年（特に企画部門）、大学教授３０年の挙育経験と、全国をくまなく歩いてきた行動する行政学者の知見を生かし、皆さんと公共領域における民間の役割、新たな参入、期待される役割を手探りではありますが、共に考えてみたいと思います。

到達目標

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

キーワード

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

授業の進め方と方法

この事業構想特論Ⅴは2コマ連続４日間という限られた時間枠となっていますので、基礎知識をなるべく分かり易く解説し、現在起きている様々な事象、感染症、待機児童、ごみ問題、介護問題、交通混雑、都市犯罪、外国人居住、近隣騒音、さらに住民投票などを話題にしながら、パワポを使い講義とディスカッションを組み合わながら授業を進めて行きたいと思います。

授業計画		課題
第1回	オリエンテーション、日常生活～民間活動と行政活動 憲法と地方自治のしくみ、	民間活動に行政はどう関わっているか、実例に沿って考える。また日本の憲法における地方自治の位置づけはどのようなものか、考察する。
第2回	政策づくりと地方分権、官僚制と日本の公務員	政策過程と政策立案の関わり、政策立案のプロセス、そして公務員の関わり、民間の役割を考察する。
第3回	日本の大都市制度、日本の税財政のしくみ	大阪都構想が話題になっているが、政令市、特別区といった日本の大都市制度はどのようなものか、行政活動を支える税財政の仕組みはどうか、財政状況も含め考察。
第4回	日本型州構想、新しい公共政策―官民連携	４７都道府県に代えて日本を１０の州に再編する。そこで広域圏での公共政策を展開。また官と民は今後どのように連携していくべきか、理論的な背景も含め考察する。

教科書

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

参考書、講義資料等

堺屋太一『3度目の日本』（祥伝社新書）、原英史『岩盤規制』（新潮新書）、橋下徹『異端のすすめ』（SB新書）、
佐々木信夫『この国のたたみ方』（新潮新書）、同『老いる東京』（角川新書）、同『新たな国のかたち』（角川新書）

成績評価の基準及び方法

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

オフィスアワー

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

その他

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

授業科目名	地域イノベーションと事業構想 （事業構想特論Ｖ）	担当教員	田中克徳	科目コード	158
配当年次	1年次・2年次	学期	東京（夏期集中）、名古屋（春期集中）		
キャンパス	東京（夏期集中）、名古屋（春期集中）	単位数	１単位		

講義の概要とねらい

地域に人や企業が集まらない、産まれない、訪れない等の問題は社会全体の課題となっているが、各所で同じような内容や規模等で活性化の取り組みを行っているケースも散見され、結果として期待される成果に結びつかないことが多い。本講義ではまず街づくりの視点で”地域”が持つ可能性について学び、その上で事業構想に結び付けていく力を深耕していく。具体的にはこれまでの実業経験等を活用しながら現場での実例も交え以下3つの内容で構成する。
＜地域を捉え事業を構想する基礎的な力＞
激変する国内外の情勢や社会課題の動向等を踏まえながら、地域の独自性（差別化できる潜在資源）、一貫性（地域が持続的に目指していくべき姿）、創造性（クリエイティブな需要創造）等の街づくり視点でその可能性や事業機会を見出す力を養う。事業構想に関する基礎的な授業も行う。
＜実行力＞
地域で事業を現実に実行にうつしていくにはコミュニティの存在、人間関係や利害関係、ポリティクス等に対する深い洞察やリレーション構築等に関する理解力が欠かせない。仮説のヒアリング相手や取り組みの優先順位を間違えたり、最初に協力を得ようと思ってアプローチした先に共感がなければ実現できていたであろう仮説も頓挫しがちである。経営チームや地域以外の外部参画者の存在も大切になる。こうした実行力に関する理解を深めていく。
＜演習やゲストとの討議＞
広い視野で地域の潜在的な力を見出しながら実際に各人がイノベーティブに事業を構想する簡単な演習を行い、実行する場合に必要な人脈づくりや資金調達、協力者への依頼、ネットワーキング等を含めどのような手順や手法で計画を実行していくべきか、ゲスト講師や受講者間による討議も交え学んでいく。

到達目標

地域創生に取り組んでいる事業家・スペシャリスト、行政担当、企業等のマーケティング・新規事業担当者並びに地方創生を志してUターン、Iターンを望む方が次の点を獲得できるようになること
・質の高い地域戦略を捉える基礎的能力
・地域で具体的な事業を構想できる基礎的能力
・実行に必要な基礎的知識、優先順位の考え方。人的ネットワーク形成の基礎的能力等

キーワード

事業構想、地域イノベーション、ネットワーキング、実行力

授業の進め方と方法

理論と現状課題認識、講義、具体的な事例による討議、ブラッシュアップ、発表、ネットワーキング機会等を先進的な外部ゲストも交えてローリングしながら実践的に進める。
集中授業のため、2コマ連続（計3時間）を4回にわたって行う。

授業計画		課題
第1回	◆オリエンテーション ◆地域イノベーションと街づくり戦略の基本講義 ・地域のブランド価値・グランドデザインとは ・激変する国内外の環境と地域イノベーション ・社会課題解決と経済価値創出の両立、地域イノベーションの要件等	自分が関わりたい地域の潜在力 取り組みたい事業仮説
第2回	◆事業構想に関する基本講義 ・計画策定の基本事項 ・初期段階で大切なこと・優先順位 ・投資家や支援のプロが見ているポイント等	

第3回	◆受講者の現状の課題、問題意識など（事前に提出）をサンプルとした討議 ・プロが見ているポイントに基づく討論 ・実行力の獲得に向けて	以降、次回授業までに考えてきてもらいたい課題を出します ※希望者によりますが、より実践的な機会獲得をのぞむ方については以下の構想計画策定等も想定します ・地域の潜在力を活かした事業の構想計画 ・地域イノベーションを支援する事業体としての構想計画 ・その他
第4回	◆ゲストスピーカーを招いての具体的取組の紹介、意見交換 （講義は45分、受講者含め質問、意見交換等を45分程度とし双方向型で進行）	
第5回	◆実行力に関する基本講義 ・プロユース、コミュニティ、ポリティクスについて。 ・新規の事業スタート（ゼロイチ）段階の様々な障壁。 ・必要な協力者、人脈づくり。仮説検証のアプローチ ・協力者が現れる人、そうでない人　他	
第6回	◆ゲストスピーカーを招いての実行力に関する講義、意見交換 （講義は45分、受講者含め質問、意見交換等を45分程度とし双方向型で進行）	
第7回	◆サンプルケースによる発表会と討議 ・受講者（複数名）による事業構想に関する発表 ・1～6回までの授業に基づく討議論点の確認 ・受講者間での意見交換　他	
第8回	◆総括講義（最終回）	

教科書

書籍にかかわらず地域イノベーション環境立上時の研究会資料、海外事例や事業家へのインタビュー内容等含め各回のテーマに応じて紹介する。

参考書、講義資料等

同上

成績評価の基準及び方法

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

オフィスアワー

メールで事前に予約

その他

※以下これまでの実業経験を活かした授業となれば幸いです。
産学公民連携含めた地域戦略策定、新事業支援環境の企画立案・立上げ（東京丸の内、大阪駅前、地方都市）。インキュベーターとして100社以上の中小・ベンチャー企業の事業支援・マッチング（新規株式公開企業含む）。米国西海岸企業の対日進出支援・誘致等を含めたイノベーションエコシステムづくり。これら活動を通した各種人的ネットワーク　等

授業科目名	人間の探究（事業構想特論Ⅵ）	担当教員	新井将能	科目コード	159
配当年次	１年次・２年次	学期	春期集中		
キャンパス	東京校	単位数	１単位		

講義の概要とねらい

新たな事業を創造するにしても既存の事業を見直すにしても、その主体は人間であるという前提に立ち、事業を構想するためにはまず自分がどのような人間でありたいのかを探究することが出発点なのではないかという考えのもと、この場に集い何らかのインタラクションを通じて、「事業を創造するとは何か」「本当に事業を創造したいのか」などについて自分という人間に向き合い自らを探究することで、こうした問いに対する自分自身の答えを探すきっかけにしていただきたいと考えています。
私は「経営者」であり、いわゆる事業承継を経験した者でもあります。その経験を単に語るのではなく、経験を客観的に分析しながら得られる視座を通じてみなさんに何かをお伝えできればと考えています。また、追体験には対話が効果的であるとの私自身の認識から、講義形式ではなく多くの時間を対話に使いたいと考えています。
私からみなさんに何かを「教える」ことはできないと思いますが、「気付いていただく」ことはもしかするとできるかもしれません。こうした趣旨に賛同いただける方々との対話を期待していますし、私自身もみなさんとの対話を通じて何かに「気付ける」のではないかと楽しみにしています。

到達目標

「事業創造」にかかるビジョンや目的、実現後の絵姿を自分なりに描けそして語れる自分になっていただければと思います。そして、「自分がどうあるべきか、どうありたいか」をこの場を通じて考え、探究するきっかけにしていただければと思います。

キーワード

人間、価値観、理想、現実、偶発性

授業の進め方と方法

追体験や対話を通じて人間を探究する視点をそれぞれが探し、その視点で自分自身を見つけ直すことを繰り返す

授業計画		課題
第1回	ゲストを招いての追体験による探究	経営者との対話を通じて想いを事業にするとはどういうことなのかを体感する
第2回	文献などを用いた追体験による探究	経営者について書かれた文献や記事をどのように読み解くのかについて考察する
第3回	価値観に関する学術論文を用いた探究	経営者の問題意識を学術的にアプローチする方法を経営者自身の学術論文を通じて考察する
第4回	これまでの経験を活かした自分自身の探究	第3回までの学びを通じて自分自身の探究につなげまとめとする

教科書

特に指定しません。必要に応じて授業内で資料を配布します。

参考書、講義資料等
特に指定しません。必要に応じて授業内で資料を配布します。
成績評価の基準及び方法
対話の参加度や場への貢献度などを総合的に判断し評価としたいと考えています。
オフィスアワー
集中講義のため、授業内および授業前後に対応したいと思います。

授業科目名	実践マーケティング（事業構想特論Ⅶ）	担当教員	鈴木　隆	科目コード	160
配当年次	1年次・2年次	学期	夏期集中		
キャンパス	大阪(東京校への中継有)	単位数	1単位		

講義の概要とねらい

マーケティングといえば、長らくコトラーに代表される「管理マーケティング（マーケティング ・マネジメント） 」のことでした。本社で市場を分析・予測し、精緻な計画を立ててフォローするものです。
しかし、今日、環境は複雑に絡み合い、想定を超えて急変することも珍しくありません。市場とりわけ新しい市場を予測することは困難となっています。
新規事業を立ち上げ軌道に乗せるには、「実践マーケティング（マーケティング ・プラクティス）」を取り入れることが不可欠です。現場で迅速に試行錯誤を繰り返し、顧客と市場を共創していかなくてはなりません。
「実践マーケティング 」では、マーケティングにとどまらず「消費者行動」にまで踏み込みます。消費者行動は、マーケティングの前提であるにもかかわらず、異なる専門分野とされたため、深く顧みられることは稀でした。現場の実践で役立つ消費者行動の視点について、理論で裏づけながらカバーします。
今後ますます重要となるデジタルマーケティングについては、最前線で活躍している経験豊富な実務家をゲスト講師として招く予定です。
本講義では、こうした「実践マーケティング」について、担当教員が起業したときの経験や実例も交えながら学べます（下端の「その他」参照）。旧来の「管理マーケティング 」を含め、マーケティング全般について陥りやすい盲点についてひととおり押さえることができます。

到達目標

マーケティングならではの発想と現場の実践に役立つ「実践マーケティング」の基本を身につけ、事業構想に織り込めるようになることを目標とします。

キーワード

マーケティング、消費者行動、新規事業、現場、実践、デジタル

授業の進め方と方法

質問を交えながら講義を進め、節目節目で演習や討議を挟み理解を深めます。2コマでの時間配分、休憩のタイミングは内容や進み具合に応じて変えます。
予習として教科書に目を通し、問題意識や質問をもって授業に臨み、復習として再度教科書に目を通してください。
学んだ内容を自身の事業構想へどのように活かすのかレポート（1,200～2,000字程度）にまとめ提出していただきます。

授業計画		課題
第1回	オリエンテーション	起業・マーケティングの実際を知る
第2回	マーケティング発想法	マーケティングの発想を身につける
第3回	「不」の発見	潜在的なニーズを見つける
第4回	計画と実行	計画と実行を循環させる
第5回	戦略と戦術	戦略と戦術を連動させる
第6回	消費者行動	現実の消費者をとらえる
第7回	デジタルマーケティング（ゲスト講師）	最先端のデジタルの取り組みを知る
第8回	デュアルマーケティング	ふたつのマーケティングを使い分ける

教科書

鈴木隆『御社の商品が売れない本当の理由 ―「実践マーケティング」による解決』2017年、光文社（光文社新書）

参考書、講義資料等
毎回パワーポイントの講義資料を配布します。理論的な背景をより深く知るには、拙著（鈴木隆『マーケティング戦略は、なぜ実行でつまずくのか ― 実践のための新しい理論とモデルの探究』2016年、碩学舎（発売：中央経済社））を参照してください。その他の参考書は、講義のなかで紹介します。
成績評価の基準及び方法
授業への参加・発言（50%）とレポートの提出（50%）の総合評価で60%以上を合格とします。
オフィスアワー
メールで事前に問い合わせてください。
その他
担当教員が（社内）起業したのは、国内初の住宅リフォーム仲介サイト「ホームプロ」です。「管理マーケティング」での計画どうりにはいかず、現場でひたすら試行錯誤を繰り返し、実績NO.1の仲介サイトになることができました。大阪ガスで事業を始め、NTT東西と会社を興し、リクルートの傘下に入った10年間の経験を踏まえ、最新の研究成果をはじめとした理論で裏づけながらまとめあげたのが、現場で役立つ「実践マーケティング」です。

授業科目名	事業構想基礎演習（1年次ゼミ）	担当教員	谷野豊　他	科目コード	171-174
配当年次	1年次	学期	後期		
キャンパス	東京・名古屋・大阪・福岡	単位数	2単位		

講義の概要とねらい

概要）
5名前後のグループで0を1にするビジネスローンチのための事業の発想･着想･想像、構想案、フィールド･リサーチ、構想計画、コミュニケーションの事業構想サイクルに落とし込んでグループのメンバーの強みを生かし、全国で共通のテーマに対して構想案を作り上げる。

ねらい）
共通のテーマに対する事業構想を、共創しながら事業構想へとブラッシュアップしていき、事業構想の手順を習得し、二年次の個々の事業構想に生かせるような力を身につける。

到達目標

履修者自身と関係のない分野の全国共通テーマの「対象顧客の明確化」、「課題抽出・解決」、「明るい未来の価値想像」をグループで共創し、最終発表会で聞いている人が楽しい未来を想像できるような事業構想を創り上げることを到達目標とする。

キーワード

事業構想、対象顧客の明確化、課題抽出、内的動機、ビジネスアイデア、グループワーク

授業の進め方と方法

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

授業計画		課題
第1回	オリエンテーション。各グループの発表、共通のテーマの発表。グループメンバーによるアイデアラッシュ。	グループで取り上げる課題の合意形成
第2回 第3回	共通のテーマに対して、発想･着想･想像（アイデア・発想・閃き）で発散し、グループテーマの方向性を確定する。	「発想･着想･想像」を仕上げる
第4回 第5回	発想･着想･想像（アイデア・発想・閃き）で発散したグループテーマをロジカル思考で収束させる。	グループテーマの方向性を確定する
第6回 第7回	グループテーマの構想案（知恵の出し合い、ケースを聞く、情報を集める）の議論を行い、アイデアを膨らませる。	知識と情報を集め、意識と意欲を持ったグループメンバーで話し合う事で新たな気づきを得る
第8回 第9回	構想案が顧客に受け入れられてるかを未知の顧客にテスト・マーケティング、ヒアリングを行った結果をもとに議論する。	フィールド・リサーチの結果をシェアし、そこから新たな発見を手に入れる

第10回 第11回	理想から落とし込み構想案実現のための肝となる要素を集約した戦略プラン（構想計画）に落とし込む。	過去からの推移や現状の分析などの結果に縛られない実現可能なロードマップを描く
第12回 第13回	コミュニケーション：構想を絵で指し示すように説明できるほどの説得力を持たせる。	人の心を捉えて動かす事業構想には夢の共有や魅力が求められる。それをいかに伝えるかを磨き上げて行く。
第14回 第15回	共通のテーマに対する事業構想発表 ［1グループ発表10分と討論・講評］	13回までにまとめあげてきた共通のテーマに対する事業構想計画を限られた時間内で発表し、共感を得る。

教科書

一年次演習テーマの内容により指示する

参考書、講義資料等

各テーマに沿った資料を配布する

成績評価の基準及び方法

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

オフィスアワー

各担当教員からオリエンテーション時に通知する

その他

定期的にグループで集まったり、オンライン会議等を活用し、最終発表に向けた準備を行う。

授業科目名	事業構想計画演習（2年次ゼミ）	担当教員	谷野豊　他	科目コード	175-187
配当年次	2年次	学期	前期		
キャンパス	東京・名古屋・大阪・福岡	単位数	2単位		

講義の概要とねらい

事業構想とは「アイデアが閃く瞬間から、事業計画作成までの思考、リサーチ、コミュニケーションの一連のプロセス」であり、当校では、「発想・着想・想像、構想案、フィールド・リサーチ、構想計画、コミュニケーション」の過程を繰り返す事で紡ぎあげていくものである。1年を通じてイノベーションレベルとソーシャルアントレプレナーシップ レベルが共に高い、現代版の三方良しのようなビジネスを作り上げていく事である。

到達目標

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

キーワード

事業構想、対象顧客の明確化、課題抽出、内的動機、ビジネスアイデア

授業の進め方と方法

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

授業計画		課題
第1回	オリエンテーション	履修者自身の内的動機を探る
第2回 第3回	事業構想計画の検討1	自分自身の経営資源、取り組みたい社会課題の確認
第4回 第5回	事業構想計画の検討2	「発想・着想・想像」を確認しながら検討する
第6回 第7回	事業構想計画の検討3	「構想案」を確認しながら検討する
第8回 第9回	事業構想計画の検討4	「フィールドリサーチ」の結果を踏まえて検討する

第10回 第11回	事業構想計画の検討5	「構想計画、コミュニケーション」を確認しながら検討する。
第12回 第13回	中間発表会に向けての論点整理1	対象顧客を意識して構築する
第14回 第15回	中間発表会に向けての論点整理2	決められた時間内で発表し共感を得る。

教科書

各構想の内容により指示する

参考書、講義資料等

各テーマに沿った資料を配布する

成績評価の基準及び方法

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

オフィスアワー

各担当教員からオリエンテーション時に通知する

その他

教員への個別相談などを積極的に行い、最終審査会に向けた準備を行う。

授業科目名	事業構想計画演習（2年次ゼミ）	担当教員	谷野豊　他	科目コード	175-187
配当年次	2年次	学期	後期		
キャンパス	東京・名古屋・大阪・福岡	単位数	2単位		

講義の概要とねらい

事業構想とは「アイデアが閃く瞬間から、事業計画作成までの思考、リサーチ、コミュニケーションの一連のプロセス」であり、当校では、「発想・着想・想像、構想案、フィールド・リサーチ、構想計画、コミュニケーション」の過程を繰り返す事で紡ぎあげていくものである。1年を通じてイノベーションレベルとソーシャルアントレプレナーシップ レベルが共に高い、現代版の三方良しのようなビジネスを作り上げていく事である。

到達目標

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

キーワード

事業構想、対象顧客の明確化、課題抽出、内的動機、ビジネスアイデア

授業の進め方と方法

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

授業計画		課題
第1回	オリエンテーション	中間発表会の内容を踏まえ構想を練る
第2回 第3回	事業構想計画の検討1	自分自身の経営資源、取り組みたい社会課題を中心に検討する
第4回 第5回	事業構想計画の検討2	「発想・着想・想像」を中心に検討する
第6回 第7回	事業構想計画の検討3	「構想案」を中心に検討する
第8回 第9回	事業構想計画の検討4	「フィールドリサーチ」の結果を中心に検討する

第10回 第11回	事業構想計画の検討5	「構想計画、コミュニケーション」を中心に検討する。
第12回 第13回	最終審査会に向けての論点整理1	事業構想計画書に矛盾がないか確認する
第14回 第15回	最終審査会に向けての論点整理2	自分の構想を限られた時間内で、魅力的に伝えることを意識する

教科書

各構想の内容により指示する

参考書、講義資料等

各テーマに沿った資料を配布する

成績評価の基準及び方法

主ゼミ：最終審査会の評価をもとに、合格・不合格として評価する。
副ゼミ：授業中の構想計画発表70点、他の参加者へのコメント・アドバイス30点で評価する

オフィスアワー

各担当教員からオリエンテーション時に通知する

その他

教員への個別相談などを積極的に行い、最終審査会に向けた準備を行う。事業構想計画書は、12月中に現時点でのものを主ゼミ、副ゼミの担当教員に共有すること。