授業科目名	事業構想概論	担当教員	小端進・谷野豊	科目コード	101
配当年次	1年次	学期	前期（導入）		
キャンパス	東京	単位数	1		

講義の概要とねらい

概要）
事業構想大学院大学の立ち上げにかかわってきた経験をもとに、「事業構想」とは何か、またなぜ事業構想が必要なのかを解説する。また、今後の研究の基礎となる考え方、研究姿勢に関する講義を行う。最終日は、2022年度入学院生の所属企業の収益モデルを発表し、多くのビジネスを知ることで今後の自身の事業構想の気づきとする。

ねらい）
事業構想に取り組むうえで必要となるビジネスモデル研究と基礎的な考え方を身に着ける。

到達目標

事業構想の全体像を理解し、今後の研究の基礎的な考え方、研究姿勢を身につける。

キーワード

事業構想、企業理念、自社（他社）の収益モデル、研究姿勢

授業の進め方と方法

事業構想の考え方、進め方のレクチャーをもとに、所属企業の収益モデルについて発表を行う。

授業計画		課題
第1回	特別講義（小端教授）	事業構想の全体像を理解する。
第2回	事業構想研究に取り組むうえでの環境整備について	2年間の研究スケジュールや事業構想計画書を書き上げるための大学環境について理解する。
第3～4回	事業構想研究に取り組むうえでの基礎的な考え方、姿勢について	自社の企業理念、経営資源、収益モデルなどを見直す視点を身に着ける。
第5～8回	自社の収益構造のプレゼンテーション	所属企業の収益構造（競合優位性を含む）を分かりやすく伝える。他の履修者の発表から自分自身の事業構想の気付きを得る。

教科書

なし

参考書、講義資料等

必要に応じ配布する

成績評価の基準及び方法
授業毎の貢献70点、発表会での発表30点で評価する
連絡先（メール・電話番号）
事務局を通じて連絡
オフィスアワー
メールで事前に予約すること
その他
第５～８回の発表会は5分と限られた時間なので、簡単な自己紹介も含め、要点を抑えて時間厳守で発表する。また、会社案内・紹介にならないように注意する。

授業科目名	事業構想原論	担当教員	田浦俊春 岸波宗洋	科目コード	102
配当年次	1年次	学期	前期		
キャンパス	東京	単位数	1		

講義の概要とねらい

本原論では，事業構想に向けて，各院生が自分なりの「考え方」を再構築することを目指す．それが事業構想の原点となり，事業を構想し実現する際の羅針盤のような役割を果たすと考えるからである．
具体的には，院生は，初めに，「事業構想とは何か？」ないし「幸福とは何か？」というような根本的で本質的な「問い」をグループワークで立てる．通常，事業においては，解（ソリューション）を提供することで対価を得る．そのため，ともすれば，答え探しに陥りがちであるが，本来，解（ソリューション）の源には，何らかの「問い」があるはずである．問題意識と言って良いかもしれない．そのような「問い」を意識することで，自分なりの考え方が醸成され，結果として，魅力的で独自性のある事業が構想されると思われる．次に，その「問い」のもとに，事業構想のキーワードである「創造性」「価値論」「戦略論」について，各々3つのレクチャーに臨む．これらのレクチャーでは，各講師は，それぞれのテーマに関する考え方を述べるように心がけるつもりである．その後，レクチャーで得られた知見や刺激を参考に，初めに立てた「問い」についてグループワークで議論し，各自の「考え方」を深化させる．
こうして獲得された「考え方」は，後日，独自性のある事業構想を生み出し，ぶれずに事業を構想し実現して行くための軸になると信じる．

到達目標

事業を構想するためには，自分なりの考え方を持つことが重要なことを確認してほしい．そのためには，本質的な問いを立てること，そして，自らの考え方は，その意識のもとに自らつくり上げなければならないことを理解し，実際に試みてほしい．こうした姿勢は，本講義終了後も保ち続けると良い．

キーワード

事業構想，問い，構成的方法，創造性，価値論，戦略論

授業の進め方と方法

教員からの話題提供と，院生による議論を繰り返す．

授業計画		課題
第1回 第2回	主旨説明 根本的で本質的な「問い」をグループワークで設定する．	本講義の主旨を理解し，「問い」を設定する．
第3回 第4回	「創造性」について，3つのレクチャーに臨む． その後，グループワークを行う．	「問い」を意識しつつ，「創造性」に関する講義の内容について理解を深める．
第5回 第6回	「価値論」について，3つのレクチャーに臨む． その後，グループワークを行う．	「問い」を意識しつつ，「価値論」に関する講義の内容について理解を深める．
第7回 第8回	「戦略論」について，3つのレクチャーに臨む． その後，グループワークを行う．	「問い」を意識しつつ，「戦略論」に関する講義の内容について理解を深める．
第9回 第10回	これまでの講義を踏まえ，「問い」について討議する． その内容について，各グループ毎に発表する．	グループワークでの討議を通して，自らの「考え方」をつくり上げてほしい．答えに至る必要はない．一生，問い続けてほしい．

教科書
特に指定しない.
参考書、講義資料等
Teams内の本講義のチャネルにアップする.
成績評価の基準及び方法
本講義への参加姿勢(50%)とレポートの内容(50%)で評価する.
連絡先(メール・電話番号)
全体:田浦(t.taura@mpd.ac.jp), 東京校:岸波(m.kishinami@mpd.ac.jp) 名古屋校:下平(t.shimodaira@mpd.ac.jp) 大阪校:田村(norie.tamura@mpd.ac.jp) 福岡校:井手(t.ide@mpd.ac.jp) 仙台校:谷野(y.tanino@mpd.ac.jp)
オフィスアワー
その他
本講義は必修であるので, 必ず出席すること. もし, 業務等の都合により出席できない場合には, 事前に担当教員に連絡すること.

授業科目名	社会動向と事業構想	担当教員	松本三和夫	科目コード	103
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		

講義の概要とねらい

社会は絶え間なく変化する。社会の姿を一貫して捉える方法を学び、事業構想につながる社会課題を掘り下げて抽出する。未来予想、社会の理想像、産業、労働、情報、環境、国際関係、技術革新等々と、社会動向を決める要因は多岐にわたる。この講義は、それらの要因が互いにどう連関しているかに注目して、事業構想の場である社会のダイナミックな変化と社会課題をワンセットにして抽出する。社会課題にこたえるとは、他人事を自分事にすること。そういう視点から、社会動向に即して事業構想のチャンスを抽出したい。

そのため、社会のダイナミックな変化と社会課題が表裏一体にみえるプロセスをくわしく分析する。とくに、社会の理想像と技術革新が社会との境界面で生む課題に注目し、近未来社会における日本の社会課題を掘り下げて特定する。そのうえで、社会動向から事業構想を着想するために必要な2つの論点に焦点を合わせる。ひとつは、社会の新たな試みが、いったん走りはじめると、そのまま既存の軌道を走り続けるという経路依存と呼ばれる現象が事業構想にとってもつ光と影を明らかにする。いまひとつは、短期的な変動だけでなく、社会変革を促す長期的な社会構造の変化を示したい。

事業構想は社会動向から起動力を得る。社会動向に潜む社会課題を、どう可視化して、事業構想のサイクルをダイナミックに回せるかが重要だ。そのために、いま日本に必要なイノベーションとは、「大局観」の革新である。AI、脱炭素社会、SDGs、サーキュラーエコノミー等々の社会動向に言及しつつ、新規事業を構想するために不可欠な多種多様な要因をマッピングして、責任あるイノベーションのために必要な「大局観」を提示したい。そのことをとおして、みずから社会課題を設定し、社会課題を事業構想につなげる思考力を身に付けていただきたい。

到達目標

・社会動向と事業構想を各自の問題意識にしたがって統合する社会分析の方法を習得する。
・社会変化におけるテクノロジーや知の不確実性が事業のチャンスにつながる条件を推定できる。
・公益も私益も、ともに増やすようにビジネスモデルを設定できる。
・自分の理想を、広い視野で適切に位置づけ、事業構想を支えるぶれない思考の枠組みを身につける。
・自分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

近未来社会、理想、技術革新、社会変革、イノベーション、資本主義

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のやりとりをダイナミックに組み合わせてすすめてゆく。教室での自由な発想で行う討論やグループワークを重視する。
・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	社会動向と事業構想をどう捉えるか ―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）	社会の中で事業構想を現実化するためには、社会動向のどのような「捉え方」が必要かを考えてほしい。そのうえで、基礎科目としての講義全体の位置付けと展望を述べる。
第2回 第3回	AIと社会動向―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4回	社会の理想と事業構想―なぜ理想は未来を創るのか？― （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）	古今東西の社会の理想が事業構想とどうかかわるかを考えてほしい。まず、資本主義はゼロサムゲームを脱却しないかぎり、レッドオーシャンに導かれる理由を分

第5回		析してみる。そのうえで、理想を社会動向のなかで実装するためのアートが事業構想であることに注目し、どのような社会課題を発見して、それにこたえる事業構想がありうるかを考えてみてほしい。
第6回 第7回	「誰一人取り残さない」社会と事業構想—SDGsと事業構想— (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)	未来社会という切り口で社会全体を牽引している構想力として、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、社会動向がどう関与して、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	脱炭素社会の光と影から事業構想を考える —適切なアウトサイダーと事業構想— (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)	脱炭素社会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が十分に推進されていない理由を、社会動向から分析して、新たな事業を構想してみる。
第10回 第11回	VUCA社会における情報の流れと事業構想 (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)	VUCA状況で人が行動をするときにどのような期待を込めているのかを考えてみる。とくに、期待をよせる人が一様でない場合、どのように情報が異なるステークホルダーの間で流れるかをマッピングしてみよう。そこからどのような社会課題にこたえる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を考え直す —イノベーションにかかわる社会変革— (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)	社会変革の手段として、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、社会動向と事業構想の接点について各自が発表を行い、討論をふまえて論点を掘り下げる。

教科書

教科書は指定しません。

参考書、講義資料等

・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).
松本三和夫編『科学社会学』(東京大学出版会、2021).
・盛山和夫他編著『社会学入門』(ミネルヴァ書房、2017).

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。

連絡先(メール・電話番号)

m.matsumoto@mpd.ac.jp

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意識してほしい。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	テクノロジーと事業構想	担当教員	中原大介	科目コード	104
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		

講義の概要とねらい

現在、様々な産業で、デジタルテクノロジー技術は多機能化や購入ユーザーの選択肢が広まったことで、テクノロジーの機能＝モノづくりの技術開発というよりも、そのサービス＝コトづくりが、大きな差別化要因になってきています。さらにSociety5.0社会においては、AIやIoT、データサイエンス、ロボットなどの分野を巻き込んだ事業構想は、モノ「と」コト双方の視点に基づく能力が必要とされます。今後のモノづくりやコトづくり産業では、モノ「と」コトの組み合わせ、その事業構想としての物語（ストーリー）を創造・共有していくことが大事になってきます。また、デジタルテクノロジー技術は、イノベーション分野とも切っても切り離せない関係になりつつあります。
上記を踏まえて、本科目では、デジタルテクノロジーの歴史や最先端事例を絡めながら紹介し、テクノロジーをどう「使う」かについて学びます。

到達目標

・デジタルテクノロジー分野の学術的・産業的な先行事例、最先端事例、今後の行く末について、その概要を論じられるようになる。
・デジタルテクノロジー分野の社会実装における従来の理論やモデルをベースとした手法及び最先端の実例を知る。

キーワード

UI(ユーザインタフェース)、AI、データサイエンス、XR(VR/AR/MR)、モノづくり、コトづくり、ストーリーづくり

授業の進め方と方法

・講義及び演習の繰り返し形式を基本とします。
・新しい分野に好奇心をもって取り組む姿勢を歓迎します。
・ノートPC必携です。

授業計画		課題
第1回	オリエンテーション	授業概要、スケジュール、成績評価方法を確認します。
第2回 第3回	デジタルテクノロジーのビジネス価値の変遷について紹介します。コンピューターの技術基盤がICTサービス化社会に貢献していく技術史を概観します。	デジタルテクノロジーのビジネス価値の変遷について、理解を深めます。
第4回 第5回	IoTテクノロジーについて、その開発方法の観点から紹介します。当該分野になくてはならないサーバーフィジカルや5Gなどを含めたインターネット応用技術の本質とは何か、そしてその独自のシステム観について議論します。	IoT分野の最先端の開発方法論について、理解を深めます。
第6回 第7回	AIテクノロジーについて、その開発方法の観点から紹介します。最先端技術で最もホットな当該分野について、人とAIの協働、道具としてのAIの観点から社会実装の考え方について議論します。	AI分野の最先端の開発方法論について、理解を深めます。
第8回 第9回	XRテクノロジーについて、産学官の歴史的及び最先端事例を紹介します。当該テクノロジーが、受講者自身の業務や日常生活に対して身近な技術となりうることを学習します。	現在ホットなXRテクノロジーを知ることで、XR事業との関連を考察します。

第10回 第11回	デジタルテクノロジーと人の間に入って「翻訳」する技術体系であるユーザインタフェース(UI)の歴史とイノベーション事例を紹介します。過去のユーザインタフェース史と現代のユーザインタフェース観について議論します。	過去のユーザインタフェース史と現代のユーザインタフェースについて、理解を深めます。
第12回 第13回	未来のユーザインタフェース像について、その代表的な考え方を紹介します。とりわけ、近未来の「ストーリー」づくりについて、事業構想への展開の仕方について議論します。	未来のユーザインタフェース像について、ストーリーづくりを体験します。
第14回 第15回	ゲスト講義を実施します。	講義内容を踏まえて、本授業を総括しながら、今後のデジタルテクノロジーと事業構想について、ディスカッションをします。

教科書

特に指定しません。情報処理系学会の最先端技術研究、大企業やスタートアップ企業の注目度の高いホットな商品やサービス研究からの情報を元とします。

参考書、講義資料等

授業中に必要に応じて随時紹介します。

成績評価の基準及び方法

単位認定要件は、通常講義での課題（100%）です。

連絡先（メール・電話番号）

daisuke.nakahara@mpd.ac.jp

オフィスアワー

メールで事前に予約すること

その他

今後の社会情勢次第で、授業の内容や順番等、変更の可能性があります。

授業科目名	経済動向と事業構想	担当教員	木村　旬	科目コード	105
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		

講義の概要とねらい

担当教員は新聞社で経済関係の社説を執筆しています。社説の狙いの一つは、幅広い読者の共感を得ながら、望ましい社会の方向性を考えていくことと考えています。その際、欠かせないのは、時代と世界の流れを鋭敏に把握し、読者に納得してもらえる視点と論理を提供することです。

受講生のみなさんは、新規事業の立ち上げや事業の承継、地域の活性化などを目指しています。消費者や住民に広く受け入れられる製品・サービスを生み出すためには、時代と世界の流れに対応した付加価値を創造することが極めて大切です。

講義は、主に社説を教材にして、取り上げたテーマへの理解を深めるとともに、執筆の際に留意した視点や論理を紹介します。政治や国際情勢など経済と深く関わる分野も幅広く取り上げて議論を深め、事業構想に役立つ独創的かつ柔軟な発想を養ってもらうことを目的にしています。

到達目標

・経済や国際情勢の動向に理解を深める
・時代と世界の流れをつかむ視点を養う
・論理を整合的・独創的に展開する能力を高める

キーワード

成長と分配、財政政策、金融政策、デジタル化、中国と世界、国際協調

授業の進め方と方法

担当教員が用意した社説や教材をベースに講義し、それに基づく討論などを行います。
社説を担当する論説室のトップや海外特派員経験者らゲスト講師の参加も予定しています。
ゲスト講師の都合により日程が変わる場合もあります。

授業計画		課題
第1回	オリエンテーション	事前に教材を提供します
第2回	新しい資本主義	事前に教材を提供します
第3回		
第4回	財政政策と国家ビジョン	事前に教材を提供します
第5回		
第6回	コロナ下の金融政策	事前に教材を提供します
第7回		
第8回	デジタル時代の民主主義 （ゲスト講師　福島良典・毎日新聞論説委員長）	事前に教材を提供します
第9回		

第10回	中国の政治・経済展望 （ゲスト講師　河津啓介・毎日新聞論説委員）	事前に教材を提供します
第11回		
第12回	米中対立と通商政策	事前に教材を提供します
第13回		
第14回	世界経済と国際秩序	事前に教材を提供します
第15回		

教科書

主に社説を用います。

参考書、講義資料等

各テーマに沿った資料を随時用います。

成績評価の基準及び方法

学期末にリポート（注目したテーマへの見解と事業構想への活用など）を提出してもらいます。
リポートと講義での討論内容に基づき、理解度（30%）と視点・論理の完成度（70%）を評価します。

連絡先（メール・電話番号）

kimura-j@mainichi.co.jp

オフィスアワー

特に設けません。メールでご連絡ください。

その他

授業科目名	経営資源と事業構想	担当教員	太田卓也	科目コード	106
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		

講義の概要とねらい

【講義の概要】
経営資源と事業戦略は「対」になるものと考えることが出来る。ジェイ・B・バーニーは持続的競争優位性の源泉として企業が保有する経営資源に着目する「リソースベースドビュー」の戦略理論を提唱した。この理論では、企業がどのような経営資源を保有するかで、その企業の戦略やパフォーマンスが決定づけられる。
本講義では、バーニーの戦略理論を基礎におきつつ、講師が複数の事業会社で事業リーダーやマーケティングリーダーを務めた経験から、実務的な知識や事例を交え、経営資源の分析から形成、活用に至るまで、戦略の策定に必要となる要素を体系的に網羅する。M・E・ポーターに代表される外部環境分析と、内部経営資源に着目する戦略理論との補完関係を俯瞰したうえで、経営資源を分析する「VRIOフレームワーク」を理解し、特定の経営資源が企業優位性をもたらすための「経営資源の活用・開発・獲得」のフェーズについてそれぞれ学んでいく。

【講義のねらい】
事業構想のアプローチとして経営資源に着目し、企業がどのように経営資源を形成、保有することで戦略的優位性を構築できるかの理論と技術を学び、事業構想で活用できる力を養成することを目指す。

到達目標

経営資源から戦略的優位性を導く基礎的な知識と技術を習得し、事業構想の策定において経営資源に着目した戦略理論を応用し実践していける基礎的能力を身につける。

キーワード

リソースベースドビュー、VRIOフレームワーク、多角化、M&A、グローバル化、取引費用理論

授業の進め方と方法

毎回の授業前半は講義中心で適宜受講者との対話を交えながら、概念や理論だけでなく、事例や実務手法をまじえて進めていきます。授業後半は、実践度を高めるため、なるべく受講者が考え討議できる時間とします。

授業計画		課題
第1回	オリエンテーション	経営資源の戦略的意義。
第2回 第3回	■戦略論と経営資源の関係性 外部環境分析（機会と脅威）、内部要因との関係性について学ぶ。	外部要因と内部要因の考察を相互補完的に考える。
第4回 第5回	■経営資源の分析 経営資源定義と、VRIOフレームワーク等の経営資源分析手法について学ぶ。	経営資源とは何かを理解し、戦略的意義を生み出すものとして経営資源を分析する手法を身につける。
第6回 第7回	■経営資源の活用 事業多角化や海外市場など、経営資源の分析と特定から、事業価値を実現していく手法について学ぶ。	経営資源を分析することから、特定の経営資源を活用するアプローチを身につける。
第8回 第9回	■経営資源の開発 ブランドや技術力など、持続的競争優位性を生み出す経営資源を開発する手法について学ぶ。	コアとなる経営資源をいかに自社で開発するかについてアプローチを理解する。

第10回 第11回	■経営資源の獲得 M&Aや戦略的提携など、持続的競争優位性を生み出す外部経営資源を獲得する戦略について学ぶ。	自社と外部の経営資源を結びつけることで経営資源の戦略的意義を高めるアプローチを理解する。
第12回 第13回	■経営資源と企業パフォーマンス 持続的競争優位を可能にする経営資源の保有が、いかに事業の成長性と収益性に結びつくかについて学ぶ。	どのような経営資源を保有することが、企業の成長性と収益性に寄与するかを理解する。
第14回 第15回	■経営資源と事業構想 経営資源観点から事業構想を考える。	事業構想において経営資源観点からの戦略を活用できるようになる。

教科書

指定しません。

参考書、講義資料等

「企業戦略論」ジェイ・B.バーニー （ダイヤモンド社）
「資源ベースの経営戦略論」デビッド・J.コリス、シンシア・A.モンゴメリー （東洋経済新報社）

成績評価の基準及び方法

授業への参加・発言(70%)、最終レポート・発表(30%)

連絡先（メール・電話番号）

takuyaot@yahoo.co.jp

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	107
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		

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創案することが求められる．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．実は，そのためには，我々が常識と思っている問題解決的思考，分析的思考，目標管理などとは全く異なる，いわば真逆の思考を行う必要があると考えられる．本講義では，こうした思考について知り，今後の事業構想に生かせるようになることを目指す．
初めに，いわゆる問題解決的思考はマイナスを小さくすることに主眼があり，せいぜいゼロにするまでであり，プラスにはならない（現状の延長線上にない新たな価値はつくれない）ことを確認する．そして，新たな価値を創るためには，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）が重要であることを指摘し，続いて，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，感性，そして何よりも，個性が重要な役割を果たすことを説明する．これらの思考については，これまでも，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，今日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体系的にかつ本質的に捉えることを試みる．
なお，本講義では，ほぼ毎回，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

従来の延長線上にない斬新なアイデアを構想するための思考について，その基本的な考え方を学ぶとともに，演習を通して実践力を身につける．

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，感性，個性

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．

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確認してほしい．
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理解してほしい．
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，そして，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理解してほしい．
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」とは何か理解してほしい．
第7回		
第8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理解してほしい．
第9回		

第10回	設計思想に関する講述と演習	非目的論的な発想を導く思考の根底にあるのか何か．そのためには設計思想が重要な役割を果たすと考えられるが，そもそも設計思想とは何か考えてほしい．
第11回		
第12回	ケーススタディ（ゲスト講師）	現状の延長線上にない未来を洞察する方法等についてケーススタディを行うので，積極的に参加してほしい．
第13回		
第14回	感性・個性に関する講述と総合討論	事業構想のための感性や個性とは何か．本講義の主旨を踏まえるならば，事業構想に向けてどのように心構えたら良いか考えてほしい．
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，Teams内の本講義のチャネルにアップします．

成績評価の基準及び方法

講義への参加姿勢(50%)と演習の成果物の内容(50%)で評価します．

連絡先（メール・電話番号）

t.taura@mpd.ac.jp

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	ヘルスケアと事業構想	担当教員	谷野豊	科目コード	108
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		

講義の概要とねらい

事業をするためには自分自身の健康はもちろん、そこで働く社員・家族の健康は必須の条件となる。また履修者が事業構想を考える際も同様で、健康の3本の柱（身体的な健康、精神的な健康、社会とのつながりの健康）を最高の状態に整えることが、持続可能な社会の一翼を担う事業を構想することに繋がります。では、最高の健康状態とはどのように手に入れて行く事ができるのだろうか。昨年のCOVID-19という未知のウイルスの対処がわからず世界が混乱した事に代表されるように、私たち人間は、根拠のある正しい情報を調査、分析して、自分の理念、考えに基づいて意思を決定、実行、検証、改善する事で実現する事ができるだろう。この事は、事業構想を実現する際にも必要な能力となる。　本講義では、生活習慣病による死亡原因、COVID-19の影響で働き方や健康に対しての考え方、生活習慣の変化、人々の行動変容、最新のエビデンスに基づいた予防医療のアプローチなど健康・医療分野に関わる様々な情報から気づきを得て、複雑な社会を的確に把握・分析・想像して解決策を立案する能力を身につける。

到達目標

玉石混交のヘルスケア分野における情報を正確に理解し、客観的・論理的視座を獲得し、事業の種となる「ヘルスケア分野の課題」を発見し各自の事業構想に生かしていくこと。また事業を通じて、対象顧客をどのように明るい未来に向かうことに繋がるのかを自らの力で考える事ができるようになること。本授業では、以下の到達目標としている。　1：事業構想の種として、健康・医療をエビデンスベースで正確に理解し、課題要因を特定する事ができる。
2：客観的・論理的思考で健康・医療に関しての未来を予測する事ができる。
3：健康・医療における課題を分析し、理想的な社会を想像し、そこから今やるべき事業を構想する能力を身につける。

キーワード

ヘルスケア、サプリメント、予防医療、デドックス、企業のメンタルヘルス、ホルモン、アンチエイジング、生活習慣病、長寿遺伝子、アスリート、COVID-19

授業の進め方と方法

最初の90分は講義を行い、休憩後10分程度でミニットペーパーに講義での気づきなどをまとめ、ミニットペーパーにまとめた内容をもとに、1時間程度グループワークを行い得た知識の定着・深耕を目指す。履修者数にもよるが、12～15回もしくは14、15回は、講義、議論を通じて健康・医療産業における事業アイデア（各自の事業構想とは関係のない事業アイデア）を発表し、それをもとに履修者と担当教員で議論する。詳細については、授業内で告知します。

授業計画		課題
第1回	オリエンテーション：履修者の健康・医療リテラシーの確認	健康・医療産業において、どんな課題に取り組みたいのかの考えをまとめる
第2回	健康・医療産業の全体像：前半は、現在の日本人の死亡原因から見えてくる課題などをデータに基づいて紹介する。後半は、各自が記述したミニットペーパーの内容をもとに、グループに別れて議論を行い、最後にグループごとに発表し、担当教員と履修者からコメントする	今後の日本の健康・医療産業についての課題と改善案を考える
第3回		
第4回	生活習慣病の改善と予防：前半は、生活習慣病の改善に向けた取り組み（ダイエットなど）を紹介し。後半は、各自が記述したミニットペーパーの内容をもとに、グループに別れて議論を行い、最後にグループごとに発表し、担当教員と履修者からコメントする	生活習慣病の改善と予防について、行動変容と継続性についてのアイデアを考える
第5回		
第6回	企業のメンタルヘルス：前半は、メンタルヘルスの要因の一つであるホルモン変動やアンコンシャスバイアスに注目し紹介する。後半は、各自が記述したミニットペーパーの内容をもとに、グループに別れて議論を行い、最後にグループごとに発表し、担当教員と履修者からコメントする	企業のメンタルヘルスの取り組みについて調べる
第7回		
第8回	最新の予防医療①：前半は、有害重金属による不調について紹介する。後半は、各自が記述したミニットペーパーの内容をもとに、グループに別れて議論を行い、最後にグループごとに発表し、担当教員と履修者からコメントする	有害重金属は知らず知らずのうちに暴露されている。デドックスをするための生活習慣についてのアイデアを考える
第9回		

第10回 第11回	最新の予防医療②：前半は、遅発型フードアレルギーについて紹介する。後半は、各自が記述したミニットペーパーの内容をもとに、グループに別れて議論を行い、最後にグループごとに発表し、担当教員と履修者からコメントする	遅発型フードアレルギーは海外では注目されている。東京オリンピックで海外の観光客も多く来日することからどのようなビジネスができるかアイデアを考える
第12回 第13回	健康･医療産業における事業構想を自身のバックグラウンドをもとに考え発表（発表時間は1人10～15分の予定）、討論 ※履修者数に応じて、第2～11回までの講義を行う可能性もある。その場合は、COVID-19の最新情報をもとに講義を行う	11回の授業まででグループワークした内容をもとに、健康・医療産業における事業構想（個人の構想とは別）を考え、発表の準備を行う。
第14回 第15回	健康･医療産業における事業構想を自身のバックグラウンドをもとに考え発表（発表時間は1人10～15分の予定）、討論	11回の授業まででグループワークした内容をもとに、健康・医療産業における事業構想（個人の構想とは別）を考え、発表の準備を行う。

教科書

指定なし、抗加齢医学会、American Academy of Anti-aging Medicine（A4M）、点滴療法研究会などの学会最新情報からの情報を元とする。

参考書、講義資料等

各テーマに沿った資料を提示する。

成績評価の基準及び方法

授業の発言、発表で50点、構想の発表で30点、他の履修者の構想へのコメント・アドバイスで20点として評価する。

連絡先（メール・電話番号）

谷野豊：y.tanino@mpd.ac.jp

オフィスアワー

授業のある日。その他の時間帯はメール等で調整する。

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	109
配当年次	1年次・2年次	学期	前期		
キャンパス	巡回（東京/名古屋）	単位数	2		

講義の概要とねらい

「地域活性化」という言葉は聞きなれた言葉だが、地域が活性化するということは具体的にどういうことか、なぜ地域活性化をしなければならないのか、と問われたとき、自身の言葉で答えられるだろうか。本講義は、そういったそもそも論から始め、自身の関心分野、置かれた立場だけでは見えない、地域の今の姿と、脱炭素時代の変化の兆しを、複数のテーマから掘り下げることを通じ、「地域活性化とは、部分的・一過性のイベントや事業成功が目的なのではなく、中長期的に地域を住みやすく持続可能なものにしていく、地域づくりそのものである」ことを理解していく。講義内での対話を通じ、地域活性化に対する自身の考え、地域の今の姿への洞察力を高め、講義の後半では、地域のありたい姿・あるべき姿を地域目線に立って構想し、具体的な事業アイデアにつなげるためのグループワークを行う。

地域活性化が難しいのは、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、地域の問題を多面的・多角的にとらえ、掘り下げ、本質に迫ることを重視する。そのような問題の本質への迫り方や、事業の受益者の目線にたち、中長期的展望を目前の具体的な事業アイデアに結び付ける、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」への関心の有無にかかわらず、事業構想に取り組むための基礎的科目として、有益な学びにつながるはずである。

到達目標

1. 地域の課題を多面的・多角的にとらえ、地域のあるべき姿と理想的な事業像を描くことができる。
2. 何のための地域活性化か、受益者の目線にたち構想を描く能力を身に着ける。
3. 倫理と論理を意識した議論を通じ自身の考えを深め、事業アイデアにつなげることができる。

キーワード

地域づくり、脱炭素、人口、地域経済・産業、農業・食、事業アイデア

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コマ連続で授業を行う。授業は毎回テーマを設定し、前半は講義を中心に、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、受講生全体やグループに分かれた対話を通じて、テーマに関する考えの深堀りを行い、最終的に、具体的な地域での事業アイデアにつなげていく。

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－地域活性化を脱炭素と持続可能性から問い直す	「地域」とはなにか、また、地域活性化の新たなアプローチを、過去の地域活性化政策も振り返りながら考える。
第4回 第5回	地域の将来あるべき姿とケーススタディ① （脱炭素時代の人口・経済・産業戦略）	人口問題を広くとらえながら、脱炭素時代の地域人口戦略と経済・産業戦略を考える。
第6回 第7回	地域の将来あるべき姿とケーススタディ② （持続可能な食料システムに向けて）	地域をとりまく、食と農の現在の姿を理解し、持続可能な食料システムに向けた理解を深める。
第8回	地域の将来あるべき姿とケーススタディ③	地域の持続可能性を考えるうえで

第9回	（地域における環境とエネルギー問題）	の、環境・エネルギーの重要性を理解する。
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を構想する	具体的な地域を選定し、地域の今を見つめ、将来あるべき姿からの事業アイデア出し・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を構想する	事業の具体案、実現可能性について検討し、プレゼン資料にまとめる。
第14回 第15回	事業構想発表・ふりかえり	発表への相互評価・フィードバック、授業全体のふりかえりを通じ、地域活性化に資する事業への理解をさらに深める。

教科書

岡田知弘『地域づくりの経済学入門 地域内再投資力論』自治体研究社、2020年
小田切徳美編『新しい地域をつくる　持続的農村発展論』岩波書店、2022年2月
田村典江、クリストフ・D・D・ルプレヒト、スティーブン・R・マックグルービ『みんなでつくる「いただきます」』昭和堂、2021年

参考書、講義資料等

連載「持続可能な地域社会を再構想する」『月刊事業構想』（2020年8月号～3月号）
連載「持続可能な地域とビジネスの道筋」『月刊事業構想』（2021年4月号～2022年4月号）
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
ほか、随時授業内で示す。

成績評価の基準及び方法

①学習内容をもとに取り組む、段階的ショートレポート（全3－4回）（60%）
②グループワーク・グループ発表への貢献（20%）
③グループワークレポート（1回）（20%）

連絡先（メール・電話番号）

s.shigeto@mpd.ac.jp

オフィスアワー

メールで事前に予約すること。

その他

よりリアルな現場での学びを深めるために、フィールドリサーチの機会も紹介したい（希望者のみ）。

授業科目名	クリエイティブ発想法Ⅰ（入門）	担当教員	松永エリック・匡史	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	単位数	2		

講義の概要とねらい

10代の頃から音楽家・アーティストとして、新しいものを生み出し表現し続け、偉大なアーティストたちと親交を深め、加えて長年コンサルファームで培ってきた、MBA的アプローチ、課題解決型の『デザイン思考』、その進化版、これら全てを合わせた『クリエイティブ思考』をワークショップを通じて体験します。

本講座で体験する『クリエイティブ思考』はデザイン思考とアーティストの思考をベースに、ビジネスに活用できる思考法を抽出し体系化しています。ビジネスにおいて、よりイノベーティブな発想を起こしていくことを目的としています。だだし、思考法を学ぶといって、デザインについて勉強してみたり、アート作品をただ鑑賞してみることは違います。重要なのは、デザイナーやアーティストの思考をよく理解し尊敬し共感し、彼らが新しいものを生み出す時の方法を抽出することなのです。

本講義では、音楽クリエイターとしての経験とビジネスコンサルタントとしての経験を体系化した『クリエイティブ思考』を活用し、事業構想に展開します。
注意：イノベーションを感じるために音楽をたくさん聴きます。ノウハウのみを習得したいという方はご遠慮お願いします。

到達目標

『クリエイティブ思考』を頭だけではなく耳から理解し、自分のオリジナルの事業構想に展開できる発想法を身につけること。

キーワード

アート、クリエイティブ思考、デザイン思考、マイルスデイビス、事業構想、イノベーション、論理的思考、マイケルジャクソン、音楽理論

授業の進め方と方法

1回目のオリエンテーションで事業構想における『クリエイティブ思考』の意味、全体の進め方を提示する。各講義は、講義とワークショップを通じて課題に取り組む。最終成果は、ワークショップは総括としてプレゼンテーションで評価を行う。

授業計画		課題
第1回	オリエンテーション	『クリエイティブ思考』の意味、全体の進め方を提示
第2回	事業構想に『クリエイティブ思考』が必要とされる背景の理解。	DXが叫ばれる最新の事業環境の理解と自由な発想法の体験
第3回		
第4回	共感（Empathise)から感性を高める マイルスデイビスの共感から生まれるイノベーション	共感から生まれるイノベーションを体感し、ワークショップで実体験する
第5回		
第6回	アイデアを具体化する 坂本龍一氏の『async』から学ぶ官能とゼロの発想	ゼロの発想から既成概念にとらわれないイノベーション生み出すプロセスを、講義とワークショップで体感する
第7回		
第8回	顧客と共感する 伝統的なSTPとジャーニーマップの創造的活用	共感をベースに顧客の立場に憑依し、アイデアをより現実的なものに磨き上げていく
第9回		

第10回 第11回	アイデアを形にする(Prototype) ハッカソンから体験するプロトタイピング	アイデアを形にする体験をプログラマーを招き、体験する
第12回 第13回	プロトタイプを継続的に進化させる(ゲスト講師:予定) 感性を定量化し、継続的なアクションを設計	継続的なサービスの向上を実現するためのプロセスを設計する
第14回 第15回	最終プレゼンテーション	ワークショップの成果をグループ毎にプレゼンテーションをし、クラス全体でフィードバックを行う

教科書

感性を磨く講座のため、教科書は指定しません。

参考書、講義資料等

講義資料については当日提示する。ライブ感を大事にしたいので基本、事前の資料は提示しない。

成績評価の基準及び方法

平常点(授業／討論参加点)30点と発表資料70点による総合評価を行う。

連絡先(メール・電話番号)

mikstern@gmail.com

オフィスアワー

上記メールにて調整

その他

授業科目名	クリエイティブ発想法Ⅱ（応用）	担当教員	渡邊信彦	科目コード	111
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		

講義の概要とねらい

概要
本講義では　クリエイティブ発想の根幹となる発想法について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、多くのクリエイティブ発想を演習で学びます。その後、アイデアからビジネスモデルの構築までの流れををケースを使ってグループワークにて作成します。
　各講義毎に講義2コマ分を1セットとしアイデアのヒントとなる外部講師やケーススタディを学び視野を広げて、ワークショップに入っていただきます
（1）1コマ目講義
（2）2コマ目演習

狙い
クリエイティブな発想が必要と言われているがその根幹は多くの方面からの観察（多視点）から課題の設定ができるかが重要である。本講義を通じて社会課題の根幹にある解決すべき課題をきちんと把握できる力を養うことを狙いとする。

到達目標

クリエイティブ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こと、そして発想からビジネスモデル構築までのフレームワークを身につけることを目標とする。

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

講義に合わせ資料配布します

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。

連絡先（メール・電話番号）

n.watanabe@mpd.ac.jp

オフィスアワー

メールにて個別に問い合わせ

その他

授業科目名	事業構想のための戦略	担当教員	日比慶一	科目コード	114
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		

講義の概要とねらい

戦略は、事業を成功させるために進むべき道すじを示している。戦略は、さまざまな言葉で表現されるが、ここでは「自社の強みを伸ばして、継続的に競争優位性を構築するための施策群」という定義を用いる。つまり、自己の事業の独自性・優位性をどのように確立して、かつ、維持していくかを定めるのが、戦略の意義である。従って、継続性がある、すなわち市場・顧客が変化していく姿を見通して、事業を展開していくストーリーと結びつけることが、戦略を策定し、実行する際の重要な論点である。優れた事業構想は、独創性がある意味で構想自体が優れた戦略である。一方で、構想を実現するために、事業を進めていくシナリオにも戦略が必要である、そのため、事業構想家には、事業構想案を描くため、事業構想を実現する実行計画を策定するための両面で戦略的な思考が求められる。
また、実行可能で独自性のある戦略は、獲得した能力や経験に依存すると言われており、事業構想を自分がやる理由や社会的な意義が問われる。事業構想にも存在意義と社会的価値が求められるということである。
そこで本講義では、事業構想案、事業構想計画をステークホルダーを含めたビジネスの全体像から俯瞰して、事業構想の要点を理解する。最新の経営環境を考慮して、急激に変化する社会に適応していくための戦略とは何かを理解し、事業構想の策定と実行に必要な戦略的な思考力を習得することをねらいとする。つまり、手段や方法論としての戦略論やフレームワークの理解にとどまらず、常に戦略的な視点、思考ができることを目標とする。
また、存在次元の考え方に基づいて、各自の事業構想の意義や社会的価値についての議論を深め、将来の社会における事業構想のビジョン、実現するストーリーを自ら描くことができる視点と思考力を身に付ける。

到達目標

事業構想家としての戦略的な思考力を習得すること、各自が策定する事業構想案、事業構想計画書の要となる論点を理解することを到達目標とする。併せて、事業構想の全体像を存在意義・社会的価値の視点から俯瞰し、実現可能で独自性、継続性があるストーリーを構想して、自らが実行計画を描けるようになることを目標とする。
1. 戦略的な思考に基づいて、独自性、優位性があり、提供価値を高める事業構想案がアウトプットできる。
2. ビジネスの全体像を描いて社会的価値を提供できる新事業開発をプロデュースすることができる。
3. 事業構想家として常に戦略的な思考ができるようになり、実行可能なストーリーを描くことができる。

キーワード

事業戦略、競争戦略、経営ビジョン、社会的価値、存在意義、ビジネスモデル、顧客価値、イノベーション、デジタル変革/DX、オペレーション戦略

授業の進め方と方法

戦略論やフレームワークの解説、事例の分析から基本となる理論・考え方を習得する前半の講義と、各自の事業構想に反映する後半のワークショップを組み合わせて、実践できる知識と能力の習得を目指す。課題を提示して個人ワーク、グループワークで理解を深める。最終回には、講義内容を反映した各自の事業構想案を発表してもらう。

授業計画		課題
第1回	オリエンテーション 授業計画・シラバスの概要紹介、事業構想と戦略の関係	自身の事業構想案のアウトライン
第2回 第3回	戦略の基本となる考え方と事業構想との関係 ・事業構想における戦略の考え方 ・事業戦略・競争戦略の基礎的な理論とセオリー ・妄想から構想への戦略と構想を実行する戦略	戦略の意義と戦略の本質の理解、戦略的思考の基本を習得
第4回 第5回	全体像から俯瞰する事業構想と事業構想計画 ・ビジネスの基本構造と事業構想のビジョンの設定 ・戦略的に考える事業構想と事業構想計画の要点 ・妄想から構想へ事業構想のストーリー	事業構想案におけるWho-What-Howの設定（誰に？何を？どうやって？）
第6回 第7回	存在次元で考える事業構想の意義と社会的価値 ・存在次元で考える事業構想のビジョンとゴール ・自分がやる理由と、その事業を構想する理由 ・社会的価値で意味付けする事業構想のビジョンとストーリー	事業構想案におけるWhy(なぜ自分？なぜこの事業？)の考察
第8回	イノベーションやディスラプションを起こす事業構想の戦略 ・イノベーションの定義、イノベーションと戦略	事業構想を取り巻くステークホルダー

第9回	・顧客価値連鎖で考えるディスラプションの戦略 ・事業構想におけるイノベーションと価値軸の転換	とビジネスの全体像の考察
第10回 第11回	事業構想における社会変革の影響 ・デジタル化・オンライン化による顧客価値の変化 ・価値観と行動変容を前提とした事業構想の考え方 ・顧客価値から社会的価値へと展開する事業構想のストーリー	将来において、顧客の価値観や生活様式・行動が変容することを予測して事業構想に反映、
第12回 第13回	事業構想のビジネスモデルとオペレーション設計 ・ビジネスモデルのフレームワークと事業構想計画 ・優位性・独自性を確立するオペレーション設計 ・存在意義を反映した事業構想のビジネスモデル	事業構想の存在意義と社会的価値を再確認してオペレーションを設計
第14回 第15回	各自の事業構想の発表と議論 ・変革が進む社会を想定した事業構想と戦略 ・妄想から実現可能な事業構想を組み立てていく戦略 ・事業構想を実現して持続できる実行計画における戦略	講義で学んだ戦略の視点を組み入れて各自の事業構想をブラッシュアップ

教科書

特には指定しない。講義のトピックに合わせて戦略論（経営戦略、事業戦略、競争戦略）の基礎的な書籍を紹介。

参考書、講義資料等

講義で使用した資料は、必要に応じて配布する。
クリステンセン(2000)『イノベーションのジレンマ：技術革新が巨大企業を滅ぼすとき』翔泳社。
キム＝モボルニュ(2018)『ブルー・オーシャン・シフト』ダイヤモンド社。
内田和成 (2018)『ゲーム・チェンジャーの競争戦略 ルール、相手、土俵を変える』日経ビジネス人文庫。
入山章栄 (2019)『世界標準の経営理論』ダイヤモンド社。

成績評価の基準及び方法

授業でのディスカッションへの参加姿勢と発言内容（30%） 授業への参加度、グループ／全体への貢献度で評価
授業内で提示する課題提出（30%） 各回の授業で学んだこと／小課題を提出してもらい、理解度と達成度で評価
最終発表の評価（40%） 最終回の授業で事業構想案を発表してもらい、理解度を確認して達成度を評価

連絡先（メール・電話番号）

メール：keiichi.hibi@dearestpartner.com
電話等の場合は、事務局を通じて連絡すること。Zoomでの対応可能。

オフィスアワー

授業のある日は可。その他はメール等で問い合わせること

その他

特にはありませんが、日頃からニュースや記事、日常の出来事に興味を持つように心がけて、トレンドの変化を敏感に察知して起こったことの背景や意味合いを考えてみるように習慣付けることを推奨します。
最新の注目すべきニュースや出来事については、授業でも事例として取り上げることがあります。
あまり堅苦しくならずに、自由で柔軟な発想でディスカッションしながら学んでいきましょう！

授業科目名	ビジネスモデル研究	担当教員	岸波宗洋	科目コード	115
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		

講義の概要とねらい

本講義は、事業構想において根幹を成すビジネスモデルの原理や成り立ちと、そのコアコンピタンスを理解するための講義である。まず、ビジネスモデルを検討、構成するためには、ビジネスモデルの前提となる目的論的解決が必要となる。それはつまり、筆者が指し示すところの「存在次元」であり、最も本質的な自己目的、とも言える。ビジネスモデルは、目的ではなく手段であり、手段を構成するためには、目的が必要となる。その最たる目的となるものを思考するのが、存在次元領域である、と筆者は考える。

存在次元領域は、事業構想が基盤とする資本・民主・法律主義等のイデオロギーに基づいた社会的秩序に依らず、純粋秩序（実存主義に基づく自己的主観的イデオロギーの獲得）に基づいた事業構想の明確な目的となり得る。その目的の獲得と共に、社会的秩序としての社会還元思考領域を思考する。これは、ビジネスモデルの原型となるべき、目的に対する時系列的ストーリーの構成であり、筆者はこれを、「Human Innovation（HI）」、「Business Innovation（BI）」、「Social Innovation（SI）」の3段階で説明する。存在次元を社会資源化させ目的を完遂するSI、その最初の第一歩となるHI、HIを社会的価値につなげるための実業的拡張であるBI、を想定することで、求め得るビジネスモデルのエレメントを手繰り寄せる。そして、事業構想のリアリティとして、最後の領域であるモデル思考領域へと移行する。モデル思考では、あらゆるモデルが存在する領域（構想の存在次元モデル、戦略モデル、オペレーションモデル、アライアンスモデル、キャッシュイン/アウトフローモデル、マーケティングモデル等）を包含し、事業構想のコンピタンスがどこにどのように内在するのか？を事例を元にレクチャーする。

一般的に、ビジネスモデルは戦略モデル（いわゆるwho,what,how）と同義的に扱われているようだが、本来、ビジネスモデルとはあらゆる経営資源（ヒト、モノ、コト、カネ）の連関により醸成、進化していくコアコンピタンスを捉える考え方で、短絡的なビジネスモデルの解釈に終始することがないよう留意する必要がある。

到達目標

本講義の目標は、ビジネスモデルの広範な価値、思考を獲得することである。つまり、院生自身の事業構想において、短絡的なモデル形成による事業の脆弱性を克服し、持続性、成長性を担保した事業のコアコンピタンスを得るメソドロジーを理解し、各自がビジネスモデルを創出するための「考える力」を獲得して初めて本講義の意味が証明される。また、各年次の発表会の要となる構想案、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ことにもつながり、事業構想起点としての存在次元、社会還元思考に基づく理想モデル（SI）・成長モデル（BI）・基本モデル（HI）の構想ストーリー創造、それらを成功に導く戦略原理の思考獲得を目指すものでもある。その結果、新事業開発をプロデュースする能力、構想案や事業構想計画を策定・アウトプットする能力も付随して獲得することができるだろう。

キーワード

社会還元思考（ヒューマン/ビジネス/ソーシャルイノベーション）、存在次元（構想の存在次元）、事業次元（戦略/オペレーションモデル）、収益次元（価格弾力性モデル、シミュレーションモデル等）、マーケティングモデル（IMC等）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（授業計画の概説と事業構想の基本的な考え方）	事業構想とそのプロセス/ファクトとは何か？
第2回 第3回	講義＝存在次元と社会還元思考の考え方 演習＝存在次元、社会還元思考の議論と発表	自己が理想とする世界を描く存在次元と、それに基づき現実の活動をストーリー化する社会還元思考とは何か？
第4回	講義＝基本的な構想思考と構想の存在次元モデル（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・・・）の	事業構想するための基本的な思考＝

第5回	考え方 演習＝構想の存在次元モデルの議論と発表	構想の存在次元とは何か？
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・・・）の考え方 演習＝オペレーションモデルの議論と発表	事業構想における資源とそのオペレーションとは何か？
第10回 第11回	講義＝収益次元モデル（売上項目、コスト項目、投資計画・・・）の考え方 演習＝収益次元モデルの議論と発表	事業構想における収益性とは何か？
第12回 第13回	講義＝社会変革モデルと事業構想 演習＝社会変革に基づく事業構想の議論と発表	事業構想と社会変革の関係性とは何か？
第14回 第15回	講義＝存在次元メソドロジー 演習＝存在次元メソドロジーの応用議論と発表	事業構想の礎となる存在次元へのアプローチ方法とは何か？

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

論文集「事業構想研究第１号～第４号」の岸波執筆部分を事前に熟読しておくことが望ましい。
講義前に適宜指示、配布する。

成績評価の基準及び方法

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。

連絡先（メール・電話番号）

m.kishinami@mpd.ac.jp

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	知を生かす事業戦略	担当教員	早川典重	科目コード	116
配当年次	1年次・2年次	学期	前期		
キャンパス	巡回（東京/福岡）	単位数	2		

講義の概要とねらい

21世紀になり事業は、Google、FB、Uber、Grab、メルカリ等に見られる様に、ものづくりから情報や目にみえない資産を生かすことがとても重要になってきました。それは、情報、知識、知恵という「知」を如何に事業に生かすかということです。
・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や目にみえない資産（情報・知識・知恵）が付加価値（利益）の源泉になります。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。
・事業構想や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？をイノベーションの本質を通して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世紀型ビジネスの本質とは、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、オープンイノベーションや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。
・現代社会（新自由主義）の課題を理解し、2030年以降どの様な社会・事業の自分なりのビジョンを確立を目指します。

キーワード

世界の潮流、21世紀の構造変化、2050年未来予測、事業構想のための知財戦略、オープンイノベーションの本質、

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、未来予測、イノベーションと知財戦略の本質、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	オリエンテーション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	我々は、どこにいるのか？（世界の潮流、21世紀の先端ビジネス）	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3回	知とは、一体何か？知財戦略とは、何か？	
第4回	知から未来がみえる　（未来学と最先端の情報分析）	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5回	知から未来がみえる　（ゲストスピーカー）	
第6回	知を使ったビジネスとは①　（技術・特許・ノウハウ、Open&Close戦略）	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7回	知を使ったビジネスとは②　（デザイン、ブランド、フランチャイズ戦略）	
第8回	知を使ったビジネスとは③　（ドメイン、SNS、M&A）	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9回	知から未来がみえる　（ゲストスピーカー）	

第10回	イノベーション、オープンイノベーションの本質	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11回	イノベーションを起してみよう （グループ討議）	
第12回	オープンイノベーション的思考と知財戦略の本質とは？	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13回	知を使ったビジネスを創ってみよう （グループ討議）	
第14回	Elevator Pitchと小論文作成	講義時間中での小論文の作成
第15回	事業構想のための知財戦略とは？（Wrap-up）	

教科書

講義時のレジュメ

参考書、講義資料等

「無形資産が経済を支配する」「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」「善と悪の経済学」「FACTFULNESS」他。講義内で参考図書・資料を紹介します。

成績評価の基準及び方法

授業への積極的な出席・参加（自分なりの視点・意見の発露）：70%、小論文：30%

連絡先（メール・電話番号）

n.hayakawa@mpd.ac.jp

オフィスアワー

メールで事前に予約すること

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	世界を見据えた事業構想	担当教員	野口　恭平	科目コード	117
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		

講義の概要とねらい

＜概要＞
グローバル社会における事業構想では、日本国内市場のみに注目するのではなく、海外・世界を事業構想の環境としてどう捉えるか、が国内での事業構想においても極めて重要且つ有益な視点となる。海外における市場開拓や組織マネジメントに必要な「市場の深い理解」や「一貫したブランド戦略」、特に「多様性の理解・対処・活用」は、国内ビジネスにおける今後強化すべき課題とも共通する。
更に海外事例の研究や、事業の拡張性の中で海外市場を検討することも、事業構想において視野を拡げることにつながる。

講座では、グローバルビジネスの基礎理論の提供に加えて、自身の北米やグローバル領域でのビジネス経験に基づき、グローバルのビジネス環境における多様性の理解・対処・活用、海外市場でのビジネス構築・運営の課題をテーマとしたレクチャーを行い、より実践的な視点で議論を深めていく。

＜狙い＞
構想案・構想計画のフェーズにおいて、事業アイデアや事業拡張の可能性を拡げるために、「多様性の理解やマネジメント」や「海外市場の捉え方」を理論と実践の視点で理解し、グローバルマーケティング論の進化を踏まえながらも、数多くの事例を学ぶことにより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

海外市場ビジネスで必要となる「市場の深い理解」や「多様性の理解・対処・活用」、「二項対立等直面する複雑な課題への向き合い方」の重要性を理解し、海外/国内での事業構想において「世界」の可能性を実践的に活かしていく視点を身に付ける。

キーワード

多様性マネジメント(多様性の理解、対処、活用)、海外市場の理解、海外ビジネスで向き合う課題、グローバルビジネススキル、国内ビジネスへの応用

授業の進め方と方法

授業は講義と討論の併用で、具体的な事例を題材にしながら全員参加の討論を行う。事例については多彩な業界(大企業、中小企業、多業種、多地域)のケースを紹介する。
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の最新理論(多国籍企業の類型理論、差異の活用理論等)を学ぶ
・各テーマに合わせた事例紹介と討論を行う(一部ゲスト講師を招請する)。
・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。
・多様性マネジメント(理解、対処、活用)を軸に議論を進める。
・事業構想における世界の捉え方やその視点の活用方法を討議する。

		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概要
第2回 第3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多様性マネジメント(事例紹介と討論)	多国籍企業の運用類型 グローバルマネジメントの特性
第4回 第5回	・海外市場ブランディング活動の課題(米国事例紹介と討論) ・ニューノーマル時代の海外ビジネス(事例紹介と討論)	異文化の市場理解とブランディング ニューノーマル時代のビジネス課題
第6回	・新興国市場の多様性とビジネス潮流(インド事例紹介と討論)	多様性の理解と対処

第7回	・新興国市場への向き合い方（事例紹介と討議）	事業展開スピードと意思決定
第8回 第9回	・新興国市場での起業展開（アジア事例紹介と討論） ・海外市場環境変化への対応（事例紹介と討論）	ビジネスチャンスのマネジメント ビジネスのピボット展開と事業設計
第10回 第11回	・新興国市場の教育ビジネス（アジア事例紹介と討論） ・新しいビジネス形態の応用（事例紹介と討論）	コンテンツ業界の競争力強化
第12回 第13回	・日本の伝統ブランドの海外展開（事例紹介と討論） ・海外展開活用による地域ブランド復興（事例紹介と討論）	海外市場での日本ブランディング 海外を活用した地域ブランディング
第14回 第15回	・VUCA時代のグローバルビジネス（講義と討論） ・総括（討論とまとめ）	VUCA時代に向き合う課題 グローバルビジネス視点の事業構想への応用

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資料を逐次提供する。

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）、「VUCA時代のグローバル戦略」パンカジ・ゲマワット著（東洋経済）、「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

連絡先（メール・電話番号）

k.noguchi@mpd.ac.jp

オフィスアワー

授業内容、各自の事業構想に関連して適宜面談を実施する（メールにて事前調整）。

その他

授業科目名	事業構想のためのファイナンス	担当教員	結城秀彦	科目コード	118
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		

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、事業のプロセスを具体的に識別し、必要な資金の調達を考慮しなければならない。If you do your own business, you need to consider designing business processes and financing the business! “
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基本的な考え方を資金調達の側面から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、したがって受講生の観点から、ファイナンスの基礎を概観する。
そのため、本講義では、資金調達を念頭に置きながら、資金計画について「事業プロセス」「事業計画」、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、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)と事業継続のための採算の確保を、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」「採算」「損益分岐点」「企業価値」「時間価値」「リスクプレミアム」「負債と資本」「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を期待し、歓迎する。

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ぶ。
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、事業継続のための採算の確保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

・毎回の講義において、気付いたこと、想定外だったこと、印象深かったこと等を3点記載して提出していただく(小論レポート)
・全講義終了後、レポート(期末レポート)を提出していただく。期末レポート課題については、その一部を中間段階で通知し、早期着手を促す。
・評価は、小論レポート20%、期末レポート80%の割合で評価を行う。

連絡先(メール・電話番号)

h.yuki@mpd.ac.jp　のメールアドレス又はTeamsを使用

オフィスアワー

・非常勤のため、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。
・資金計画・資金調達を学ぶ上で、必須ではないが、ビジネス会計・事業計画等の講義を事前に又は並行して受講することを推奨する。

授業科目名	データサイエンス	担当教員	狩野英司	科目コード	119
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		

講義の概要とねらい

本講義では、本学での研究活動および実社会の実務でデータを活用していくために必要となる知識とスキルを習得する。
具体的には、経済社会のデジタル・トランスフォーメーションが進展するVUCA（先行きが不透明で不確実）の時代におけるデータの今日的意義、活用の用途の拡がり、活用の進め方、活用にあたっての限界や留意点などの知識を、事例を交えつつ、体系的に解説する。また、実データを用いた分析の実習やグループワークを通じて、データ活用の実践的なスキルを身に付ける。
本講義は、データサイエンティストの輩出を直接めざすものではなく、統計学や数学の専門的な知識も前提としない。データ活用の本質を理解し、自ら一定程度のデータ分析を行いつつ、必要に応じてデータサイエンティストの力を借りながら実社会での課題解決を行える人材の育成を目指す。

到達目標

・データが持つ今日的意義、活用の用途、活用の進め方、活用にあたっての限界や留意点などを理解すること。
・データ分析の基本的な手法を身に付け、ビジネスレベルのデータ分析を行えるようになること。
・実社会での課題解決にデータを活用するためのアプローチを身に付けること。

キーワード

データ解析、ビッグデータ、デジタル技術、オープンデータ、データマネジメント

授業の進め方と方法

講師作成の資料に基づき講義を行い、その知識に基づいて学生主体でのデータ分析の実習や、データ活用のためのグループワークを行う。最終発表会では、社会課題解決に向けた提言をグループ別にプレゼンテーションする。

授業計画		課題
第1回	オリエンテーション	
第2回 第3回	1. データの意義とビッグデータがもたらすもの ・講義：今の時代にデータがどんな意義を持つのか、ビッグデータによって何がもたらされるのかを世界の動向を踏まえつつ解説する ・実習：講義や演習で使うツール（Excelなど）のセットアップを行う ・グループ演習：データ活用の経験を参加者間で共有する	・講義中にツールのセットアップが終わらなかった場合は、完了させる
第4回 第5回	2. 基本的なデータ分析手法 ・講義：データ分析の主な手法（相関分析、回帰分析など）と統計の基礎的な概念（平均値・中央値、分散など）を理解する ・実習：相関分析などの基本的なデータ分析手法を実習する ・ゲスト講義：現役のデータサイエンティストに仕事ぶりを聞く	・講義中に理解できなかった手法を復習しておく
第6回 第7回	3. 応用的なデータ分析手法 ・講義：近年注目が高まっているテキスト解析等の応用的なデータ分析手法について、基礎的な概念と実際の活用事例を理解する。 ・実習：テキストマイニングツールの基本的な使用方法を実習する ・グループ演習：発表に向けたチーム編成とテーマ選定を行う	・テーマ選定が終わらなかったチームは、次回までに完了させる
第8回 第9回	4. データとデジタル技術 ・講義：データによって駆動するAI、IoT等のデジタル技術の今日的意義と活用用途、導入方法、課題や限界、今後の展望を理解する ・実習：無料のAIサービスによりデジタル技術を体感的に理解する ・グループ演習：発表内容の研究プランを作成する	・研究プランが完成しなかったグループは、次回までに完成させる

第10回 第11回	5. オープンデータの活用法 ・講義：データの流通がもたらす意味を理解する。また、利用可能な行政データを入手し、活用するための方法や手順を理解する。 ・実習：オープンデータカタログやRESASの使用方法を実習する ・グループ演習：発表に必要なデータの入手、整備、分析を行う	・発表に必要なデータの入手や分析が終わらなかったグループは、次回までに完了させる
第12回 第13回	6. データマネジメント　演習 ・講義：データマネジメントの意義と枠組みを理解する ・実習：データの前処理（クレンジング等）を実習する ・グループ演習：発表のためのプレゼンテーション資料を作成する	・プレゼンテーション資料が完成しなかったグループは、次回までに完成させる
第14回 第15回	7. グループ発表 ・グループ演習：データを活用した社会課題解決をテーマに、グループごとに発表を行い、討論、講評を行う。 ・提言をとりまとめ、行政のアイデアボックス等に投稿する。 ・講義：これまでのふりかえり・総括講義を行う	・事前にプレゼンテーションのリハーサルを十分にしておく

教科書

特になし。毎回スライドを用意し、提供。

参考書、講義資料等

西田圭介，ビッグデータを支える技術，技術評論社

成績評価の基準及び方法

講義・実習・演習への積極的な参加と貢献（70%）、プレゼンテーションの質（30%）

連絡先（メール・電話番号）

kanoeiji0626@gmail.com

オフィスアワー

メールで事前予約

その他

授業科目名	フィールドリサーチ（顧客開発）	担当教員	岸波宗洋	科目コード	120
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		

講義の概要とねらい

本講義は、事業構想サイクルの重要な構成要素となるフィールドリサーチにおいて、院生が自ら考え、事業構想のエビデンスを獲得する力を養うための講義となる。そのために、フィールドリサーチの基本的な考え方を提示すると共に、副題にある「顧客開発」を実践し得る前提となる原理、プロセス、ファクトを教示する。顧客は、最も重要なステークホルダーである。そして、顧客は戦略モデル（who,what,how）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する。

まず、存在次元における顧客は、自身の存在次元（自己・他者・世界の本質）に基づいて助けるべき顧客を明らかにし、その顧客を真に助けるための分析的・非分析的プロセス、ファクトを思考することになる。

次に、事業次元における顧客について、サステナブルに顧客との約束を果たすための経済/社会/環境価値を包含した具体的な事業構想を元に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。

なお、概要にある存在次元、事業次元、収益次元に関しては、東京後期科目「事業構想の戦略」にて詳細講義する。本講義においては、その概要理解と顧客を中心とした多様なリサーチ事例、セールスフォース等の考え方の教示と演習が中心となる。

到達目標

本講義の目的は、フィールドリサーチに関する基本知識の習得とともに、各次元と顧客との関係性、様々な事例に基づく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・検討し考える力を養うこと、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/SFM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、プロファイル、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、セールスフォース等

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（授業計画の概説とフィールドリサーチの基本的な考え方（事業構想サイクル、社会還元思考等のメソドロジーを中心に））	フィールドリサーチの意味、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（戦略モデル）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（オペレーションモデル）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	資源との親和性がある人は誰か？
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	生涯価値が最大化する人は誰か？
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（IMC等） 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＝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？

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

講義前に適宜指示、配布する。

成績評価の基準及び方法

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。

連絡先（メール・電話番号）

m.kishinami@mpd.ac.jp

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	事業構想のためのマーケティング	担当教員	田中洋	科目コード	121
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		

講義の概要とねらい

■概要：事業を新たに起こすとき、顧客とどのように向き合い、関わり、どのように対応するべきでしょうか。本講義では、事業構想のために、必要なマーケティングの基礎知識を学びます。また、実践的ナレッジとして、マーケティング的思考を身に付けることを目指しています。担当教員は、電通で21年間のマーケティング実践経験を持ち、その後大学で24年間マーケティングを社会人に講じるとともに、さまざまな企業への調査インタビューを行い、NTT東日本の社内誌に20年間成功企業のマーケティングを毎月連載してきました。またデジタル企業（ソウルドアウト株式会社・東証一部上場）の社外取締役も勤めています。こうした経験に基づいて、現代の起業に必要なマーケティングナレッジの育成を目指します。 できるだけ多くの事例を参照しながら、講義を進めます。
■ねらい：マーケティングの基礎知識の修得と、マーケティング知識を使えるようにするワークショップ形式の講義を通して、マーケティングに通じた起業家養成を意図しています。

到達目標

■到達目標：学生が自分の事業構想の立案に際して、マーケティング戦略を企画・実施できるようになるためのマーケティングの基礎知識を修得する。

キーワード

マーケティング戦略、消費者行動、市場戦略、デジタルマーケティング、ケーススタディ

授業の進め方と方法

毎回の講義の前半はマーケティングナレッジの学修に当てられ、後半はケースや課題に基づくグループディスカッションを行う。最終日に学生からのプレゼンテーションを予定している。

授業計画		課題
第1回	オリエンテーション：毎回の講義の進め方と全体講義へのイントロダクション。	
第2回	第一部：①マーケティングとは、②マーケティング戦略とは、③市場分析。第二部：ケース「ワークマン」	指定されたケースを講義出席の前にあらかじめ読み込んでくること。
第3回		
第4回	第一部：①STP, ②4Aフレームワーク、③顧客分析。第二部：ケース「Airレジ」	指定されたケースを講義出席の前にあらかじめ読み込んでくること。
第5回		
第6回	第一部：①新製品開発、②価格戦略、③流通戦略。第二部：ケース「ほけんの窓口」	指定されたケースを講義出席の前にあらかじめ読み込んでくること。
第7回		
第8回	第一部：①ブランド戦略、②広告戦略、③デジタルマーケティング、第二部：学生からのプレプレゼン「私の事業構想におけるマーケティング戦略」の途中経過報告	最終日のプレゼンの中間報告を準備してくること。
第9回		

第10回 第11回	第一部：①ブルーオーシャン戦略、②プラットフォーム戦略、③ビジネスモデル。第二部：ケース「メドピア」	指定されたケースを講義出席の前にあらかじめ読み込んでくること。
第12回 第13回	第一部：①消費者インサイト、②イノベーター/イノベーション、③講義のまとめ。第二部：ケース「Spectee」	指定されたケースを講義出席の前にあらかじめ読み込んでくること。
第14回 第15回	学生からのプレゼンテーション：「私の事業構想におけるマーケティング戦略」	「私の事業構想におけるマーケティング戦略」プレゼンテーションを用意してくること。

教科書

田中洋（2014）『マーケティングキーワードベスト50』（ユーキャン）

参考書、講義資料等

田中洋（2015）『消費者行動論』（中央経済社）、田中洋（2017）『ブランド戦略論』（有斐閣）。

成績評価の基準及び方法

講義への貢献度（30%）と、課題提出を含む最終プレゼンテーション（70%）

連絡先（メール・電話番号）

hirot@symphony.plala.or.jp

オフィスアワー

メールであらかじめ予約してください。

その他

授業科目名	コミュニケーション戦略	担当教員	丸岡吉人	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		

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ステークホルダー（顧客、従業員、投資家、取引先、地域他）に伝える必要があります。本講義は、講義と演習を通じて、顧客に対するコミュニケーション（マーケティングコミュニケーション）を中心に、履修者が構想した事業を実現するために必要なコミュニケーション戦略の基本を身につけることが狙いです。

講義の概要
本講義では、①さまざまなコミュニケーション手段（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、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コミュニケーション目標を設定する方法、そして、③設定したコミュニケーション目標に効果的・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コミュニケーション戦略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履修後にコミュニケーション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コミュニケーション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。ミニケースでは、他社コミュニケーション戦略の読み取り、自社コミュニケーション戦略の立案を通じて、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、講義内容の理解を深めます。

授業計画		課題
第1回	●オリエンテーション 事業構想とコミュニケーション戦略、統合されたコミュニケーション戦略	
第2回 第3回	●コミュニケーションに何ができるか（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、ポジショニングなど	フレームワークを利用して、広告戦略を読み取ろう
第4回 第5回	●コミュニケーションに何ができるか（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など	フレームワークを利用して、広告戦略を立案しよう
第6回 第7回	●コミュニケーションに何ができるか（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、行動促進戦略（販売促進戦略）を立案しよう
第8回	●コミュニケーションに何ができるか（4）情報環境効果	フレームワークを利用して、情報環

第9回	ミクロ情報環境効果、マクロ情報対流効果	境戦略（広報戦略）を立案しよう
第10回 第11回	●新しいコミュニケーション手段（1）デジタルコミュニケーション 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 第13回	●新しいコミュニケーション手段（2）コンテンツを活用したコミュニケーション スポンサーシップ、コーズリレーテッドプロモーション、ブランデッドエンターテインメント、コンテンツマーケティング、インフルエンサーマーケティングなど	フレームワークを利用して、統合的なコミュニケーション戦略を立案しよう（1）
第14回 第15回	●統合化されたコミュニケーションの原理と方法 統合化されたコミュニケーションの原理と方法、統合的コミュニケーション戦略の役割	フレームワークを利用して、統合的なコミュニケーション戦略を立案しよう（2）

教科書

指定しません。講師が準備したスライド教材を使用します。

参考書、講義資料等

販促会議編集部、守口剛他(2017). デジタルで変わるセールスプロモーション基礎 宣伝会議
本田哲也(2011).. 新版 戦略PR 空気をつくる。世論で売る。 アスキー新書
日本インタラクティブ広告協会(2019). 必携 インターネット広告 プロが押さえておきたい新常識 インプレス
Rossiter, J. R. and Bellman, S. (2005). Marketing communications. Prentice Hall. （ロシター, J. R.・ベルマン, S.(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）
Sinek, S. (2009). Start with why: How great leaders inspire everyone to take action. Portfolio（シネック, S.(2012). WHYから始めよ！インスパイア型リーダーはここが違う, 日本経済新聞出版社）
田中洋、岸志津江、嶋村和恵（編著）(2021).現代広告全書：デジタル時代への理論と実践 有斐閣

*日々の生活の中で接触するコミュニケーションすべてが教材です。身の回りのコミュニケーションから学びましょう。

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、講義内容理解度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、コミュニケーション戦略に関する書籍や論文を取り上げて評価していただく予定です。詳しくは講義の中で説明します。

連絡先（メール・電話番号）

y.maruoka@mpd.ac.jp

オフィスアワー

質問他がある場合には、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	ブランド戦略	担当教員	野口 恭平	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		

講義の概要とねらい

＜概要＞
事業構想におけるブランド戦略は、その事業の一貫性ある差別化価値とその持続性を生み出すために重要な位置づけを担う。具体的には、構想案策定のステージで事業ブランドのコアとなる価値を明確に規定し、自組織内やステークホールダーへの浸透、そして各種戦略・施策への展開、更には市場へのコミュニケーションでは明確なメッセージの発信という、一貫した価値構築と価値伝達というプロセスとなる。

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中核価値規定、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各種のツールの提供をはじめ、事例を基に理解を深めることを目的とする。
講義においては自身の国内・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＞
本講義では構想案から事業計画・コミュニケーションに繋がる、ブランド戦略の骨格を構築するための設計力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、ブランドを広義に理解し資産として活用しながら、変化する社会や市場に対応していく視点を獲得する。

到達目標

ブランド戦略構築のための重要なポイントを理解し、ブランド価値規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とツールを獲得することで、構想案から構想計画・コミュニケーションの過程でのブランド設計力・構築力を身に付ける。

キーワード

ブランドパーパス、ブランド提供価値、ブランドの差別化・独自性・持続性、インターナルブランディング、ブランドストーリー、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、具体的な事例を題材にしながら全員参加の議論を行う。事例については多彩な業界（大企業、中小企業、地域地産ブランド、スタートアップ事業ブランド、事業承継ブランド、日本伝統ブランド等）のケースを紹介する。具体的なステップとしては以下の進め方になる。

・基本的な戦略理論についての講義と討論により、実例を理解する基盤を作る。
・各テーマに合わせた事例紹介と討論を行う（一部ゲスト講師を招請する）。
・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。

		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	・マーケティング3.0/4.0によるブランド戦略の考え方（講義と討論） ・パーパスブランディング戦略の潮流（講義と討論）	社会課題解決価値をもたらすブランディング
第4回 第5回	・ブランド価値規定理論：価値の要素と規定プロセス（講義と討論） ・ブランド価値創造と差別化（事例紹介と討論）	ブランドの中核価値規定手法 顧客インサイトとブランド価値規定
第6回 第7回	・企業ブランドのリニューワル（事例紹介と討論） ・インターナルブランディング（理論＆事例紹介と討論）	企業ブランドのリニューワル手法 ブランディングと社内浸透プロセス

第8回 第9回	・コミュニケーション戦略への展開(事例紹介と討論) ・ブランドポートフォリオ戦略(講義と討論)	コミュニケーションにおける一貫性 事業戦略とブランド階層の構築
第10回 第11回	・地域/地産起業ブランディング(事例紹介と討論) ・中間レビューとポイントの整理(まとめと討論)	地域/地産事業のブランディング 中間まとめ
第12回 第13回	・スタートアップ事業のブランディング(事例紹介と討議) ・事業構想とブランド戦略(事例紹介と討論)	新規起業ブランドの設計と構築 事業構想とブランド戦略の関係
第14回 第15回	・事業承継のブランドリニューワル(事例紹介と討論) ・総括(まとめと討論):事業構想とブランド戦略の関係整理	中小企業のリブランディング 事業構想におけるブランド戦略の位置づけの重要性

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、「マーケティング3.0」フィリップ・コトラー著、等を紹介する。

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」フィリップ・コトラー著、「ブランド戦略論」田中洋著、「ブランディングの科学」バイロンシャープ著等、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

連絡先(メール・電話番号)

k.noguchi@mpd.ac.jp

オフィスアワー

授業内容や個人の事業構想に関して適宜面談を実施する（メールにて事前調整）。

授業科目名	収支計画立案とビジネス会計	担当教員	古田芳浩	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	中継（大阪→全校）	単位数	2		

講義の概要とねらい

概要：事業構想は事業経営へと切れ目なく続き、持続可能な利益およびキャッシュなしでは経営の継続はなく、社会への価値の提供の継続も不可能である。厳しい競争環境下で持続可能な利益およびキャッシュを生み出す計画を作成する能力を身につける。そのために必要となるビジネス会計（財務会計と管理会計、財務三表、財務諸表分析等）を並行して学ぶ。
ねらい：事業経営における最重要課題である「自らキャッシュを生みだし、事業を継続する」ために必要な知識・スキルについて、実務経験をもとにした具体的な事例を使い習得する。また、構想を計画に落とし込む際の「採算性」についてのスキル・センスを身に着けるとともに、資金調達の際に資金提供者との間で交渉ができるだけの基礎を習得する。

到達目標

事業構想計画を①現実的な裏づけを持ち、②厳しい競争を勝ち抜き、③社会へ価値を提供し続けるための利益とキャッシュを出し続ける、「魂のこもった」利益計画および資金計画が作成できる能力を身につける。

キーワード

持続可能な利益とキャッシュ、付加価値と固定費による損益分岐点の理解、投資回収、運転資金と黒字倒産

授業の進め方と方法

具体的な事例を活用した演習を取り入れることで、実学としての会計の技術の一端に触れ、その勘どころ・コツを理解・体験できるようにする。また、そのことにより、活発な質疑応答がなされ、より深い理解へとつなげられるように双方向で講義をすすめる。

授業計画		課題
第1回	オリエンテーション	
第2回	事業構想から利益計画・資金計画へ	リアルな事業活動を財務数値に置き換えるプロセス。財務三表の基礎。
第3回		
第4回	事業採算の取りかた	事業採算の知識とスキル。付加価値を基軸とした利益管理。
第5回		
第6回	付加価値基軸の利益計画	プロダクトミックスによる付加価値とステークホルダー視点での損益計算書
第7回		
第8回	資金調達と資金運用（投資）	財務諸表分析と貸借対照表および資金の調達と運用の知識・スキル。
第9回		
第10回	事業戦略と利益計画・資金計画	時系列による財務三表の変化を読み取り、事業戦略との関係を理解する。
第11回		
第12回	設備投資・減価償却費・運転資金とキャッシュフロー	当期利益・減価償却費・運転資金・設備投資がキャッシュフローを決定する。
第13回		

第14回 第15回	競争環境下の利益計画・資金計画	業界での他社比較により、市場構造・事業構造・競争環境の違いが財務数値に影響することを理解する。

教科書

「経営分析のリアルノウハウ」、「人事屋が書いた経理の本」

参考書、講義資料等

「稲盛和夫の実学」、「会社は頭から腐る」

成績評価の基準及び方法

原則として8回中6回以上の出席を単位認定要件とする。前半の課題レポート50%、後半の課題レポート50%とする。

連絡先（メール・電話番号）

y.furuta@mpd.ac.jp　080-4234-5095

オフィスアワー

毎回講義前の30分（18：00－18：30）については、申し出があれば対応するので、事前にメールで予約すること。

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	125
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		

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。本講義では、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、伝わる力を磨く。日米両国で日本語の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の手法も取り入れながらインタラクティブに進める。

【ねらい】プレゼンテーションの中に組み込むべき要素を体系的に明らかにしながら、デリバリースキルを磨いていく。「説得のモデル」「緊張コントロール法」「発声・滑舌練習」「言語と非言語情報からのアプローチ」等を取り入れ、今まで独自に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、発表やディスカッションを通して、構想を俯瞰的に捉える機会を提供する。

到達目標

①.「受け手目線になること」と「表現力を磨くこと」を習慣化できる。
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理解することができる。
③受け手に伝わるように、目的や対象によってコミュニケーションを自分でデザインする力をつけることができる。

キーワード

・相手を動かす伝え方 / 受け手目線 / コミュニケーションデザイン / プレゼンテーションの構成 / 発声・滑舌

授業の進め方と方法

各回のテーマに基づいて、講義・ワーク・ミニ発表を織り交ぜながら、楽しく進める。

授業計画		課題
第1回	オリエンテーション	
第2回	聴き手目線と発声・滑舌の基本 構想する事業の価値の伝え方	復習
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	次回の発表準備
第5回		
第6回	人を動かすプレゼンテーションの哲学的要素 TED分析とプレゼンテーションの実践	復習
第7回		
第8回	相手に態度変容を促すプレゼンテーションのアプローチ ステークホルダーに向けたグループ実践	復習
第9回		

第10回	プレゼンテーションの構成 事業構想を簡潔にまとめ、発表するための実践	ワーク提出
第11回		
第12回	事業構想のためのプレゼンテーションの実践 スライド資料の作成術（ゲスト講師予定）	最終プレゼンテーションの準備
第13回		
第14回	バトル形式プレゼンテーションの実践 総括	
第15回		

教科書

教科書は指定せず、テーマに合わせて、論文や参考資料を配布

参考書、講義資料等

「パワーポーズが最高の自分を創る」　エイミー・カディ　著　　石垣賀子　訳　早川書房　（2016）
「ビジネスは30秒で話せ！」　Kevin Carroll/Bob Elliott 著　すばる舎　（2015）
「弁論術」 アリストテレス　著　/　戸塚七郎　訳　岩波文庫　　（1992）　　他

成績評価の基準及び方法

以下の評価基準を設ける。
①授業での積極性・・・50%
②課題の提出と内容の質・・・50%
③ 加点対象・・・表現力の向上

連絡先（メール・電話番号）

k.yashiro@mpd.ac.jp

オフィスアワー

メールで問い合わせてください。

その他

＊授業の進捗状況によって、上記の講義内容や課題を変更することがあります。
＊グループディスカッション、実践が多くありますので、授業のリアルタイム参加を強く推奨します。
＊欠席や遅刻は、Teamsかメールで必ず連絡してください。

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	田中里沙ほか	科目コード	126-129
配当年次	1年次・2年次	学期	前期・後期		
キャンパス	東京・名古屋・大阪・福岡・仙台	単位数	前期：2、後期：2		

講義の概要とねらい

事業構想、事業計画、実践のためのプロセスを、経営の実例および研究者の知見から学び、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発想、着想のヒント、事業アイデア開発の方法論など、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得ながら議論し、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、発着想、新事業、企業理念、イノベーション、事業革新

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。ファシリテーションは、各校舎の専任教員も担当する。

授業計画	課題
2022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、2021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） 各校舎にゲストが登壇し、全校舎に中継します。2021年度の講師例（東京） ・表 輝幸、東日本旅客鉄道株式会社 常務執行役員　事業創造本部副本部長 ・木内 文昭、株式会社マクアケ取締役、共同創業者 ・広井 良典 、京都大学こころの未来研究センター 教授 （名古屋） ・永井 淳、新東工業株式会社　取締役社長 執行役員 ・香坂 玲、名古屋大学大学院環境学研究科 教授 ・河合 秀治、セイノーホールディングス株式会社　執行役員 ラストワンマイル推進チーム担当 （大阪） ・萩原 直樹、株式会社アーバンリサーチ 執行役員 ・沼部 美由紀、株式会社クロシェホールディングス 代表取締役社長 ・小谷 美樹、積水ハウス株式会社 ESG 経営推進本部 部長 （福岡） ・荒木 義雄、一般財団法人日本再生医療協会理事・医学博士 ・岡田 昌治、九州大学SBRC　エグゼクティブ・ディレクター ・田中亮一郎、第一交通産業株式会社　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
年間約40回開講。前期、後期を各8回以上受講したうえで、以下のとおり評価を行う。 授業への参加・貢献、討論等（30%） 所定のレポートの提出（70%）
連絡先（メール・電話番号）
reg@mpd.ac.jp
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

授業科目名	事業構想プレゼンテーション演習（1年次）	担当教員	谷野豊	科目コード	130
配当年次	1年次	学期	通年		
キャンパス	東京	単位数	1		

講義の概要とねらい

事業デザイン演習Ⅰで考えた4つの事業アイデアの中から、事業デザイン演習Ⅱの各グループで選んだ事業アイデアをフィールドリサーチ、収益モデルまでに落とし込んだ内容を発表する。また、自分自身の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、2年次に向けて自分自身の事業構想に生かす。また、発表した他の院生に対してのフィードバックを通じて、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。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、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	事業デザイン演習Ⅱでグループで考えた構想を各グループ10～15分（質疑応答を含む）で発表（2月11日）する。また、3月4日は、2年次の事業構想研究に向けた自分自身の事業構想を1人10分程度で発表する。※各発表会の詳細については、後日お知らせします。	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

特に指定しない

参考書、講義資料等
特になし
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
連絡先（メール・電話番号）
y.tanino@sentankyo.ac.jp
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	事業構想プレゼンテーション演習（2年次）	担当教員	谷野豊	科目コード	131
配当年次	2年次	学期	通年		
キャンパス	東京	単位数	1		

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（8月6日）と2年次中間審査会（11月5、予備日；6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

特に指定しない

参考書、講義資料等
特になし
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
連絡先（メール・電話番号）
y.tanino@sentankyo.ac.jp
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	企業内起業・新事業創出	担当教員	谷口賢吾	科目コード	141
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		

講義の概要とねらい

＜講義の概要＞
なぜ企業内企業や新規事業が求められるのか、その背景を理解し、環境変化から事業機会を見出し、新規事業を構想する考え方・方法論を理解し習得することを目的とする。
また、自らがプレイヤーになる場合だけでなく、企業内においてイントラプレナー輩出、新規事業創出のための仕組みの構築・運用する側になる場合についても理解を深める。

＜講義の狙い＞
単なる思いつきではなく、「事業構想」という観点から、未来社会に対する洞察からのアプローチで新規事業創出につなげることを狙いとする。

到達目標

・新規事業を構想するための視点・視野を広げる
・新規事業に必要となる未来社会への洞察に関するスキルを習得する
・事例から、新規事業における成功のカギを見出す
・自社と新規事業の適切な事業領域設定を理解する
・企業本体と新規事業創出のスキームを理解する
・新規事業構想～計画の概要を理解し、事業計画立案・プレゼンスキルを習得する

キーワード

変化の兆し、未来洞察、事業機会発見、ビジネスモデル、ミッション、パーパス、事業領域の再定義、新規事業創出スキーム、オープンイノベーション

授業の進め方と方法

授業に対する理解を深めるために、各回ごとのテーマに関する講義と、グループワークのセットで進める。
グループワークでは、情報収集、分析・洞察、アイデア創出、企画・プランニングの流れを体感してもらう。

授業計画		課題
第1回	オリエンテーション	講義の全体像と、学ぶべき内容に関する理解を深める
第2回 第3回	講義：事例から学ぶ企業内起業・新事業創出の現状と課題 WS：企業内起業・新事業創出の事例研究・討議と発表	自ら企業内起業・新事業創出(ビジネスモデルなど)の事例を調べ、考察したうえで、授業で討議
第4回 第5回	講義：変化の兆し、未来洞察、事業機会発見 WS：現在起きている変化の兆しを抽出し、未来を洞察する手法、事業機会発見の手法を用いて、想定される事業機会に関する討議と発表	自ら変化の兆しとなる事象を調べ、未来を洞察し、事業機会について考察したうえで、授業で討議
第6回 第7回	講義：自社再認識、事業領域の設定 WS：自社のミッション、社内リソースの再認識、事業領域を再設定するとしたらどう設定するべきか討議・発表	自社ミッション、自社リソースを再確認し、時代に合わせて事業領域をどう設定すべきか考察したうえで授業で討議
第8回 第9回	講義：新規事業のビジネスプランニング WS：顧客の設定、顧客課題の抽出などビジネスプランのラフ案の策定と討議・発表	ラフなビジネスプランを策定したうえで、重要なポイントを授業で討議
第10回 第11回	講義：ビジネスモデル・市場規模 WS：事業化収益獲得のためのビジネスモデル設計、市場定義の設定、市場規模の算出について討議・発表	ビジネスモデルを設計し、市場規模設定・算出について授業で討議

第12回 第13回	講義：企業内新規事業推進体制、事業化のスキーム WS：社内で新規事業が輩出され続けるための仕組みと、支援体制について討議・発表	新規事業を輩出する仕掛け、外部資金・外部企業の活用、オープンイノベーションなどのスキームについて授業で討議
第14回 第15回	講義：企業内起業家のマインド・スキル、プレゼン・ピッチ WS：アントレプレナーシップとリーダーシップ違い、プレゼン・ピッチ内容について討議・発表	起業家に求められる情熱・志やスキル、社内外を巻き込むプレゼン・ピッチについて授業で討議

教科書

授業時にレジメ・教材を配布する。

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

・事前課題提出：10%、・グループワーク（授業でのグループ発表等）：40%
・論文提出：40%、・その他（授業への貢献等）：10%、60点以上を合格とする。

連絡先（メール・電話番号）

kengo.taniguchi@gmail.com
※情報共有と返信漏れ防止のため、事務局に同報してもらうことが望ましい

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	事業承継における事業構想	担当教員	丸尾聰	科目コード	142
配当年次	1年次（の履修を推奨）・2年次	学期	後期		
キャンパス	巡回（東京/仙台）	単位数	2		

講義の概要とねらい

●本授業は、中小企業や中堅企業が、事業構想時や事業承継時に遭遇する「事件・事故・事象」を取り上げ、徹底的に「代理体験」をした上で、「事業承継」後の、自社の未来を徹底的に構想する授業である。
●「代理体験」をする対象企業（候補）は、下記のような「事件・事故・事象」に遭遇する企業の事例である。
1）莫大な隠し負債の発覚で、高利益事業への転換に賭ける承継（建材メーカー）
2）外資コンサルから地方の家業に転じ、既存事業のリストラを断行する承継（家具メーカー）
3）父を助けたい娘（専業主婦）が、父の怠慢や不正に遭遇した承継（居酒屋）
4）改革に後ろ向きの古株社員とは別に、新規採用や他社提携を進める承継（菓子製造小売）
5）斜陽産業からの脱皮を仕掛けるが、先代統制下の社員がついて来ない承継（呉服仕立）
●本授業では、「新規事業」の事業構想に止まらず、「既存事業」の継続・発展とを統合した「全社構想」の姿と、実現するまでのプロセスを示した「自社の未来年表」を作成する。
●本授業を履修して学習効果の高い人は、下記のような人である。
1）事業承継時期が確定している、承継予定者、及び、経営者（承継する者）
2）すでに事業承継済みだが、経営が思うように出来ない、と悩んでいる新任経営者
3）事業承継の候補者で、すでに、その覚悟も自ら固めている人（承継時期が未明でも、承継が未了承でも、問題なし）
4）経営者で、承継時期は未定だが、承継準備を真剣に考えたい人
5）同族企業において親族外承継を狙う経営者予備軍の人
6）既存事業の継続・発展をさせながら、新規事業の事業構想も計画する整理をつけたい人

到達目標

●本授業では、「新規事業」の事業構想だけでなく、「既存事業」の継続・発展も構想し、両者を統合させる「全社構想」を作成する。
●経営者は、「〇年後の承継時」を想像しながら、「現在」と往還しながら、経営をする。他方で、承継者は自分の「〇年後の承継時」と、「□年後の更なる次の承継時」の姿を描く。
●「〇年後の承継時」または「□年後の更なる次の承継時」の姿を描くだけでなく、そこに至る、リアリティの持てる経過プロセスを描く「シナリオ」を完成する。
●経営者の生き残りをかけた「既存事業の維持」と、承継者が心身ともにエネルギーを費やす「新規事業の立ち上げ」とを、1つの企業の中でバランスある運営をすることは、簡単ではない。それぞれの組織インパクトや財務インパクトをシミュレーションをした、「計画的かつ戦略的な事業構造の転換」を構想する。

注：保守的な経営者にとって、「既存事業」は、できるだけ長く生き延びさせたい、と思いがちである。しかし、長生きさせることによる弊害や損失、機会損失は小さくないことが多い。他方で、前向きな承継者にとって、「新規事業」は、成長させられれば、既存事業の損失も人材も吸収できる、と考えがちである。何かを「つくる」こととは、何かを「捨てる」ことであり、「安易に加える」ことは、経営方針を曖昧にし、現場のスピードや判断力を衰えさせる。

キーワード

ワンマン経営と全員経営、私企業と公企業、戦術の対立と戦略の対話、新旧ミドルマネジメントの交代と融合、艱難の回避と克服、先代の信用基盤と現職の挑戦意欲、負債の効能と無借金の油断

授業の進め方と方法

●授業の進め方は、2コマ180分中、約150分は、履修者の院生主導で進め、教員主導の時間は約30分のみ。
●学習効果を最大化するために、冒頭に「意気込み」、最後に「振り返り」を、それぞれ表明し、履修者間で共有する。
●事前課題は、学習効果を生むために、教材や自社の情報（社史、業績推移など）の「観察」に1時間程度、「考察」に1～2時間を費やし、その後に、課題回答に取り掛かることを推奨する。計3～5時間は要することを覚悟願いたい。この時間を惜しみ、「こなし」や「片付け」として取り組むと、「事業承継」という複雑な前提を含む「事業構想」は、ほとんど使えないものとなる。
●事後課題は課さないものの、履修者各自で、自社において、類似した状況が今後起こりうるものとして、事業構想に「適用・応用」をすることを強く推奨する。3日経過すると、習得しかかった「感覚・感度」が遠ざかり、「感覚・感度」が永遠に得られないリスクが高まる。授業は、次々にテーマを変えていくため、その時々のテーマについて、履修者自身で「復習」と自らの事業構想への「適用・応用」を行うこと、さらに、履修者間でその成果を見せながら討議をしてほしい。
●事業承継における「経営力向上」のタイミングは、授業直後が最大のチャンスで、履修者間で相互に「維持」を心がけ、続けることで、確実に発想力の「定着」につながる。

●授業の方法は、事前課題の回答傾向に基づいて、履修者を「グループ」分けし、その「グループ」内での回答の共有と質疑を行い、そこで視野や視点の拡張を行い、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、本格的な討議を行う。
●2段階の討議を重ねることにより、他の履修者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、「他者の観察」という代理体験に基づいて、視点や視野をさらに拡張することができる。
●授業中は履修者全員が、「勇気」をもって建設的な批判も発言し、教室内の全履修者に対し尊敬の念をもった「礼節」を重んじ、他の履修者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、履修者全員の学びが最大化できる。
●本授業は、180分間の各パートが必要不可欠で、パート間も有機性の高いため、授業への「遅刻」「早退」「欠席」は、原則、認めません。止むを得ず、「遅刻」「早退」「欠席」する場合は、5日前までに教員まで申し出てください。

授業の時間配分

第2～6セッション	大項目	ウォームアップ		ディスカッション1		休憩	ディスカッション2		ラップアップ			計
	小項目	本セッションの主旨	意気込み発表	小グループディスカッション	クラス全体ディスカッション		小グループディスカッション	クラス全体ディスカッション	本セッションの総括	振り返り発表	次セッションの案内	
	主体	教員	院生	院生	院生		院生	院生	教員	院生	教員	
	時間（分）	10	15	20	40	10	20	40	10	20	5	190
第1・第7セッション	大項目	同上		発表＋質疑応答＋助言1		休憩	発表＋質疑応答＋助言2		同上			計
	小項目			発表	質疑応答＋助言		発表	質疑応答＋助言				
	主体			院生	院生		院生	院生				
	時間（分）			5～7分×5名	5～7分×5名	10	5～7分×5名	5～7分×5名				190

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＋質疑応答＋要望 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。	事業承継者特有の「事業構想」の条件や特徴について、言語化し、本授業における獲得目標を設定する。
第2回 第3回	第1セッション＝履修者の初回発表 発表課題＝自社の創業以降の社史を紐解き、代々の経営者や自社を支えたキーマンの存在と、遭遇した苦境と克服したプロセスとを調査・整理する。	自社の歴史を改めて紐解くと、見落としていた史実を発見し、自社の強みや弱みへの認識が変わる。過去の出来事の中に、未来の資源や教訓を見出す。
第4回 第5回	第2セッション 事前課題＝卸売業を営む先代社長の悲願は「工場の隣に店舗を持つ」こと。株式上場が見え、投資余力が生まれた中で、製造や小売に進出すべきか否か、意思決定の根拠をどこに求めるかを探る。	創業時から苦難の連続に耐え忍んだ先代社長に対し、投資余力が生まれた現社長は、従前に出来なかった大胆な投資を仕掛けたくなる。＜カネ＞の資源を活用し、垂直統合に走り、＜モノ＞の資源制覇に動く。その際の判断の方法と基準を明らかにする。
第6回 第7回	第3セッション 事前課題＝業績を堅持してきた製造業を承継をした経営者に、ある日突然、銀行から隠れ負債の返済を迫られる。返済のために、大胆な利益構造の転換の道を探る。	数代つづく企業には、隠し資産や負債が蓄積し、先代社長も新社長も知らずに承継することがある。財務状況が危うくなると金融機関から初めて存在を知らされる。想定外の＜カネ＞の問題が明らかになった際の心構えとステークホルダーマネジメントの方法を明らかにする。
第8回 第9回	第4セッション 事前課題＝地元密着をモットーとした老舗メーカーに、海外のコンサルタント会社から戻ってきた子息が、財務分析に基づく合理的な意思決定を次々に断行するが、顧客や職人から猛反発をされる。	歴代の社長は、木工職人の腕の強みにして、地元の住民や学校に愛されて、良質な家具を安価で提供。しかし、利益構造が悪化。伝統的な日本的な共存共栄の思想と、最新の西欧的な合理的な経営手法とが、対立する中で、どのように乗り越えるか、を明らかにする。
第10回 第11回	第5セッション 事前課題＝後継者不在の企業に、第二の人生を捧げる新社長。親族外、役員外から、新社長を迎えた先代社長。両者は明るい未来を信じて順風満帆に承継するが、業界の衰退は想定よりもひどく、奇想天外の手段に打って出る、打開策を探る。	親族承継の固定観念を打ち破るため、あえて親族外承継をとる企業も増えている。先代社長からの過剰な期待。それに応えようと前のめりになる新社長。両者に落とし穴はないのか。先代から承継した＜ヒト＞と＜モノ＞という貴重な経営資源を、持続的成長の基盤にするための要件を明らかにする。
第12回	第6セッション 事前課題＝先代の豪腕で成長してきた広告代理業が、承継した社長は社員に権限委譲するが、古株社員は指示待ち、新規採用した社員が業績に貢献するが、他方で規定違反が発覚し、古参	先代社長＝ワンマン社長、新社長＝社員合議の民主的な社長、とはよくある承継の図式。その変化を歓迎する社員と、違和感を感じる社員。組織内の不安定な空気

第13回	社員が社長の採用責任を問い詰めるが、その後のアクションを探る。	の中で起こる事故・事件。経営資源である＜ヒト＞が大きく関与し、＜情報＞にも影響を与える中で、マネジメントスタイルの確立の方策を明らかにする。
第14回 第15回	第7セッション＝履修者の最終発表 発表課題＝自社の「遺伝子」や「経営理念」の再定義と、ケース討議での学びや気づきを反映し、自社内外の将来環境動向を踏まえた、自社の「事業構想計画書」策定の前提与件と方向性を策定する。	事業承継と事業構想は、一見、矛盾だらけ、相反だらけの関係にある。だからこそ、承継社長が、意思決定の拠り所を持つ必要がある。その獲得のための契機として「持続的成長」の方策に取り組む。

教科書・教材等

●教科書は、特に使用しない。
●事業承継者や経営者にとって、最良の教材は、自社の出来事を時系列で記載した「社史」、様々な財務指標に基づく「業績推移」、歴代の社長の言葉の書かれた「著作物」である。これらを、自らの成長のたびに、反復して読むことで、その奥に宿る「理念」「思想」を体得でき、現在の社会や市場に適合して、再解釈ができる。第１セッションでは、それを紹介するとともに、開講時の自身の解釈を述べ、第7セッションでは、社史分析、業績推移分析を踏まえて、終講時の自身の再解釈を述べる。
●本授業は、第２～６セッションの教材は、「ケース（事例）」と呼ばれる、過去に実在の企業組織において、現実に起こった事象を記述した「ストーリー（読み物）」を使用する。

参考書、講義資料等

●参考書も、特に使用しない。

成績評価の基準及び方法

●評価は、以下の4つのパートに分け、それぞれで加点し、１００点満点。
1）意気込み・振り返りシート：（オリエンテーションを除く）第２～第６の５セッションの、授業開始時の「意気込み」の発表、授業終了時の「振り返り」の発表、シートの提出により、１セッションで各２点。５セッションで、合計１０点（最大）。
2）事前課題：第２～第６の５セッションに向けて出題される、設問の回答提出により、各５点。期限内の提出で1点、回答の質に対して、０点～２点加点。1セッションで最大８点。５セッションで、合計４０点（最大）。
3）発表課題：第１セッションと、第7セッションに向けて出題される発表課題の提出で、１セッション５点。期限内の提出であれば各１点加点。回答の質により、第１セッションが０～２点加点、第7セッションが０～８点加点。２セッションで、合計２２点（最大）。
4）ディスカッション発言：（オリエンテーションを除く）各セッションの、クラス・ディスカッション（グループ・ディスカッションを除く）における、発言の質・量に対して、０～４点加点。7セッションで、合計２８点（最大）。

成績評価における配点

評価項目	第1セッション	第2セッション	第3セッション	第4セッション	第5セッション	第6セッション	第7セッション	項目計
意気込み・振り返りシート	―	2	2	2	2	2	―	10
事前課題	―	8	8	8	8	8	―	40
発表課題	8	―	―	―	―	―	14	22
ディスカッション発言	4	4	4	4	4	4	4	28
各セッション計	12	14	14	14	14	14	18	100

連絡先（メール・電話番号）

a.maruo@mpd.ac.jp

オフィスアワー

●授業内容に関する疑問や批判のある履修生、さらに、自身の事業構想について相談や悩みのある履修生、自身の事業計画書に対して助言や指摘を受けたい履修生は、できるだけ対応をしたいと思います。
●また、事業承継にかかる相談や悩みのある履修生、自社の既存事業や経営全般について助言や指摘を受けたい履修生を歓迎します。
●いずれも、「個別対面」または「個別オンライン」で対応したいと思います。
●まずは、上記「連絡先」へ、概要と候補日時を記した上で、ご一報ください。授業内容に関する疑問や批判や提案のある履修生、は、いずれも、できるだけ「個別対面」または「個別オンライン」で対応したいと思います。まずは、上記連絡先へ、概要と候補日時を記した上で、ご一報ください。

その他

授業科目名	アントレプレナーシップ （起業家精神）	担当教員	見山謙一郎	科目コード	143
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		

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。本講義はビジネスプランを作成する一連の過程を通じて、アントレプレナーシップを醸成することを目標とする。事業構想のために必要なことは、「仮説創設力」である。本講義では「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事業構想力とアントレプレナーシップの醸成へと繋がっていく。

到達目標

ビジネスプランを作成する一連の過程を通じて、アントレプレナーシップを醸成することを目標とする。本講義では経済成長著しい、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Teams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%）

連絡先（メール・電話番号）

k.miyama@mpd.ac.jp

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	地域イノベーションの事業構想	担当教員	田中克徳	科目コード	144
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		

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、訪れない等の話は今や社会課題の一つだが、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。海外先進諸地域では人口がさほど多くない都市や地域でも、その固有の価値、資源を総合的に捉えたブランド戦略や雇用創出に熱心な企業等との連携、大学卒業生の地元への残留率向上策などが機能し、企業や人材、技術、資金また付随するサービス産業等の集積事例が多数存在します。

一方で海外と日本とでは経済・社会発展の歴史、都市構造や法制度、地理的諸条件などが異なるため単に後追いするだけでは実効性ある結果は産まれません。本授業では、まず独自性（差別化できる地域資源）、一貫性（地域が持続的に目指していくべき姿）、創造性（独自の需要創造）等の街づくり視点で”地域”が持つ可能性について学び、その上で「事業構想から社会実装に結び付けていく領域の実践的力」を身につけていくことを目指します。

人材や企業が集積すると資本も集積し、資本が集積すると人材や企業がさらに集積する、それを皆でどう進めていくかが地域イノベーションの中心テーマですが、期間が長い、関係者が多い、動かし難い与件が多いなど、都市や地域の課題はその多くが典型的な「複雑な問題」です。世の中の経営理論や地域課題の解決手法等は様々なものが出ていて「常にこれは正しい」というものは実社会では見出しにくく、過去の成功事例や考え方がそのまま目の前にある話に通用するかもわからないことが多くなっています。GDPや人口を増やす等の指標とは異なり、幸せを感じる、活発な社会活動とは何か？といった社会的共通資本の大切さもまた新たな指標として求められています。授業の約半分は時にゲストも交え双方向のディスカッションを中心とした構成としています。「正解を求めるよりも、多様な観点から洞察する能力を高め、それをどのように実社会で活用していくか」深耕していきます。

到達目標

1. 地域における「イノベーション」の意味を、エコシステムやソーシャルキャピタル等多様な観点から洞察する能力
2. 未来志向とフィールドリサーチにもとづき、創造的思考をもって、多様な主体と新たな地域を共創する能力
3. イノベーションを推進し、構想を実装させてゆくためには、自分自身のパッションと求心力を高めることの大切さを認識する。

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、実社会での活用と実行力

授業の進め方と方法

講義、具体的な事例、課題やサンプルケース等による討議、ブラッシュアップ、発表、ネットワーキング機会等を時にゲストも交えてローリングしながら実践的に進める。

授業計画		課題
第1回	オリエンテーション	講義概要と進め方の理解
第2回	・地域イノベーションとブランド戦略_	実社会での活用に向けた マーケティングアプローチ
第3回	・課題に基づく討議、ディスカッション	
第4回	・地域での事業構想策定に関する講義	国内外の現場でプロが見ている ポイントなどの実践的ノウハウ
第5回	・課題に基づく討議、ディスカッション	
第6回	・実践事例や事前課題に基づく討議、ディスカッション	地域課題に取り組む起業家、 プロデューサー等の知見
第7回	・ゲストによる講義とディスカッション	

第8回	・地域イノベーションの現状と課題。 良質な雇用循環の創出。エコシステムと地域クラスター	海外事例も交えた持続的な 地域発展のメカニズム
第9回	・課題に基づく討議、ディスカッション	
第10回	・実践事例や事前課題に基づく討議、ディスカッション	地域課題に取り組む起業家、 プロデューサー等の知見
第11回	・ゲストによる講義とディスカッション	
第12回	・ネットワーキングと実行力 ソーシャルキャピタルの重要性、協力者、人脈づくり、 協力者が現れる人そうでない人等	実社会での人的ネットワーク 形成、プロジェクト推進力を深耕
第13回	・ゲストによる講義とディスカッション	
第14回	・サンプルケースによる発表会と討議	上記を総括。 複雑性の高い街づくりでの事業 構想力、推進力の理解を深める
第15回	・総括講義	

教科書

書籍にかかわらず国内外事例や事業家等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。 事前：「ｸﾘｴｲﾃｨﾌﾞ都市論」（R.フロリダ）

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

連絡先（メール・電話番号）

事務局経由。講義開始後は初日に連絡先をお伝えします

オフィスアワー

メールで事前予約

その他

※以下、これまでの実業経験等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方を含む地域戦略策定、新事業支援環境の企画立案・立上げ。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。大学での地域イノベーション研究　等

授業科目名	組織と人材マネジメント	担当教員	片岡幸彦	科目コード	145
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		

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。
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。

受講を希望する学生は、授業に参加するのみならず、受講生間の関係性の向上も図ったり、自分の発言に隠されたメンタルモデルにも気づいていただいたりしながら事業開発リーダーとしてのあり方も振り返っていただきたいと考えている。
＊本科目は、「経営組織論」「組織行動論」「人的資源管理論」の3つの理論をベースに、関係する理論を盛り込みながら講義を展開する。

到達目標

1. 自社の組織デザインに関する特徴や強み・弱み、課題が診断できるようになる。
2. 新規事業開発チームを創成する場合に、その組織デザインの留意点を理解して組織立ち上げおよび運営ができるようになる。
3. 現状事業運営をしている場合は、組織デザインの課題を明確にして組織変革への行動をとれるようになる。

キーワード

成長ステージ別モデル　自律分散型組織　エンゲージメント

授業の進め方と方法

講義と課題討議、ビデオ、Youtubeなどを活用しながら進めていく。
講義ビデオを活用した反転学習も実施する。

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	成長ステージ別モデル
第2回 第3回	組織デザイン　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	ミッション・ビジョン・バリュー共有の重要性
第4回	組織デザイン　②構造 ・外部環境の変化に適応した組織構造	事業環境に適応した組織構造の選択

第5回	・目的に応じた組織構造の選択	
第6回 第7回	組織デザイン　③プロセス ・顧客価値向上に向けた事業システムの構築 ・部門間連携とコンフリクトマネジメント	顧客提供価値を実現する事業システム
第8回 第9回	組織デザイン　④人材・報酬 ・近年における人材マネジメントの課題 ・外資系企業の事例	近年の人材マネジメントの課題
第10回 第11回	組織デザイン　⑤人材・報酬 ・自律型組織・人材マネジメントの方向性 ・エンゲージメントの高い組織の特徴	エンゲージメントの高い組織
第12回 第13回	組織デザイン　⑥成長と学習を促進させるマネジメント ・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マネジメントのあり方	組織学習を促進するマネジメント
第14回 第15回	組織デザイン　⑦経営者のストリーテリング ・経営者のリーダーシップ ・事業構想のストーリーテリング	ストーリーテリング

教科書

教科書はなし。毎回レジュメを配布する。

参考書、講義資料等

「MBA組織と人材マネジメント」 グロービス・マネジメント・インスティテュート編著　 ダイヤモンド社
「組織行動のマネジメント」 スティーブン P.ロビンス著、髙木 晴夫翻訳 ダイヤモンド社

成績評価の基準及び方法

クラス討議への貢献および毎回の振り返りレポート：70点、組織デザインに関する期末レポート：30点
ただし期末レポートの提出がない場合は評価対象外。

連絡先（メール・電話番号）

y.kataoka@mpd.ac.jp

オフィスアワー

メールで事前に予約すること

その他

期間中に何回かはビデオを活用した事前・事後の授業時間外講義を実施し、それをもとにした講義・討議を実施することがある。

授業科目名	コミュニケーション・テクノロジー	担当教員	本間充	科目コード	146
配当年次	1年次・2年次	学期	前期		
キャンパス	巡回（東京/名古屋/大阪/福岡）	単位数	2		

講義の概要とねらい

この講義では、学生が行いたい事業の成長のために、WebサイトやSNSなどが、必要かを考えさせる。また事業自身で、Webを使った事業なのか、つまりWebサービスが必要かも、明確にさせる。
そのために、基本的なWebサイトの構築方法、Webサービスを使ったプラットフォーム開発に必要な基本的な知識の理解を求める。講義の中で、全員にWebサイトを構築し、改善するというworkshopや、各自の事業の発表など、学生の参加が、多くの講義時間で求められる。

受講に際しては、WebやSNSの知識や経験の有無、またWebに関するプログラミング技術などは必要としない。一方、本大学院の「コミュニケーション戦略」「ブランド戦略」の講義の受講は、この講義の理解には有用である。

この講義により、各自の事業において、どのようなコミュケーション・テクノロジーが必要になるかを明確にしてもらう。また必要なコミュニケーション・テクノロジーのために、各受講者が今後行うべきことが明確なることが、この講義の目的とねらいである。

到達目標

学生の構想している事業について、コミュニケーション・テクノロジーが必要かが明確になる。
コミュニケーション・テクノロジーが必要な場合、どのように実現するか、明確になる。
簡単なWebサイトを自分で公開できるようになる。
短い時間でのプレゼンテーション技術が、向上する。

キーワード

マーケティング、広告、Webサイト、Blog、Webサービス、スマートフォン・アプリケーション、UI/UX、仕様書

授業の進め方と方法

講師からの講義は、講師作成の資料に基づき行う。また学生参加によるWorkshop(Webサイトの作成)と、学生による3回の事業構想発表も行う。

授業計画		課題
第1回	オリエンテーション	全講義の狙いを確認し、受講者の受講目的を明確にする。
第2回 第3回	(1) 講義の紹介 (2)各自のデジタルコミュニケーション・スキルのアセスメント (3)各自の事業とコミュニケーション必要性の確認 (4)マーケティングとは (5)メディアの説明(Web、SNSなど) (6) Google 3Hの紹介 (7)最新技術の利用のヒント	各自の、現在のデジタル・コミュニケーション・スキルを理解する。基本的なWeb上のコンテンツの設計方法を理解する。
第4回 第5回	(1) Google 3Hの体験 (2)ある商品の3Hコンテンツの設計(Workshop) (3)各自の事業(大阪)の説明とWebコンテンツの検討	各自の事業にデジタルコミュニケーションが必要か理解する。また、コンテンツの設計を実体験し、体得する。
第6回 第7回	(1)各自の事業(福岡)の説明とWebコンテンツの検討 (2)サイト開設のオペレーション説明 (3)実際のWebサイトの開設 (4)アクセスログの確認方法 (5)Webサイトの状況予測	各自の事業にデジタルコミュニケーションが必要か理解する。また、コンテンツの設計を実体験し、体得する。また、アクセスログの基礎を理解する。
第8回	(1)各自の事業(東京)の説明とWebコンテンツの検討 (2)よく使うWebサービスを洗い出す	各自の事業にデジタルコミュニケーションが必要か理解する。また、コンテンツ

第9回	(3)実際にWebサービスにアクセスして、サービスの評価を全員で行う	の設計を実体験し、体得する。Webサービスの定義を理解する。
第10回 第11回	(1)各自の事業(名古屋)の説明とWebコンテンツの検討 (2)Webサービスの基本的な通信 (3)スマートフォンのアプリの基本 (4)サービスの向上が重要な理由 (5)サービス開発の行い方	授業中に、事業発表者のWebのアイディアを3Hの理論に基づき、提出する。また、Webサービスの開発方法を理解する。
第12回 第13回	(1)Webサイトの主なコスト (2)Webサイトの改良のコスト (3)Webサービスの主なコスト (4)Webサービス維持のコスト (5)各自のサイトのアクセス結果を、予測と比較して状況を確認する (6)アクセスの気づきを整理する (7)行うべきことを整理する	Webサイト、Webサービスの開発、維持コストを理解し、各自の事業で実行可能か確認する。
第14回 第15回	(1)各自の事業に「コミュニケーション・テクノロジー」が必要かレポートにまとめて、提出する (2)最終レポートの振り返り、講評	各自の構想している事業に、どの程度、デジタル・コミュニケーションが必要か、整理する。

教科書

教科書の指定はない。講義資料は、講師が毎回PDFで、配布。

参考書、講義資料等

参考書
「センスメイキングするための7ステップ」アビー・コバート (著), 長谷川敦士 (監修), 安藤 幸央 (翻訳)
「情報アーキテクチャ 第4版 —見つけやすく理解しやすい情報設計」Louis Rosenfeld (著), Peter Morville (著), Jorge Arango (著), 篠原 稔和 (監修)

成績評価の基準及び方法

[単位認定基準]
第14回の授業にて作成するレポートにて、事業において、以下のことが明確に発表することを条件とする。(欠席の場合は、以下のことが明確になっているプレゼン資料を提出すること)
(1) 検討している事業において、Webコミュニケーション、Webサービスなどが必要か、不要かが明確になっている(評価の割合80%)
(2)事業開始時に、必要なコミュニケーションの実現方法が明確になっている(評価の割合20%)
[加点]
以下の点を単位認定時に加点項目とする
(1)学生の発表やworkshop時に、積極的に参加すること
(2)一連の講義の中で、事業構想とコミュニケーションの関係が明確になり、事業構想のアイディアが豊かになっていること

連絡先(メール・電話番号)

m.homma@mpd.ac.jp

オフィスアワー

キャンパスに訪問時に、そのキャンパスの受講生向けに必要があれば、相談に応じる。相談が必要な受講生は、授業の前日までに、講師に連絡し、時間などを調整すること

その他

授業科目名	ビジネス会計	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	後期		
キャンパス	中継（東京→全校）	単位数	2		

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、仕訳で会社の取引を捉えることから始め、財務諸表の読み方を習得させる。また、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させ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

財務会計、管理会計、仕訳、キャッシュフロー、損益分岐点

授業の進め方と方法

毎回の講義前に、教科書の指定部分に目を通してきてください。各講義日の前半は教科書の内容についての講義をおこない、後半ではそれぞれのテーマの「なぜ」を中心に話し合い、また、練習問題に取り組んで手を動かしてツールの使い方を身に着けていただきます。
大きな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します。

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	会計システムのインプット（仕訳分析による基礎データの作成）と財務会計のルール（前半） 【教科書①第1部相当】	①企業活動を計数的に認識・測定するための仕訳を理解する。
第4回 第5回	会計システムのインプット（仕訳分析による基礎データの作成）と財務会計のルール（後半） 【教科書①第2部相当】	①主な会計基準（ルール）の必要性を知る。
第6回 第7回	会計システムのアウトプット（財務諸表を読み解く） 【教科書①第3部相当】	①財務分析ツールを使って財務諸表を読んでみる。 ②第7回後半でミニテスト1。
第8回 第9回	管理会計の土台としての原価 / 損益分岐点分析 【教科書②第2章、第4章相当】	①原価と原価計算の概略、 ②固定費と変動費、限界利益を理解し、 ③損益分岐点分析を使えるようにする。

第10回 第11回	利益計画 / 業績管理 【教科書②第5章相当】	①利益計画・予算の作成フローを理解し、業績管理ツールを身につける。 ②第11回後半でミニテスト2。
第12回 第13回	キャッシュフローと資金管理 【教科書②第6章相当】	①損益計算とキャッシュフローの違いを掴む。 ②運転資金と資金繰りを理解する。 ③第13回終了後にレポート課題（第15回終了後2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 【教科書②第6章相当】	①NPV・IRR、資本コストを理解する。 ②第15回前半で、ミニテスト3。 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

①「起業ストーリーで学ぶ会計」（川島健司著、中央経済社2021年）
②「管理会計の基本」（千賀秀信著、日本実業出版社2011年）

参考書、講義資料等

各テーマに応じて、適宜紹介する。

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。

連絡先（メール・電話番号）

メール：t.wada@mpd.ac.jp

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

受講生の皆さんは会計の専門家ではないので等しくゼロスタートです。だから、「こんな基本的なことを聞いたら恥ずかしいとか笑われるのでは」などと恐れる必要は全くありません。試行錯誤しながら会計の本質的なものを掴んでいきましょう。

授業科目名	事業の実装	担当教員	二之宮義泰	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	中継（東京→全校）	単位数	2		

講義の概要とねらい

事業に着想し、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、事業実装に係る事業経営の本質、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、事業実装・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。授業で得た知見も活かし、院生が所属する組織の（二年生は自身が構想した事業を対象にするのも可）分析方法を習得し、加えて、院生各々が自己分析を行い、事業実装・経営を担う上での今後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

事業の実装、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実装をカバーする為、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、事業の実装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	「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3回		
第4回	「事業経営とは」 事業の実装を可能にする事業経営の基本的な理論を実践的に紹介する	
第5回		
第6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7回		
第8回	「事業構想の実際」 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9回		

第10回 第11回	「事業実装のフレームワーク」 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	「事業実装の総括」 院生による課題発表・討議	同上
第14回 第15回	「事業実装の総括」 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）

連絡先（メール・電話番号）

y.ninomiya@mpd.ac.jp

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。

科目名	シティ・プロモーション			科目コード	CDPC0306S（149）
担当教員	牧瀬 稔			単位	2 単位
配当年次	1・2 年次	実施学期	前期	曜日	土 A（1・2 限）
年間開講数	1 回	授業の方法	演習	必修・選択の別	選択

授業の目的

本授業の目的は、地方自治体が展開するシティ・プロモーションの背景を確認し、動向、意義、成果などを把握することにある。また、シティ・プロモーションの現状を認識することにより、現代社会におかれている地方自治体の立ち位置を理解する。そうすることで、受講生自身が取り組む調査研究の洞察力や構想力等を深めていくことも目的である。

到達目標

① 履修者がシティ・プロモーションの事例から現場志向を学び説明できるようになる（現場力・説明力）
② 履修者が地方自治体のシティ・プロモーション比較することで考察を深められるようになる（考察力）
③ 履修者が実際の政策展開を知ることで、分析や実現の能力を高められるようになる（分析力・実現力）

授業計画		授業外の学習	
第 1 週	（第 1 講）ガイダンス、シティ・プロモーションの定義・必要性	事前	シラバスの精読（1h） 授業での質問事項の検討（1h）
		事後	授業の復習（2h）
第 2 週	（第 2 講）シティ・プロモーションの経緯・背景 （第 3 講）シティ・プロモーションの具体的事例	事前	授業資料の精読（2h） ディスカッション準備（2h）
		事後	授業の復習（2h）
第 3 週	（第 4 講）事例研究：地方自治体のシティ・プロモーション（ゲスト講師予定） （第 5 講）事例研究をもとに意見交換、討論	事前	授業資料の精読（2h） ディスカッション準備（2h）
		事後	授業の復習（2h）
第 4 週	（第 6 講）地域ブランドの構築 （第 7 講）成功するシティ・プロモーション、失敗するシティ・プロモーション	事前	授業資料の精読（2h） ディスカッション準備（2h）
		事後	授業の復習（2h）
第 5 週	（第 8 講）新しいシティ・プロモーションの潮流 （第 9 講）受講生の政策提言案の発表、意見交換	事前	授業資料の精読（2h） ディスカッション準備（2h） 発表資料準備・作成（2h）
		事後	授業の復習（2h）
第 6 週	（第 10 講）フィールドとする自治体のシティ・プロモーションの研究 （第 11 講）受講生の政策提言案の発表、意見交換	事前	授業資料の精読（2h） ディスカッション準備（2h） 発表資料準備・作成（2h）
		事後	授業の復習（2h）
第 7 週	（第 12 講）シティ・プロモーションの可能性と展望 （第 13 講）受講生の政策提言案の発表、意見交換	事前	授業資料の精読（2h） ディスカッション準備（2h） 発表資料準備・作成（2h）
		事後	授業の復習（2h）
第 8 週	（第 14 講）フィールド自治体への政策提言	事前	授業資料の精読（2h） ディスカッション準備（2h） 最終発表資料準備・作成（2h）

	（第 15 講）本授業のまとめ	事後	本授業全体の復習（3h） 最終発表資料の修正（5h）

授業の進め方と方法
上記目的・到達目標を達成するため、最終的に本授業は地方自治体に対して受講生が政策提言を行う。昨年度は西条市（愛媛県）、一昨年はひたちなか市（茨城県）の市長からテーマ（課題）を提示していただき、最終回に受講生が直接、市長、副市長等に対して政策提言を行った。今回も地方自治体と連携して、政策提言を進める予定である。 毎回の授業は、原則として講師による講義と意見交換（ディスカッション）の双方向性を基本として進める。授業計画の 15 講の前半は講師の講義をもとに、受講生と意見交換を中心に進める。実際にシティ・プロモーションを推進している当事者をゲスト講師として招き、共同で講義を実施する。後半は、フィールドとした自治体から提示されたテーマについて受講生が発表し、意見交換を中心に進める。 別講義「公共コミュニケーション」との関係を言及しておく。公共コミュニケーションは、地方自治体の「内」を対象としており既存住民が中心である。一方で本授業は地方自治体の「外」が対象となる。自治体の外にいる潜在住民を対象に政策展開を進めていくことになる。
教科書・参考書
教科書は指定しない。参考書は、下記のとおりである。 ・牧瀬稔（2021）『地域づくりのヒント 地域創生を進めるためのガイドブック』，社会情報大学院大学出版部. ・牧瀬稔編（2018）『地域ブランドとシティプロモーション』，東京法令出版. ・牧瀬稔（2017）『地域創生を成功させた 20 の方法』，秀和システム. ・牧瀬稔・板谷和也編（2008）『地域魅力を高める「地域ブランド」戦略』，東京法令出版.
評価方法
① 政策提言資料等の提出／2 回（50%） ② 最終的な政策提言資料（50%） 毎回の授業出席と、毎回の意見交換、ディスカッションへの参加は前提である。
その他の重要事項
担当教員のオフィスアワーおよび予約の方法については、初回の授業で説明する。
2021 年度科目との読替え
なし

授業科目名	企業成長とイノベーション	担当教員	松江英夫	科目コード	161
配当年次	1年次・2年次	学期	春期集中		
キャンパス	中継（東京→全校）	単位数	1		

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、昨今のコロナ禍を経て、相矛盾する力が同時に高まる両極化の時代の中で持続的な成長は難易度を増している。グローバル化、デジタル化、ソーシャル化という3つの潮流を背景に進む両極化の時代にいかに日本企業は成長を果たしてゆくべきか、そこにおいては両極化する課題に対して両立・昇華するソリューションを導き出すイノベーションが求められる。長期的な視座に立った社会課題解決型の構想力とともに、勝ち筋を見出してゆく戦略的思考、更には戦略を実践する組織の自己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。
本講義ではその問いを解くうえで、日本の経済社会の産業及び経営アジェンダの理解、成長戦略策定のアプローチやイノベーションの捉え方、持続的成長のための組織の自己変革のフレームワークやイノベーションを興し続ける組織の方法論など、経営戦略及び組織変革論の観点から企業成長の実務的課題と処方箋を明らかにする。とりわけデジタル化時代のビジネスモデルにおいて、デジタルトランスフォーメーション（DX）の理解、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や提携などに関する知見も欠かせない。本講義においては、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、経営者との対話、自らの経営実務の知見から解き明かす。これらを通して、事業構想策定と実行に向けた、成長戦略策定、ビジネスモデル構築、組織変革における実践力を高めることを本講義の目的とする。

到達目標

成長戦略やイノベーション、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）を学び、実践的なノウハウとして将来的に駆使できるための基礎を築くこと。

キーワード

両極化の時代、成長戦略、イノベーション組織、自己変革、3つの連鎖、DX、PX（ポートフォリオ変革）、M&A等

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	成長戦略とイノベーションの捉え方	両極化の時代における日本の経済社会が抱える課題と成長に向けた経営アジェンダは何か
第2回		
第3回	成長に向けた組織変革論・・・自己変革の「3つの連鎖」	持続的成長に向けた自己変革できる組織の要諦は何か
第4回		
第5回	イノベーションを興し続ける組織とは何か	イノベーションを興こす組織に向けた経営課題及び解決の方向性
第6回		
第7回	事業構想における成長とイノベーション	デジタル変革を通してイノベーションによる企業成長を実現する上でのカギは何か
第8回		

教科書

・「両極化時代のデジタル経営」（デロイトトーマツグループ　松江英夫監修　ダイヤモンド社　2020年）
・「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）

成績評価の基準及び方法

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

連絡先（メール・電話番号）

オフィスアワー

その他

授業科目名	公共政策論	担当教員	佐々木信夫	科目コード	162
配当年次	1年次・2年次	学期	春期集中		
キャンパス	中継（東京→全校）	単位数	1		

講義の概要とねらい

この科目は「公共政策」つまり国、自治体の仕組みと公共サービスのあり方について、官民連携の視点を交えながら講じようとするものです。私は専門を行政学、地方自治論としている関係上、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年の教育経験と、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、期待される役割を共に考えてみたいと思います。

普段、民間企業等で活躍する方々が多いかと存じますが、日本は経済活動の3分の1は公共経済で成り立っていることからも、公共の仕組み、あり方を考察することは大切かと思います。大いなる受講を期待しております。

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

この科目は集中講義方式で2コマ連続4日間（週1回）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、パワポを使いながら授業を進めて行きたいと思います。関連資料も豊富に提供します。

授業計画		課題
第1回 第2回	オリエンテーション、民間活動と行政活動の関わり 日本の法制度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3回 第4回	政策形成と地方分権、日本官僚制と国地方の公務員	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5回 第6回	日本の市町村と大都市制度、日本の税財政のしくみ	政令市、中核市、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する。
第7回 第8回	日本の府県制度と州構想、新しい公共政策―官民連携の事例	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『日本再生の切り札』(平凡新書)ほか
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%、ほか普段の受講態度(α)を合算して評価する。なお、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、別途加点します。
連絡先(メール・電話番号)
n.sasaki@mpd.ac.jp　03-3253-4050(個人事務所)
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、ニュースに関心をもち、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下さい。

授業科目名	組織における理念構築	担当教員	竹安聡	科目コード	163
配当年次	1年次・2年次	学期	夏期集中		
キャンパス	巡回（東京/大阪）	単位数	1		

講義の概要とねらい

企業とステークホルダーをつなぐものが、「経営理念」である。その思想は常にわかりやすく言語化され、共有できる状態にしておくことが重要で、それは事業を通じて実践されなければならない。また、経営理念と密接な関係にあるものが、「ブランド」である。ブランドとは、経営理念を日々実践することで、将来にわたって顧客とつながり続ける「絆」のことで、事業構想家は常にこの絆を太くすることを心掛けねばならない。具体的には、コーポレート・アイデンティティ(CI)活動、とりわけ組織に行動変容を促すビヘイビア・アイデンティティ(BI)活動が重要となる。BIとは、経営理念を実践するための具体的な計画や行動のことで、その”あるべき姿”を発信するビジュアル・アイデンティティ(VI)活動と、事業経営の両輪を成す。本講義では、組織におけるこうした「経営理念」や「ブランド」戦略、「CI」活動の重要性を、ケーススタディを通じて学び、同時に自らの事業構想に落とし込むことで、その存在意義やミッションを明確にする。

到達目標

「先人の叡智を踏まえ、理念に関するWhy・What・Howに関して、自分の言葉で語り、かつ各自の目指す事業構想の実践に活かせるようになること」を到達目標とする。

キーワード

経営理念、三方よし、CSV経営、ブランド戦略、ゴールデンサークル発想、コーポレート・アイデンティティ(CI)、行動変革、ソートリーダーシップ戦略、事業インキュベーション、SDGs、社会的価値、経済的価値、関西万博2025

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、下記の「授業計画」に示したディスカッションのテーマ(毎回提示)を、自ら考えまとめ、グループで発表した後に、代表者によるプレゼンテーションを行い、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 第2回	(1)ケーススタディ：松下幸之助が掲げた経営の哲学(綱領・信条)／近江商人の「三方よし」とマイケル・ポーターのCSV経営／経営戦略とブランドスローガン／WHYから発想する「ゴールデンサークル」の考え方／自ら立ち上げた「エイジフリー事業」の理念／グローバル化する事業と理念浸透の課題(様々な企業事例) (2)次回ディスカッションの進め方：課題の提示とプレゼンテーションの準備を説明／プレゼンテーションとは何か？～共感の醸成と経営リソースの獲得であることを解説	・講義テーマに即した関連書籍での自学自習 ・ディスカッションテーマの事前のまとめと発表準備
第3回 第4回	(1)ケーススタディ：コーポレート・アイデンティティ(CI)を構成するマインド・アイデンティティ(MI)、ビヘイビア・アイデンティティ(BI)、ビジュアル・アイデンティティ(VI)の関係／理念とソートリーダーシップ戦略／BI行動変革の事例「Wonders！by Panasonic」 (2)ディスカッション：院生各々の組織における理念の確認と実践／「ゴールデンサークル」に当てはめた自社の理念と事業展開	・講義テーマに即した関連書籍での自学自習 ・ディスカッションテーマの事前のまとめと発表準備
第5回 第6回	(1)ケーススタディ：新しいライフスタイルの提案「Relife」／創業者の思いが込められたTSUTAYAの理念／事業インキュベーション機能を果たした広告の事例／企業広告とは何か「Panasonicの事例」 (2)ディスカッション：院生自らの事業構想における理念とBIの実践／自らの行動変革の課題とそのソリューション	・講義テーマに即した関連書籍での自学自習 ・ディスカッションテーマの事前のまとめと発表準備

第7回	(1)ケーススタディ：事業構想とSDGs／社会課題を解決するSDGs視点の新規事業開発／事業構想大学院大学が取り組むSDGsプロジェクト／関西万博2025で実現させたいSDGsの新たな構想 (2)ディスカッション：自らの事業構想をSDGs視点で捉えてみる／プレゼンテーションとフィードバックコメントによる構想の深化	・講義テーマに即した関連書籍での自学自習 ・ディスカッションテーマの事前のまとめと発表準備
第8回		

教科書

オリジナルテキストを使用する。

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・第4号　所収）
・竹安聡 『事業構想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、プレゼンテーション課題をまとめたレポートとその発表などをもとに総合的に評価／合計7回(1単位)の講義なので、5回以上の出席を目途とする。

連絡先（メール・電話番号）

s.takeyasu@mpd.ac.jp

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	目標達成のためのチームビルディング	担当教員	福富信也	科目コード	164
配当年次	1年次・2年次	学期	春期集中		
キャンパス	中継（東京→全校）	単位数	1		

講義の概要とねらい

昨今のビジネス環境は、劇的な変化が連続し、唯一絶対の正解が存在せず、先の見えない時代（VUCA時代）に突入したと言われて久しい。そんな時代背景のなか、従来のトップダウンに依存したチーム統制は限界を迎えている。外的環境への柔軟な「適応力」と現場への「権限移譲」は、スピードを求められるビジネスに欠かせない条件となってきている。 いっぽう、スポーツに目を移すと、こちらの計画を壊しにくる対戦相手の存在、 残り時間・スコア・スタミナの消耗・天候など刻々と変化する戦況のなか、適応力と現場への権限移譲で勝利を追求している。
本講義では、計画した事業構想を実現していくうえで欠かせない”チームワーク”について、様々なスポーツ事例から学んでいく。また、スポーツ事例だけにとどまらずゲーム・グループワークを用いて納得度を高めながら、チームビルディングの理論について学習する。

■MISSION・VISION・VALUE
■目標の種類
■チームワークの原理原則
■VUCA時代のリーダーシップ
■チームの成長曲線
■戦略と戦術
■人材育成の本質

到達目標

■メンバの自由・個性・多様性を束ねてアウトプットを最大化し、目標達成につなげる考え方を理解する
■メンバーのエンゲージメントを高めるチームづくりを理解する
■VUCA時代に求められる現場への権限移譲の仕組みを理解する
■戦略と戦術の違いを理解できる

キーワード

チームビルディング、VUCA、多様性、リーダーシップ、戦略と戦術

授業の進め方と方法

授業はハイフレックス型で行う。毎回、目標達成したスポーツ事例、簡単なゲーム等を通して、チームが成果を挙げる上で欠かせない条件を探り出す。正解のない問いに対しては、適宜グループディスカッションを行う。

授業計画		課題
第1回 第2回	【眠らせているチカラ】 トップダウンのメリット・デメリット／多様性を武器にするマネジメント	自身における 1＋1＞2、1＋1＜2　の体験を振り返り、その要因を分析する
第3回 第4回	【リーダーに求められる4つの役割】 心の安全／リーダーとフォロワの理想的な関係	リーダーとして重要だと思われる具体的役割をできるだけ多く挙げ、分類する
第5回 第6回	【明確な方針を示す】 Mission・Vision・Value／現場への権限移譲の仕組み	規律と多様性の理解について、自身の考えを整理する
第7回 第8回	【努力に見合った成果を得る】 戦略と戦術の違い／人材育成に必要な考え方	努力に見合った成果が得られていない身近な事例を収集し、その要因を分析する

教科書
脱トップダウン思考（東京法令出版）
参考書、講義資料等
特になし
成績評価の基準及び方法
毎回の授業内に提出を求めるリアクションペーパー（80%）、最終レポートもしくはプレゼン（20%）
連絡先（メール・電話番号）
fukutomi@huma-nergy.com
オフィスアワー
メールで事前にお問い合わせください
その他

授業科目名	ソーシャルビジネス	担当教員	岡田昌治	科目コード	365
配当年次	1年次・2年次	学期	春期集中		
キャンパス	中継（福岡→全校）	単位数	1		

講義の概要とねらい

SDGsにも示されるような社会的課題をビジネスの手法で自立的・持続的に解決するソーシャル・ビジネスについて、その先駆者であり、また、SDGs作成の主要メンバーでもあるムハマド・ユヌス博士（グラミン銀行創設者/ノーベル平和賞受賞者）の理念と国内外の実践例を中心に、「ユヌス・ソーシャル・ビジネス」と日本における広義のソーシャル・ビジネスとの違い、日本元来の永続的な商い哲学との共通点を学ぶ。講義に加えてワークショップを取り入れることで、受講者は具体的な社会的課題を解決する事業アイデアの構築および起業について、具体的な方法も身につける。
授業の内容はユヌス＆椎木ソーシャル・ビジネス研究センターの岡田昌治特任教授（令和3年4月1日現在）が担当する。適宜、外部の講師（ボーダレス・ジャパン、吉本興業、ヒューマンハーバー等）によるオムニバス形式。

到達目標

●社会的な分野におけるアントレプレナーシップ発揮の可能性と重要性を理解する。
●社会の課題発見と新たな価値創造におけるデザイン思考手法を理解・学習する。
●創造性発揮機会を提供し新事業創造や技術マネジメントの方法を理解・学習する。ユヌス・ソーシャル・ビジネスを理解し、自身のビジネスアイデアを持続可能な社会問題解決型ビジネスプランへ昇華させる。 最終日に各自のビジネスプランの発表を行う。

キーワード

デザイン思考　ムハマド・ユヌス博士　ノーベル平和賞　グラミン銀行　アントレプレナーシップ　国際ビジネス　休眠預金活用制度　無私／私

授業の進め方と方法

講義と演習

授業計画		課題
第1回	ユヌス・ソーシャル・ビジネス概論　とユヌス・ソーシャル・ビジネスの組み立て方	
第2回		
第3回	ケース１＆２	ソーシャルビジネスの会社について具体的例としていくつかの会社からのプレゼンテーション
第4回		
第5回	休眠預金活用制度及びケース３	休眠預金活用制度プロジェクトの資金分配団体と実行団体によるプレゼンテーション
第6回		
第7回	ビジネスプラン発表	各自のビジネスプランの発表および質疑応答
第8回		

教科書

ムハマド・ユヌス博士の著書
■「ソーシャル・ビジネス革命」（早川書房）
■「3つのゼロの世界　貧困0・失業0・CO2排出0の新たな経済」(早川書房)

参考書、講義資料等
事前課題として、ムハマド・ユヌス博士の著書「ソーシャル・ビジネス革命」（早川書房）と、「3つのゼロの世界　貧困0・失業0・CO2排出0の新たな経済」 (早川書房)の2冊を読んでおくこと。
成績評価の基準及び方法
ユヌス・ソーシャル・ビジネスを理解し、自身のビジネスアイデアを持続可能な社会問題解決型ビジネスプランへ昇華させる。 最終日に各自のビジネスプランの発表を行う。クラス・パーティシペーション（40%）とビジネスプランの評価（60%）による。
連絡先（メール・電話番号）
okada@sbrc.kyushu-u.ac.jp
オフィスアワー
その他
授業計画は予定であり、学びの進捗に合わせて変更することがあります。 **1単位あたりの学修時間（45時間）の内訳（目安）** **（講義・演習の場合）授業内学修15時間、事前・事後学修30時間** **（実験、実習および実技の場合）授業内学修30～45時間、事前・事後学修0～15時間**

授業科目名	リスクマネジメント	担当教員	竹川享志	科目コード	166
配当年次	1年次・2年次	学期	夏期集中		
キャンパス	中継（名古屋→東京/大阪/福岡）	単位数	1		

講義の概要とねらい

「リスク」ということばが一般用語化し、さまざまな局面で自由に使われている。
事業構想を考える時、新たなる動きはすなわちリスクを内包するという大前提が求められる。
本講義では、正しくリスクを位置付け、リスクマネジメントシステムによってリスクの低減を試み、それぞれの事業構想に向かって安心して臨めるよう進めていく。
つまり事業戦略とリスクマネジメントは表裏一体であり、片側だけをみていくのではないという立場をとる。
災害リスクやビジネスリスクのみならず、目に見えないコロナウイルス等のリスクについても言及・考察していきたい。
前進するための事業構想達成のために既存の、確立されているリスクマネジメント策を知り、これもまた事業構想実践に向けた戦略として取り組めることをねらいとする。

到達目標

リスクマネジメントと危機管理について説明できる
新たなる事業構想実践者として率先した体制づくり、マネジメント・レビューに耐えうるリスク観を構築する
リスクヘッジすべきか、リスクテイクすべきかの判断基準を修得する

キーワード

「危機管理」「リスクコントロール」「リスクファイナンス」「純粋リスクとビジネスリスク」「情報セキュリティ」「BCP」

授業の進め方と方法

講義冒頭の座学をもとに、自らの事業構想に当てはめた時、どのような活用策が考えられるか学生間にて討議・検討し、最善策を模索していく

授業計画		課題
第1回 第2回	リスクマネジメントシステムの全容概説 全体像と進め方、最初のステップを解説した後、どこから着手して何を対象としていくかを掴む。その上で各自検討を進める。	最初に全容を掴むことで個々のフェーズがなしうる意味を修得する。 着手していく順番を整理し、リスクアセスメントまでを把握する。
第3回 第4回	リスク・コントロールとリスク・ファイナンス それぞれを構築している概念を修得し、どのようなリスク処理手段が最適かを各自検討し、討論していく。	リスク処理手段（リスク・トリートメント）として選択しうる基本的内容を網羅する。
第5回 第6回	リスクマネジメントと危機管理 混同されがちな概念の整理と、危機管理のもつ事業そのものへの影響を考察しながら、自らの事業構想への影響を検討する。	主に異常性の高い危機管理（クライシスマネジメント）を中心に考察を進めていく。 ここでは対策マニュアルのあり方についても言及していく。
第7回 第8回	BCP構築とリスクマネジメント対象のいろいろ 広範にわたるリスク対象を可能な限り検討してみる。これらをもとに、各自の事業構想へのリスク観を高め、安心して前進するための討議をしていく。	最終回にリスクマネジメントとして網羅可能な範囲を可能な限り紹介していく。 ソーシャルリスクやISMS、異常性の発見等にも言及を試みる。

教科書

教科書の指定はしない　パワーポイントや資料配布等によって展開していく

参考書、講義資料等
予めの指定はしない　講義の進捗や最新情報等を鑑みながら必要に応じて案内していく
成績評価の基準及び方法
講義への参加・貢献で50点、発表・発言・コメント等で50点
連絡先（メール・電話番号）
履修者に対して初回講義時に案内する
オフィスアワー
講義前後が望ましいが、予めメールにて予約・調整を受付する
その他

授業科目名	Society 5.0を見据えた事業構想	担当教員	田中康之	科目コード	167
配当年次	1年次・2年次	学期	夏期集中		
キャンパス	中継（東京→全校）	単位数	1		

講義の概要とねらい

Society5.0は、イノベーションによって生み出された新しい価値により、地域、年齢、性別、言語の区別なく、多様な個人のニーズや潜在的なニーズに向けた製品やサービスの提供が行われる社会です。これまでの社会では、社会的、経済的、組織的なシステムが優先されて、個人が受ける商品やサービスにギャップが生じています。
Society5.0は、人間を中心とした社会であり、メタバース（Metaverse）においてビッグデータやAIが人間のエージェントとして人間をサポートできる社会システムを目指しています。

講義の概要は、事業構想においてSociety5.0を見据えることで、日本国内だけでなく、グローカル（（Glocal）な社会問題を解決できる事業を構想することで、持続可能な開発目標（SDGs）の達成も貢献できる事業構想に生かす理論を学ぶことができます。

講義のねらいは、誰もが活気にあふれた質の高い生活を楽しめる人間中心社会の実現を目指し、多様な価値観や事業の知的創造活動を通じて、「知識創造理論」「デザイン思考」「アート思考」「戦略思考」「創造的進化思考」を用いて新しい価値の事業を構想します。

到達目標

メタバース（Metaverse）によってもたらされる事業構想は、サイバースペースと物理空間を高度に統合する社会によって、経済の進歩と社会問題の解決のバランスをとる人間中心の社会を実現する事業構想を実現することが可能になります。

本講座では、自らが描く価値の創造を通じて、自己が持つリソースを生かしながら、データ連携基盤を組み入れて、複数の思考理論で取り組み、Society 5.0を見据えた事業構想を組み立てることができます。

キーワード

Society 5.0　SDGs　データ連携基盤　メタバース　知的創造　デザイン思考　アート思考　戦略思考　進化思考

授業の進め方と方法

講義では、最初に基礎理論を理解し、その理論にそった事例を受講生と共にひも解いてゆき、各人の気づきを引き出すソクラテスメソッドを採用し、講師によるクリティカルシンキングトレーニング形式で講義を進めます。

授業計画		課題
第1回 第2回	【Society 5.0で実現する社会】 ①Society 5.0で実現する社会の事例研究 ②Society 5.0を踏まえた事業構想トレーニング	Society 5.0で実現する社会をリサーチしておく。
第3回 第4回	【Society 5.0データ連携基盤 ①Society 5.0 標準化データ連携基盤の事例研究 ②Society 5.0 データ連携基盤を踏まえた事業構想トレーニング	Society 5.0実現に向けたデータ連携基盤をリサーチしておく。
第5回 第6回	【ワークショップ】 社内で新規事業を担うテーマと自ら起業するアントレプレナーの事業構想テーマを「Society5.0」「データ連携基盤」を援用して体系化し、メタバースに通じる新規事業構想をチームで取り組み発表する。	第2回でグループ分けをするので、Society 5.0で実現する事業構想をチームで取り組み、当日発表する。
第7回 第8回	【まとめ】 講義のふり返りと受講生からの①気づき　②疑問点について解説する。①と②のディスカッションを踏まえた質疑応答をおこなう。	ショートリポートに追加する①気づき、②疑問点があれば当日発言する。

教科書

講師オリジナル講義資料を使用

参考書、講義資料等
内閣府Society 5.0：https://www8.cao.go.jp/cstp/society5_0/ Society 5.0実現に向けたデータ連携基盤：https://www8.cao.go.jp/cstp/tyousakai/datarenkei/1kai/siryo3.pdf
成績評価の基準及び方法
①事前リサーチの取り組み（20点） ②講義終了後に課す「講義での気づき」「講義で疑問に思ったこと」のショートレポートを提出（60点） ③ワークショップ発表での取り組みと成果（20点）で評価します。
連絡先（メール・電話番号）
田中康之：yastanaka@mipsllc.com
オフィスアワー
メールで事前に予約してください。
その他
各課題の事前リサーチと講義後のショートレポートの提出を必須とします。

授業科目名	企業のデジタル戦略と事業構想	担当教員	松本秀之	科目コード	168
配当年次	1年次・2年次	学期	夏期集中		
キャンパス	中継（東京→全校）	単位数	1		

講義の概要とねらい

IT革命とそれに伴うグローバリゼーションの潮流は1990年頃から始まり既に30年が経ちました。2020年代、あらゆる事業がDXに取り組む時代が到来しました。ビジネスの現場では、コーポレートレベルもしくは各事業毎に最先端のITソリューションを選択して、それを稼働させることにより実際のオペレーションを効率化するスキルが求められています。
では、コーポレートレベルあるいは各事業部門が今取り組むべき具体的な新鋭テクノロジーとは何なのでしょうか。また、そこからベスト・ソリューションを選択する比較分析手法は何なのでしょうか。そしてそれをどのタイミングで導入すべきなのでしょうか。加えて、それを実現化するITプロジェクトマネジメント手法は何なのでしょうか。更にコスト・ベネフィットはどの様に評価すべきなのでしょうか。
本講義では、担当教員の長年グローバルビジネスで経験したITプロジェクトマネジメントのケース、グローバルレベルの情報システム学領域における最先端の研究及び大手グローバルコンサルティングファームによるグローバルITの提言などを参照して、履修者がチームを構成してケーススタディに取り組み、DX時代に事業を推進する際のIT戦略マネジメントのスキルを身に付けます。

到達目標

現在の最先端デジタルテクノロジーと今後の近未来の変化、現時点におけるベスト・ソリューションの選択、そしてそれを稼働まで導くプロジェクトマネジメント手法を理解し、事業構想に活用できること。またそれに対するアカデミックの視座からの裏付けを理解すること。本授業では、以下の到達目標とします。
1：1990年以降のIT革命の経緯を認識した上で、近未来のテクノロジーの未来を予測する事ができる。
2：事業推進のベースとなる最先端テクノロジーを正確に理解し各事業にフィットするテクノロジーを認識する事ができる。
3：スポンサーを獲得するスキルとITソリューションを稼働まで至らせるプロジェクトマネジメントスキルを身につける。

キーワード

グローバリゼーション、DX、IT革命、IT戦略、ITプロジェクトマネジメント□

授業の進め方と方法

初めの90分間は担当教員による講義を行い、休憩後10分程度で担当教員が提示するフォーマットに基づき各履修者が講義での気づきなどを取り纏めます。その後、1時間程度、各履修者もしくは各チームによるプレゼンテーションを行うことで知識の定着を目指します。このプレゼンテーションは、第1回から第4回までは各履修者による個々の問題意識に基づく発言する形式とし、第5回から第8回までは各グループによるケーススダディをベースとした調査・分析の発表とします。詳細については、授業内で告知します。

授業計画		課題
第1回	IT革命の歴史的振り返り：前半は担当教員が1990年頃から始まったグローバルレベルのIT革命とそれによるビジネスの変化を振り返る。後半は担当教員が提供する定型フォーマットに基づき各履修者が自己紹介を兼ねてそれぞれ今担当するビジネス領域で直面するデジタルに関わる課題を説明を行う。	ビジネスのグローバル化を齎した1990年以降のIT革命プロセスを理解し、現在のデジタル社会の位置を把握する。
第2回		
第3回	最先端デジタルテクノロジーの理解：前半は担当教員が新鋭テクノロジーの概要と未来予測を説明する。後半は担当教員が提供する定型フォーマットに基づき各履修者がそれぞれ今担当するビジネス領域で取り組む新鋭テクノロジーの説明を行い、それを元に今後取り組むケーススタディのチーム構成のアイデアを話し合う。	ブロックチェーン、AI、RPA、IoT、VR/ARなどの現在のDXを推進するエンジンとなっている新鋭テクノロジーを理解し、近未来のデジタル社会を予測する。
第4回		
第5回	ITソリューションの洗い出しとITプロジェクトスポンサーの獲得：前半は担当教員が社内スポンサーを説得する為のSWOT分析	現在ビジネスの現場で直面する課題に対する解決策となるITソリューショ

第6回	や5 Force Modelなどの戦略的分析手法、コスト・ベネフィット分析手法などを説明する。後半は各チームがIT投資獲得プロポーザルを作成する。	ンを洗い出し、社内のスポンサーを獲得するための説得力のあるプロポーザルを作成する。
第7回	ITプロジェクトマネジメントの推進：前半は担当教員がITプロジェクトマネジメントを行う際のポイントを説明する。後半は各チームがそれぞれのケーススタディについてプロジェクトのキックオフからカットオーバーまでの流れとガバナンス体制、定例報告体制、インシデントレポーティング、コンバージョンなどのポイントを説明する。	ITプロジェクトガバナンス体制構築、各種ITテスト計画を含めた稼働に至るまでのスケジュール管理手法の両面からITプロジェクトマネジメント手法を理解する。
第8回		

教科書

全ての授業に担当教員がパワーポイントを用意します。そのパワーポイントに参考文献を記載します。担当教員の英国ロンドン大学にける博士論文と経済産業研究所における発表論文も含みます。

参考書、講義資料等

デロイトなどのグローバルコンサルティングファームが公表しているものを中心に各テーマに沿った資料を提示します。

成績評価の基準及び方法

授業の発言及び発表で25点、ケーススタディ発表で50点、他の履修者の構想へのコメント・アドバイスで25点として評価します。

連絡先（メール・電話番号）

松本秀之：e-mail:hideyukimatsumoto@hotmail.com; hideyukimatsumoto@gmail.com; Tel: 090-9968-0922

オフィスアワー

授業のある日。その他の時間帯はメール等で調整します。

その他

授業科目名	データ分析入門	担当教員	勝村史昭	科目コード	169
配当年次	1年次・2年次	学期	夏期集中		
キャンパス	中継（大阪→全校）	単位数	1		

講義の概要とねらい

＜概要＞
本講義では、データ分析に必要な基礎的な統計知識の習得とExcelを用いた実践方法を学習します。

＜ねらい＞
昨今、あらゆる社会課題において、データに基づいた価値創造の重要性が高まっています。
このためには、解くべき「問い」を設定し、必要なデータを正しく扱い、適切な分析手法を用いたうえで、価値のある情報を見出すことが必要となります。
本講義では、そのための基礎的な統計分析知識をExcelを用いながら学んでいきます。この授業を通して、受講者が、独力でデータ分析を実践できるようになり、事業構想に役立つスキルを習得することを目指します。

到達目標

データから有用な価値を見出すスキルは事業構想をしていくためには、非常に重要です。本講義では、そのための基礎的なデータ分析力を養うことを目的としており、以下を到達目標としています。
1：データ分析の目的と基本的な分析ステップを理解している
2：基礎的な統計知識及びデータ可視化の手法を理解している
3：データ分析結果を適切に解釈できる

キーワード

基本統計量、仮説検定、相関、回帰分析、EXCEL

授業の進め方と方法

講義形式を基本とし、適宜、演習を取り入れ、講義内容の理解と実践力を養う授業形態とします。

授業計画		課題
第1回 第2回	◆データ分析の全体像と基本統計量 データ分析は何かしらの「問い」に答えるために実施するものである。この原則に則って、データ分析の基本的な考え方や思考プロセス、及び分析ステップについて概観する。そのうえで、データ分析の土台である基本統計量やデータの可視化について学ぶ。	データ分析の基本的な考え方とは何なのだろうか？また、データ分析で出来ることとは何なのだろうか？
第3回 第4回	◆仮説検定　（1） 統計学において仮説が正しいかどうかを統計的に判断するための手法について学ぶ。ここでは、仮説検定の前提としての確率分布の理解に重点を置く。	仮説が正しいかどうかを判断するために、統計学ではどのように考えるのか？
第5回 第6回	◆仮説検定　（2） 前回学んだ確率分布の考え方をおさえたうえで、仮説検定の進め方について、演習を通してその理解を深める。	仮説検定を、具体的にどのように行うのか？
第7回 第8回	◆回帰分析 実務でもよく使われる回帰分析は、興味のある変数に対して、どのような要因が影響を及ぼしているのかを分析する手法である。回帰分析の基本を学んだうえで、実際に課題データをExcelを用いて分析することで、その理解を深める。	回帰分析を行うことで、どのようなことがわかるのか？

教科書

教科書は特に指定しない。毎回、講義資料を配布する。

参考書、講義資料等
「完全独習　統計学入門」（小島 寛之、ダイヤモンド社） 「最強のデータ分析組織 なぜ大阪ガスは成功したのか」（河本薫、日経BP社）
成績評価の基準及び方法
期末に実施するレポート課題の内容で評価する。 評価の基準としては、データ分析の目的や統計知識を理解できているか（40%）、データ分析結果の解釈が適切か（60%）、の観点から評価する。
連絡先（メール・電話番号）
fumiaki.katsumura@mpd.ac.jp
オフィスアワー
メールで予約してください
その他

授業科目名	事業デザイン演習Ⅰ（1年次）	担当教員	谷野豊ほか	科目コード	181～184
配当年次	1年次	学期	前期		
キャンパス	東京	単位数	2		

講義の概要とねらい

概要）
４～５名程度のグループで、非分析/分析アプローチを理解したうえで、テーマに基づき、多面的・多角的なアイデア出しを行い、構想案につなげる。各回のアウトプットイメージは、構想起点（思い、環境、資源など）、時系列変化のストーリー化、クリティカルアイデア、の３点を前提とする。

ねらい）
事業構想に取り組むうえで必要となる基礎的能力を、院生の主体性を引き出しながら、グループワークで身に着ける。本講義での「グループワーク」の意味は、多様な背景・属性・考え方を持つ人々で構成される現実社会において、院生それぞれが自身の事業構想に取り組むうえでの姿勢やアイデアの出し方、共感形成に向けたコミュニケーション方法について、それぞれが深く考え、自身の構想に活かすことを意図している。

到達目標

開かれた視座のもと、自らの使命に基づき、多様な仲間とともに、解決すべき社会課題を発見し、理想の姿を発想・着想・想像し、構想案につなげる基礎的能力を、グループワークを通じ身に着ける。

キーワード

非分析/分析アプローチ、アイデア発想、構想案

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もとに、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	非分析/分析アプローチの解釈を深める
第2回 第3回	グループワーク①：非分析アプローチ 「50年後の未来」を見据えたうえでの、テーマ設定、アイデア出し	非分析的テーマの設定とアイデア出し
第4回 第5回	グループワーク②：非分析アプローチ グループのアイデアをスクリーニング	構想原案につながるアイデアの核心を見つける
第6回 第7回	グループワーク③：非分析アプローチ アイデアを絞り込み、構想原案にまとめる	構想起点（思い、環境、資源など）を明らかにする
第8回 第9回	グループワーク④：分析アプローチ 分析アプローチ（PEST等）の適用とテーマ設定、アイデア出し	分析的テーマの設定とアイデア出し

第10回 第11回	グループワーク⑤：分析アプローチ グループのアイデアをスクリーニング	構想原案につながるアイデアの核心を見つける
第12回 第13回	グループワーク⑥：分析アプローチ アイデアを絞り込み、構想原案にまとめる	構想起点（思い、環境、資源など）を明らかにする
第14回 第15回	構想案の発表と相互評価 8月20日の「事業デザイン演習」発表会の準備	時系列変化のストーリー化、クリティカルアイデアを明確化し、発表会の準備と後期演習につなげる

教科書

なし

参考書、講義資料等

必要に応じ配布する

成績評価の基準及び方法

授業毎の貢献70点、授業毎の発表30点で評価する

連絡先（メール・電話番号）

オフィスアワー

その他

授業科目名	事業デザイン演習Ⅱ（1年次）	担当教員	岸波宗洋ほか	科目コード	185～188
配当年次	1年次	学期	後期		
キャンパス	東京	単位数	2		

講義の概要とねらい

概要）
前期の事業デザイン演習で取り組んだ事業構想案を持ち寄り、各グループが1つにスクリーニングし、その構想案のFIX、フィールドリサーチとエビデンス、製品/顧客詳細化、4P等各種事業戦略の設定、マーケティングプラン、価格設定と顧客/市場設定、収支計画（特に売り上げ、原価のアウトライン設定）など、構想計画書を策定するためのプロセス/ファクトを実践する。

ねらい）
事業構想に取り組むうえで必要となる基礎的能力を、院生の主体性を引き出しながら、グループワークで身に着ける。本講義での「グループワーク」の意味は、多様な背景・属性・考え方を持つ人々で構成される現実社会において、事業としての価値を、様々な視点で評価し、自身の構想に活かすことを意図している。

到達目標

グループが取り組む事業において、その背後にある各人の価値を共有し、フィールド・リサーチを経てかたちにし、それを構想計画にまとめ上げる基礎的能力を身に着ける。

キーワード

フィールドリサーチとエビデンス、製品/顧客詳細化、マーケティングプラン、収支計画

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もとに、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	構想案から構想計画に至る課題とプロセスを理解する
第2回 第3回	グループワーク①：構想案の確定	前期のグループで考えた構想案を持ち寄り、スクリーニングを行い、構想案を確定する
第4回 第5回	グループワーク②：フィールドリサーチ計画と実践	構想実現に必要な情報を集めるための計画を立てる
第6回 第7回	グループワーク③：顧客とサービスの詳細化	フィールドリサーチで得たエビデンスをもとに、顧客とサービスの詳細化を行う
第8回 第9回	グループワーク④：マーケティングプランの策定	顧客とサービスの詳細情報に基づき、4P戦略とプロモーションミックスに落とし込む

第10回 第11回	グループワーク⑤:売り上げ(単価×数量の策定)、原価の策定	顧客とサービスの詳細情報に基づき、製品・サービスの単価を設定し、顧客ニーズを想定し収支計画を立てる
第12回 第13回	グループワーク⑥:コミュニケーション戦略の検討	構想を他者からの共感を得て実現につなげるコミュニケーション戦略を立てる
第14回 第15回	構想案の発表と相互評価 2月11日の「事業デザイン演習」発表会の準備	構想のブラッシュアップと発表会、2年次「事業構想研究」につなげる

教科書

なし

参考書、講義資料等

必要に応じ配布する

成績評価の基準及び方法

授業毎の貢献70点、授業毎の発表30点で評価する

連絡先(メール・電話番号)

オフィスアワー

その他

授業科目名	事業構想研究	担当教員	谷野豊ほか	科目コード	189～200
配当年次	2年次	学期	前期		
キャンパス	東京	単位数	2		

講義の概要とねらい

事業構想研究では、自身の事業アイデアを、実現可能な事業構想計画として策定していくための演習である。担当教員は、院生と共に学び、それぞれの「事業構想」を共創するような伴走型の指導を行う。

事業構想は、「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、本演習を通し、「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」の過程を繰り返しながら、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、社会の一翼を担う事業を作り上げていただきたい。

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	2年次中間発表会に向けた論点整理1	対象顧客を意識して構築する
第13回		
第14回	2年次中間発表会に向けた論点整理2	決められた時間内で発表し共感を得る。
第15回		

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毎回提示します。

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

連絡先（メール・電話番号）

各担当教員からオリエンテーション時に通知する

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、中間発表会に向けた準備を行う。

授業科目名	事業構想研究	担当教員	谷野豊ほか	科目コード	189～200
配当年次	2年次	学期	後期		
キャンパス	東京	単位数	2		

講義の概要とねらい

事業構想研究では、自身の事業アイデアを、実現可能な事業構想計画として策定していくための演習である。担当教員は、院生と共に学び、それぞれの「事業構想」を共創するような伴走型の指導を行う。

事業構想は、「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、本演習を通し、「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」の過程を繰り返しながら、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、社会の一翼を担う事業を作り上げていただきたい。

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 事業構想書執筆要領の説明	事業構想計画書を執筆するうえでの基本を理解する
第2回 第3回	事業構想計画の検討1	フィードバック内容をもとに、今一度「発想・着想・想像」を検討する
第4回 第5回	事業構想計画の検討2	フィードバック内容をもとに、今一度「構想案」を検討する
第6回 第7回	中間審査会に向けた論点整理	事業構想に矛盾がないか確認する
第8回 第9回	事業構想計画の検討4	中間審査会でのフィードバック内容をもとに、「事業構想計画書」に落とし込む
第10回 第11回	事業構想計画の検討5	フィールドリサーチの結果をもとに、収益モデルに落とし込む
第12回 第13回	最終審査会に向けた論点整理1	事業構想計画書に矛盾がないか確認する
第14回	最終審査会に向けた論点整理2	限られた時間内に、自身の事業構想をより魅力的に伝える

第15回	

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毎回提示します。
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
連絡先（メール・電話番号）
各担当教員からオリエンテーション時に通知する
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月中にできている範囲で主ゼミ、副ゼミの担当教員に進捗として共有する