

## 2012年度 ビジネス・イノベーション研究科(ビジネス・イノベーション専攻) 修士課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメ)	単位	担当者名
経営戦略	1・2年 (1・3セメスター)	2	永石 信
<b>授業概要・授業目標・授業方法</b>			
<p>経営戦略論に含まれる数多くのフレームワークのうち、現代の経営実践視点から特に重要なものを取り上げ、理解を深める。ケースメソッド的な企業事例分析を交え、実務的応用を常に意識しながら学びを深める。</p> <p>経営戦略論との深い関係性を意識しながら、ビジネス・リーダーシップ論の数多くのフレームワークのうち、現代の経営実践視点から特に重要なものを取り上げ、理解を深める。ケースメソッド的な演習を交え、実務的応用を常に意識しながら学びを深める。</p>			
<b>成績評価方法・基準</b>			
<p>ディスカッションへの参画度・貢献度:45%</p> <p>講義中に1日1～2回程度行う小レポート:10%</p> <p>ホームワーク型レポート(レポート1から、5まであります:各開催日の冒頭に提出):45%</p>			
<b>教科書・教材・参考文献 等</b>			
<p>教科書はありません(毎回、授業の冒頭にレジメを配布します)。講義内容に密接に関わる部分が多いため、以下を参考書として指定します。</p> <p>指定書(1):三品和広『経営戦略を問いなおす』(ちくま新書、2006年)。</p> <p>指定書(2):藤本隆宏『日本のもの造り哲学』(日本経済新聞社、2004年)。</p> <p>指定書(3):青島矢一・加藤俊彦『競争戦略論』(東洋経済新報社、2003年)。</p> <p>指定書(4):丸山謙治『競合と戦わずして勝つ戦略』(日本能率協会マネジメントセンター、2008年)。</p> <p>指定書(5):C.オライリー・J.フェファール『隠れた人材価値』(翔泳社、2002年)。</p>			
<b>質問への対応(オフィスアワー等)</b>			
*Eメール(アドレスは初回講義にてお知らせいたします)			
<b>授業計画(項目・内容)</b>			
<p>第1週(1):イントロダクション</p> <p>第1週(2):市場ポジション別競争戦略</p> <p>第1週(3):ケースディスカッション 「資生堂の中国事業」</p> <p>第1週(4):戦略のポジショニングアプローチと資源アプローチ</p> <p>第1週(5):ケースディスカッション 「エレクトロニクス・ハードウェア産業グローバル競争」</p> <p>第1週(6):事業ライフサイクルとPPM</p> <p>第2週(1):ボトムアップの経営戦略、トップダウンの経営戦略</p> <p>第2週(2):ケースディスカッション 「池田タクシー:ボトムアップダウンの経営革新」</p> <p>第2週(3):ケースディスカッション 「アスクル:走りながら進化する経営」</p> <p>第2週(4):M&amp;Aにおける戦略視点とリーダーシップ</p> <p>第2週(5):ケースディスカッション 「日本電産とパナソニックのM&amp;A戦略」</p> <p>第2週(6):補論「ビジネスプランニング」</p> <p>第3週(1):戦略論とリーダーシップ論の接点についての振り返り</p> <p>第3週(2):コーチング的リーダーシップと対象対応型リーダーシップ</p> <p>第3週(3):ケースディスカッション 「星野リゾート:信条共有のコーチング的アプローチ」</p> <p>第3週(4):受講生プレゼンテーション</p> <p>第3週(5):コース内容の総括</p>			
<b>履修者へのコメント</b>			
<p>ケース教材選択については、本シラバスのものから若干変更になる可能性があります(講義開始時点の最新情勢を鑑みて、より適切なケース教材が見つかった場合にはケース教材の変更もあり得ます)。それを反映した最終シラバスは、講義開始1か月前を目安に事前配布します。</p> <p>ホームワーク型レポート(1から5まで)についても、講義開始1か月前を目安に事前配布します。</p>			

# 2012年度 ビジネス・イノベーション研究科(ビジネス・イノベーション専攻) 修士課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメ)	単位	担当者名
国際経営	1・2年 (1・3セメスター)	2	銭 佑錫
授業概要・授業目標・授業方法			
<p>本年度の講義では、中国とインドに焦点を当てて企業のグローバル経営戦略について考えてみることにする。中国とインドは世界中の企業において進出先としての重要性もさることながら、企業が地球規模でのグローバル戦略を考える際にも考慮しなければならない重要な要素となりつつある。日本企業の中国やインドへの進出事例を交えながら、企業のグローバル戦略の中に中国とインドをどのように位置づけるべきかについて考えてみたいと思う。講義は、テキストを全員読んでくることを前提に、受講者各自より提示された論点を持って全員参加型のディスカッション形式で行う。</p>			
成績評価方法・基準			
講義中の発言・貢献度(20%)及び毎週の課題(80%)			
教科書・教材・参考文献 等			
アニル・K・グプタ、ハイヤン・ワン著、若山俊弘訳(2010)『中国・インドの戦略的な意味 - グローバル企業戦略再構築 -』同文館 他、日本企業の事例に関する配付資料			
質問への対応(オフィスアワー等)			
授業計画(項目・内容) 1. オリエентация 世界のグローバル化について 2. テキスト 第1章 4つの「ストーリー」が融合する国、中国とインド 3. テキスト 第2章 中国かインドかの二社択一ではない 4. テキスト 第3章 メガマーケットとマイクロカスタマー：現地市場の覇権を巡る争い 5. テキスト 第4章 中国とインドを活用して世界競争を制する 6. テキスト 第5章 世界の舞台で「ドラゴン」や「タイガー」と戦う 7. テキスト 第6章 優秀な人材を巡る戦い：豊富と言われる中での人材不足 8. (配付資料) 日本企業の中国進出事例(1) 9. (配付資料) 日本企業の中国進出事例(2) 10. (配付資料) 日本企業の中国進出事例(3) 11. (配付資料) 日本企業の中国進出事例(4) 12. (配付資料) 日本企業のインド進出事例(1) 13. (配付資料) 日本企業のインド進出事例(2) 14. (配付資料) 日本企業のインド進出事例(3) 15. (配付資料) 日本企業のインド進出事例(4)			
履修者へのコメント			
毎週、ディスカッションのための論点の提出が義務づけられる。テキストを読んでみて浮かんだ疑問点や、テキストの内容を各自の所属している会社ないし組織に当てはめてみたときの感想など、積極的な発言と参加をお願いしたい。本講義への履修者には学期末までに簡単なレポートを課題として課すことを予定している。			

## 2012年度 ビジネス・イノベーション研究科(ビジネス・イノベーション専攻) 修士課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメ)	単位	担当者名
中小企業政策	1・2年 (2・4セメスター)	2	寺岡 寛
<b>授業概要・授業目標・授業方法</b>			
<p>日本経済における企業活動、とりわけ、中小企業の経営活動をいかに活性化させ、その事業革新を促進するか。このための政策論理、政策体系、政策手法、政策組織のあり方などを講義の対象とする。わが国については、歴史分析と現状の分析を徹底的に行う。また、政策研究には国際比較の視点が重要であり、主要国での政策現状と歴史も併せて講義する。カリキュラムとしては、3分の1を歴史、3分の1を現状分析、3分の1を将来性という時間配分を考えている。一方的な講義ではなく、双方通行の討議、個人発表・グループ発表を交えて「中小企業政策論」をすすめていきたい。なお、ビジネススクールでの「中小企業政策論」はあくまでアドミニストレーションという視点ではなく、できるかぎり、中小企業の経営改善やイノベーションなど具体的な事例を中心にマネジメントという視点からすすめていくことを重視したい。また、必要に応じ、チームでの取り組みを中心に課題を消化してもらうことにしたい。</p>			
<b>成績評価方法・基準</b>			
出席、教室での討議、課題レポートをそれぞれ3分の1ずつ評価するやり方を採用する。			
<b>教科書・教材・参考文献 等</b>			
<p>参考書は寺岡寛『日本の中小企業政策』(有斐閣)、同『中小企業政策の日本的構図』(有斐閣)、同『中小企業と政策構想』(信山社)、同『中小企業政策論』、同『アメリカの中小企業政策』(信山社)、同『アメリカ中小企業論』(信山社)、同『中小企業の社会学』(信山社)、同『日本型中小企業』(信山社)、同『中小企業の技術学』(信山社)          必読テキストは寺岡寛『中小企業の政策学』(信山社)、同『比較経済社会学』(信山社)、同『逆説の経営学』(税務経理協会)『経営学の逆説』(税務経理協会)、同『イノベーションの経済社会学』(同)、『アレントタウン物語』(同)、『巨大組織の寿命』(信山社)、『タワーの時代』(同)など。なお、必要に応じて、プリントやコピー資料を配布します。</p>			
<b>質問への対応(オフィスアワー等)</b>			
メールにて受付け、必要に応じて設けます。			
<b>授業計画(項目・内容)</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>ガイダンスとそれぞれの自己紹介 春学期における講義の進め方、課題の内容、使用テキストおよび参考書について説明します。 また、14回を通じた講義内容の概要を明らかにしておきたい。</li> <li>中小企業のイメージ 中小企業政策において重要であるのは、わたしたちはどのような中小企業像を望むのかということです。 日本の中小企業政策史を扱った拙著『日本の中小企業政策』や『中小企業白書』を参考にしながら、わたしたちの中小企業イメージについて討論する。</li> <li>政策とは何か(1) 中小企業政策を論じる前に、政策そのものを論じる必要がある。わたしはシステム論(=法律と制度)よりもサブシステム論(=社会的価値観)を重要視する。中小企業政策に関する理論と実践を学習する。</li> <li>政策とは何か(2) 中小企業政策は日本のみならず、主要国、途上国、最近では中東欧諸国においても実施されてきている。 わが国の政策論理を明確に知るためには、中小企業政策全般を国際比較の視点からとらえておく必要がある。</li> <li>中小企業政策史(1) わが国の中小企業政策史を論じる。ではわが国の中小企業政策の戦前モデルを明らかにする。 これがどのように戦後、復興期、高度成長期に継承、あるいは新しい政策論理が注入されたのかを討論する。 特に、中小企業近代化促進政策に焦点を絞る。</li> <li>中小企業政策史(2) 成長期、日本の海外生産(=直接資本投資)が本格化した時期、バブル経済崩壊以降の時期のわが国の中小企業政策を取り上げ、そのあり方と将来の方向性を討論する。 特に、中小企業の技術革新促進政策に焦点を絞りたい。</li> <li>中小企業政策史(3) 新「中小企業基本法」制定以降の、わが国中小企業政策を振り返る。ベンチャー企業振興、経営革新など広くイノベーションに関わるテーマを中心に取り上げる。その背後にある戦略的政策目標、政策手段などを紹介したい。</li> </ol>			

8. 国際比較(1)  
わが国の中小企業政策を米国、欧州諸国、アジア諸国との比較視点から取り上げる。焦点をより具体的な中小企業助成制度に絞って論じることが必要である。では米国との比較を試みる。  
米国については、起業促進政策の実情など具体的な成功事例や失敗事例について紹介したい。
9. 国際比較(2)  
わが国の中小企業政策を国際比較から位置づける。では欧州諸国、とりわけ、ドイツとフィンランドに焦点を絞り、日本との比較を試みる。フィンランドについて技術革新促進政策に焦点を絞って、わたしが行ってきたフィールド調査に基づく実情も紹介したい。
10. 国際比較(3)  
わが国の中小企業政策を国際比較から位置づける。ではアジア諸国(たとえばタイなど)に焦点を絞り、日本との比較を試みる。アジア諸国のサポート産業政策と中小企業政策との関係などが焦点となる。  
また、時間があれば、韓国や台湾などの中小企業技術振興政策などについてもふれる。
11. 何をなすべきか(1)  
中小企業政策のあり方をいくつかの重要な点に絞り、討論する。すなわち、政府は中小企業の経営支援ために何ができて、何ができなくて、何をなすべきで、何をなすべきでないのか等を論じる。  
この討論を通じて、いままでの講義内容などがより明確なかたちで理解できる。
12. 何をなすべきか(2)  
抽象的なテーマよりも、むしろより具体的な問題を取り上げたい。候補としては、研究・開発、海外生産(とりわけアジア)、情報革新、経営革新などのテーマを考えている。
13. 何をなすべきか(3)  
より具体的には、中小企業への金融助成、ベンチャー型投資、地域ファンド、経営革新指導などを取り上げる。  
グローバル化のなかで、こうした助成制度がどのような意味をもつのかについても議論をすすめていきたい。
14. 総括 全体討議(1)  
わが国中小企業政策の有効性と限界性を、これまでの講義と討論内容を中心に、受講生の発表を中心に進める。  
テーマにより、個別報告あるいはグループ報告にするのかは必要に応じて指示する。
15. 総括 全体討議(その2)  
同上

#### 履修者へのコメント

指定された課題、指定されたテキストの読むべきところ、これを必ず読了してクラスに参加のこと。講義は双方通行・対話式で行う。小レポート(400字程度)はかなりあります。  
必要に応じて、中小企業庁『中小企業白書』『中小企業政策のあらまし』などの重要箇所の読了を指示する。海外中小企業振興機関のウェブサイトなどの閲覧を指示する。また、場合により、受講生にチームを作ってもらい、プロジェクト方式でクラスをすすめることもあります。



## 2012年度 ビジネス・イノベーション研究科(ビジネス・イノベーション専攻) 修士課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメ)	単位	担当者名
プロジェクト・マネジメント	1・2年 (1・3セメスター)	2	中嶋 秀隆
<b>授業概要・授業目標・授業方法</b>			
<p>プロジェクトにはいろいろなものがあり、やり方もさまざまです。従来のわが国でのプロジェクトは、勘と経験に頼る“十人十色”のやり方で行われてきました。口の悪い人は、プロジェクト・マネジャーが10人いると、プロジェクトの進め方は11ある、などと揶揄します。</p> <p>プロジェクトを支えるメンバーのものの見方や価値観が均一で、環境変化があまり大きくない時には、このやり方がそれなりに有効だったかもしれません。しかし、最近の価値の多様化、異文化との大規模で直接の接触という動きの中で、環境の急激な変化に対応するには、プロジェクトの計画・実行に、勘と経験に頼らない、合理的で使いやすい技法が求められます。</p> <p>この授業では、プロジェクト・マネジメントの現状の問題点を踏まえ、国際標準であるPMBOK®『プロジェクト・マネジメント知識体系』にもとづき、10のステップに沿って、プロジェクトの進め方を学習します。進め方は、講義とグループ実習の2本立てで、双方向・参加型とします。</p> <p>受講者には、プロジェクト・マネジメントの標準手法を理解してもらい、実務でプロジェクトを成功させる(期限通り、予算内で、所定の目標を達成する)ための実践手法を学習してもらいます。</p> <p>また、PM手法を個人の生活にどう活用するかという観点で、“パーソナル・プロジェクト・マネジメント”という新たな分野が注目されています。人の一生もひとつのプロジェクトであり、具体的な目標を設定すべきだという立場から、‘死ぬまでに達成すべき25の目標’という考え方、手法を紹介します。プロジェクトやビジネス現場で、厳しい状況を乗り切るための‘心の復元力’についても、一緒に考えてみたいと思います。さらに、経営幹部候補者としてのみなさんに、ぜひ考えてもらいたい問いを12ほど立てます。</p>			
<b>成績評価方法・基準</b>			
講義中の発言・貢献度(20%)及び終了時の筆記試験(80%)			
<b>教科書・教材・参考文献 等</b>			
<p>中嶋秀隆著『PMプロジェクト・マネジメント』改訂4版、日本能率協会マネジメントセンター、2009年</p> <p>中嶋秀隆・中西全三著『死ぬまでに達成すべき25の目標』PHP研究所、2007年</p>			
<b>質問への対応(オフィスアワー等)</b>			
3回とも東京から通勤しますが、質問は当日口頭でも、メールでも受けます。必要なら、別途時間を確保します。			
<b>授業計画(項目・内容)</b>			
<p>1週目 プロジェクト・マネジメント(PM)とは何か プロジェクトの定義 プロジェクト・マネジメントの問題点 PMのステップ1 プロジェクトの目標を明確にする PMのステップ2 作業を分解する PMのステップ3 役割を分担し、所要期間を見積もる PMのステップ4 作業の依存関係を調べ、クリティカル・パスを見つける</p> <p>2週目 PMのステップ5 スケジュールを作る PMのステップ6 負荷をならす PMのステップ7 予算を作る PMのステップ8 リスクに備える PMのステップ9 進捗をコントロールする PMのステップ10 事後の振り返りをする</p> <p>3週目 死ぬまでに達成すべき25の目標 心の復元力:プロジェクトやビジネスで難局を乗り切るためのヒント 経営幹部に必須の12の問い</p>			
<b>履修者へのコメント</b>			
<p>心身ともにベスト・コンディションで出席し、実習を通じて積極的に学習することを期待します。受講後、少なくともひとつのことを、必ず、実務に活用してください。従来と同じことをやりながら、異なる成果を期待すること...これを、‘気違い沙汰’というそうですから。</p> <p>グループ実習は、時間の関係で、宿題とすることがあります。</p>			

## 2012年度 ビジネス・イノベーション研究科(ビジネス・イノベーション専攻) 修士課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメ)	単位	担当者名
マーケティング	1・2年 (1・3セメスター)	2	中西 眞知子
<b>授業概要・授業目標・授業方法</b>			
<p>マーケティングの対象領域は、限りなく広がりを見せている。企業活動は無論のこと、教育、福祉、アートマネジメントが注目を浴びる芸術の領域、地球環境問題など自然科学の領域、南北問題にも広がる。マーケティングは現代社会を反映するものであると同時に現代社会に大きく影響を及ぼす。</p> <p>本講義ではマーケティングとはどのようなものかを論じ、現場の各課題に応じて、新しい価値を創造して、顧客に満足、さらに感動を与えるためのマーケティングがどのようなものかを考察する。ソーシャルマーケティングやポストモダンのマーケティングについても論じ、マーケティングが広く現代社会にどのような影響を及ぼしているかを考える。</p> <p>さらに、消費社会としての再帰的近代社会において、マーケティングの働きかけが次の時代にどのような影響を与え、同時に社会から影響を及ぼされるか考えよう。例えば市場が我々の味覚を変化させ、その変化した味覚が新しい味を市場に求める。このようなマーケティングの再帰的循環を、時間的影響や空間的広がりを思い描きながら考えていこう。</p> <p>マーケティングリサーチについても定量調査、定性調査各々概観し、自らの現場における各々のテーマに応じて、マーケティングリサーチを行う力を養う。</p>			
<b>成績評価方法・基準</b>			
成績は、日ごろの授業参加とレポートで評価。			
<b>教科書・教材・参考文献 等</b>			
<p>林英夫、上笹恒、種子田實、加藤五郎1993『マーケティングリサーチ事典』同友館          廣田章光、石井淳蔵2004『1からのマーケティング』中央経済社          石井淳蔵2004『マーケティングの神話』岩波書店          コトラF2000(=2001恩蔵直人監修『マーケティング・マネジメント』ピアソン・エデュケーション)          コトラ、アンドリーセン2003(=2005井関利明監訳『非営利組織のマーケティング戦略』第一法規)          マクミラン、J2002(=2007瀧澤弘和、木村友二訳『市場を創る』NTT出版)          中西眞知子2007『再帰的近代社会』ナカニシヤ出版          塩田静雄2006『マーケティング調査と分析』税務経理協会          上田拓治1999『マーケティングリサーチの論理と技法』日本評論社          和田・恩蔵・三浦1996『マーケティング戦略』有斐閣アルマ          その他適宜指定する。</p>			
<b>質問への対応(オフィスアワー等)</b>			
<b>授業計画(項目・内容)</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>オリエンテーション 講義の目標、文献などについて説明すると同時に、受講生各自のバックグラウンドや業務上の問題意識などを紹介する。</li> <li>マーケティングの基本概念と考え方 マーケティングとは何か、交換から始まった市場の成り立ちやマーケティングの歴史、定義、考え方などを明らかにする。 AMA,JMA,ESOMERなどの定義を各々紹介し、マーケティング概念の変遷についても論じる。</li> <li>マーケティング・マネジメント マーケティングの4Pや、ターゲットごとのマーケティングセグメンテーション、セグメンテーションの軸やその時代変化や文化による違いなどに関して講義する。</li> <li>新製品開発 製品開発プロセスにおける新製品のアイデアジェネレーションや、新製品のコンセプト、プロダクトの策定、テストマーケティングなど上市にいたる過程やそのために必要な新製品開発調査などについて講義する。</li> <li>製品ライフサイクル PLC(プロダクトライフサイクル)に応じたマーケティングを考察する。代表的な長寿ブランドの特徴などをケーススタディで取り扱う。</li> <li>価格 価格の決め方、価格マーケティング、PSM(価格感受性測定法)などについて講義、供給サイド、需要サイドの両方向から価格を考察する。</li> <li>ブランド ブランドアイデンティティやブランド資産の形成、ブランド経験価値のあり方やその測定方法、ブランド拡張の方向性などについて、議論する。</li> </ol>			

8. コーポレートアイデンティティ、企業理念  
コーポレートアイデンティティの形成やそれに基づいた企業戦略、企業理念や企業文化について考察する。  
ケーススタディでは従来伝統型の企業が企業内部と外部を調査対象にしたCI戦略立案調査に基づいた提案によっていかに生まれ変わったかを扱う。
9. コミュニケーション  
企業のコミュニケーションを、広告の現状、広告効果、広報などを中心に説明するとともに、広告DVDを見て、広告の新しい意味や現代文化の中での位置づけなどに関して考察、討論する。
10. 市場調査(マーケティングリサーチ)と社会調査  
市場調査(マーケティングリサーチ)と社会調査の、定量調査、定性調査各々についての調査手法(設計、方法、調査対象など)、その長所と短所、マーケティング課題に応じた適用のしかた、分析方法などを講義する。
11. 市場と社会 ソーシャルマーケティング  
エコマーケティングなど社会的なマーケティングについて講義する。  
また、NPOとマーケティング、国や自治体のマーケティングなど公共のマーケティングや公共広告について論じる。
12. 市場と社会 マクドナリゼーション  
時間空間がグローバルに広がりを見せている近代社会において、さまざまな場面における西欧合理的な近代化、マクドナリゼーションについて論じる。
13. 市場と社会 ポストモダンのマーケティングとポストモダンのリサーチ  
ポストモダンのマーケティングとリサーチについて考える。  
再帰的近代社会における市場と公共性の領域の境界の曖昧さや重なり合い、社会との再帰的循環の関係などから今後の動向について論じる。
14. 各自のテーマとリサーチ企画  
各自の現場における課題と課題解決のためのリサーチを考え、企画書を作成、発表、議論する。
15. リサーチ結果  
リサーチ結果のプレゼンテーションを行い、それをめぐって議論を深める。

#### 履修者へのコメント

各々現場の課題に応じて、マーケティングによって社会に働きかけていく社会に影響を与える関係性、同時に、マーケティングリサーチを行うことで消費者の思いを汲み上げるという社会から影響を及ぼされる関係性の両方向から、企業と社会について議論していこう。

## 2012年度 ビジネス・イノベーション研究科(ビジネス・イノベーション専攻) 修士課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメ)	単位	担当者名
マーケティング戦略	1・2年 (2・4セメスター)	2	坂田 隆文
<b>授業概要・授業目標・授業方法</b>			
<p>マーケティング戦略論という非常に実務色の濃い学問である。しかし、抽象理論や論理的思考をベースとせず経験や勘によって策定される戦略は、成功度が低いばかりか、学習効果を何ら伴わないものである。そのため、本講義では、既にマーケティングの基礎的知識を習得している受講生が、ケース企業によるマーケティング活動に関する議論を通して、具体的事例と抽象的理論の架橋を行えるようになっていただきたい。具体的には、チームごとにケースの分析、戦略代替案の立案、実施計画の立案などを行っていただく。そのうえで、受講生各自が独自の視点からマーケティング戦略を策定(あるいは実行)できる能力を養成することを目的としている。</p>			
<b>成績評価方法・基準</b>			
講義への参加度(発言の量と質)、レポートによって評価する			
<b>教科書・教材・参考文献 等</b>			
<p>【テキスト】講義中に配布予定。  【参考書】石井淳蔵『マーケティングを学ぶ』ちくま新書。 廣田章光・石井淳蔵『1からのマーケティング』中央経済社。  石井淳蔵他『ゼミナールマーケティング入門』日本経済新聞社。</p>			
<b>質問への対応(オフィスアワー等)</b>			
<b>授業計画(項目・内容)</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. イントロダクション 講義の進め方に関する説明など</li> <li>2. ケース分析の基本 ケースの読み方、考え方などに関する講義。</li> <li>3. ディスカッション入門 ディスカッションの基礎・基本を学ぶトレーニング</li> <li>4. ディスカッション入門2 ショートケースを用いたディスカッション</li> <li>5. ディスカッション入門3 ショートケースを用いたディスカッション</li> <li>6. マーケティング戦略(1) エスエス製薬ハイチオールCの事例を用いたディスカッション1</li> <li>7. マーケティング戦略(2) エスエス製薬ハイチオールCの事例を用いたディスカッション2</li> <li>8. マーケティング戦略(3) オタフクソースの事例を用いたディスカッション1</li> <li>9. マーケティング戦略(4) オタフクソースの事例を用いたディスカッション2</li> <li>10. マーケティング戦略(5) モスフードサービスの事例を用いたディスカッション1</li> <li>11. マーケティング戦略(6) モスフードサービスの事例を用いたディスカッション2</li> <li>12. マーケティング戦略(7) P &amp; Gの事例を用いたディスカッション1</li> <li>13. マーケティング戦略(8) P &amp; Gの事例を用いたディスカッション2</li> <li>14. まとめ(1) これまでに行ったケースや策定された戦略に関するディスカッションを通し、マーケティング戦略に関する理解を深化させる</li> <li>15. まとめ これまでに行ったケースや策定された戦略に関するディスカッションを通し、マーケティング戦略に関する理解を深化させる</li> </ol>			
<b>履修者へのコメント</b>			
<p>本講義はマーケティング論の基本的な知識をベースとした議論を中心に進める予定であるため、これまでにマーケティング論に関する学習が不十分であると思われる方は、上記の参考書を事前に勉強しておいていただきたい。</p>			



## 2012年度 ビジネス・イノベーション研究科(ビジネス・イノベーション専攻) 修士課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメ)	単位	担当者名
ストラテジック・マーケティング	1・2年 (1・3セメスター)	2	香月 秀文
<b>授業概要・授業目標・授業方法</b>			
<p>外資系企業(米国、英国、フランス、ドイツ)において、消費財や高級ブランドの日本におけるマーケティング活動を実践した経験から、欧米のマーケティング理論の日本における実践方法を学ぶ          フィリップ・コトラー教授、ジョージ・デイ教授、Tレビット教授のマーケティング理論と日本の経営学者の理論をベースに構築しています。</p> <p>企業のミッション／バリュー／ビジョンからコーポレート戦略と部門戦略の考え方とマーケティング部門の関係を学ぶ          頻繁に使用される戦略という言葉の明確な定義とグローバルに認められている代表的なハーバードやMITなどの戦略論と日本の経営戦略論から戦略の考え方を解説          SWOT分析や4P分析や4A分析や7S分析など 経営戦略やマーケティングにおいて使用される分析の手法とその活用方法を学ぶ</p> <p>特にプロダクト・マネジャーに要求される製品コンセプト・メイキングの方法を学ぶ。製品の市場導入における、製品のコンセプト・メイキングの手法・事例を学ぶ</p> <p>特別講義として、化粧品会社や酒類会社やLVMHなどのブランド・カンパニーのラグジュアリーのブランド・ビルディングの考え方、ブランドの構成要素、ブランド資産などブランドの開発手法を学ぶ</p> <p>マーケティングにおける重要な要素である Competitive advantage の意味を明確にする。          ドラッカー教授が提唱している顧客の重要性とValue Proposition(提供価値)の意味を解説する。          実際のケースを取り上げながら、グループ学習によって、事実をどのように捉え、戦略構築の方法を学ぶ          日本人の苦手とするディスカッションのスキルを学ぶ          グローバル・カンパニーにおけるビジネスの考え方を紹介します。</p> <p>使用ケース(例) 下記の中から選択          伊右衛門の開発／ルイ・ヴィトンの成功戦略／ハーレー・ダビッドソンの成功／シマノの開発戦略／ロレアルの企業戦略／モエヘネシー・ルイヴィトンの企業戦略／スミノフ・ウォッカの中期マーケティング戦略／花王の新製品開発戦略／小林製薬の企業戦略／サウスウェスト航空の戦略／ヤマト運輸の戦略／資生堂のTSUBAKIのブランド開発／ハウス食品の製品開発／ベネッセの企業戦略／松下の改革など</p>			
<b>成績評価方法・基準</b>			
講義中の発言・貢献度(20%)及びレポート課題(80%)			
<b>教科書・教材・参考文献 等</b>			
<p>テキスト          ゼミナール・マーケティング入門(日経新聞社) マーケティング戦略(慶応BS)</p> <p>参考書          コトラーの戦略マーケティング ダイヤモンド社 レビットのマーケティング思考法 ダイヤモンド社 Market Driven Strategy - George Day          化粧品マーケティング(日本能率協会マネジメントセンター) 戦略とは(クルイヴァー・Jピアース 世) 戦略マップ(キャプラン・ノートン)          マーケティング・ビッグ・ピクチャー(ミシガン大学ロス・BS) Marketing Management(P. Kotler) 心脳マーケティング(ジェラルド・ザルツマン)          マーケティング戦略論(ケロッグ・ビジネス・スクール) イノベーションのジレンマ(クレイトン・クリステンセン) ブルーオーシャン戦略(W・チャン・キム)          ブランド・リーダーシップ(D・アーカー) ブランド・ポートフォリオ戦略(D・アーカー) ブランド・エクイティ戦略(D・アーカー)          ブランド優位の戦略(D・アーカー) ブランド・マーケティングの再創造(J・N・カプフェレ) ケロッグ経営大学院・ブランド実践講座          ウォートン・スクールのダイナミック競争戦略(ジョージ・デイ／D・レイブシュタイン) マーケティング戦略論(ケロッグ・スクール)          プロダクト・マネジャーの教科書(リンダ・ゴーチェルス) 戦略経営論(ガース・サローナー他) 考える技術・書く技術(バーバラ・ミント)          B2Bブランディング(余田拓郎) 価格優位戦略 プロモーション・マーケティング公式テキスト ドン・シュルツの統合マーケティング          マーケティングの革新(T・レビット) ケラーの戦略的ブランディング(ケビン・ケラー) T・レビットのマーケティング論 THE ONE DAY MARKETING PLAN (Roman G Hiebing Jr. / Scott W Cooper) ドン・シュルツの統合マーケティング 企業戦略論(ジェイ・B・バーニー) 経営戦略の論理(伊丹教授) 戦略の原点(清水教授) 経営意志決定の原点(清水教授) 戦略と実行(清水教授) マーケティング入門(小川孔輔著)</p>			
<b>質問への対応(オフィスアワー等)</b>			

## 授業計画(項目・内容)

### 1週目

1. 企業における戦略部門としてのマーケティングの役割
  2. マーケティング活動のプロセス
  3. マーケティング目標の設定
  4. マーケティングミックスの構築
    - 企業とマーケティングの関係
    - クリステンセン理論による市場の分析
    - 外資系消費財企業におけるマーケティング・プロセス / バリューチェーン
    - コトラーの新製品市場導入プロセス
    - ビジネス・ドメインの設定
    - 市場分析・顧客分析の方法 (顧客ニーズ分析ピラミッド)
    - 3C分析と7S分析
    - ルイ・ヴィトンの3C分析 ヤマト運輸の3C分析
    - SWOT分析の考え方
    - SMART OBJECTIVEの設定方法
    - ケースを使った4Pの構築 / コトラーの6P /  $4P = 5C$ の考え方
    - 製品コンセプトの作成方法 (Product Attribute, Benefit)
- 例) スミノフの製品コンセプト、T SUBAKIの製品コンセプト  
伊衛門の製品コンセプト  
コンセプト・メイキングの手法

### 2週目

1. プロダクト・ライフサイクル  
導入期・成長期・成熟期・衰退期のマーケティング戦略  
プッシュ戦略とプル戦略  
ジェフリー・ムーアのキャズム
2. 市場セグメンテーション  
マーケット・カバレッジの考え方 (トータル・ユニバースとターゲット・ユニバース)  
セグメンテーション集中戦略  
ターゲット・カスタマーの設定 (デモグラフィック / サイコグラフィック)  
ジョージ・デイの4A戦略 企業戦略構築の枠組み  
チャネル戦略とポジショニング構築プロセス  
トレードマップの作成
3. プロダクト・ポートフォリオ・マネジメント  
PPMと製品投資戦略  
プロダクト・ラインアップ戦略  
カテゴリーマネジメント  
トレード・マーケティング戦略の紹介
4. 価格戦略  
プレミアム・プライシング戦略  
価格弾力性の把握  
競合優位性の理解  
価格政策  
プライス・マネジメントの3つのレベル  
プライシング・アーキテクチャー

### 3週目

1. コミュニケーション戦略
2. マーケティング調査
3. 広告・PR戦略
  - 広告効果の段階モデル
  - 広告の5M
  - 媒体計画、クリエイティブ、効果測定、スポンサーシップ
  - SOVとSOMの関係
4. 販売促進戦略
  - 消費者キャンペーン、トレードプロモーション、プライスプロモーション、販売促進の種類 (USの例)
  - コミュニケーションの種類
5. 市場調査・消費者調査の種類と目的と手法  
(定量調査、定性調査、競合調査、顧客満足度調査)  
マーケティング・リサーチのプロセス  
ワイルド・ターキーのブランド調査例  
インターネット調査の現状

## 6.ブランド戦略 ブランドの定義

- ブランドのもたらす価値とベネフィット
- ブランドの評価と無形資産価値
- インターブランド社による世界のブランドランキング
- ブランドの価値構造
- ブランドの認知と連想
- ブランドの成功例
- ブランドパワー調査
- ハーレーダヴィッドソンの成功
- 資生堂の6メガ・ブランド戦略
- ルイ・ヴィトンのブランド戦略

## 7. プロダクト・マネジャーの役割

- マーケティング・プランの構成と作り方
- グローバル・カンパニーのマーケティング・プランの実例
- プロダクト・ファクト・ブックの構成

## 履修者へのコメント

マーケティング的な発想を身につけてもらうために活発なディスカッションへの参加とリーダーシップの発揮  
自分の意見を主張することと異なるアイデアを受け入れる態度を身につける

仮説設定 仮説検証 再仮説の構築の実行能力を身につける

疑問点や異なる意見があるときは 遠慮しないで述べる

オープンマインドとポジティブシンキング

論理的アプローチによる説得能力を身につける

表面的な事象に反応するのではなく 本質は何かを常に考える習慣を身につける

マーケティングはベースがロジックですので、マーケティング・プランを構築するときは、ロジカル・シンキングをベースに行います。しかし人間の購買行動と新製品のコンセプト開発のときは、物事を発想するときのアートの部分を取り入れます。サイエンスとアートのバランスが大切。市場を捉える視点として 全体像と詳細部分の把握の両面から2次元の把握能力の開発が必要と時間軸における年間 3年 5年の捉え方の必要性。

ビジネス・パーソンとして成功するために必要な知的タフネスを身につける

マーケティングは仕事において有効なだけでなく、個人の人生においても目標達成のための効果的な考え方を身につける手法といえます。人生の成功に向かっての有効な羅針盤となります。

\* ボリュームが多いので 3日間に入りきれない場合は 皆さんの要望を聞いてブランド戦略論の部分を別途特別講義として別途設定したいと思います。

## 2012年度 ビジネス・イノベーション研究科(ビジネス・イノベーション専攻) 修士課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメ)	単位	担当者名
組織・人事制度デザイン	1・2年 (1・3セメスター)	2	竹内 一浩
<b>授業概要・授業目標・授業方法</b>			
<p>組織のあり方については、わが国のあらゆる組織で思考錯誤を続けているといっても過言ではありません。今日の前で起こっている事例をとらえて、実際の企業の動きの背景にあるねらいや考え方を、討議を通じて学んでいきます。人事諸制度も、様々な見直しの必要性がさげばれています。これまでの人事制度・給与制度の考え方には、社会情勢や経済情勢の変化が色濃く反映されています。ただ人事制度・給与制度にはそれほど突飛なものではなく、原則的な考え方の組み合わせによるものです。200社以上に及ぶ企業、公益法人、自治体組織のコンサルテーション経験を踏まえて、最近の話題にふれながら、実際にコンサルテーションで使用するツールを使い、その背景にある原則論を体感したうえで、制度構築における対策立案方法を学んでいただきます。問題や課題の指摘ももちろん大切ですが、実際に制度としてまとめるためのスキルを身につけていただくことがより重要と考えます。講義において、説明は必要最小限にとどめ、資料等により問題提起をさせていただいたうえで、ディスカッションを重視して進めます。</p>			
<b>成績評価方法・基準</b>			
成績基準は、授業への出席と、ディスカッションや発表への参加度合、最終課題レポートの内容で行います。			
<b>教科書・教材・参考文献 等</b>			
<p>テキスト：組織デザイン(沼上 幹著)日経文庫 賃金決定の手引&lt;第2版&gt;(笹島芳雄 著)日経文庫 「プロセス主義人事マネジメント」(拙稿) 東海総合研究所 他その都度資料を配布いたします。</p>			
<b>質問への対応(オフィスアワー等)</b>			
<b>授業計画(項目・内容)</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>よい組織とは何か よい組織とは？従来の調査などからその基軸となる考え方を探りたい。組織診断ツールについて、いくつかの事例をあげて説明を行い、その使い方と解説する。実際のアンケート結果をおこない提出してもらう。</li> <li>組織の形態の考え方 オーソドックスな組織論について、解説を行う。ラインとスタッフ組織、マトリクス組織など組織と権限・役割との関係を押さえたうえで、事業部制組織、持株会社、分社化などについて、そのねらいとメリットデメリットなどを解説する。 そのうえで、事例から企業・団体の組織デザインの考え方についてディスカッションを行う。</li> <li>組織デザインの方向 組織をデザインしていくための管理ツール・手段を解説する。部門管理ツールとしてABC原価分析手法と間接部門についてのシェアードサービスの考え方と解説する。ABC原価管理におけるコストドライバとパフォーマンスドライバの関係をディスカッションし、考え方を学ぶ。</li> <li>企業戦略と組織デザイン 組織は戦略に従うといったチャンドラーの組織論を元に、企業という組織のドメイン戦略に基づく組織形態の在り方について解説する。書籍事例をもとに、企業のドメイン戦略の成功例と失敗例をあげて解説を行う。 ドメイン戦略とともに、企業の方向性を指標で示す大切さを説明、実例で皆に考えてもらう。</li> <li>成果反映の考え方と長期・短期のインセンティブ(BSCの考え方) 賞与の支給方式や特許・発明等に関するインセンティブについて、支給方式の見直しが進んでいる。 本講義では、バランススコアカード(BSC)の考え方を基礎にして、短期・長期のインセンティブ手法として、成果特定の方法と、実際のメリットの与え方について解説を行う。そのうえで事例に基づき望ましいインセンティブの在り方について討議を行う。</li> <li>目標管理制度の使い方 成果主義人事制度と一体で導入されることが多かった目標管理制度であるが、その課題も多く指摘されている。 目標管理制度の実態とともに、失敗しない目標管理制度について解説を行う。実際に目標を設定して、ディスカッションを行う。 コーチング手法を取り入れた面接の効用についても紹介し、有効性について討議を行う。</li> <li>人事賃金制度はどのように変わってきたか 時代の流れとともに、変遷をつづけてきた人事制度の歴史、年功賃金制度のメリットやデメリット、海外の事情などもふまえて、成果主義人事制度の考え方が生まれた背景や現在批判の対象となっている原因なども解説する。得に成果反映のあり方について問題を提起したうえで、自らの組織にあった人事体系を検討、発表、討議を行う。</li> </ol>			

8. 人事評価制度の構築(実践編)

人事制度の根幹である評価制度についてはどの組織・企業も悩んでいる。評価制度の考え方の基本を解説した後、事例または考課者研修用ビデオを使い一般に企業等で行われている人事考課制度を体感してもらう。人事考課結果についてグループでディスカッションして討議・発表を行い、考課結果に至るプロセスを確認する。

9. 給与体系の概要(分析編)

個人別や部門別の成果をどのように給与に反映するか？その基本的な体系の枠組みを解説する。

一般的な給与体系の仕組みについて説明したうえで給与体系の分析手法を解説する。ツールとしてエクセルによる簡易ソフトを使い、実際のデータに基づき、分析を行う。分析結果について、討議・発表を行う。

外部の賃金調査の手法や見方、その特徴などについても学ぶ。

10. 給与体系の構築(構築編)

給与制度構築の基本的な考え方を説明したうえで、給与制度の構築を行う。コンサルティングでも使用可能なエクセルによる簡易ソフトを使い、設計方法を体感してもらう。

また給与改訂における人事考課結果の反映などについても事例を検証、討議を行う。

11. 退職金・年金制度をめぐる課題

企業年金の破綻などがあり、ここ数年企業は退職金・年金の負担が企業経営に悪影響を及ぼしてきた。

こうした時代背景とともに401Kやキャッシュバランスプランなどの最新の年金事情について解説を行う。背景にある課題や、適格退職年金制度から、中小企業退職金共済や401k・キャッシュバランスプランなどへの移行、保険商品の利用などメリット・デメリットなどについても解説を行う。

12. 退職金制度の設計

退職金制度について、前払い退職金、ポイント式退職金、自社株やストックオプションを利用した最新の事例について解説を行う。そのうえで、さまざまな制度の基礎となるポイント式退職金の設計の考え方を説明する。

13. 人材育成とキャリアデザイン

組織における人材育成について、その手法の区分とインセンティブとしての考え方を学ぶ。

助成金獲得など実践的な内容にもふれていきます。

14. 事例研究

事例研究に基づき、課題の討議・まとめを行う。

15. 発表(プレゼン)

原則として時間内に完結できるように講義を進めたいと思います。出来る限り活発に議論発表いただきたいと考えています。



## 2012年度 ビジネス・イノベーション研究科(ビジネス・イノベーション専攻) 修士課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメ)	単位	担当者名
組織と人材開発	1・2年 (1・3セメスター)	2	宮川 正裕
<b>授業概要・授業目標・授業方法</b>			
<p>組織の活性化を図り、人的資源の創造性を発揮させる「組織と人材開発」の理論と実際的手法について学ぶ。社会・経済・文化のグローバル化が進展し経営環境が激しく変化する中で、多様な社会の要請に対応できる人材や新たな価値を創出する創造性豊かな人材の養成が、一層強く求められている。この授業ではまず、組織と人材開発の基本概念や人と組織マネジメントの意義について学び、経営戦略と組織マネジメントの重要性について理解を深める。その上で、組織の活性化を図るマネジメント手法として注目されるTQM(Total Quality Management)やCDGM(Creative Dynamic Group Method)という小集団活動を紹介し、グループ体験を通じてその有効性の検証を試みる。さらに、「人の意欲と行動」について研究し、働きがいや生きがいにつながる「組織と人材開発」の具体策や今後の課題について考察する。</p>			
<b>成績評価方法・基準</b>			
成績は、授業参加度40%、レポート評価60%の割合で評価する。			
<b>教科書・教材・参考文献 等</b>			
<p>中京大学大学院ビジネスイノベーション・シリーズ『組織と人材開発』宮川正裕著 (税務経営協会) 吉田耕作者『ジョイオブワーク:組織再生のマネジメント』 および『統計的思考による経営』(日経BP社)</p>			
<b>質問への対応(オフィスアワー等)</b>			
<b>授業計画(項目・内容)</b>			
<p>1. 組織と人材開発の概念 組織と人材開発講義ガイダンス。経営学概念やゴーイングコンサーンとしての会社組織、経営理念等について解説し、「組織と人材開発」の基本概念の理解を深める。</p> <p>2. 経営戦略と組織マネジメント 「優れた戦略、優れた組織、優れた人材」が、優れた企業経営を実現すると言われる。経営学において最も重要な命題の一つである「戦略と組織と人材の関係」について学ぶ。</p> <p>3. 人を活かす組織 カーネギーの「ひとを生かす組織(Managing Through People)」を運営して行くための経営管理論やデミングの組織論等について学ぶ。また、組織の活性化・社員のモチベーション向上を図る企業の成功事例を研究する。</p> <p>4. TQMによる人と組織の活性化 人的資源の尊重を基盤とするクオリティ・マネジメント(TQM)による組織の活性化、および競争優位性の向上策について学ぶ(経営の質・社員の資質を高め、組織全体の質と競争力を向上させるTQMの研究・成功事例を紹介する)。</p> <p>5. グループ活動 米国発の新小集団活動として注目されているCDGM(Creative Dynamic Group Method)というマネジメント手法について解説し、この手法により成果を上げている企業の事例を紹介する。</p> <p>6. グループ活動 CDGM方式によるマネジメント手法の実践。ラウンドテーブルの具体的進め方、問題発見・課題解決のための手法を学び、テーマの選定を行う(グループに分かれ、ブレインストーミングを行う)。</p> <p>7. グループ活動 CDGM方式によるマネジメント手法の実践。グループ毎にテーマに関連する課題を出し合い、親和図を作成する。</p> <p>8. グループ活動 CDGM方式によるマネジメント手法の実践。特性要因図に基づいて、現状分析・問題の抽出・データ(対策前)収集を行う。データをまとめ、度数順位表・パレート図を作成する。</p> <p>9. グループ活動 CDGM方式によるマネジメント手法の実践。パレート図に示された優先順位の高い問題点の解決策を皆で話し合い、協力して目標達成に向けてのPlan-Do-Study-Actサイクルを回す。効果測定データを継続的に取り、3週間後に活動結果をまとめて発表する。</p>			

10. 人と組織のマネジメント  
産業界の人材開発部門が抱える経営課題についての調査結果や報道記事を紹介し、人本主義や成果主義、ワークライフ・バランスやダイバーシティ・マネジメント等多様な人と組織のマネジメントについて学ぶ。
11. 組織能力と人材開発  
組織能力と組織文化、能力開発と動機づけについて学ぶ。また、企業活動の国際化に伴い、グローバル経営を支える体制の整備が急務となることから、グローバル企業の人材資源開発の先進事例について解説する。  
(Globalizing people through international assignment)
12. グループ発表  
グループ活動の効果測定を行い、改善前と改善後の数値を比較した結果や発見事実について「CDGストーリー」としてまとめる。グループ活動成果の発表を行う。
13. 人の意欲と行動  
マズローの欲求階層説やマグレガー、ハーズバーグの理論を取り上げて研究し、人の意欲と行動の関係、働きがいや生きがいとはどういうことなのか、組織と人を活性化させる具体的方法とは何かについて考察する。
14. 自己啓発とイノベーション  
自己啓発やイノベーションを創発する人材開発や、組織のエンパワメントについて、組織や自分はどのように取り組むべきかについて考察する。
15. 総括と展望  
組織と人材開発の講義のまとめを行い、21世紀に向けた人と組織のマネジメントについて展望する。

#### 履修者へのコメント

本講義では、人と組織の活性化を図るCDGMというグループ活動を実施(6回)します。メンバーが協力して改善効果を上げていくマネジメント手法を効果的に体験してもらう為、履修者には積極的かつ協調的参加を期待します。

## 2012年度 ビジネス・イノベーション研究科(ビジネス・イノベーション専攻) 修士課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメ)	単位	担当者名
経営組織	1・2年 (2・4セメスター)	2	中條 秀治
<b>授業概要・授業目標・授業方法</b>			
<p>「マーケティング」と「イノベーション」が企業活動の本質である。現代ビジネスはドラッカーのこの卓見をみごとに証明する展開を見せている。</p> <p>ではなぜ「マーケティング」と「イノベーション」なのか。われわれは株式会社という存在の本質を問い、現代企業の置かれた状況を正しく認識することなしには、この問題を正しく理解することができない。</p> <p>本講義では、まずは株式会社という存在を原理的に問うことから始め、次に現代ビジネスの置かれた状況を考え、そして現代企業で特に重視されているイノベーションの側面を中心に経営についての考え方を学ぶ。</p> <p>講義は輪番の担当者によるプレゼンテーションと司会という形式を取り、ディスカッション中心の講義スタイルをとる。</p>			
<b>成績評価方法・基準</b>			
<p>成績評価</p> <p>授業への出席点 (15回×5点=75点)</p> <p>授業での発表・貢献度 (25点)</p>			
<b>教科書・教材・参考文献 等</b>			
<p>中條秀治, 2005『株式会社新論』文真堂</p> <p>ドラッカー, P.F., 1985『イノベーションと企業家精神』ダイヤモンド社</p> <p>小笠原 泰・重久朋子著, 2009『日本型イノベーションのすすめ』日本経済新聞社</p>			
<b>質問への対応(オフィスアワー等)</b>			
メールにて対応			
<b>授業計画(項目・内容)</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>導入 講義の全体像および講義の進め方の説明</li> <li>株式会社を問う(1) 株式会社とは何か 『株式会社新論』(序章と第二章) 集団概念と団体概念の違いを理解する。 営利社団法人と規定される会社について検討を加える。合名会社と株式会社を比較し、組合と社団の概念の違いおよび法人の概念を検討することを通じて、株式会社の本質を論じる。</li> <li>株式会社を問う(2) 株式会社は誰のものか 『株式会社新論』(第三章) 合名会社と株式会社の所有構造の違いを検討し、「会社は誰のものか」を論理的に検討する。また、法人である「会社それ自体」の成立とその所有という概念構成の意義を検討する。</li> <li>株式会社を問う(3) 経営者の正当性を考える 『株式会社新論』(第四章・第五章) 「会社それ自体」を立ち上げ、それに法人格を与えるという株式会社の成立論理は、法人を代表する機関を必要とし、その機関が団体運営を担うことになる。団体という概念構成体の成立のもとで必然化する「機関としての経営者」の正当性について論じる。</li> <li>株式会社を問う(4) 株式会社の社会的責任を考える 『株式会社新論』(第六章) 近年における株式会社をめぐるコーポレート・ガバナンスの議論を検討し、社会制度的存在としての株式会社に要請される社会的責任と企業倫理の問題を考える。</li> <li>株式会社を問う(5) 経営哲学を考える 『株式会社新論』(終章・あとがき)</li> <li>シュンペーターのイノベーション論 イノベーションとはなにか 企業家とイノベーションについてのシュンペーターの概念定義について学習する。</li> <li>チャンドラーのイノベーションの事例 二十世紀初頭のアメリカにおけるイノベーションの事例 十九世紀後半のアメリカにおける交通(鉄道)と通信(電信と電話線)におけるインフラストラクチャーの整備とそこに生まれたイノベーションの機会について検討する。そして、アメリカにおける近代産業企業の管理と成長をもたらしたイノベーションがいかなるものであったかについて、チャンドラーが取り上げるアメリカン・タバコ社、精肉のアーマー社、農機具のマコーミック社、ミシンのシンガー社の事例を検討する。</li> <li>ドラッカーのイノベーション論(1) 『イノベーションと企業家精神』(1)</li> <li>ドラッカーのイノベーション論(2) 『イノベーションと企業家精神』(2)</li> <li>ドラッカーのイノベーション論(3) 『イノベーションと企業家精神』(3)</li> <li>日本のイノベーション論(1) 『日本型イノベーションのすすめ』(1)</li> <li>日本のイノベーション論(2) 『日本型イノベーションのすすめ』(2)</li> <li>日本のイノベーション論(3) 『日本型イノベーションのすすめ』(3)</li> <li>総括</li> </ol>			
<b>履修者へのコメント</b>			
毎回の講義テーマについて、自分の頭で考え、自分の考えを整理検討し、その結果を講義時間に発表すること。			

## 2012年度 ビジネス・イノベーション研究科(ビジネス・イノベーション専攻) 修士課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメ)	単位	担当者名
リーダーシップ・スキル	1・2年 (2・4セメスター)	2	香月 秀文
<b>授業概要・授業目標・授業方法</b>			
<p>「平穏な時代にはマネジャーのスキルが求められ、変革の時代にはリーダーが求められる」とよく言われますが、欧米のマネジメント向けの講座でも相変わらず人気のある講座が「リーダーシップ」の講座です。</p> <p>日本のリーダーも55年体制が崩れ、民主党の代表が日本のリーダーになりました。日本人もますます世界の中でリーダーシップを発揮する必要があります。ビジネスの世界においても、現在のように変化の激しいときには、リーダーは企業の成功において、ますます重要な役割を担います。民主党のリーダーはその後迷走して、日本のリーダーシップの弱さを露呈していますが、もともと若い時にリーダーとしての教育を受けていませんので、当然かもしれません。昨年1年を振り返ると東日本大震災や原発事故など大きな危機に直面しました。危機のときに必要とされるのがメンバーをリードしてゆくリーダーの存在です。</p> <p>MBAのプログラムにおける「リーダーシップ教育」はビジネス・パーソンとしての身につける能力の基本OSに当たります。マーケティング論や経営戦略論やブランド論や財務論がそれぞれの専門分野における縦軸のソフトウェアなら、それを動かす基本的な横軸と言えるかと思います。私はリーダーに必要な素養としてとして「教養」(リベラルアーツ)を推奨します。</p> <p>リーダーシップを身につけるのは知識だけでは難しく、実際のビジネスの場面に遭遇して身につけていきます。本講座ではハーバード大学のジョン・コッターのリーダーシップ論を核にして、展開していきます。</p> <p>リーダーとして人を率いていくときのスキルとしての「EQ」「コーチング」「ファシリテーション」「ネゴシエーション」「モチベーション」などのスキルを身につける方法を学びます。これを最新の用語で欧米では People Skillsと表現します。外資系の管理職として勤務する場合にはこのPeople Skillsを身につけることを要求されます。私も英国やフランスの会社でマーケティング部長や本部長として勤務する際に、このようなトレーニングを受けさせられました。フランスの大学院のINSEADのプログラムから紹介します。</p> <p>リーダーとして要求される能力として、チームビルディング、チームマネジメント力があります。欧米の会社ではどのようにしてチームマネジメントを行っているかを検証し、日本においても適用できるチームの進め方を開発していきます。チームにおける役割を心理的に分析したケンブリッジ大学のベルビン博士のプログラムを体験していただきます。</p> <p>特に日本人の苦手な「コンフリクト・マネジメント」「オブジェクション・ハンドリング」を学びます。またプロジェクト・マネジメントリーダーとして企業の変革を行うときに必要な企業文化に対する認識を身につけてもらい、如何に変革を進めてゆくか。如何に抵抗勢力に対処してゆくかをジョン・コッターやエドガー・シャインの理論をベースに学習していきます。</p> <p>リーダーの例として、ヤマト運輸の小倉昌男氏、松下改革の中村武夫氏、スターバックスのハワード・ピーパー氏、IBMのルー・ガースナー氏、幸之助論の松下幸之助氏などを取り上げたいと思います。</p>			
<b>成績評価方法・基準</b>			
講義中の発言・貢献度(20%)及びレポート課題(80%)			
<b>教科書・教材・参考文献 等</b>			
<p>テキスト:リーダーシップ論(ジョン・コッター教授)ダイヤモンド社</p> <p>参考書:企業変革力(ジョン・コッター教授) 企業変革のプロフェッショナル(一條和生教授)</p> <p>EQリーダーシップ(ダニエル・ゴールマン教授) リーダーシップに心理学を生かす(ハーバード・ビジネス)</p> <p>ハーバード流交渉術(ロジャー・フィッシャー教授) MBAリーダーシップ(大串忠夫)</p> <p>企業文化(E.H.シャイン) リーダーシップ入門(金井壽宏) マネジメント(ピーター・ドラッカー)</p> <p>Who Says Elephants Can't Dance?(L.V.Gerstner,Jr) ファシリテーター型リーダーの時代(フラン・リース)</p> <p>ドラッカーのリーダーシップ 交渉力のプロフェッショナル(ジーン・ブレット)</p> <p>People Skills for Project Manager(Steven Flannes) 最強の組織法則(ピーター・センゲ)</p> <p>リーダーになる(ウォレン・ベニス) マネジャーの仕事(ミンツバーグ)</p> <p>サーバント・リーダーシップ(ロバート・グリーンリーフ) ドラッカー先生の授業(ウィリアム・コーン)</p> <p>90日変革モデル(ペナム・タブリージ) パナソニック・ウェイ 小倉昌男 経営学 幸之助論(金井壽宏)</p> <p>リフレクティブ・マネジャー(金井壽宏・中原淳) モチベーション3.0(ダニエル・ピンク) NASAのチームビルディング</p> <p>ピープルスキル入門 モチベーション(マクレランド教授) 学習する組織(ピーター・センゲ教授)</p>			
<b>質問への対応(オフィスアワー等)</b>			
<b>授業計画(項目・内容)</b>			



### 1週目

EQからみたリーダーシップ

ハーマン・ミラーCEOのリーダーシップ

フォース・フィールド分析

GEのリーダーシップ・バリュー

【内容】

リーダーの一番大切な仕事

EQとリーダーシップ

EQからみたリーダーのタイプ

BBCのケース(共鳴と不協和感)

リーダーシップと脳の働き

EQリーダーシップのコンピテンシー

EQの高い組織

学習する組織

リーダーシップとストーリーテリング

リーダーシップ事例(武田國男会長)

Leadership is an art(マックス・デブリー)

フォース・フィールドによるチーム分析

リーダーに必要な資質

パワーと影響力

課題によるより深いフォース・フィールド分析(実習)

ミッション・バリュー・ビジョンの関係

欧米トップ企業のミッション

### 2週目

リーダーとマネジャーとの違い

パワーとリーダーシップ

マネジメント・チーム・インベントリー

プロジェクトにおけるチームマネジメント

変革プロセス

企業文化の変革

【内容】

マネジメントの役割、リーダーシップの役割

針路の設定と計画と予算の策定

リーダーの輩出と企業文化

パワーの確立

パワーの行使

上司のマネジメント

マネジャーの仕事

チームにおける役割のタイプ分析

(ケンブリッジ大学・ベルビン博士)

自分のタイプの体験実習

MBTI分析について

チームの成長プロセス

コンフリクトをどのように扱うか?

成功するチーム行動

変革プロセスの8つの段階

変革の落とし穴

変革の抵抗への対処

企業文化

スタートアップ企業、中年期企業、老舗企業の文化

文化のレベル

アンラーニングによる文化の変容

### 3週目

ネゴシエーション

アサーションの紹介

コンフリクト・マネジメント

モチベーション・マネジメント

ファシリテーター型リーダー

メンタリング

企業変革

仮説思考

【内容】

ハーバード流交渉術

立場と駆け引き

交渉における戦略

交渉と交渉相手

交渉のプランニング

客観的基準

チーム内意思決定交渉

アサーション(攻撃型、非主張型、アサーティブ)

アサーションの手法と効用

プロジェクトにおけるコンフリクト・マネジメント

プロジェクトにおけるコンフリクトの解決策の提案(実習)

モチベーションの定義と成功要件

モチベーションのプロセス

質問のテクニック

アクティブ・リスニング

第三のモチベーション、モチベーション3.0とは

ファシリテーターの基本スキル

ファシリテーターの手法

会議の生産性を高める

組織におけるメンタリング

メンタリングのベネフィット

メンタリングのプロセス

メンターとメンティー

変革の8ステップ

企業変革力(ジョン・P・コッター)

IBM ルー・ガースナーのリーダーシップ

仮説の定義

仮説の効用

創造的な仮説の構築

クラウゼビッツの戦略思考

履修者へのコメント



リーダーシップには人間の行動特性や意思決定のメカニズムや意識や判断力などの要素があります。欧米においてはリーダーシップについてあらゆる研究がされています。リーダーシップの科学的な側面と人間的側面を皆さんと一緒に考えていきたいと思います。リーダーシップの講義を単なる知識として捉えるのではなく、実際に自分自身がリーダーとしてどうすべきかをベースに参加して、議論して Enjoyしてください。企業はリーダーによって発展もしますし、衰退もします。トップのリーダーシップ能力に国も企業も左右されます。リーダーシップ能力は先天的なものではなく成長過程において実践を通して身につけていきます。今回の講義を通してこれからの人生においてリーダーになるきっかけを身につけてください。

外資系の会社に幹部として勤務しているときに、多くのグローバル・カンパニーのトップに接する機会がありました。そのトップから学んだことは Easy way is Hard way and Hard way is Right way. (安易な方法を選択すると 困難な道となり最初は困難な方法に見えても 最後は成功への正しい道となる) でした。難局に直面したときは リーダーとしての能力を強化するチャンスと言えます。

毎回 簡単なケースを取り上げ リーダーとしてどのような行動をとるべきか、グループでディスカッションをします。日本人はよくディスカッション能力が低いと言われますが、ディスカッションの場を通してディスカッションの力を体験してもらいたいと思います。

リーダーシップのスタイルはこれという固定的なものではなく、その時、その状況で要求されるものが違ってきます。しかしOJTの中で行き当たりばったりで身につけていってもなかなか効果が得られません。またOff-JTだけで完結するものでもありません。何日間集中して学んだからそれで大丈夫という知識だけでもありません。リーダーシップに関する理論を学んだ上で 実際のビジネス現場において使っていくうちに身についてくるものです。一朝一夕に体得するものではありません。しかしこの3日間がスタートのきっかけになることは間違いありません。そのような試みをきちんと実行して優れたリーダーを排出しているのが、GEのクロトンビルの研修施設であり、そのプログラムです。GEのジャック・ウェルチが最も力を入れたのが リーダーの養成でした。その結果 GEの出身者は自社のCEOだけでなく、ボーイングなどの大手企業のCEOとして活躍されています。

## 2012年度 ビジネス・イノベーション研究科(ビジネス・イノベーション専攻) 修士課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメ)	単位	担当者名
財務会計	1・2年 (1・3セメスター)	2	吉田 康英
<b>授業概要・授業目標・授業方法</b>			
<p>企業の経営活動は貸借対照表、損益計算書及びキャッシュフロー計算書等の財務諸表を通じて株主、債権者等の利害関係者に伝達されます。経営管理者は財務諸表の作成ルールである会計学の知識が必要ですが、会計は難解として専門家に任せる方も多くいと存じます。しかしながら、会計実務(基準)を支える会計の原理・原則は意外と常識的な内容であり、その数もさほど多くありません。会計の原理・原則さえ理解すれば、新たな会計上の問題に直面しても、自らの力で問題点を把握し、その解決策を論理的に考えることができます。したがって、本講義では経営管理者として身に付けるべき会計の原理・原則の理解に重点を置きます。本講義を通じて、最近の会計基準改革の根底に流れる発想も理解できる、「会計がわかる経営管理者」を目指してください。</p> <p>なお、講義は事前に配布したショートケースをもとに、最初に受講生間の討議を通じて論点を明らかにし、それらについて会計学の立場から解説を加えていく方法を原則とします。したがって、受講生はショートケースを一読の上、予め自らの疑問点を整理することが求められます。</p>			
<b>成績評価方法・基準</b>			
参加点(出席)50点+貢献点(発言)20点+提出点(レポート)30点=100点			
<b>教科書・教材・参考文献 等</b>			
<p>教科書は特に用いず、毎回、講師によるオリジナル資料を配付します。なお、本講義に関係する参考書は次の通りにつき、自らの知識水準に応じて適宜購入してください。</p> <p>(初めて会計学を学ぶ方) ・アンソニー会計学入門(東洋経済新報社)</p> <p>(経営管理者として会計学を学ぶ方) ・日経BP MBA財務会計(金子智朗、日経BP社)2,400円</p> <p>(ある程度詳細な会計基準の参考書をほしい方) ・財務会計(広瀬義州、中央経済社) ・財務会計講義(桜井久勝、中央経済社)</p>			
<b>質問への対応(オフィスアワー等)</b>			
講義に関係する質問等については、14号館4階吉田康英研究室へ来訪または電子メール(yyoshida@mecl.chukyo-u.ac.jp)にて対応します。			
<b>授業計画(項目・内容)</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>ガイダンス及び財務諸表分析の基礎(その1) 本講義全体の目的、各回の概要、講義の運営方法及び成績評価基準等に関するガイダンスを行います。 次に本講義で必要となる財務諸表数値の読み方、分析手法の基礎を理解するため、受講生の勤務先(類似の業種)の財務諸表から収益性及び安全性に関する経営指標を算出、経営上の課題との関連性を学習します。 ショートケース:「収益性及び安全性の関係」 キーワード :売上高利益率、資産回転率、自己資本比率</li> <li>財務諸表分析の基礎(その2) 財務諸表は、経営活動の過去及び現在の分析を通じて、将来の成長性等を予測する際に有用な情報や、経営活動の成果である付加価値の生産性効率に係る情報も得られます。 本講義では、受講生の勤務先(類似の業種)の財務諸表から成長性及び生産性に関する経営指標を算出、経営上の課題との関連性を学習します。 ショートケース:「成長性及び生産性の関係」 キーワード :伸び率、労働生産性、資本生産性、労働分配率</li> <li>財務会計の目的と限界 財務諸表は、利害関係者が合意したルールである会計原則等に基づいて作成されています。 一般にルールは目的に応じて策定されますが、利害関係者が多い財務会計のルールは最大公約数的なものとなっています。 本講義では財務会計に期待される機能と限界につき、会計原則の構造に係る対立等も踏まえて学習します。 ショートケース:「株価と自己資本の関係」 キーワード :利害調整機能、情報提供機能、会計公準、概念フレームワーク</li> <li>収益と費用の対応 会計の目的の一つに適正な期間損益の算定がありますが、その算定は経済環境や取引内容が複雑化するにつれて、教科書通りにはいかない状況が増えています。 本講義では期間損益を支える費用収益対応の原則を理解した上で、例外的な取り扱いやそれが認められる背景等を学習します。 ショートケース:「海運業の収益認識」 キーワード :費用収益対応の原則、実現主義、発生主義</li> <li>費用の配分 前回学習した費用収益の対応原則のうち、特に費用の配分方法を取り上げます。 費用の配分方法が複数存在する場合、いずれを選択するかによって、各期の期間損益は変化することになります。 本講義では費用配分の原則を理解した上で、継続性の原則の存在理由や会計方針を変更する場合の問題点を学習します。 ショートケース:「棚卸資産の評価方法」 キーワード :費用配分の原則、継続性の原則、会計方針の変更</li> </ol>			

#### 6. 資産概念と利益計算

資産に係る費用配分は、貸借対照表上の評価額と裏返しの関係につき、資産概念は極めて重要であり、利益計算にも大きな影響を与えます。しかしながら、資産概念は必ずしも確立されているとは言えません。

本講義では利益計算に関する2つのアプローチを理解した上で、IASBによる資産概念等を学習します。

ショートケース:「石油会社の試掘費用」 キーワード : 資産負債観、収益費用観、貨幣・非貨幣、経済的便益

#### 7. 負債と資本の区分

負債と資本は両者とも資金調達源ですが、その区分は経営諸比率に大きな影響を与えます。

この問題は、負債と資本の両要素が内在する複合金融商品の増加に伴って深刻化する傾向にあります。

本講義では負債と資本の概念的区分を理解した上で、会計上で問題となる引当金、負債と資本の区分の狭間にある取引等を学習します。

ショートケース:「少数株主持分の位置付け」 キーワード : 経済的犠牲、発生可能性、複合金融商品

#### 8. 資産及び負債の認識

資産の流動(証券)化、負債の実質的償還等のオフバランス化スキームは、会計上の認識(及び取り止め)の判断が重要となりますが、対象物が金融商品またはそれ以外かで判断基準が異なる場合があります。

本講義では資産及び負債の認識及び取り止めにに関する2つの考え方について、その背景や長所と短所等を学習します。

ショートケース:「条件付売却・デッドアサンプション」 キーワード : リスク・経済価値アプローチ、構成要素アプローチ

#### 9. 会計上の利益と税金

株主が期待するリターンの源は税引後利益とすると、税金はコストとなるため、課税所得等の算定構造は理解しておく必要があります。

この理解は、繰延税金資産を含む税効果会計でも必須となります。

本講義では会計上の利益と課税所得の関係を理解した上で、有税・無税の違い、繰延税金資産の本質等を学習します。

ショートケース:「不良債権の償却」 キーワード : 課税所得、有税・無税、税効果会計

#### 10. 会計上の利益とキャッシュフロー

会計上の利益とキャッシュフローは独立したものでなく、相互補完的な位置付けにあります。

したがって、両者の関係に関する理解を深めることは、会計情報を利用した意思決定の精度を高めることになります。

本講義では、発生主義とキャッシュフローの関係、両者の乖離要因を理解した上で、3つの計算表の関係等を学習します。

ショートケース:「事実と意見」 キーワード : 発生主義会計、キャッシュフロー計算書、利益の質

#### 11. 会計測定における現在価値

現行の制度会計は取得原価を基礎としながらも、一部の金融商品は現在価値を含む時価で測定する多層構造にあります。

将来的にも、減損会計の使用価値、無形資産の評価等、現在価値の使用は増加傾向にあります。

本講義では会計測定における将来価値と現在価値の相違、リスクを反映した現在価値の計算方法、

公正価値と使用価値の相違等を学習します。

ショートケース:「将来価値と現在価値」 キーワード : 貨幣の時間的価値、リスク、市場と保有者の見方

#### 12. 会計情報に対する保証

財務諸表に基づく会計情報は、監査等を通じて信頼性が付与されますが、経済環境の急激な変化、現在価値等の見積りを要する会計処理の増加等を背景に、従来にも増して監査の意義が問われています。

本講義では粉飾決算に係る会計操作を整理した上で、現行の会計及び監査制度の構造と限界を学習します。

ショートケース:「経営破綻と監査人の責任」 キーワード : 会計情報の有用性、監査人、監査リスク、保証

#### 13. 内部統制の評価と監査

意思決定に際して会計情報が有用であるためには、相当程度の信頼性が必要ですが、経営環境の複雑化、見積要素の増大等から、企業統治を含む情報の加工・発信プロセスが問われる時代となっています。

本講義では、財務報告の信頼性に係る内部統制に対する経営者の評価、公認会計士による監査等の構造と限界を学習します。

ショートケース:「スープレヤーの功績」 キーワード : COSO、内部統制の整備と運用、経営者の義務

#### 14. 国際会計基準の影響

各国の会計制度に対する国際会計基準の影響力は増大しており、日本においてもコンバージェンス(収斂、統一化)の動きは無視できません。一方、非上場会社等を中心に、国際会計基準への安易な迎合を懸念する動きもあります。

本講義では国際会計基準の概要を理解した上で、日本におけるコンバージェンスの現状、中小企業を含む非上場会社向けの会計基準のあり方等を学習します。

ショートケース:「会計基準の統一の是非」 キーワード : IFRS (IAS)、利益観、企業価値の予測

#### 15. 総合課題(事例分析と対策の立案)

実務では、財務諸表を含む様々な情報から、自ら経営上の課題を読み取り、当該課題に対する実行可能な複数の解決策を検討、最終的に絞り込んだ上でアクションプランを作成することになります。

本講義では、今まで学習した内容のまとめとして総合課題(事例)に取り組むことで、具体的な改善提案を含むアクションプランの作成方法を学習します。

#### 履修者へのコメント

経営管理者に求められる全般的な知識の一環として、会計的な発想を身に付けたい学生を対象とします。したがって、特に簿記の知識は必要ありませんが、貸借対照表及び損益計算書の基本項目の用語(たとえば流動資産と固定資産、流動負債と固定負債、純資産、売上総利益、営業利益、経常利益等)の意味程度は理解していることが求められます。

## 2012年度 ビジネス・イノベーション研究科(ビジネス・イノベーション専攻) 修士課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメ)	単位	担当者名
管理会計	1・2年 (2・4セメスター)	2	潮 清孝
<b>授業概要・授業目標・授業方法</b>			
<p>企業経営における共通言語としての会計、およびそれを企業経営にどのように活用することができるかについて学びます。</p> <p>前半では教科書に沿いながら管理会計の基礎的な知識を解説し、後半からは具体的な企業の事例にもとづき、参加者全員で議論を行います。また、管理会計に関する最新の理論や論点についても、随時紹介及び討論を行います。</p> <p>授業の進行に当たっては、教科書的な知識の習得にとどまらず、受講者間の積極的な意見交換を行う機会を設けます。また受講者の中から、希望者に事例の提供をお願いすることもあります。</p>			
<b>成績評価方法・基準</b>			
成績評価は、平常点、授業での報告および期末のレポート等をもとに行います。			
<b>教科書・教材・参考文献 等</b>			
<p>テキストは特に定めません(必要に応じて資料を配布します。)</p> <p>参考書 : 渡邊俊輔 / TAC株式会社編『管理会計の基礎: 経営管理のための原価計算』 初学者は、この参考書を用いて予習しておいてください。</p> <p>参考書 : 長坂悦敬著『Excelで学ぶ原価計算』Ohmsha エクセルを用いた簡単な原価計算に興味がある方向けです。</p>			
<b>質問への対応(オフィスアワー等)</b>			
随時受け付けます。メール等で予約をして下さい。(ushio-su@mecl.chukyo-u.ac.jp)			
<b>授業計画(項目・内容)</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 導入講義 アイスブレーキングを兼ねた簡単なビジネスゲーム</li> <li>2. 管理会計の基礎 管理会計の位置づけ 管理会計の役割</li> <li>3. CVP分析・直接原価計算 参考書 第1・2章の計算を前提として、具体的な議論を行っていきます。</li> <li>4. CVP分析・直接原価計算 PC演習室において、CVP分析の実習を行います。</li> <li>5. 予算管理・事業計画の策定・業務的意思決定 予算管理や事業計画の策定、業務的意思決定などについて学びます。 (参考書 第3・4章の計算を前提として、具体的な議論を行っていきます)</li> <li>6. 予算管理・事業計画の策定・業務的意思決定 予算管理や事業計画の策定、業務的意思決定などについて学びます。 (参考書 第3・4章の計算を前提として、具体的な議論を行っていきます)</li> <li>7. 設備投資意思決定 参考書 第5章の内容を前提として、具体的な議論を行っていきます。</li> <li>8. 事業部制会計 参考書 第6章の内容を前提として、具体的な議論を行っていきます。</li> <li>9. ケースディスカッション アメーバ経営について</li> <li>10. ケースディスカッション X社における管理会計システムの再構築</li> <li>11. ケースディスカッション A社の事例</li> <li>12. 事例報告 受講者の中から、2名程度、事例報告を行ってもらい、全員でディスカッションを行います。</li> <li>13. 事例報告 受講者の中から、2名程度、事例報告を行ってもらい、全員でディスカッションを行います。</li> <li>14. 事例報告 受講者の中から、2名程度、事例報告を行ってもらい、全員でディスカッションを行います。</li> <li>15. 事例報告 受講者の中から、2名程度、事例報告を行ってもらい、全員でディスカッションを行います。</li> </ol>			
<b>履修者へのコメント</b>			
<p>各授業において、予習や議論への積極的な参加をお願いします。</p> <p>受講者の皆様の要望に沿って、柔軟に授業を実施いたします (授業の進捗状況に応じて、各回のテーマを変更することもあります)。</p>			



## 2012年度 ビジネス・イノベーション研究科(ビジネス・イノベーション専攻) 修士課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメ)	単位	担当者名
経営財務	1・2年 (1・3セメスター)	2	矢部 謙介
<b>授業概要・授業目標・授業方法</b>			
<p>本講義は、経営財務に関する知識および理論を身につけ、実務において活用することができるスキルを養成することを目的とする。本講義では、財務情報等を用いて企業行動を評価・分析するファンダメンタル分析を手始めに、資本コストの考え方および資本コストと価値評価の関係、資本コストの考え方を経営に反映させるための手法について検討する。また、資本調達に関するトピックも取り扱う。近年日本においてもその件数が大きく増加しているM&amp;AおよびM&amp;Aを行う際の企業価値評価に関しても議論する。講義に当たっては、いわゆる講義形式によるティーチングの他、受講者自身による分析・プレゼンテーションを重視する。</p>			
<b>成績評価方法・基準</b>			
講義中の発言・貢献度(60%)及びレポート課題(40%)			
<b>教科書・教材・参考文献 等</b>			
<p>テキスト：  「日本企業のコーポレートファイナンス」 砂川伸幸・川北英隆・杉浦秀徳著 日本経済新聞出版社  「ゼミナール企業価値評価」伊藤邦雄著 日本経済新聞出版社  参考書：  「ビジネス・ゼミナール 経営財務入門(第4版)」 井手正介・高橋文郎著 日本経済新聞出版社</p>			
<b>質問への対応(オフィスアワー等)</b>			
講義中の積極的な質問・発言を歓迎する。			
<b>授業計画(項目・内容)</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>経営財務とは 本講義(経営財務)で取り上げる内容の全体像について概括する。資金の調達と運用、資本コストと資本収益性、およびリスクとリターンについてその関係性を検討する。</li> <li>ファンダメンタル分析(1) 主に財務諸表を用いた企業分析の手法について討議する。日本企業の要約財務諸表を用い、その企業の姿をどのように捉えることができるのかについて議論する。</li> <li>ファンダメンタル分析(2) 前回に引き続き、主に財務諸表を用いた企業分析について討議する。同じ業種の2社を比較分析することで、経営課題の抽出および今後の経営戦略および施策策定に関して検討する。実在する会社のケースを用いて議論を行う。</li> <li>資本コストと価値評価 キャッシュフローと価値評価の関係性を取り扱う。DCF法により価値評価手法の概要とCAPMに基づく株主資本コストの算定およびWACCの算出方法に関して検討する。</li> <li>資本コストと企業経営 企業経営における資本コストが果たす役割について検討する。投資撤退の意志決定基準としての資本コストのあり方や、ビジネスリスクと資本コストの関係性等について取り上げる。</li> <li>EVAと資本コスト 資本コストの概念を取り入れた比較的新しい業績評価手法であるEVAを取り上げる。ここでは、実際にEVAを導入している企業の事例を取り上げ、EVAを業績評価手法として採用する意義、メリット、デメリットおよび導入を行う際の実務上の留意点について討議する。</li> <li>キャッシュフロー経営 企業価値を高める上でのキャッシュフロー経営の重要性について取り上げる。 キャッシュフロー経営の実践例を取り上げ、その効果と実践上の課題について検討する。</li> </ol>			



8. M&Aと企業価値評価

M&Aにおける企業価値評価手法について取り上げる。M&Aにおけるプライシングを決める鍵となる代表的な企業価値評価手法について検討するとともに、実際の買収事例を用いてそのプライシングの妥当性について議論を行う。

9. 負債の利用とレバレッジ

負債の利用に関して、MMの無関連性命題、デフォルトリスク、節税効果、財務レバレッジなどの観点から検討する。企業は有利子負債をどのように利用し、またどのような場合に有利子負債を削減すべきか、ケースを使って議論する。

10. エクイティファイナンス

資金調達手段の一つであるエクイティファイナンスを取り上げる。エクイティファイナンスの手法の特徴を整理し、公募増資を行う際の留意点なども検討する。

11. 配当政策と自社株買い

企業のペイアウト政策である配当と自社株買いを取り上げる。MMの配当無関連命題などについて検討した上で、配当や自社株買いに関する様々な仮説を取り上げて検討する。また、企業のペイアウト政策の事例についても検討する。

12. 財務分析と戦略策定

財務分析を通じて企業の戦略課題を抽出し、それをどのように解決するのかを検討する。

13. 企業戦略と経営財務分析(1)

小グループに分かれ、実際の企業(同業2社)を取り上げてファンダメンタル分析並びに企業財務分析を行う(グループワーク)。分析に当たっては、これまで本講義で取り扱った内容を考慮して行うこととする。

14. 企業戦略と経営財務分析(2)

前回に引き続き、実際の企業(同業2社)を取り上げてファンダメンタル分析並びに企業財務分析を行う(グループワーク)。

15. 企業戦略と経営財務分析(3)

各グループで前回までに行ったファンダメンタル分析並びに企業財務分析の結果を報告する。

履修者へのコメント

受講生は、経営財務および企業分析に関する強い意欲を有することが望ましい。  
また、ワード/エクセル/パワーポイントが使用できること。特に、エクセルが使用できることが受講の前提条件となる。  
企業の分析を行うに当たっては、実際の企業の財務情報等をインターネット等から取得することが望まれる。  
また講義中、数回の予習レポートを課す予定である。

## 2012年度 ビジネス・イノベーション研究科(ビジネス・イノベーション専攻) 修士課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメ)	単位	担当者名
金融システムと企業金融	1・2年 (1・3セメスター)	2	由里 宗之
<b>授業概要・授業目標・授業方法</b>			
<p>(1)企業の市場金融取引の諸相とリスク管理 複雑に分化発展する種々の金融取引に関し一通りの知識を有することは、企業経営に関与する者すべてにとり必須となりつつある。企業が資金調達のために発行する典型的な市場金融商品である社債・株式、そして昨今重要性を増している証券化やデリバティブ契約などの基礎を解説する。講義の組立てとしては、まず、金融市場における価格基本原理としてのディスカウント・キャッシュフロー(DCF)法をじっくり解説したうえで、社債、株式、ポートフォリオ理論、デリバティブ、と話を進め、企業の総合リスク管理にまで言及する。その過程で、企業の資金調達環境にも大きく影響するわが国のマクロ資金循環構造の現況・問題点をも指摘する。</p> <p>(2)中小企業・ベンチャー企業経営の視点からの、「銀行との付き合い方」論、「市場との付き合い方」論 企業金融論の講義は通例、大企業と大手銀行・資本市場との関係を念頭に置いているが、「金融問題」(例えば起業支援の不備や「貸渋り」など)に特に多く直面するのは中小企業・ベンチャー企業である。この問題意識から、そのような企業の視点に立ち、資金調達(特に銀行借入)環境を昨今左右してきた、「不良債権問題」への対処やリレーションシップ・バンキングの推進など、銀行監督当局(金融庁)の政策スタンスの変化を解説する。次いで、そのような環境変化に適応した企業の資金調達戦略・財務戦略のあり方を論ずる。</p>			
<b>成績評価方法・基準</b>			
出席点3～4割、小レポート2～3割、残りが期末課題。ただし、良い質問・指摘・問題提起など、顕著なクラス貢献に対し1割程度まで点を加算することがある。			
<b>教科書・教材・参考文献 等</b>			
<p>教科書はない。主要副教材(該当箇所を当方から配布)は下掲のとおり。</p> <p>1)ヒギンズ、『ファイナンシャル・マネジメント』,ダイヤモンド社,2002  2)井出正介・高橋文郎、『証券投資入門』,日本経済新報社,2001  3)マルキール、『ウォール街のランダム・ウォーカー』,日本経済新聞社,2011(但し配布教材としては2007年版の一部を使用)  4)中小企業庁、『中小企業白書』(2005年版),ぎょうせい,2005  5)小池登志男、『中小企業経営改善支援マニュアル』,金融ブックス,2005  6)由里宗之、『リレーションシップ・バンキング入門』,金融財政事情研究会,2003  7)由里宗之ほか、『ポスト団塊世代の資産運用』,金融財政事情研究会,2008</p> <p>前述のとおり、上記主要副教材を含め授業の理解に必要な資料はすべて当方から配布するが、「事前に本を購入し目を通しておきたい」という特に意欲的な受講生に対しては、「読み物」の観点から最も練れている3)をお勧めする。</p>			
<b>質問への対応(オフィスアワー等)</b>			
授業中に随時質問してもらってよい。また授業後の質問も可。			
<b>授業計画(項目・内容)</b>			

## 1. イントロダクション

自己紹介、および講義の力点の解説

1) ファイナンスの基礎概念: 予想キャッシュフロー、リスク、企業(買収)価値 2) 「余資」運用の落とし穴: ヤクルト社のデリバティブ巨額損失事件

3) 銀行界の企業審査の潮流: 担保主義からキャッシュフロー主義へ

[予習内容] 初回なので事前予習資料なし。

## 2. DCF法によるプロジェクト評価

ディスカウント・キャッシュフロー(DCF)法によるプロジェクト評価の基礎 \*\*電卓(高度なものでなくてよい)を持参すること(7の回まで)\*\*

[副教材予習] 『ファイナンシャル・マネジメント』pp.251-265

【本講のポイント】

ファイナンス論の観点からは、企業価値の源泉はプロジェクト(事業活動)[群]が生むキャッシュフロー(正味現金収入; CF)である。そしてそのCFは通常複数年度にわたって生み出される。

年度が異なるCF同士は「貨幣の時間的価値」ゆえ同列には評価できず、ディスカウント・キャッシュフロー(DCF)法と称される、将来CFを割り引く計算方法が用いられる。

## 3. DCF法によるプロジェクト評価(続き)

2) 「株主価値重視の経営」と「資本コスト」・割引率

3) シナリオ(what if)分析とリスク・プレミアム

[副教材予習] 『ファイナンシャル・マネジメント』pp.100-101, 303-305

小レポート(1) 「八事工業(株)の海外プロジェクト検討委員会」出題

【本講のポイント】

前回学んだDCF法において将来CFの評価を大きく左右するのが割引率と予想CFである。

割引率の重要な算定根拠の一つである「資本コスト」、および予想CFの

不確実性に対処するためのシナリオ分析とリスク・プレミアム概念に関し説明する。

## 4. DCF法小括、金融システムと企業の金融環境

4) わが国における割引・リスク観念の欠如の弊害と変化の胎動

【本講のポイント】

DCF法についての講義の小括として、ポイントを復習・整理し、かつ、公的組織が行うプロジェクトや「プロジェクト・ファイナンス」と呼ばれる資金調達手法などを事例に、わが国におけるDCF法普及の意義や課題等を論ずる。

(2. 金融システムと企業の金融環境)

1) 事業資金調達の諸手段とメリット・デメリット

【本講のポイント】

企業ファイナンスにおいてプロジェクトと表裏一体の関係にある「資金調達」に目を転じ、「負債」と「資本」の概念、その各々に属する種々の資金調達

## 5. 金融システムと企業の金融環境(続き)

2) 債券格付け

3) 企業の社債による資金調達環境

【本講のポイント】

企業はその資金調達活動においてマクロな資金調達環境、すなわちマネーマーケット、資本市場、銀行の貸出行動と、それらの背後にある金融監督政策・金融政策、などの影響を強く受ける。

本講ではそれらの金融経済・市場要因のうち、社債の発行にあたって影響度の大きい債券格付けならびに社債市場に関して説明する。

## 6. 金融商品とそれらの価格決定要因

1) 金融商品の価格評価の基礎としてのDCF法 債券を事例として

2) 債券の金利変動リスクとデューレーション

小レポート(2) 「どちらがもっと危険?! 長期国債vsスーパーD社中期債」出題

【本講のポイント】

企業のプロジェクトから生じるキャッシュフロー(CF)の評価手法として紹介したDCF法は、金融市場において種々の金融商品の価格算定の基礎でもある。債券および株式に関し、

その価格決定理論の初歩を概説する(株式は次回・次々回にまたがる)。

## 7. 金融商品とそれら金融商品の価格決定要因(続き)

テーマ授業: 市場機能・金融工学への過信とサブプライム金融危機

「グローバル・マネーの暴走」と2008年の金融危機に関するビデオ視聴

・わが国のマクロな資金循環と政府部門(国・地方)の債務膨張問題にも言及

3) 企業の株価はどうして決まる? ファンダメンタル価値or砂上の楼閣?

[副教材予習] 『証券投資入門』pp.85-92 『ウォール街のランダム・ウォーカー』pp.131-135

【本講のポイント】

前回までに述べたDCF法に基づく金融商品価格決定理論は今日の金融市場の礎石である。しかし2008年来のグローバル金融危機は、その理論体系の(自己陶酔的)発達とそれに依拠した過度に複雑な金融商品が時に大きな弊害をもたらすことを示した。

市場価格を「砂上の楼閣」とみるケインズの市場観はやはり当を得ていたのか?

## 8. 金融商品とそれら金融商品の価格決定要因(続き)

4) ファンダメンタル株価理論の基本公式 配当割引モデル

5) 株価収益率とその決定要因 配当性向・期待収益率・期待成長率

6) 株式投資におけるリスクコントロール ポートフォリオ、長期投資

[副教材予習] 『証券投資入門』pp.32-35, 60-66, 106-109, 120-130 『ウォール街のランダム・ウォーカー』pp.251-266, 230-233

【本講のポイント】

株式の価格決定理論の基本を概説するとともに、投資においては、異なった値動きをする株式の組み合わせによるリスクのコントロールが極めて重要であることを講ずる。

小レポート(3)

「由里ゼミ投資クラブのポートフォリオの出来不出来をチェック」出題

## 9. 銀行界の「融資再生」の課題と中小(ベンチャー)企業の対応策 不良債権問題と当局の「早期是正措置」・「金融検査マニュアル」

融資現場を取材したビデオ視聴

期末レポート出題

【本講のポイント】

今回から、講義の後半の部「中小企業・ベンチャー企業経営の視点からの「銀行論」」に入る。少なからずの受講生が中小企業金融の現場経験がないことにかんがみ、数年前まで中小企業金融の借り手も貸し手も悩ませていた不良債権問題と金融監督当局の

「早期是正措置」・「金融検査マニュアル」の問題点を描くドキュメンタリービデオを視聴する。

- 2) 1990年代の金融システム危機と企業の資金調達環境の構造変化  
3) デフレ経済と「量より質」の投資・借入姿勢の必要性  
【副教材予習】『リレーションシップ・バンキング入門』pp.44-53, 228-237  
【本講のポイント】

前回ビデオで見た不良債権問題は、1990年代の金融システム危機の所産でもあり、それを契機に企業の資金調達環境は構造的に変化した。そのなかで中小企業・ベンチャー企業には「量より質」の投資・借入姿勢が求められるようになったことを講ずる。

11. 銀行界の「融資再生」の課題と中小(ベンチャー)企業の対応策(続き)

- 4) 貸出審査における担保主義脱却とリレーションシップ・バンキング

- 5) キャッシュフロー重視の経営(改善)計画の策定

【副教材予習】『中小企業経営改善支援マニュアル』pp.61-69 『中小企業白書』pp.97-113

【本講のポイント】

前々回のビデオで見た「金融検査マニュアル」の弊害に対する批判を受け、2003年以降の金融監督行政、とりわけ中小企業向けの融資行動の監督においては、リレーションシップ・バンキング(貸し手と借り手との長期的信頼関係に基づく融資関係)が推奨されるようになった。この貸出方式は地域金融機関が本来的に行うべきものであり、そこでは事業の継続性を担保する

キャッシュフローの重視と、業況悪化時の経営(改善)計画の策定・実施(貸し手と借り手とが協力)が求められる。

12. 銀行界の「融資再生」の課題と中小(ベンチャー)企業の対応策(続き)

- 6) 経営(改善)計画の策定および業況改善の事例

融資現場を取材したビデオ視聴、またはゲスト・スピーカー

- 7) 政府系金融機関・保証プログラムの有効活用

【本講のポイント】

業況の変化が一般的に激しい中小企業・ベンチャー企業にとって、リレーションシップ・バンキングで重視される業況悪化時の

経営改善計画の策定・実施は決して他人ごとではない。

また、そもそも業況の良い時にも経営計画の策定・実施は企業経営にとって効果が大い。本講ではそれらの点を事例を挙げて説明

するとともに、活用すれば効用の大きい、政府系金融機関と公的保証プログラムについても概説する。

13. 「余資」運用のリスクとその管理

- 1) デリバティブ取引の活用とリスク 再びヤクルト巨額損失事件を事例に

【本講のポイント】

今回と次回は、再度「(1)企業の市場金融取引の諸相とリスク管理」の部に戻る(もっとも、中小企業経営にとってもその講義内容は同様に重要である)。講義の初回に紹介した(株)ヤクルト本社の巨額損失事件を事例に、本来安全本位であるはずの「余資」運用が

時として踏み込みがちな、デリバティブ取引などリスクの高い金融取引に関し、その仕組みとリスクとを概説する。

14. 「余資」運用のリスクとその管理(続き) 今後の継続学習のための読書案内

- 2) 企業の財務活動における投資リスクの管理

【本講のポイント】

金融系の企業でなくとも、手持ち資金の運用や売掛債権等にかかるリスク管理は企業経営の要諦であることを述べ、リスク管理のための組織的体制の整備までを講ずる。

15. パーソナル・ファイナンス

「企業金融」というテーマの本講義では紹介できなかった「パーソナル・ファイナンス」(個人としての投資との付き合い方)に少しだけ言及する。

今後の継続学習のための読書案内

上記分野図書(特に近年の共著『ポスト団塊世代の資産運用』)、その他ファイナンス関連の継続学習のための図書を紹介する。

履修者へのコメント

「企業金融」とりわけ本講義の前半部分「ファイナンス」の習得には予復習が重要である。本講義では、下欄所載の主要副教材に加え、オリジナル教材を複合的に用いるが、直接授業で用いる箇所のコピーを前の週までに配布するので、受講者は予め目を通しておくこと。また、復習を促し理解度を確認するため小レポート課題を数回出す予定。

中小企業診断士養成課程の受講生は、財務・会計分野の諸講義のうち、診断士課程としての必修科目を必ず履修すること(本講義は必修科目ではない)。ただし、本講義をそれらの講義に先立って履修しても、本講義を理解するうえで特段の支障はない。

# 2012年度 ビジネス・イノベーション研究科(ビジネス・イノベーション専攻) 修士課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメ)	単位	担当者名
生産革新	1・2年 (2・4セメスター)	2	武田 尚仁
<b>授業概要・授業目標・授業方法</b>			
<p>工業化の進展と成熟に伴い、有形資産に代わって無形資産が収益の重要な源泉として考えられるようになってきている。無形資産の一つと考えられているブランドは、信頼を基盤としたシグナル性(情報発信機能)と満足を基盤としたシンボル性(象徴機能)を有している。</p> <p>翻ってアジア諸国・地域の経済発展と技術的追従の高まりの中、価格競争では圧倒的に不利な立場にある日本の製造業の活路一つを、価格プラスアルファの差別化の源泉である企業ブランド力に見いだせる。</p> <p>しかるに日本の製造業のブランドの源泉は「品質」であり、それを可能にしているのが生産マネジメント力である。市場にアクセスしながら情報を生産のトータルシステムとしてのバリューチェーンにフィードバックしオペレーションの革新を実現する力である。現在の日本の製造業の置かれた環境を斟酌すると、診断士がベンチャー企業や中小企業の診断・指導を行う際には、この無形システムとしての生産マネジメント力が企業価値を高めるという認識が大切である。</p> <p>こうした中小企業の生産マネジメントを理解する授業内容として、診断の基礎として「工場経営の基本的課題」「工場診断・指導の基本プロセス」、実践場面での基本理論として「TQC・TQM・品質経営」「アライアンス戦略」「品質管理・品質保証」「VE・原価企画」「工程管理・納期管理」「購買管理・物流管理」「設備管理」「労働安全」、問題発見・分析手法として「QC手法」「IE手法」、改革マネジメント実践として「QC手法の活用」「現場改善の着眼・実践」「生産革新の会計的意義」といった多岐に亘る視点からアプローチを行う。</p> <p>中小の製造業の診断・指導では、企業の経営者は無論のこと社員ひとり一人が「理解」し「納得」し「意識」し「実践」し「達成」する事が出来なければ全く価値がない。それには専門知識・理論に基づいた診断・指導の予測性が重要である。診断士自らの責任で導いた予測に対し信念を持ち、主張を続ける忍耐が不可欠となる。</p> <p>そこで授業は、知識・技能の修得とあわせ、ケースを通じて「自分で考えて予測すること」「予測実践の効果を認識」し妥当性を他のメンバーに「プレゼンテーションすること」によって診断士としての素地となる適性を高める事を目的として構成し展開する。</p>			
<b>成績評価方法・基準</b>			
成績判定基準は授業への出席とコミットメント状況によって行います。			
<b>教科書・教材・参考文献 等</b>			
テキスト:必要に応じて資料を配付			
<b>質問への対応(オフィスアワー等)</b>			
<b>授業計画(項目・内容)</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>工場経営の基本的課題 企業の診断・指導の実際を確認する。その認識をベースに求められる機能・質を考える。 そして現在の自分と照らして、自分の目標とする自己像を描き、能力開発の方向性を定める。</li> <li>生産革新の基礎1 工場診断の体系・項目(PQCDSE等)と診断の実施プロセス、評価体系・評価基準、業務革新指導の着眼点等、工場診断・指導の基本事項を理解する。また、イノベーションについての考察、生産の概念の定義を行う。 並行して製造業分析の調査・発表・討議を行う。</li> <li>生産革新の基礎2 生産プロセスの基本を理解する。 並行して製造業分析の調査・発表・討議を行う。</li> <li>生産革新の基礎3 生産管理の基本タイプを理解する。 並行して生産に関わるプロセスマネジメントの調査・発表・討議を行う。</li> <li>生産革新の基礎4 生産管理のタイプを在庫管理の観点から考察する。 並行して生産に関わるプロセスマネジメントの調査・発表・討議を行う。</li> <li>生産革新の基礎5 生産工程(ライン)の基本タイプを理解する。 並行して生産に関わるプロセスマネジメントの調査・発表・討議を行う。</li> <li>生産革新の基礎6 かんばん方式の基本を実践に即して理解する。 並行して労働安全についてケーススタディー演習を行う。</li> <li>生産革新の基礎7 「カイゼン」の基本を演習を通じて理解するとともに、生産現場を見る眼・洞察力を養う。</li> <li>生産革新とリスクマネジメント ヒューマンエラーをはじめとした生産に関するリスクマネジメントについて考察を行う。</li> <li>生産革新と組織戦略 生産革新と企業組織について考察するとともに、会社法を踏まえつつアライアンス等組織戦略手法について概観する。</li> <li>11～15. 実践 QC手法 ケーススタディー演習と発表を通じて、QC手法を適切に活用する能力を養う。(認知力・洞察力・表現力・論理力) 系統図法の技法活用のポイント理解と実際。 系統図法、親和図法、連関図法、フローチャート、PERT等</li> </ol>			
<b>履修者へのコメント</b>			



予習・発表・討議により授業を進めますので、受講者の授業へのコミットメントが重要となります。そこで各人には「精鋭集団の構成メンバーである独立したトップアスリート」の気持ちを持って欲しいと思います。そのためには自己に対する信頼と他人に対する尊敬が大切です。  
気負いも自己防衛も不要です。メンバーシップを発揮し授業価値を創造してください。

## 2012年度 ビジネス・イノベーション研究科(ビジネス・イノベーション専攻) 修士課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメ)	単位	担当者名
生産管理	1・2年 (1・3セメスター)	2	小竹 暢隆
<b>授業概要・授業目標・授業方法</b>			
<p>日本の産業競争力の中核はものづくりであり、生産管理はその基盤である。一方、生産管理は2S(整理・整頓)あるいは5Sといった基本も重要であるが、今日では生産革新、事業革新といったイノベーション的要素に焦点が当たってきている。単なるコストダウンではなく新しいビジネスモデル構築を意識したものでなければならない。グローバルな視野で、狭義の生産管理ではなく、マネジメント、マーケティングや戦略の視点を踏まえていきたい。製造業だけでなくサービス部門の生産管理も含めて考えている。</p> <p>カリキュラムとしては、産業や企業の事例を多く取り上げる。事例は集めることではなく深く考えるための道具である。参加者の持ち込みテーマでの議論も取り入れていく。双方向の議論、個人発表、グループ発表を交えながら進めていきたい。外部講師によるプレゼンテーションも取り入れる。</p>			
<b>成績評価方法・基準</b>			
<p>指定された課題を踏まえて参加すること。プレゼンテーションを重視する。 出席、教室での議論、プレゼンテーション及びレポート、それぞれ3分の1ずつで評価する。</p>			
<b>教科書・教材・参考文献 等</b>			
<p>藤本隆弘『能力構築競争』(中央公論新社)、青木昌彦・安藤晴彦『モジュール化』(東洋経済新報社)、P.センゲ『最強組織の法則』、D.タプスコット『ウィキノミクス』、T.ダビラ他『イノベーション・マネジメント』(英治出版)、M.ピオレ、C.セイブル『第二の産業分水嶺』(筑摩書房)、渡辺直樹・D.J.ティース『ケイパビリティの組織論・戦略論』(中央経済社)、M.イアンシティ・R.レービン『キーストーン戦略 イノベーションを持続させるビジネス・エコシステム』(Harvard Business School Press)</p>			
<b>質問への対応(オフィスアワー等)</b>			
<b>授業計画(項目・内容)</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>ガイダンスと参加者の自己紹介 講義の進め方、講義内容、使用テキストおよび参考書について説明する。自己紹介などを通じて参加者の属性・特質・意向などを確認しながら授業の概要を明らかにしておく。授業内でのプレゼンテーションについての目標を示す。</li> <li>ものづくりとイノベーション ものづくりは大きく変化している。中国・東アジアの発展は「日本製」に大きな脅威をもたらしている。生産過程の大きな変化、モジュール化の進展により、中国企業が台頭する中で、国内の製造業はどんな方向に進むべきか。そうした中でものづくりにおけるイノベーションとは何かについて考える。</li> <li>基盤技術産業 東海地域は自動車、航空宇宙、工作機械など機械加工に関する世界的な集積がありその基盤を形成しているのは、鋳造、鍛造、金型、熱処理、表面処理などである。こうした基盤技術産業について考える。</li> <li>中間財製造業のケーススタディ 基盤技術産業の一つで冷間鍛造等を中核技術として持つ中間財製造の中小企業の事例について考える。モジュール化・コンポーネント化への取り組みや自動倉庫廃止などづくりの強さとパートナーシップを構築し市場開発を連動させたビジネスモデルについて考える。</li> <li>試作ビジネス 大量生産の世界が成熟化する中で多品種少量生産を軸とした、範囲の経済に関わる柔軟な専門化の世界があらためて見直されている。単純下請け型から問題解決型への移行を目指す中で、試作とは何かを踏まえ、試作に特化した企業の事例を考察する。</li> <li>特定産業についての検討 航空宇宙産業は先端的な部品・素材技術が集約された製造業の頂点に位置する産業といわれている。複雑で精密な加工と高度な組立技術を必要とし、300万点に及ぶ構成部品や素材に対し高信頼性、高精度、超軽量などが要求されている。国内最大の産業集積を持つ東海地域の航空機関連産業の動向を把握するとともに生産過程について考察する。</li> <li>特定産業についての検討 自動車産業は系列に代表される巨大な垂直統合型産業組織を形成してきた。すり合わせ型のアーキテクチャーの代表格である。次世代自動車産業の一つは電気自動車であるが、中国の中小メーカーの台頭などが大きな脅威となっている。</li> <li>中間のまとめと全体討議 参加者のプレゼンテーションをもとにディスカッションを行う。課題は事前に連絡する。</li> </ol>			

9. ものづくり中小企業と研修受入ビジネス

試作や少量生産に特化した動きが各地で展開されている。中小企業の集積地域に立地する異業種・異業態の企業が連携し、試作

を軸にした企業間ネットワークを形成している事例について考える。

10. 新しい生産システム

セル生産のデメリットを、IT技術を活用することで解決していくデジタル屋台、デジタルファクトリーといわれる生産方式について事例

をもとに考える。

さらに台湾や中国に拠点を持つEMS(電子機器受託サービス)と呼ばれる生産システムが発展している。中小企業で、特に実装系

から出発してアセンブリまでを一貫して受託する形態が増えているが、最近ではデジタルテレビなどにも及んでいる。こうしたアウトソーシング型の生産システムについて考える。

11. 新しい生産システム

近年、ボランティアな行為に依拠し、製品やサービスがコミュニティへの貢献につながるという意識が社会経済を発展させていく動き

が展開されている。積極的かつ自発的な提供が個人あるいは企業・組織によって行われているピアプロダクション(マスコラボレーショ

ン)について考える。

12. 新エネルギー産業と事業戦略

環境問題を背景に新エネルギーに対する期待が高まっているが、その代表的なものは太陽光発電である。数年前まで日本企業が

優勢であったが、欧米、最近ではとりわけ中国企業の台頭が著しい。国内でも大企業から中小・ベンチャー企業のウェイトが高まっ

ている。太陽光発電ビジネスに関する潮流変化を踏まえ、事例について考察する。

13. ものづくり人材育成プログラム

ものづくりに関する人材育成事業が各地で進められて。東海地域で展開されているゼミ、実習、実践、経営者プログラムを組み合わせ

せた工場長養成塾について紹介しながら、人材育成のあり方を議論する。

14. R&Dとイノベーション支援組織(海外事例)

履修者へのコメント

俗説に惑わされることなくビジネスの本質を見る眼を持つこと。

プレゼンテーション能力とともに議論する能力、対話する能力を高める。

# 2012年度 ビジネス・イノベーション研究科(ビジネス・イノベーション専攻) 修士課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメ)	単位	担当者名
生産戦略 4 - 3	1・2年 (1・3セメスター)	2	箕浦 輝幸
授業概要・授業目標・授業方法			
<p>お客様の存在なくして企業はありえない。          お客様が求められる商品をいかに早く商品化してお届できるか、          お客様に対するその対応力が企業の力であり、生き残りの決め手である。          お客様を主語にという企業の文化、風土の醸成と共に、それを可能にできる          企画力、開発力、生産力を持ち続けなければならない。          それを実現する発想力、技術力の維持はその企業の人材の育成力にかかっている。</p>			
成績評価方法・基準			
講義中の発言・貢献度(20%)及びレポート課題(80%)			
教科書・教材・参考文献 等			
質問への対応(オフィスアワー等)			
授業計画(項目・内容)			
<ol style="list-style-type: none"> <li>お客様本位制               <ul style="list-style-type: none"> <li>・供給側の勝手になりがち</li> <li>・現地現物</li> <li>・外を見る</li> </ul> </li> <li>リードタイム               <ul style="list-style-type: none"> <li>・開発、生産、物流、情報</li> </ul> </li> <li>価値、価格、原価               <ul style="list-style-type: none"> <li>・お客様の価値観、世間相場から価格は決める</li> <li>・原価は企業のやり方で決まる</li> </ul> </li> </ol>			
履修者へのコメント			
虚心に素直に聞いて下さい。			



# 2012年度 ビジネス・イノベーション研究科(ビジネス・イノベーション専攻) 修士課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメ)	単位	担当者名
生産戦略 4 - 2	1・2年 (1・3セメスター)	2	磯谷 智生
<b>授業概要・授業目標・授業方法</b>			
<p>21世紀の経営は地域に根を置きつつも、グローバルなセンスを持って進められることが不可欠に重要となっている。本講義では企業3社の事例に基づいた講義が行われる。</p> <p>(オムニバス方式)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・自らが体験したアメリカ市場開拓をはじめ、その後の数々の国際的経営展開について論じる。</li> <li>・トップ経営者(社長、会長)時代の経営と日本製造業の競争力保持について論じる。</li> <li>・メーカーの世界的展開を生産技術をベースにその経営について論じる。</li> <li>・アメリカ法人の社長時代に展開した経営と部品工業の競争力獲得、維持、向上を論じる。</li> </ul>			
<b>成績評価方法・基準</b>			
講義中の発言・貢献度(20%)及びレポート課題(80%)			
<b>教科書・教材・参考文献 等</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>・配布資料 カタログ・参考資料 5冊</li> <li>・パワーポイント 事例100枚</li> </ul>			
<b>質問への対応(オフィスアワー等)</b>			
<b>授業計画(項目・内容)</b>			
<p>1. トヨタグループの原点 モノづくりの原点 TQM TPM TPSの原点 豊田佐吉翁とG型自動織機</p> <p>トヨタテクノミュージアム 於)産業技術記念館(予定:3月31日(土))</p> <p>2. 豊田自動織機のこころ ゆめ わざをこめた新製品開発</p> <p>製品群 1. 繊維機械 2. コンプレッサ 3. 産業車輛と物流システム 4. 自動車 5. エンジン 6. 電子部品 7. 新事業 8. その他</p> <p>3. 豊田自動織機の経営</p> <p>1) 社是 ビジョン 中長期の目指す姿 2) 方針管理とトップ診断 3) 新製品開発と品質保証活動 4) 新事業への取り組み 5) 海外工場の展開</p> <p>4. 豊田自動織機のものづくり 心づくり 人づくり</p> <p>1) 輝く職場 2) 5S 3) TQM TPM TPS 4) 自主活動(創意工夫提案 QCサークル 自主保全 自主研究会) 5) 教育システム 6) 技術技能ラーニングセンター 7) 産業技術記念館</p> <p>5. 日本のものづくりが生き残るためには</p> <p>6. TPSの真髄</p> <p>長草工場見学 休日の長草工場稼働日(未定)</p>			
<b>履修者へのコメント</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>・講義とフリーディスカッション</li> <li>・事前に産業技術記念館の見学 事後に長草工場の見学</li> </ul>			

# 2012年度 ビジネス・イノベーション研究科(ビジネス・イノベーション専攻) 修士課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメ)	単位	担当者名
生産戦略 4 - 4	1・2年 (1・3セメスター)	2	大岩 路雄
授業概要・授業目標・授業方法			
戦後の廃墟の中から立ち上がった日本の企業は、大変な努力を重ねて、やがて高度成長を実現させた。この過程で、その原動力として主役の働きをしたのは、各企業で働いていた人間(経営者、管理者、一般従業員)であった。しかし乍ら、日本が経済大国と言われ始めたあたりから、企業活動の場での、人間の立場が大きく変った。それ迄、主人公の立場にあった人間は、組織、システム、ルール、マニュアルに従って、その枠の中で真面目に働くだけの、単なる労働力という立場に変わってしまった様な気がする。20世紀の終わり頃から「変革の21世紀」と言われ始めたが、今、指摘した、企業活動に於ける人間の立場、在り方、と云うものを、今後、積極的に変革して行かねばならないと思う。ルールやシステム、仕組みの変革の前に、何よりも、人間の心、姿勢の変革から始めるべきだと思う。			
成績評価方法・基準			
講義中の発言・貢献度(20%)及びレポート課題(80%)			
教科書・教材・参考文献 等			
当日資料を配付する。			
質問への対応(オフィスアワー等)			
授業計画(項目・内容)			
<p>1. 「心に火が付く、火を付ける。」          標題の、「心に火が付く」と云うのは心に灯りが点く、心が明るくなる、と云う意味ではなくて、心、そのものに火が付く、つまり、心が、燃える事を云っている。          そして、相手の心に火を付ける為には、まず、その前に、こちらの、自分の心が、心そのものが燃えなければならない、と云っているのである。          ここで相手とは、例えば、部下、仕事仲間、等。</p> <p>私が、東京の営業部門で、初めて体験した営業第一線の仕事。          それが、思いがけない大成功を挙げる結果になった事の、大きな要因の一つは、「私の心に火が付いた。」つまり「心が燃えた」からであった。</p> <p>2. 「心を開く＝素直な心で相手に接する、開かせる。」(パート1～パート3)          この、「心を開く、開かせる」と云う云い方には、ある一つの意味が込められている。          それは、まず、こちらが相手に対して心を開く。その上で、相手の心を、こちらに向けて開かせる、つまり、「まず、最初に、こちらから素直な気持ちで相手の方に一歩踏み出す。全ては、そこから始まる。」と云う意味である。</p> <p>この「心を開く、開かせる」、今日の話は三つのパートから成る。          パート1. は、「ニッポンデンソー・オブ・ロスアンゼルス社への出向」          パート2. は、「米国で初めて体験した労働組合問題に就いて」と云う話          パート3. では、この体験にもとづいて              「心を開く」と云う事の説明から始まって、              「考え方、流儀、つまり、理論、理屈を部下、従業員、或いは仲間に教えるやり方」と云った事に就いて説明する。</p> <p>私の、初めての海外勤務のデンソー・ロスアンゼルス。そこで最初に体験したのは、思いがけない労働組合結成運動であった。その問題の解決のカギとなったのは、従業員の心を私に対して開かせた事、その為に、まず私が彼等従業員達に対して心を開いた事にあった。</p>			

### 3. 「企業競争力の基盤作り」

- ・デンソー・ロスアンゼルスに存在していた問題点・課題
- ・職場の雰囲気について
- ・ロスデンソーの企業競争力の強化、改善
- ・第一段階、77～79の目的、課題
- ・日本人駐在員側の問題点
- ・日本人駐在員に対する改善要請
- ・Plan-Do-Check と Do-Check-Plan
- ・NDLAウェイ
- ・米人従業員の対本社意識の改善
- ・人事行政の確立
- ・人事部の独立と組織変更
- ・給与制度

- ・人事考課制度の改訂 (1)
- ・ " (2)
- ・従業員の解雇
- ・従業員に対する要望
- ・企業競争力の基盤作り 第一段階、第二段階の終了
- ・ " 第三段階、新社屋の建設

デンソー・ロスアンゼルス社の企業競争力強化の第一着手として行なったのは、まず日本人駐在員の、続いて米人 マネージャー達の、意識改革であった。デンソーの海外展開を代表するデンソー・ロスアンゼルス社の体質改善が目的だった。

### 4. 「地域社会からの信頼」

- ・デンソー・ミシガン社への出向
- ・デンソー・ミシガン社の経営
- ・人事マネージャーの採用
- ・デンソー・ミシガン社 私の果たすべき任務
- ・ベストの人間集団を作る
- ・地元新聞を、味方に付ける
- ・バトルクリーク市長を味方に付ける
- ・コミュニティ・リーダーを味方に付ける
- ・バトルクリーク市民としての面白い体験
- ・採用計画と応募実績
- ・一諸に会社作りをする
- ・強い企業競争力の実現
- ・従業員の採用、選別の方法について
- ・会社作りの過程で、偶々、起きた議論
- ・アソシエイト・ミーティングの実施
- ・決裁権の委譲について
- ・デンソー・ミシガン社の開所式
- ・UAWからの攻撃、始まる
- ・UAWに対するデンソー・ミシガン社の反撃
- ・コミュニティからの援護行動
- ・地域社会からの信頼
- ・息抜きの余談
- ・デンソー・ミシガン社を去る
- ・帰国、そして、欧州への出向
- ・インダストリー・ウィーク誌からの表彰

デンソーとして初めての、海外に於ける本格的な生産会社の設立、と云うテーマ。  
その為に、かなり多数のすぐれた従業員の採用の達成、それに労働組合からの攻勢に対する防禦、と云う二つの難題に取り組みねばならなかった。その為には地域社会からの信頼獲得、これが必達の課題であった。

5. 「企業は人なり」 企業ルネサンスの待望

- ・戦後日本の社会状況
- ・日本的経営の確立
- ・日本的経営の基本的考え方
- ・日本的経営の特徴
- ・日本的経営の特徴の二つ目はチームワーク
- ・成長期に於けるマネジメント
- ・企業戦士である従業員のエネルギーの源泉
- ・物の豊かさの実現
- ・日本的経営の形、内容の変化
- ・組織化、システム化に伴う幾つかの問題点
- ・システム、マニュアルの問題点
- ・人間関係の変化、稀薄化 そして、士気の低下
- ・変革に就いて 二度目は、戦後の復興
- ・その最初は、明治維新
- ・三度目の変革に就いて考える

6. 質疑応答並びに自由討論

**履修者へのコメント**

6 回に亘る講義は、夫々関連がある内容なので、受講者は6 回全てに出席して頂けたら嬉しい。



# 2012年度 ビジネス・イノベーション研究科(ビジネス・イノベーション専攻) 修士課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメ)	単位	担当者名
トヨタ生産方式(プロセス革新)シラバス 2 - 1 , 2 - 2	1・2年 (1・3セメスター)	2	二之タ 裕美 渡辺 丈洋
<b>授業概要・授業目標・授業方法</b>			
<p>本講義はトヨタ生産方式の正確な内容をトヨタ自動車生産管理部生産調査室の専門家2人の協力を得て講義する。 トヨタ生産方式の基本的な考え方を歴史的観点も含めて「トヨタ生産方式の実践」として講義する。 「ジャスト・イン・タイム」の具体的な進め方を詳細に講義する。 - ものの流れが整理出来るようになる。 かんばん・自動化・標準作業等トヨタ生産方式の重要な手法を具体的に講義する。 - 標準作業が作成・改善出来る様になる。</p> <p>必要条件 社会人中心の学生の皆さんは、忙しい中ですが、なるべく出席出来る様努力して下さい。 皆さんの実務とこの授業の中身を、関連付けようという意識を常に脳裏に持ち、春学期に臨んで下さい。</p> <p>時間 春学期 金曜6限 質疑をしながらの講義になる為、定員を制限します。(2週目に決定)</p>			
<b>成績評価方法・基準</b>			
<p>レポート1:20点 物と情報の流れの整理(二之タ) - レポート出題時に期待値を説明 レポート2:25点 標準作業の作成と改善(渡辺) - レポート課題に配点と期待値を明記 提出期限 郵送の場合、8月17日(金)事務局着 持込の場合8月20日(月)10AM事務局着 <b>ハードコピー</b>で提出 出席45点:19:00までに入室で各授業3点 参加10点:講義での議論や学生同士の助け合いへの積極的参加で加点</p>			
<b>教科書・教材・参考文献 等</b>			
<p>教科書 なし(授業の都度、配布資料あり) 副読本(推奨) トヨタ生産方式 大野耐一著 1978 ダイアモンド社 参考 大野耐一の現場経営 大野耐一著 1982 日本能率協会 工場管理1990 8 緊急特別増大号「大野耐一・世界のモノづくりを変えた男」 Vol.36 No.9 日刊工業新聞社 トヨタ強さの原点 大野耐一の改善魂 2005 日刊工業新聞社(ほぼ上記と同内容) フォード 自動車王国を築いた一族(上下) 1989 新潮文庫</p>			
<b>質問への対応(オフィスアワー等)</b>			
特にオフィスアワーは設けないけれど、授業前後と、メール等で随時受け付けます。			
<b>授業計画(項目・内容)</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. トヨタ生産方式の基本的な考え方 TPSの基本的な考え方(ものの見方・考え方)の説明 二之タ</li> <li>2. ジャストインタイムの具体的な進め方 ジャストインタイム生産とは、及びその具体的な導入 二之タ</li> <li>3. 1・2回目講義のQ &amp; Aとディスカッション 二之タ</li> <li>4. 後工程引取りとかんばん JIT生産を進める上での基本要素であるかんばんと工程の流れ化 二之タ</li> <li>5. 工程の流れ化 JIT生産を進める上での基本要素であるかんばんと工程の流れ化 二之タ</li> <li>6. 3・4回目の講義のQ &amp; Aとディスカッション 二之タ</li> <li>7. 小ロット化 少ロット化する必要性、その為の段取り替えの改善の考え方と手法 渡辺</li> <li>8. 在庫について(上記を踏まえて) 在庫の持つ意味・在庫と経営・在庫低減を進める為には 渡辺</li> <li>9. 自動化 トヨタ生産方式の2本の柱の1本。本方式のベースの考え 渡辺</li> <li>10. 自動化(続) トヨタ生産方式の2本の柱の1本。本方式のベースの考え 渡辺</li> <li>11. 前3回講義のQ &amp; Aとディスカッション 渡辺</li> <li>12. 標準作業の改善 しくみ:方法を成り立たせる為の基本の部分(人について) 渡辺</li> <li>13. 標準作業の改善 実例等 前回講義内容を実例を用いて理解を深める 渡辺</li> <li>14. 前2回講義のQ &amp; Aとディスカッション 渡辺</li> <li>15. 少人化 + 全体のまとめ 標準作業とも関りの深い少人化の考え方 全体を通じたまとめ 渡辺</li> </ol>			
<b>履修者へのコメント</b>			
上記必要条件参照下さい。			

## 2012年度 ビジネス・イノベーション研究科(ビジネス・イノベーション専攻) 修士課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメ)	単位	担当者名
店舗施設マネジメント	1・2年 (1・3セメスター)	2	安田 勝雄
<b>授業概要・授業目標・授業方法</b>			
<p>店舗施設マネジメントは、将来の社会的・経済的な変化から影響を受けた消費者は購買行動を変化させていくことがある。そこでターゲット顧客の満足を継続的に満たすための経営理念と戦略的なマーケティングを店舗で展開し、それにあったマーチャンダイジングを実践し、経営目的を実現することであると理解してほしい。</p> <p>基本的には、経営戦略から店舗コンセプトを形成し、顧客の要望と提案を実現するマーチャンダイジング計画と店舗構成を体系的に理解しているか、実践のケースを用いて討議方式と事例分析を通じて学ぶ。</p> <p>ケーススタディの多くは、現場観察や調査をしていただき、単元別に事例や議論を通じて理解を深め、さらには経営者や店長に的確に提案・調整できるスキルを身につけることも目標にする。</p> <p>授業は、講師及び参加者の事例分析と理論総括をめぐり学生諸君との活発な議論のなかで展開される。</p>			
<b>成績評価方法・基準</b>			
成績基準は、授業への出席と期末レポートです。			
<b>教科書・教材・参考文献 等</b>			
<p>テキスト：「店舗立地の戦略と診断」(同友館) 石居他共著</p> <p>参考書：『インストアマーチャンダイジングがわかる、できる、流通情報化』 ビジネス社 田島義博著</p> <p>講義ではテキスト等は直接使用しません。参考程度としてご理解下さい。</p> <p>なお、参考書等は講義進行に応じて明示します。</p>			
<b>質問への対応(オフィスアワー等)</b>			
<b>授業計画(項目・内容)</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>流通業における構造変化(その1) 今日の日本の流通構造の変化動向、歴史的な推移について考察し、その変化の背景と原因について議論する。 また消費行動に影響を及ぼす要因を議論する。</li> <li>流通業における構造変化(その2) 5年後・10年後の今後の情報化の進展と社会変化の動向から、流通構造の変化がどのような方向になっていくのか、 また消費行動はどう変わっていくのかを考察して、参加者間の議論をもとに理解する。</li> <li>立地と商圈(その1) 商業立地の基本及び商圈分析の手法を整理しながら、消費者の購買動向と商圈の理論的法則や顧客調査の理解を深める。 特にハフモデルの実際の適用を議論し、その特徴と有用性について検討・理解する。</li> <li>立地と商圈(その2) 商店街・商業集積の商圈の衰退・移動・開発の理解を深めた上で、外部環境の変化に対応した業態変化について、 事例を比較検討・議論し理解する。</li> <li>競合評価と売上予測、店舗投資(その1) 商圈調査及び変化予測に基づいて、新規出店または改装に関する店舗(改 装)投資は、経営戦略上重大な意思決定である。 店舗投資の基本的なスタンスは、最小の投資で最大の効果を得ることにある。事例を用いて、具体的な売上予測と 投資計画立案を検討・理解する。</li> <li>競合評価と売上予測、店舗投資(その2) 前回で検討した演習事例の発表を通じて、店舗立地と競合店評価などを相互議論する。その上で店舗経営の基本的な 戦略策定のステップとリスク対応を議論する。</li> <li>店舗施設設計と店舗レイアウト(その1) 店舗は顧客にとって自分のほしい商品を見つけ購買する場所である。 そのため、店舗に「入りやすい」、商品を「見やすい」「選択しやすい」「買いやすい」ことが求められる。 設定した店舗コンセプトに基づき、食品系の店舗のレイアウト及び陳列について議論・検討し、その妥当性及びポイントを 演習する。</li> </ol>			

8. 店舗施設設計と店舗レイアウト(その2)

あるテーマによって店舗調査を実施していただき、店舗のレイアウト及び陳列などインストアマーケティングについて発表・検討し、現場での事例を考察する。

9. 商品管理、商品計画、計数管理

店舗では多くの商品が品揃えされているが、マーチャンダイジング目標を達成するための具体的な活動である商品管理の基礎を学ぶ。特に計数管理について演習を行う。

10. ロス管理

マーチャンダイジング目標を達成したいが多くのミスやロスが発生するのでその基礎を学ぶ。特に受発注やロス管理の見直しを議論して改善を議論する。

11. 従業員管理(その1)

マーチャンダイジング目標を達成するためには、作業の標準化とシフト管理が重要である。従業員管理あり方と見直しを演習する。

12. 従業員管理(その2)

店舗内での作業改善やサービス改善は、売り上げやお店の評判に影響を及ぼす。そこで良くある作業の実態を把握した事例を用いて、業務改善の提案を演習する。

13. 多店舗販売データの解析から改善提案

設定した店舗コンセプトに基づき、食品系チェーンの販売データを解析して店舗の商品計画について議論・検討し、その妥当性及びポイントを演習する。

14. 店舗管理の総合演習その1

現在の小売業の停滞と将来の脅威と機会をしっかりと理解して、新しい事業への提案者・プランナーになっていただきたい。特定の業態の事例を基に経営上の課題を明確して経営戦略と店舗管理の提案を議論する。

15. 店舗管理の総合演習その2

現在の小売業の停滞と将来の脅威と機会をしっかりと理解して、新しい事業への提案者・プランナーになっていただきたい。特定の業態の事例を基に経営上の課題を明確して経営戦略と店舗管理の提案を議論する。

**履修者へのコメント**

市場の動向や顧客の行動基準などを前提に、デベロッパーまたは店舗企画者のつもりで、本授業に参加し多くの可能性を議論していただきたい。

また実際の店舗やショッピングセンターを自分で調査検討してくることによって、実際の店舗のデザイン等の意味や背景を考察していただきたいと思います。

## 2012年度 ビジネス・イノベーション研究科(ビジネス・イノベーション専攻) 修士課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメ)	単位	担当者名
特殊講義 (情報システム)	1・2年 (2・4セメスター)	1	王 建国
<b>授業概要・授業目標・授業方法</b>			
<p>本講義では、情報システムを構成するハードウェアとソフトウェアおよびネットワークに関する基礎知識を解説した上、選定した実企業の情報システムのケース・スタディを用いて情報システムと経営組織および企業戦略との相互関連性に関する理解を深めていく。これを通して、受講者は経営の効率性と戦略の有効性を向上させるための、情報システムにかかわる実践的な経営課題を発見し、その問題解決に向け、いかなる情報システムを構築し、問題分析、モデリング、システム設計などの情報処理技術をいかに用いるかについての思考力とスキルが養われていく。</p> <p>講義の進め方としては、情報システムの基礎知識の部分をレクチャーと演習で解説した上、特定の企業情報システムのケースを基に、企業戦略や経営組織などと関連付けながら、その企業が抱える問題点の指摘や解決案の提案について、小グループ単位でディスカッションと報告を行い、クラス全体で検討する。問題提起と議論の展開および成果を生み出すことは参加者の感受性と論理思考力、想像力に委ねるが、教員は討議のサポートを行う。</p>			
<b>成績評価方法・基準</b>			
<p>加点方式をとり、毎回の出席点と発言点の合計点で評価する。</p>			
<b>教科書・教材・参考文献 等</b>			
<p>追って指示する。</p>			
<b>質問への対応(オフィスアワー等)</b>			
<b>授業計画(項目・内容)</b>			
<p>1週目 情報システムの基礎技術 (以下のテーマ、内容は予定)</p> <p>午前: コンピュータの構成、利用形態とネットワークの構成 など情報システムの基礎技術についてレクチャー。</p> <p>午後: 経営実践における表計算・統計、データベースなどの 応用について、演習と討議</p> <p>2週目 戦略、組織と情報システム</p> <p>午前: 戦略、組織との関連性について、レクチャーと演習。</p> <p>午後: 情報システムの構築と活用を中心に、 企業のケース分析とクラスディスカッション。</p>			
<b>履修者へのコメント</b>			
<p>学習効果を確認するため、レクチャーと演習の部分は小テストを課す場合もある。 ケース・スタディは全員参加で行う。プレゼンテーションとグループ討議・クラス討議を重視。受講希望者には、前向き、積極的な姿勢で参加されることを希望する。 事例内容のコピー、ワークシート、その他必要な資料は提供する。</p> <p>本講義は集中講義の形式で行う。 本年度(2012)は、12/15/2012(土)、1/12/2013(土) (時間はいずれも<b>9:30 ~ 16:45</b>) の予定である。</p>			



# 2012年度 ビジネス・イノベーション研究科(ビジネス・イノベーション専攻) 修士課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメ)	単位	担当者名
経営情報	1・2年 (1・3セメスター)	2	中村 雅章
<b>授業概要・授業目標・授業方法</b>			
<p>企業活動においては、企業目的と環境適応を図る経営戦略が重要である。自社の事業ドメインを明確に設定し、競合に対する競争優位を考えていくのが経営戦略である。</p> <p>今日では、経営戦略を考える際に、どのような情報化を図れば経営戦略をより良く実現できるかを考えるのが課題になっている。経営戦略を実現する情報化計画が情報戦略である。インターネットやモバイル端末など情報技術の発展・普及が企業経営に大きな影響を与えるようになってきており、経営戦略と情報戦略は統合的に策定する必要がある。</p> <p>この授業では、経営戦略の基本を踏まえた上で、具体的な企業の事例を通じて情報活用の理論や仕組みについて検討する。</p> <p>まず第1週では、経営戦略の発展と情報システムについて基本的な考察を行った上で、IT経営のケーススタディを通じて議論する。</p> <p>第2週では、主にインターネットを活用したネットビジネスについて取り上げ、ビジネスモデルについて検討した後で、ネットビジネスのケーススタディを通じて議論する。</p> <p>第3週では、企業における情報システムの構築について、システム開発のケーススタディを通じて議論する。</p> <p>社会人大学院であるので、受講者の経験を相互に活かし、実践的な問題解決の訓練をしたい。</p>			
<b>成績評価方法・基準</b>			
評価は、出席点、発言などの平常点とレポートの合計点で判断する。			
<b>教科書・教材・参考文献 等</b>			
授業当日に資料を配布する予定。			
<b>質問への対応(オフィスアワー等)</b>			
<b>授業計画(項目・内容)</b>			
<p>1週目 経営戦略とIT経営</p> <p>    イントロ         グループディスカッションについての演習・考察</p> <p>    1-1 経営戦略とIT         経営戦略の発展         戦略情報システム         インターネットの活用</p> <p>    1-2 IT経営とケーススタディ</p> <p>2週目 ネットビジネス</p> <p>    2-1 ネットビジネスの現状と課題         現状         課題</p> <p>    2-2 ネットビジネスとビジネスモデル</p> <p>    2-3 ネットビジネスケーススタディ</p> <p>3週目 企業の情報システム構築</p> <p>    3-1 情報システム開発</p> <p>    3-2 システム開発ケーススタディ</p>			
<b>履修者へのコメント</b>			
<p>経営戦略とITの分野は変化が速いので、企業活動の動向に関心を持って授業に参加してください。</p> <p>なお、状況に応じて上記の授業計画は変更の可能性があります。</p>			

## 2012年度 ビジネス・イノベーション研究科(ビジネス・イノベーション専攻) 修士課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメ)	単位	担当者名
異文化コミュニケーション	1・2年 (2・4セメスター)	2	永石 信
<b>授業概要・授業目標・授業方法</b>			
<p>目指すゴール:各受講生が、文化間の相互尊重をベースにしたコミュニケーション活動が可能な「グローバル人材」としての基礎を身に付けることをゴールとして設定します。ただし、異文化問題に初めて本格的に取り組まれる方もいらっしゃるであろうことを踏まえ、初歩から段階的に、体験による学び(ロールプレイなど)を重視しながら進めていく予定です。</p> <p>担当教員による講義だけでなく、グループディスカッション、ロールプレイ、受講生プレゼンテーションの時間を十分に設けます。自由闊達な雰囲気、学問的知識とコミュニケーション力を磨いていくことを重視します。</p>			
<b>成績評価方法・基準</b>			
<p>成績評価基準:「ディスカッションへの参加・貢献度」40%、「小レポート(4回前後)」20%、「大レポート(1回)」40%。</p> <p>大レポートのテーマについては、第1週講義時に課題を伝達します。</p>			
<b>教科書・教材・参考文献 等</b>			
<p>教科書はありません(毎回、授業の冒頭にレジメを配布します)。</p> <p>講義内容に密接に関わる部分が多いため、以下を参考書として指定します。</p> <p>指定書(1):鍋島健悦『異文化間コミュニケーション入門』(丸善ライブラリー、1997年)。</p> <p>指定書(2):山岸俊男『心でっかちな日本人:集団主義文化という幻想』(ちくま文庫、2010年)。</p> <p>指定書(3):八代京子他『改訂版:異文化トレーニング』(三修社、2009年)。</p>			
<b>質問への対応(オフィシアワー等)</b>			
<p>* Eメール(アドレスは初回講義にてお知らせいたします)</p> <p>* より詳細な対応方法については、第1回講義時に受講生全員に伝達します。</p>			
<b>授業計画(項目・内容)</b>			
<p>第1週:ガイダンス、自己紹介</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* 講義概要や評価方式の説明、担当教員自己紹介</li> <li>* 受講生自己紹介と目標設定</li> </ul> <p>第2週:異文化コミュニケーション問題の具体的事例(1)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* 在タイ日本企業における、日本人トップマネジメントと、タイ人中間管理職のコミュニケーション問題</li> <li>* ショートケース :医療現場における外国人人材とのコミュニケーション</li> </ul> <p>第3週:異文化コミュニケーション問題の具体的事例(2)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* 「集団主義的な日本、個人主義的なアメリカ」という幻想</li> </ul> <p>第4週:異文化コミュニケーションの基礎知識</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* 学問体系の整理(言語コミュニケーションと非言語コミュニケーション、など)</li> <li>* ショートケース :トヨタのグローバル技能伝承</li> </ul> <p>第5週:「ファイリング」「ステレオタイプ化」「DIE法」</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* ショートケース :DIE法の情報をもとにした面談シミュレーション</li> </ul> <p>第6週:「カルチャーショック」</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* ショートケース :外国人の新卒大学生としての活用</li> </ul> <p>第7週:高コンテクスト文化と低コンテクスト文化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* ショートケース :日本と中国のコンテクストの違い</li> </ul> <p>第8週:異文化「言語」コミュニケーション</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* ショートケース :日本企業のグローバル人材育成研修について考える</li> </ul> <p>第9週:異文化「非言語」コミュニケーション</p> <p>第10週:価値観と異文化コミュニケーション</p> <p>第11週:アサーティブ・コミュニケーション</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* ショートケース :タイで就職活動を行う新卒大学生</li> </ul> <p>第12週:異文化コミュニケーションとコーチング</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* ショートケース :コーチングが有効な局面、有効でない局面</li> </ul> <p>第13週:「コーチング」と「アサーティブネス」の整理</p> <p>第14週:多様性リーダーシップ</p> <p>第15週:受講生プレゼンテーション、担当教員による総括</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* 大レポート内容について、希望者によるプレゼンテーション(大レポート評価加点材料として考慮)</li> </ul>			
<b>履修者へのコメント</b>			

ケース教材選択については、本シラバスのものから若干変更になる可能性があります(講義開始時点の最新情勢を鑑みて、より適切なケース教材が見つかった場合にはケース教材の変更もあり得ます)。

第1回講義時に受講生の人数、異文化経験度、受講動機などを確認した上で、コース内容を柔軟に修正することも考えています。

## 2012年度 ビジネス・イノベーション研究科(ビジネス・イノベーション専攻) 修士課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメ)	単位	担当者名
特殊講義 (プレゼンテーション・スキル)	1・2年 (1・3セメスター)	2	村松 かすみ
<b>授業概要・授業目標・授業方法</b>			
<p>ロジカルに構成する手法を1日かけて学びます。相手に、短時間に、要領よく、効率的に自分の考えを伝え、協力してもらう技術は、現代のビジネスパーソンには必須のスキルといえます。相手から、こちらに好ましい何らかの意思決定をスピーディーにもらうためには、企画や提案をロジカルに組み立てることが、重要な役割を果たします(永井沃彦のオリジナル・プログラムに基づいています)。2週目には「個性」「デザイン」「発表」の分野を学んでいただきます。1週目で計画した内容をもとに、聴衆に訴える発表技術、五感に訴える視覚物の作り方、デザインの基本、色の使い方などセンスの良い、わかりやすいスライドの作成の方法を学びます。</p> <p>本講座の進め方としては、事前課題として、実際に職場にあるプレゼン資料や上司から依頼された資料を持参していただき、それを使って実習をします。一部の共通的な資料はインストラクターが準備します。</p> <p>1週目は、「計画」の各ステップごとに、インストラクターの解説の後、個人実習で進めます。2週目は、「個性」「デザイン」「発表」の各分野をインストラクターから具体例を交えた説明の後、個人実習、グループ実習を行い、フィードバックを受けます。最終日は、総仕上げということでリハーサルから本番のプレゼンテーションを実施します。</p>			
<b>成績評価方法・基準</b>			
出席日数(30%)、講義中の発言・貢献度(30%)及びレポート課題(40%)			
<b>教科書・教材・参考文献 等</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>・村松かすみ著「できる 使えるプレゼン術」日本能率マネジメントセンター、2006年</li> <li>・作山宗久著「プレゼンテーションの技法」TBSブリタニカ、1998年</li> <li>・バーバラ・ミント著「新版 考える技術・書く技術-問題解決力を伸ばすピラミッド原則」ダイヤモンド社、1999年</li> <li>・天野暢子著「図解 話さず決める！プレゼン」ダイヤモンド社、2008年</li> <li>・齋藤孝著「1分で大切なことを伝える技術」PHP新書、2009年</li> <li>・村松かすみ著「働く女性のプレゼン演出術」総合法令出版、2010年</li> </ul> <p>その他、適宜 追加いたします。</p>			
<b>質問への対応(オフィスアワー等)</b>			
<b>授業計画(項目・内容)</b>			
<p>1週目</p> <p>第1ステップ 「訴求点の抽出」は、アピールしたい点を考える ・訴求点の持つ意味 ・訴求点抽出の仕方</p> <p>第2ステップ 「相手分析」は、その用途から考える ・相手情報の集め方 ・相手方の関心領域</p> <p>第3ステップ 「プレゼン柱の選定」の良し悪しが、プレゼンの成否を決める ・プレゼンの正攻法 ・串刺し理論の考え方 ・串刺し理論の効用</p> <p>第4ステップ 「話材の再整理」で、格の混乱防止をはかる ・話材の再整理表を用意している理由 ・考えたい、プランの寝かし</p> <p>第5ステップ 「シナリオ作り」は、フォーマットを活用する ・フォーマットを活用してシナリオ作りを ・話の構成は、序論・本論・結論</p> <p>第6ステップ 「反発対策」は、小さくつかんで確かにこなせ ・反発の種類と対処法 ・反発対処のタイミングと対処手続き</p> <p>2週目</p> <p>個性:Personality 話し方のガイドライン、ボディ・ランゲージ、視線 デザイン:Design 五感に訴えるスライド作成、デザイン・コンセプト、色の持ち味 発表:Delivery デジタルで発表、視覚物の使い方、ノートPCを使う時</p> <p>3週目</p> <p>リハーサル 一人演習 二人演習(プレゼン後は、お互いにフィードバック) グループ演習((プレゼン後は、お互いにフィードバック))</p> <p>本番 フィードバック(他の受講者からフィードバック用紙にコメントをもらう)</p>			
<b>履修者へのコメント</b>			
<p>受講をお勧めしたい方は、</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・顧客や社内スタッフの説得のためにプレゼンテーションの基本とノウハウを取得したい方</li> <li>・プレゼンテーションの構成方法、デジタル・ドキュメント作成、ソフト・機器の効果的な使用方法を身につけたい方</li> <li>・人数に関わらず、コミュニケーションをスムーズに行えるようになりたい方</li> </ul>			

## 2012年度 ビジネス・イノベーション研究科(ビジネス・イノベーション専攻) 修士課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメ)	単位	担当者名
特殊講義 (コミュニケーション技法)	1・2年 (1・3セメスター)	2	日比 英一
<b>授業概要・授業目標・授業方法</b>			
<p>複雑な現代社会に生きる我々は、他の人とどうつき合っていくか自分と他人との人間関係の調整に神経をすりへらしている。家庭の中でも然り、隣り近所或いは職場での人間関係など緊張の連続である。</p> <p>そんな中で、はずむ会話や創造的議論はどうしたら実践できるか。特に、ビジネスパーソンにとってはコミュニケーション(人間関係)の中で最も効率のいい伝達手段である“ことば”には敏感でありたい。実践を多用しながら学習していく。</p>			
<b>成績評価方法・基準</b>			
講義中の発言・貢献度(80%)及びレポート課題(20%)			
<b>教科書・教材・参考文献 等</b>			
<b>質問への対応(オフィスアワー等)</b>			
<b>授業計画(項目・内容)</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>ガイダンス 講義スケジュールと内容の説明。 個々人の話し方の特性を把握。</li> <li>ことばの力 昔からわが国には「言霊」ということばがあるようにことばのもつ力は大きい。“たった一言”のことばの力について考えてみたい。</li> <li>パブリックスピーキング 日本人の8 - 9割は人前で話す(パブリックスピーキング)ことに苦手意識をもっている。 少し改まったスピーチになるとなぜ不自然になるのか。</li> <li>話し方チェック 3. について“うまく話せない” 検証を試みる</li> <li>ボイストレーニング 折角の話の内容も声が不明瞭では相手に伝わらない。日本語の発音上の特性なども踏まえ、話し方の明瞭度をアップしてみよう。</li> <li>挨拶と敬語の効用 コミュニケーションの玄関口は挨拶から。そして敬語は社会の潤滑油。しかし敬語は余り教えられていないため誤用が目立つ。 この際、確実に整理しておこう。</li> <li>実践 説明・報告 説明力がベースになってはじめて報告、スピーチとステップアップする。何はともあれ実践から。</li> <li>実践 司会・インタビュー 会議の切り盛り、質問する際の留意点などを実践。</li> <li>要約力 話し合いや会話がはずまないのは、双方が相手の云い分を適格につかんでいないことが多い。話や文章の要約力をトレーニング。</li> <li>避けたい言葉 日常生活の中で“あの一言”を云ったためにすべてご破算になることは往々にある。 特に公的な場面では充分注意したい。</li> <li>日本語の表現上の特性 長い歴史の中で培われてきた云いまわし方やことば使い。改めて見つめ直してみるとアルアル。</li> <li>非言語的コミュニケーション 「目は口ほどにものをいう」というように伝え手の視線や表情などがことば以上に情報を伝える場合が多い。</li> <li>組織とコミュニケーション 複雑な社会構造の中で“ことばと人間関係”は緊密にからみつく。ことばと組織機能について考察してみたい。</li> <li>話し方の総合的点検</li> <li>まとめ</li> </ol>			
<b>履修者へのコメント</b>			
<p>実践を多用。とにかくしゃべって戴きます。</p> <p>心の積極性を持つこと。</p>			



## 2012年度 ビジネス・イノベーション研究科(ビジネス・イノベーション専攻) 修士課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメ)	単位	担当者名
シンキング・マネジメント	1・2年 (1・3セメスター)	2	中 憲治
<b>授業概要・授業目標・授業方法</b>			
<p>この講義の目標(ゴール)は、ビジネスの現場で使える論理的思考法を身につけることです。論理的思考法、論理的問題解決法と称される手法・メソッドは数多くありますが、シンキング・マネジメント法もその中の一つです。シンキング・マネジメント法は、世の中のすぐれた経営者、管理者、研究者たちがビジネス上の問題解決に当たって、どのように思考しているか、そのプロセス(シンキングパス)を解明し、体系化した手法です。言い換えれば、私たちがビジネスの現場でよく直面する問題・課題に対処するためのすぐれた問題解決/意思決定の知恵、考えるプロセスを集大成し標準化したものです。ビジネスの現場では、何らかの結論を求められる状況(これを問題状況と呼んでいます)に直面します。シンキング・マネジメント法は、この問題状況を次の4つに大別し、それぞれに固有の論理的思考プロセスを標準化しています。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 取り組み課題を明らかにする&lt;状況分析のプロセス&gt;</li> <li>2. トラブルの真の原因を究明する&lt;原因分析のプロセス&gt;</li> <li>3. 最適案を選択する&lt;決定分析のプロセス&gt;</li> <li>4. 将来のリスクに対処する&lt;リスク分析のプロセス&gt;</li> </ol> <p>3日間の講義では、この4つのプロセスを、ケース演習を中心に進めて行きます。各プロセスの進め方は、次のステップです。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) ケースを日頃のやり方で解いてみる</li> <li>2) ケースを通じて手順を理解する。</li> <li>3) テキストで復習する。</li> <li>4) ケースで手順を適用してみる</li> </ol> <p>このステップを通じて、シンキング・マネジメント法を「わかったレベル」から「活用できるレベル」まで高めることが目標です。</p>			
<b>成績評価方法・基準</b>			
講義中の発言・貢献度(20%)及びレポート課題(80%)			
<b>教科書・教材・参考文献 等</b>			
<p>テキスト: 講義当日に配布します。</p> <p>事前課題、事前学習の必要はありません。ただし、思考プロセスはビジネス現場、日常生活を問わず多様な状況で少しでもよいから使ってみる、使い続けることで強化されます。シンキング・マネジメントの理解力を高めるため、事後学習を勧めます。</p>			
<b>質問への対応(オフィスアワー等)</b>			
<b>授業計画(項目・内容)</b>			
<p>1週目</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. イントロダクション <ol style="list-style-type: none"> <li>1 - 1. 問題解決のプロセス</li> <li>1 - 2. 4つの思考プロセス</li> <li>1 - 3. 論理的思考の必要性</li> </ol> </li> <li>2. 原因分析のステップ <ol style="list-style-type: none"> <li>2 - 1. ケース演習1</li> <li>2 - 2. 手順紹介</li> <li>2 - 3. テキスト解説</li> <li>2 - 4. ケース演習2(プロセス適用)</li> </ol> </li> </ol> <p>2週目</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. 決定分析のステップ <ol style="list-style-type: none"> <li>3 - 1. ケース演習1</li> <li>3 - 2. 手順紹介</li> <li>3 - 3. テキスト解説</li> <li>3 - 4. ケース演習2(プロセス適用)</li> <li>3 - 5. ケース演習3(プロセス適用)</li> </ol> </li> </ol> <p>3週目</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. リスク分析のステップ <ol style="list-style-type: none"> <li>4 - 1. ケース演習1</li> <li>4 - 2. 手順紹介</li> <li>4 - 3. テキスト解説</li> <li>4 - 4. ケース演習2(プロセス適用)</li> </ol> </li> <li>5. 状況分析のステップ <ol style="list-style-type: none"> <li>5 - 1. 手順紹介</li> <li>5 - 2. テキスト解説</li> <li>5 - 3. ケース演習</li> </ol> </li> <li>6. まとめ</li> </ol>			
<b>履修者へのコメント</b>			
<p>参加者主体の研修で、ケースの課題をグループで討議することが中心の講義になります。ケースには実務現場でよく遭遇する状況を設定してあります。受講者の方が理解しやすい状況をケースとしておりますので、誰でも容易く論議に参加できます。積極的な参画をお願いします。</p>			

# 2012年度 ビジネス・イノベーション研究科(ビジネス・イノベーション専攻) 修士課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメ)	単位	担当者名
マーケティング革新 3 - 2	1・2年 (1・3セメスター)	2	近藤 雅夫
授業概要・授業目標・授業方法			
<p>1997年に規制緩和の一環として大型小売業に関する法律が改定されて以来、郊外型の大型ショッピングセンター(S C)が全国各地に建設され日本の小売市場は過激な流通戦国時代へ突入した。一方地方都市では郊外型S Cとの競争に敗れた中心市街地の空洞化が進んだが、高齢化社会における小売業の在り方が社会的な課題として浮上してきた。本講義では納入業者の立場から見た大型小売業の現状と今後の課題について論ずると共に、先行き不透明な時代における企業戦略を考察する。</p>			
成績評価方法・基準			
講義中の発言・貢献度(30%)及びレポート課題(70%)			
教科書・教材・参考文献 等			
質問への対応(オフィスアワー等)			
授業計画(項目・内容)			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1.「松風屋の概要」 112年を生き抜いてきた企業の歴史と戦略 創業以来112年を一貫してお菓子の業界で生き抜いてきた企業の戦略を述べる。</li> <li>2.「日本の大型小売業について」 納入業者から見た大型小売業の姿 小売業淘汰の時代を迎えた日本の大型小売業の分析と納入業者から見た大型小売業の課題を論ずる。</li> <li>3.「日本と欧米の大型小売業」 グローバル時代に於ける小売業 欧米の小売業と日本の小売業を比較しながら日本に進出している外資流通業について論ずる。</li> <li>4.「マーケットの変化と商品戦略」 新時代に対応する当社の商品戦略 長期に亘るデフレ傾向、高齢化社会の到来などマーケットが大きく変化している状況とそれに対応する当社の商品戦略を論ずる。</li> <li>5.「不透明な時代に於ける企業戦略」 転換期の企業経営についての考え方 リーマンショックによる米国経済の不振、EU諸国の金融不安から地球規模での経済バランスが変化しているが、市場経済主義がすべてというこれまでの価値観が大きな転換期を迎えつつある中での企業戦略を論ずる。</li> </ol>			
履修者へのコメント			

# 2012年度 ビジネス・イノベーション研究科(ビジネス・イノベーション専攻) 修士課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメ)	単位	担当者名
マーケティング革新 3 - 3	1・2年 (1・3セメスター)	2	神野 重行
授業概要・授業目標・授業方法			
<p>全ての経済活動に必要不可欠なマーケティングは、学問として追求される一方で、感性でしか推し量れないものでもある。</p> <p>名鉄という地域密着の企業集団の中で培った視点で、“商い・サービス業”の本質を論じる。</p> <p>そして今、苦悩に喘ぐ百貨店業界の行く末を、異業種から飛び込んだ者からの目線で見て考えてみたい。</p>			
成績評価方法・基準			
講義中の発言・貢献度(20%)及びレポート課題(80%)			
教科書・教材・参考文献 等			
質問への対応(オフィシアワー等)			
授業計画(項目・内容)			
<ol style="list-style-type: none"> <li>名鉄グループについて この地域に立脚する名鉄グループの根幹会社、名古屋鉄道で鉄道現場から企画、人事、営業や関連事業担当など幅広い業務についてきた経験と、北陸への出向経験から、地域立脚の大切さについての考察を行う。</li> <li>マーケティングについて マーケティングは経営を救えるか？ どんな観点から行なうマーケティングが必要か？ 顧客とは？ について考察する。</li> <li>サービスの心 サービスとは？ 自ら学んだこと。</li> <li>サービスの心 その2 サービスが経営を救えるか？ お客様第一主義とは？ サービスの心に迫る。</li> <li>百貨店について 小売の歴史の中での百貨店の位置づけを知り、問題点と今後の可能性を探る。 生き残る道はあるのか？ を考えてみたい。</li> </ol>			
履修者へのコメント			

# 2012年度 ビジネス・イノベーション研究科(ビジネス・イノベーション専攻) 修士課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメ)	単位	担当者名
環境経営革新 2 - 1	1・2年 (2・4セメスター)	2	山田 文洋
<b>授業概要・授業目標・授業方法</b>			
<p>「モノ創りと環境」 ～ ブラザーグループの環境への取り組み～</p> <p>目次: 1) ブラザーグループの概要紹介 2) 企業における環境活動の必要性 3) ブラザーグループ中期環境行動計画 4) 環境配慮製品設計 5) 環境法規制対応 6) サイト負荷削減とEMS活動 7) 環境コミュニケーション 8) 環境経営度(ベンチマーキング)</p>			
<b>成績評価方法・基準</b>			
講義中の発言・貢献度(20%)及びレポート課題(80%)			
<b>教科書・教材・参考文献 等</b>			
<p>講義内容のレジュメ・・・各講義日に配布予定 ブラザーグループ会社案内2012(PDF版 参考資料)・・・講義日以前にリンク先を連絡します(8月頃公開予定)</p>			
<b>質問への対応(オフィスアワー等)</b>			
<b>授業計画(項目・内容)</b>			
<p>1. モノ創りと環境ブラザーグループの取り組み No.1 1) ブラザーグループの概要紹介 2) 企業における環境活動の必要性 3) RIO + 20とIPCC第4次報告</p> <p>2. モノ創りと環境ブラザーグループの取り組み No.2 1) 国内外を取り巻く環境政策の概況 2) 産業界の自主活動の概要 3) ブラザーグループ中期環境行動計画</p> <p>3. モノ創りと環境ブラザーグループの取り組み No.3 1) 環境配慮製品設計(1)(BVCM:環境ラベル) 2) 環境配慮製品設計(2)(WEEE、リサイクル) 3) 環境配慮製品設計(3)(ErP:LCA) 4) 環境配慮製品設計(4)(エコリーフ)</p> <p>4. モノ創りと環境ブラザーグループの取り組み No.4 1) 環境法規制対応(1)(各国法規制) 2) 環境法規制対応(2)(RoHS:REACH) 3) 環境法規制対応(3)(情報システム)</p> <p>5. モノ創りと環境ブラザーグループの取り組み No.5 1) サイト負荷削減(1)(ポスト京都対応) 2) サイト負荷削減(2)(土壌汚染対応) 3) EMS活動</p> <p>6. モノ創りと環境ブラザーグループの取り組み No.6 1) CSR活動 2) グローバル活動事例 3) 環境コミュニケーション</p> <p>7. モノ創りと環境ブラザーグループの取り組み No.7 1) 環境経営度(ベンチマーキング) 2) 全体総括</p>			
<b>履修者へのコメント</b>			
一方通行的な講義ではなく、受講者の方々とディスカッションをしながら講義を進めていきたいと考えています。			

# 2012年度 ビジネス・イノベーション研究科(ビジネス・イノベーション専攻) 修士課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメ)	単位	担当者名
環境経営革新 2 - 2	1・2年 (2・4セメスター)	2	水野 朝夫
<b>授業概要・授業目標・授業方法</b>			
持続可能な社会」をキーワードとする。持続可能な社会を目指すために何をすればよいか。まず環境問題の現状を理解・把握する。そして何をすべきか、各々のビジョンを策定し、具体的に何をしたら良いかをワークショップで議論し、レポートを提出する。環境問題に取り組むための、すなわち環境経営に役立たせる基本的な立場を理解する。			
<b>成績評価方法・基準</b>			
講義中の発言・貢献度(20%)及びレポート課題(80%)			
<b>教科書・教材・参考文献 等</b>			
必要な資料は、講義で配布します。			
<b>質問への対応(オフィスアワー等)</b>			
授業中のワークショップでの質疑応答、及びE-mailでのやり取り。			
<b>授業計画(項目・内容)</b>			
<p>1. オリエンテーションおよび日本ガインCSRレポートの概要説明(11/16)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・オリエンテーション(講義の概要紹介と自己紹介)</li> <li>・自己紹介では、「講座を受ける動機」、「環境経営への思い」などについても話してもらう。課題レポートとして提出</li> </ul> <p>[講義]・日本ガインCSRレポートを紹介。企業の環境への取り組みを紹介する。CO2削減廃棄物削減等の説明。 [課題]講座を受ける動機、環境経営への思いなどの提出</p> <p>2. 環境問題の現状[テーマは持続可能性]「持続可能な社会を目指すために何をすればよいと思いますか。」(11/30)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・1時間程度の講義と30分程度のワークショップ。</li> </ul> <p>[講義]・過去の事例に学ぶ環境問題 ・低炭素社会、循環型社会、自然との共生をキーワードとした、持続可能な社会について説明。 [ワークショップ] グループ討議「持続可能な社会を目指すために何をすればよいと思いますか。」 [課題]各自の討議の結果をまとめる「持続可能な社会を目指すために何をすればよいと思いますか。」</p> <p>3. 持続可能な社会へのビジョンを描こう (12/7)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・1時間程度の講義と30分程度のワークショップ。</li> </ul> <p>[講義]歴史に学ぶ環境問題「文明崩壊」 [ワークショップ] グループ討議「持続可能な社会へのビジョンを描こう」 ・関係省庁のビジョンの紹介 ・履修者のビジョン案の紹介。ワークショップでビジョンについて議論する。 [課題]各自の討議の結果をまとめる「各自のビジョンの作成・ビジョンについて」</p> <p>4. 過去のビジョンを学ぶ持続可能な社会を目指すためのビジョンを描こう (12/14)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・1時間程度の講義と30分程度のワークショップ。</li> </ul> <p>[講義]ビジョン事例「課題先進国日本とものづくり」の紹介 [ワークショップ]・履修者のビジョンの紹介。 ・2050年ビジョンの紹介 [課題]具体的な対策案のデジユメ作成。</p>			



5. 持続可能な社会を目指すために何をすればよいのか具体的な対策案を描こう (12/21)

・1時間程度のワークショップと30分程度の講義。

【ワークショップ】

・具体的な対策案の紹介。

・履修者の具体的な対策案の紹介、自分達の身近で感じられている環境への取組みの確認。

・それを取組む際、不足していると思われる課題抽出。可能な限り環境改善提案。

【講義】・官公庁等の具体的な対応事例の紹介

【課題】「持続可能な社会を目指すために何をすればよいか」レポートのデジユメの作成

6. 「持続可能な社会を目指すために何をすればよいか」レポートの骨組みの発表 (1/11)

・1時間程度のワークショップと30分程度の講義。

【ワークショップ】レポートのデジユメの紹介

・この課題をまとめ、環境改善提案の具体化。履修者の皆さんの意識の中に芽生えた環境意識への提言の形でレポートとしてまとめる。

・人数が多い場合は、グループに分かれ、大きなテーマごとにストーリー作りを行う。

【講義】・参考対応事例の紹介

【課題】レポートたたき台の作成

7. 持続可能な社会を目指すために何をすればよいか。たたき台の発表。(1/18)

・1時間程度のワークショップと30分程度の好評。

【ワークショップ】発表と議論と好評

・前回講義で発表した「持続可能な社会への具体策の骨組み」と議論によってブラッシュアップした内容をもとに、履修者の皆さんの意識の中に芽生えた環境意識への提言の形でレポートのたたき台を発表する。

・グループ討議で議論し、更にブラッシュアップを図る。環境改善提案を具体化。履修者の皆さんの意識を高める。

【課題】最終発表会向けレポートの作成

8. 持続可能な社会を目指すために何をすればよいか課題発表会 (1/25)

・課題の発表会を行う。発表内容を吟味し、履修者の皆さんの意識の中に芽生えた環境意識への提言の形でまとめる。発表会で議論した内容を宿題レポートに反映させる。

・講義の感想

【宿題レポート】以上の成果をまとめ、提出する。

現在我々は、持続不可能な社会にいます。持続可能な社会を目指すために何をすればよいと思いますか。  
先ず、授業を受ける前にご自分の考えをまとめてください。授業を通じて議論していきたいと思います。

# 2012年度 ビジネス・イノベーション研究科(ビジネス・イノベーション専攻) 修士課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメ)	単位	担当者名
企業社会責任 2 - 1	1・2年 (1・3セメスター)	2	岸田 邦裕
<b>授業概要・授業目標・授業方法</b>			
<p>マクロ環境の変化、IT化・グローバル化の進展、消費者のライフスタイルの変化に対応するため、わが国には多様な価値観を有する企業が存在する。</p> <p>その結果、一次・二次環境の変化への対応に即応できず、企業社会責任を果たす事ができなくなった結果消費者の信用・信頼を失墜しマーケットから退出する企業も増加している。</p> <p>本講義では「ものづくり」に必要な企業法務・制度を学ぶと共に、製造業、食品製造業の事例を参考として企業社会責任とはなにかを考察していく。</p> <p>また受講生による企業社会責任に関する考察の発表機会を持つことにより全員参加型の講義を目標とする。</p>			
<b>成績評価方法・基準</b>			
講義中の発言・貢献度(20%)及びレポート課題(80%)			
<b>教科書・教材・参考文献 等</b>			
準備したプリント(パワーポイントの映写含む)を使用します。			
<b>質問への対応(オフィスアワー等)</b>			
<b>授業計画(項目・内容)</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. CSRとは <ul style="list-style-type: none"> <li>・オリエンテーション</li> <li>・CSRとは</li> </ul> </li> <li>2. CSRとは <ul style="list-style-type: none"> <li>・企業がCSRに取り組む背景</li> <li>・CSRへの取組み方法</li> </ul> </li> <li>3. ものづくりに必要な企業法務 <ul style="list-style-type: none"> <li>・製造物責任法(PL法)とは</li> <li>・PL法施行後の概容とPL法訴訟の概容</li> </ul> </li> <li>4. ものづくりに必要な企業法務 <ul style="list-style-type: none"> <li>・PL事件と企業の対応事例</li> <li>・不正競争防止法等</li> </ul> </li> <li>5. 製造業 ～社会的に評価される品質生産にむけて～ <ul style="list-style-type: none"> <li>・繊維製造業の取組み事例(トヨタ生産方式の導入、ポカヨケなど)</li> <li>・受講生による企業社会責任事例・考察発表</li> </ul> </li> <li>6. 製造業 ～社会的に評価される品質生産にむけて～ <ul style="list-style-type: none"> <li>・自動車部品製造業の取組み事例</li> <li>・(5S、外国人労働者の活用)</li> <li>・受講生による企業社会責任事例・考察発表</li> </ul> </li> <li>7. 食品製造業 ～食品企業に求められる企業倫理～ <ul style="list-style-type: none"> <li>・食品表示の偽造問題とコンプライアンス(事例研究)</li> <li>・受講生による企業社会責任事例・考察発表</li> </ul> </li> <li>8. 食品製造業 ～食品企業に求められる企業倫理～ <ul style="list-style-type: none"> <li>・食品表示の偽造問題とコンプライアンス(事例研究)</li> <li>・受講生による企業社会責任事例・考察発表</li> </ul> </li> <li>9. 食品製造業 ～食品企業に求められる企業倫理～ <ul style="list-style-type: none"> <li>・食品安全に対する企業の具体的取組</li> <li>・受講生による企業社会責任事例・考察発表</li> </ul> </li> <li>10. 企業社会責任 <ul style="list-style-type: none"> <li>まとめ</li> </ul> </li> </ol>			
<b>履修者へのコメント</b>			

受講生の積極的な講義参加態度を期待しています。白熱したディスカッションや発表の機会を多く設けたいと考えています。

## 2012年度 ビジネス・イノベーション研究科(ビジネス・イノベーション専攻) 修士課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメ)	単位	担当者名
企業社会責任 2 - 2	1・2年 (1・3セメスター)	2	西川 幸孝
<b>授業概要・授業目標・授業方法</b>			
<p>雇用の確保は、社会が企業に求める大きな役割です。また、人材力が企業の活力の源泉でもあります。一方、経済構造の変化の中で、賃金など労働条件の不利益変更、休業、派遣契約の解除、期間雇用者の雇い止め、正社員の整理解雇などを行わざるを得ないケースもあり、企業の社会的な責任が問われる局面が少なからず発生しています。その結果、労使間トラブルも年々増加しています。</p> <p>企業がその社会的な責任を果たしていくには、最低限の労働関係法の理解が不可欠です。それに加え、民事上のトラブルをできるだけ避けるための労務管理上の適切な対応が必要となります。</p> <p>5回の講義を通じ、企業経営と人事労務マネジメント上の課題、労働法の体系と雇用契約、労務管理上のポイントなどの基本的事項を確認します。また、少子高齢化の時代にあって、多様な就業形態とワーク・ライフ・バランスを確保する企業経営のあり方が求められており、それらのテーマについて理解を深めていただきます。</p>			
<b>成績評価方法・基準</b>			
講義中の発言・貢献度(20%)及びレポート課題(80%)			
<b>教科書・教材・参考文献 等</b>			
<p>【テキスト】 オリジナルレジュメを作成し、講義中に配布します。</p> <p>【参考図書】 西川幸孝『小さくても「人」が集まる会社 有益人材集団をつくる「採用マネジメント力」』(日本経済新聞出版社 2011年)</p>			
<b>質問への対応(オフィスアワー等)</b>			
* メールにて対応いたします。(メールアドレス n@b-link.jp)			
<b>授業計画(項目・内容)</b>			
<p>5回の講義を、以下の区分により質疑応答、ディスカッションをまじえて進めていきます。</p> <p>1. 企業経営と人事労務マネジメントの課題、労働法の体系 人事労務マネジメントを構成する人材活用上、労務リスク管理上の各要素を確認し、経営の観点から見た今日的な課題を概観していきます。 また、労働関係法は、強行法規としての労働基準法から、雇用に係る民事上のルールを定めた労働契約法まで多数存在しますが、それらの機能と企業経営との関連を理解します。</p> <p>2. 雇用契約のポイントを理解する 雇用契約とは何かを理解し、法律が定める採用、労働時間、休憩、休日、休暇等に関する内容を確認します。その上で、どのような点に留意して人事労務マネジメントを行っていくべきかを考えます。</p> <p>3. 労働条件の変更、雇用の終了に関する問題 賃金引き下げなど労働条件の不利益変更や、希望退職の募集、退職勧奨、有期雇用者の雇い止め、整理解雇など雇用の終了について、法的要件やマネジメント上のポイントを確認します。</p> <p>4. 多様な就業形態と労働安全衛生、ワーク・ライフ・バランスの確保 非正規社員、派遣、請負など多様な就業形態と今後重要性を増す企業の柔軟な人材活用のあり方について学びます。また、セクハラ、パワハラ、過労死問題など企業の責任が問われるケースが増えています。企業に求められる労働者への安全配慮義務、健康管理に関する法的責務等を確認します。</p> <p>5. これからの人事労務マネジメント 複雑化する社会の中で、企業が社会責任を果たしながら成果を上げていくためには、どのような人事労務マネジメントが必要か、ディスカッションとQ &amp; Aで進めます。</p>			
<b>履修者へのコメント</b>			
<p>講義の中で参考図書、企業における事例などを紹介しますので、興味のある方はさらに深く学んでいただければと思います。</p> <p>人事労務マネジメントは、企業経営における最重要課題の一つです。この講義が企業社会責任を考える上で、少しでも参考になればと思います。</p>			

## 2012年度 ビジネス・イノベーション研究科(ビジネス・イノベーション専攻) 修士課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメ)	単位	担当者名
サプライ・チェーン・マネジメント	1・2年 (1・3セメスター)	2	伊藤 清道
授業概要・授業目標・授業方法			
<p>この授業では、サプライチェーンマネジメントと経営戦略と言う2つの目で、様々な業界を分析します。各クラスは事前に配布されたケースをもとにしたクラス討議と教員による関連理論の解説のセットで構成されています。まず、1～5コマ目でサプライチェーンマネジメントの基礎を抑えた後、6コマ目以降は、様々な企業の経営戦略とそのサプライチェーンの整合性を議論して行きます。ケースでは、理論を理解し易くするため、古い局面も多く登場しますので、ケースに登場した企業の最新の状況も、受講者の皆さんの交替プレゼンと言う形で紹介して行きたいと思います。</p>			
成績評価方法・基準			
成績基準は、出席率;30%、授業への参画;40%、課題発表30%です。			
教科書・教材・参考文献 等			
<p>テキスト:なし、毎回必要な資料のコピーを配布します          参考資料:          「経営戦略の論理」伊丹敬之(日本経済新聞社)          「ザ ゴール」:エリヤフ ゴールドラット(ダイヤモンド社)          *その他、参考になる文献はいくつかありますので、随時ご紹介します。</p>			
質問への対応(オフィスアワー等)			
授業計画(項目・内容)			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. サプライチェーンって何ですか              サプライチェーンの構成について概説。その後、講座の第1回ですから、「みなさんが何を勉強したいのか」についても議論して頂こうと思っています。</li> <li>2. Dellコンピューターがサプライチェーンを変えた?              サプライチェーンマネジメントの成功例として有名なDellコンピューターのサプライチェーンで何が起こったのかを勉強します。</li> <li>3. SCMの理論基盤1:制約理論と ザ ゴール(1)              サプライチェーンマネジメントの基盤となったと言われている制約理論(TOC)を小説仕立てでまとめた本が「ザゴール」です。この本の要約をご紹介します、みなさんに議論して貰いながら、制約理論と従来の生産(販売)管理の概念の違いを理解します。</li> <li>4. SCMの理論基盤2:トヨタ生産方式              ゴールドラット氏がトヨタ生産方式を認知していたか否かは、未だもって謎ですが、制約理論に先立ち、ほぼ同じ概念で生産革新を進めてきたのがトヨタ生産方式です。トヨタ生産方式発展の歴史を振り返り、全体最適の考え方が、どんなメリットを生み出してきたのかを探ります。</li> <li>5. ビジネスゲーム:ビールゲーム              受講生のみなさんが、小売店・特約店・製造会社の役割を演ずるビールゲームを通じて、日々サプライチェーンで何が起きているのか理解して頂きます。</li> <li>6. ドンキホーテ              6コマからは経営戦略の議論が始まります。今回は、流通小売の異端児ドンキホーテの議論を通じ戦略の顧客適合を学び、その観点からドンキホーテのサプライチェーン戦略を考えます。</li> <li>7. サムソン</li> </ol>			



8. HOYA  
戦略のビジネスシステム適合と眼鏡業界のサプライチェーン。
9. エプソン  
戦略の技術適合とプリンター業界のサプライチェーン。
10. ファンケル  
戦略の資源適合と健康食品業界のサプライチェーン。
11. アサヒビール  
戦略の組織適合とビール業界のサプライチェーン。
12. 多角化:1974(トヨタが ルームエアコンを売った時)  
12コマ目からは応用編で、更にいくつかの企業の経営戦略とサプライチェーンを見て行きます。  
今回は、トヨタの多角化チャレンジケースを見ながら、多角化とサプライチェーンの関係について議論します。
13. 航空業界:ピープルエアーとサウスウエスト航空  
北米で、彗星の如く現れ、一気に北米No5の航空会社に成長し、またたく間に消えた「ピープル航空」と未だに健在なサウスウエスト航空を参考に航空業界の経営戦略とそのサプライチェーンについて学びます。
14. コンビニエンスストア  
業界最大手のセブンイレブンと北海道ではセブンを凌駕するセイコーマートを比較し、コンビニ業界の経営戦略とサプライチェーンを考えます。
15. まとめ  
最終回では、効果的なサプライチェーマネジメントの要点をおさらいし、皆さんが携わっている(または身近な)サプライチェーンをこの要点に基づいて評価して頂き、改革の方向を議論してみたいと思います。

#### 履修者へのコメント

講義を聴いて覚えるのではなく、「考える」。考えた結果を、クラス全体に説明する、自分の世界の「具体案として発展させる」、そんな方に受講して頂きたいと思います。いろいろ考えるって、結構楽しいですよ。

# 2012年度 ビジネス・イノベーション研究科(ビジネス・イノベーション専攻) 修士課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメ)	単位	担当者名
経営革新 5 - 1	1・2年 (1・3セメスター)	2	寺岡 寛
授業概要・授業目標・授業方法			
<p>経営革新をイノベーションという視点から捉えるとともに、現在、日本企業が取り組むべき経営革新の課題について理解を深めることを本講義の重要テーマとしている。また、日本の問題を明確化させるために、国際比較視点も取り入れていきたいと思っている。一方的な講義はしない。あくまでも双方通行型のクラス運営であるので、積極的な発言を期待している。</p>			
成績評価方法・基準			
講義中の発言・貢献度(20%)及びレポート課題(80%)			
教科書・教材・参考文献 等			
<p>寺岡寛『イノベーションの経済社会学 ソーシャル・イノベーション論 - 』          税務経理協会(2011年)など。          必要に応じて、参考文献あるいは参考資料を指示する。</p>			
質問への対応(オフィスアワー等)			
<p></p>			
授業計画(項目・内容)			
<p>1. 経営革新とは何か。 イノベーション論を中心に、その課題を明確にしたいと考えている。</p> <p>2. 経営革新と日本の現状 日本の現状を実際のケースを中心に、双方通行で進めるものとする。</p> <p>3. 経営革新の国際比較 国際比較によって、日本の課題が一層明確になるので、フィンランドなどの事例を検討したい。</p>			
履修者へのコメント			
<p>毎回、小レポートを課すことにしたい。</p>			

# 2012年度 ビジネス・イノベーション研究科(ビジネス・イノベーション専攻) 修士課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメ)	単位	担当者名
経営革新 5 - 2	1・2年 (1・3セメスター)	2	吉田 春樹
授業概要・授業目標・授業方法			
<p>自分の経験から、社長業として心がけてきたことをお話し、どんな会社になりたいか夢を語りながら、働きがい、生きがいはどんなときに感じるか、意識の持ち様次第で、物の見方・己の認識が変わることを皆と一緒に語り合いたい。</p>			
成績評価方法・基準			
講義中の発言・貢献度(20%)及びレポート課題(80%)			
教科書・教材・参考文献 等			
タイムリーに資料を出します			
質問への対応(オフィスアワー等)			
授業計画(項目・内容)			
<p>1～4回</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ あいさつ大切</li> <li>・ 企業は人なり</li> <li>・ 己がわからない</li> <li>・ 魅力のある人</li> <li>・ 自己啓発</li> <li>・ コーチングの大切さ</li> <li>・ 生きがい働きがい</li> <li>・ コンプライアンス</li> <li>・ 知識より意識</li> <li>・ 人生設計</li> </ul>			
履修者へのコメント			
<p>何を学ぼうとして受講を希望したか、事前に知りたい。          標題の内容・順番は変更する場合があります。</p>			

# 2012年度 ビジネス・イノベーション研究科(ビジネス・イノベーション専攻) 修士課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメ)	単位	担当者名
経営革新 5 - 3	1・2年 (1・3セメスター)	2	須田 寛
授業概要・授業目標・授業方法			
<p>新「産業観光」論 21世紀は交流の世紀といわれる。この交流を支えるものは「観光」であり、又、その基盤としては「交通(鉄道)」等のインフラである。それらの経営の現状、あり方を実務面から探求する。</p>			
成績評価方法・基準			
講義中の発言・貢献度(20%)及びレポート課題(80%)			
教科書・教材・参考文献 等			
『そこが知りたい観光・都市・環境』を全員に贈呈する。			
質問への対応(オフィスアワー等)			
授業計画(項目・内容)			
<p>1. 「鉄道経営論(1)」 鉄道経営の現状 鉄道経営の課題</p> <p>2. 「鉄道経営論(2)」 今後の鉄道の取組 新しい鉄道経営の方向</p> <p>3. 「観光(産業)経営論(1)」 観光の現状 観光の課題</p> <p>4. 「観光(産業)経営論(2)」 「新しい観光」の展開 観光による地域経済活性化 産業観光論</p>			
履修者へのコメント			

# 2012年度 ビジネス・イノベーション研究科(ビジネス・イノベーション専攻) 修士課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメ)	単位	担当者名
経営革新 5 - 4	1・2年 (1・3セメスター)	2	川村 悌式
授業概要・授業目標・授業方法			
<p>「広告とは社会の鏡」と言われるように、時代の変遷と共に大きく変貌を遂げてきた広告。情報化社会の到来で、メディア環境が益々、多様化・複雑化していく中、広告はこの先どう進化していくのか。更に、世界的な景気の後退、少子高齢化社会の到来、地球温暖化の進展、資源・エネルギー問題といった様々な問題が山積する現代において、広告が果たすべき役割とは何か。これらを一広告会社という視点や枠を超えて、皆さんと一緒に考えてみたい。</p>			
成績評価方法・基準			
講義中の発言・貢献度(20%)及びレポート課題(80%)			
教科書・教材・参考文献 等			
質問への対応(オフィスアワー等)			
授業計画(項目・内容)			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. メディア環境の変化への対応 時代の変遷と広告の歴史 メディアの技術革新と多様化への対応</li> <li>2. 地域社会とのかかわり 名古屋の実力と課題 地域に密着したサービスの提供</li> <li>3. 広告会社のイノベーション 広告代理業から繁盛支援業へ 社会における広告会社の使命</li> </ol>			
履修者へのコメント			



# 2012年度 ビジネス・イノベーション研究科(ビジネス・イノベーション専攻) 修士課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメ)	単位	担当者名
経営革新 5 - 5	1・2年 (1・3セメスター)	2	神田 真秋
授業概要・授業目標・授業方法			
<p>知事・市長の経験に基づいて、実際の政治的・社会的事案、事象を取り上げ、それらの分析と検討を通じ、多様なものの見方、考え方を養い、生きた行政のマネジメントの理解を深めたい。</p>			
成績評価方法・基準			
出席、討論、レポート			
教科書・教材・参考文献 等			
特になし(必要に応じコピー配布)			
質問への対応(オフィスアワー等)			
授業計画(項目・内容)			
<p>1. できるだけその時どきの具体的な課題・テーマを選んで進めたい。</p>			
履修者へのコメント			
<p>生きた政治の世界を通じて、ものの見方、考え方を学んでいただきたい。</p>			

# 2012年度 ビジネス・イノベーション研究科(ビジネス・イノベーション専攻) 修士課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメ)	単位	担当者名
起業マネジメント 4-2	1・2年 (2・4セメスター)	2	筒井 宣政
授業概要・授業目標・授業方法			
<p>～無限の好奇心・情熱・努力・友情(ネットワーク)～関西学院大学経済学部を卒業後、父親の起こした樹脂製品加工会社に入社するも、莫大な借金を背負うが、不屈の精神で短期間に返済完了。次女の心臓病を契機に医療の世界に進み、利益追求ではなく、一人でも多くの命を救うべく日夜励んでいる。その経験の中にある経営においてのヒントを見つけて欲しい。</p>			
成績評価方法・基準			
講義中の発言・貢献度(20%)及びレポート課題(80%)			
教科書・教材・参考文献 等			
質問への対応(オフィスアワー等)			
授業計画(項目・内容)			
<ol style="list-style-type: none"> <li>無限の好奇心・情熱・努力・友情(ネットワーク) 【内容】 ・冒頭挨拶 ・東海メディカルプロダクツ設立まで 東海高分子化学 / アフリカ</li> <li>製品開発から顧客を満足させる商品開発型企業へ 【内容】 ・医療とリスク ・東海メディカルプロダクツ設立 次女の病気 / 医用高分子学会 / 人工心臓開発 ・IABPバルーンカテーテルの開発</li> <li>利益確保第一主義の企業から企業市民意識の強い社会から賞賛される企業へ ・模倣型企業から独想型企业へ 【内容】 ・社会貢献 ・PTCA・PTAバルーンカテーテルの開発 ・独創的な開発製品</li> <li>中部地域の高いモノづくり技術を医療機器産業に 【内容】 ・日本の医療機器産業の現状 ・中部地域の高いモノづくり技術を医療機器産業に ・ものづくりに対する考え方の比較</li> </ol>			

# 2012年度 ビジネス・イノベーション研究科(ビジネス・イノベーション専攻) 修士課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメ)	単位	担当者名
起業マネジメント 4-4	1・2年 (2・4セメスター)	2	渡邊 吉弘
授業概要・授業目標・授業方法			
<p>「我が社の経営ビジョンと第5の経営資源「らしさ」」</p> <p>産学協同研究で得られたものは「直接的な研究成果」のみならず、「新しいビジネスチャンス」や「人材育成」そして「大企業との対等的な共同技術開発」等があります。東洋精鋼では、産学協同研究によって培われた技術的な背景をもとに、「深く・狭く」を追求し、コアコンピタンスを磨くことに傾注してきました。本講義では、こうした経営戦略とそれを支える人材そしてビジョンの設定、企業文化を形成する「らしさ」共有の重要性についても述べさせていただきます。</p> <p>また、企業の進むべく道を考えるにあたり非常に重要なポイントである「我が社の顧客は誰か?」、「我が社は何屋か?」について、発想の仕方などCase Studyで講義の時間中討論してゆきたいと思います。</p>			
成績評価方法・基準			
講義中の発言・貢献度(20%)及びレポート課題(80%)			
教科書・教材・参考文献 等			
Power pointの発表資料のコピー			
質問への対応(オフィスアワー等)			
授業計画(項目・内容)			
<p>1. 我が社の歴史と経営戦略</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・創業から自立期そして発展期</li> <li>・産学協同研究と販売戦略</li> <li>・徹底してコアコンピタンスを磨く</li> </ul> <p>【内容】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・100%親会社依存体質(創業期)</li> <li>・ピーニング技術の出会いで自立を目指す</li> <li>・狭く、深く = 事業ドメインを一つに集中</li> <li>・大企業との連携で新商品開発(成功 = 販売)</li> <li>対等な開発が出来るような体制作り</li> <li>・国際会議での人の出会い = 新しい事業展開</li> </ul> <p>2. 第5の経営資源(東洋らしさ)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・企業文化を知る研修会</li> <li>ビジョンの共有その重要性</li> <li>・経営計画発表会</li> <li>・率先垂範による実行</li> </ul> <p>【内容】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・事業の本質</li> <li>・顧客は誰か?</li> <li>・お客様への基本機能と付加機能を充実させる</li> <li>・我が社は何屋か?</li> </ul> <p>企業の方向性を考えるにあたり重要なポイントについて顧客は誰かを中心にCase Studyで考えます</p>			
履修者へのコメント			

## 2012年度 ビジネス・イノベーション研究科(ビジネス・イノベーション専攻) 修士課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメ)	単位	担当者名
リスクマネジメント	1・2年 (2・4セメスター)	2	竹川 享志
<b>授業概要・授業目標・授業方法</b>			
<p>わが国におけるリスクマネジメントの歴史は浅く、「リスク」という言葉もその概念を特定することもないままマスコミ用語、日常用語として使用されている。</p> <p>このように、半ば自然に意識されないまま浸透しつつある、実社会におけるリスク概念に対し、学術的研究は当然のことながら先んじて行われており、土台なき言葉の乱用によって、両者による認識の差異ができてはじめています。</p> <p>本講義においては、リスクマネジメントの本質を、正しく理解した上で、実態社会に適切に応用できることを目的として取り組む。従って、最終的には産学協同の立場から、使えるリスクマネジメントの習得を可能な限り試みる。</p>			
<b>成績評価方法・基準</b>			
講義中の発言・貢献度(20%)及びレポート課題(80%)			
<b>教科書・教材・参考文献 等</b>			
必要に応じて講義の中で指示する。			
<b>質問への対応(オフィスアワー等)</b>			
講義中、講義後に対応する。 E-mailにても受け付ける。			
<b>授業計画(項目・内容)</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>リスクマネジメントの概要 リスクマネジメントの大枠をつかみ、どういった部分を解析していくかを説明する。</li> <li>リスクマネジメントの歴史の変遷 歴史の比較的浅いリスクマネジメントであるため、1コマにてその発祥からわが国への導入までの経緯を知る。</li> <li>リスク概念の多様性 標題の如く、リスク概念の多様性について触れ、説明について可能な限り言及する。</li> <li>リスクの調査・分析 潜在リスクを顕在化させると同時にその調査・分析手法を研究する</li> <li>リスクファイナンス リスク処理手段の代表的な方法としてリスクファイナンスを学ぶ。</li> <li>リスクファイナンスの事例研究及び発表・討議 具体的な事例を挙げ、リスクファイナンスを実行することによる効果の測定を試みる。</li> <li>リスクコントロール リスクファイナンスと並んで代表的なリスク手段として、リスクコントロールを学ぶ。</li> <li>リスクコントロールの事例研究及び発表・討議 リスクファイナンスと同様、具体的な事例により、その効果の測定を中心に議論を進める。</li> <li>クライシスマネジメント 「リスク」に対して「クライシス」の局面を研究する。</li> <li>危機管理コーディネーション リスクによるロスを引き起こす根本原因の探求と、最新の理論であるとされる危機管理コーディネーションという概念を知る。</li> <li>企業倒産とその原因 倒産回避責任とリスクマネジメントの実施。</li> <li>セキュリティ・システム・マネジメント 昨今注目されている情報セキュリティマネジメントを中心に、考察する。</li> <li>ソーシャル・リスクマネジメント 家庭危機管理を含む新たな概念を紹介、検討する。</li> <li>危機管理マニュアルの策定 大規模災害等を想定し、実行可能な危機管理マニュアルの策定ポイントを探ると同時に、その作成を試みる。</li> <li>事例研究・発表・討議及びまとめ 危機管理マニュアルの各自における作成・発表と、リスクマネジメントが最終的に折り込まれたものであるかを検証する。</li> </ol>			
<b>履修者へのコメント</b>			
<p>出席及び積極的な討議参加が望まれる。</p> <p>前半は、リスクマネジメントに関する講義形式が主体となるが、後半は実際に各自による事例研究・発表・討議を中心に進めていく。</p> <p>また、適宜時事問題やトレンドも折り込んでいく。</p>			

## 2012年度 ビジネス・イノベーション研究科(ビジネス・イノベーション専攻) 修士課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメ)	単位	担当者名
ベンチャー・キャピタル・マネジメント	1・2年 (2・4セメスター)	2	池田 芳原
<b>授業概要・授業目標・授業方法</b>			
我が国では「起業」についての関心が各方面で強まっている。そして、産・官・学にわたって起業を積極的に支援していいこうという風潮にある。これらの背景を探ると共に起業に伴う問題点や課題を資金調達、大学との関係、大企業との関係等々、種々の観点から検討する。更に個々の成功事例、失敗事例を教材として、それらの要因を探っていく。起業家の発想や行動が起業する者だけでなく、一般の組織人にとって、大変重要である事を理解してもらう。株式上場について、賛否両論を詳しく検討する。ベンチャー・キャピタルに関して、その役割と活用法、そして最近の動向を探る。			
<b>成績評価方法・基準</b>			
講義中の発言・貢献度(20%)及びレポート課題(80%)			
<b>教科書・教材・参考文献 等</b>			
テキストは特に使用しない。 参考書: 講義の中で適宜紹介する。			
<b>質問への対応(オフィスアワー等)</b>			
<b>授業計画(項目・内容)</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 講義の進め方及び新規起業を巡る環境・風土 先ず講義の進め方を説明し、併せて物事の見方について考えてみる。次に我国の起業の状況を、資料を参考にしながら、時間的経過、他国との比較から考えてみる。そして、起業が求められている背景について議論すると共に、現状が起業に適した環境にあるかどうか検討する。 失敗に対する受け止め方、再起は困難なのか起業及び再起のネックとなる要因は何か、等々も考えていく。</li> <li>2. 起業支援制度・資金調達 前回検討した背景・諸要因を踏まえて、公的・私的な起業支援体制を概観し、現状をチェックする。 問題点があれば取り上げ、今後進むべき方向を考えていく。 「起業」という主体的活動に関し、「支援」とはどのような意味をもたせるべきか、自分が事業を起こすと仮定して、必要な条件を考えてみる。その過程で大切な要素は何かを討論する。</li> <li>3. ベンチャー・キャピタルの役割と動向(その1)</li> <li>4. ベンチャー・キャピタルの役割と動向(その2)</li> <li>5. ベンチャー・キャピタルの役割と動向(その3) 直接金融と間接金融の違いをきちんと理解する。起業する者にとって資金調達をどう考えるべきか議論する。 日本のベンチャー・キャピタルの歴史を概観し、その特徴を理解する。 併せて、米国のベンチャー・キャピタルと対比する。最近の動向についてもチェックする。 これらを通して、ベンチャー・キャピタルのあり方を再検討する。更に、起業する立場から、ベンチャー・キャピタル及び銀行とどう関わっていくかを考える。</li> <li>6. 株式公開の意義(その1)</li> <li>7. 株式公開の意義(その2) 何のために株式を公開するのか、原点に遡って考える。株式の公開は起業家の最終目的か。 キャピタルゲインのために起業するのかといった点を検討していく。株式公開のメリット、デメリットについて議論する。</li> <li>8. 起業成功事例(その1)</li> <li>9. 起業成功事例(その2)</li> <li>10. 起業成功事例(その3)</li> <li>11. 起業成功事例(その4) 成功した起業家達について、起業の動機、戦略、困難の克服等を種々の角度から分析してみる。 議論しながら、起業の成功要因を検討する。 ベンチャー・キャピタルとしての成功事例も検討してみる。いくつかのケースを題材にして議論する。</li> <li>12. 起業失敗事例 失敗した起業家達のいくつかの実例を材料に、失敗の原因、共通点、環境等を検討する。 その上で、失敗を避けるにはどうすべきかを考えてみたい。ベンチャー・キャピタルとしての失敗事例も検討する。</li> </ol>			



- |  |
|--|
| <p>13. 大学と新規事業<br/>最近、活発になっている産・学・官のネットワーク形式について、その動向、成果、問題点、今後の方向を議論する。<br/>起業する側に立って、大学の役割を考えてみる。</p> <p>14. 大企業・大組織と新規事業<br/>大企業を行う起業支援、大企業のベンチャー・キャピタル機能に関して検討すると共に、<br/>大組織における起業家的発想の重要性について考えてみる。</p> <p>15. まとめ<br/>これまでに討議した諸論点を踏まえ、更に、これからどう学習し、実務にどう応用すべきかを検討する。<br/>時間があれば、内外の文献を講読する。</p> |
|--|

<b>履修者へのコメント</b>
------------------

議論しながら、自ら学び取るという考え方で進めていきたい。
------------------------------

## 2012年度 ビジネス・イノベーション研究科(ビジネス・イノベーション専攻) 修士課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメ)	単位	担当者名
中小企業の経営革新	1・2年 (2・4セメスター)	2	加藤 靖慶
<b>授業概要・授業目標・授業方法</b>			
<p>グローバル化が進む大企業に比べ、縮小する国内を主たる市場としている中小企業の経営は厳しいという言葉に尽きる。経営資源において遅れをとる中小企業の活力を取り戻すためには経営革新をいかにすすめるかにかかっている。中は中なりの、小は小なりの経営革新のやり方がある。</p> <p>日本の中小企業は同業種間の数が多い競争が繰り返されてきた。現在では身を削るような価格競争に直面し、同族企業においては一族の報酬・給与カットし食いつないでいるところが多い。この局面をいかに打開していくか。本講座では、教員・受講生一体になって事例研究等を通じてその対応策を考えていきたい。</p> <p>また、開業率の逆転現象に歯止めをかけるためにも、中小企業ががんばり、起業家たちに刺激を与えねばならない。そのためにどんな提案が出来るか。</p> <p>現在の中小企業が引き続き成長・発展していくためには、絶えざる経営革新が求められている。この中小企業の取り巻く経営環境を見据え、経営戦略の視点から経営革新を支援することができる能力を身につけることを講義の中心的テーマに置く。</p> <p>本講座は、経営革新の策定と実行について、実際の中小企業のケース・スタディを用いて実践していく。その過程で、コンサルティング技法を体得することを目指す。</p>			
<b>成績評価方法・基準</b>			
講義中の発言・貢献度(70%)及びレポート課題(30%)			
<b>教科書・教材・参考文献 等</b>			
<p>中小企業庁 新事業促進課編集発行『今すぐやる経営革新』</p> <p>加藤靖慶著「松下幸之助に学ぶつきの原理」</p>			
<b>質問への対応(オフィスアワー等)</b>			
<b>授業計画(項目・内容)</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. イントロダクション 本講座の学習目標、学習方法等の確認。クラス討議の進め方。</li> <li>2. これからの中小企業経営 複雑化する中小企業を取り巻く外部環境の変化に、どのように対応していくか。主体的に対応するカギはどこにあるのか。変化の予測と対応のあり方を検討する。</li> <li>3. 経営理念と経営革新 トヨタグループ、パナソニック、京セラ等の経営理念の精神を研究・分析し軸のぶれない経営とは何か、そこから引き出される経営革新は何かを探索。</li> <li>4. 経営理念と経営革新 経営理念に基づくビジョナリー経営の実践例を、配布する事例により京都企業から学ぶ。その他配布資料で中小企業の事例も研究する。</li> <li>5. 経営革新計画に挑戦 「中小企業新事業活動促進法」による経営革新支援の進め方、経営革新計画の作成のしかたを中小企業庁の資料に基づいて実践的にマスターする。</li> <li>6. ケース・スタディ 中小製造業A社の経営革新事例 A社の企業概要と沿革、経営革新を必要とした背景、事業承継者の決断と、その決断内容は果たして正しかったか等を検討する。</li> <li>7. ケース・スタディ 中小製造業A社の経営革新事例 今後のA社のさらなる経営革新のための挑戦について、現状をふまえ、これからの戦略を策定する。本項では戦略の前提となる経営理念の再検討、SWOT分析の展開をし、経営戦略案の立案をする。</li> <li>8. ケース・スタディ 中小製造業B社の経営革新案 自動車部品(号口品)製造業B社は、現在ギリギリ状態の経営が続いているが、本項ではB社の現状分析をし、問題点の整理をする。</li> <li>9. ケース・スタディ 中小製造業B社の経営革新案 B社の現状打破のための経営革新案を探索。SWOT分析による環境把握と経営を革新するための戦略の策定をし、B社の方向づけをする。</li> <li>10. A社・B社の事例総括 経営者のリーダーシップ、戦略を策定する組織のあり方、組織構造と人材育成の基本等について総括するとともに、経営革新の方向づけについて総括的な提言をする。</li> <li>11. ケース・スタディ 中小サービス業C社の経営革新事例 C社の創業のいきさつと企業の沿革、成長の軌跡、人材育成の実態、新規事業への参入等の現状分析をする。</li> <li>12. ケース・スタディ 中小サービス業C社の経営革新事例 C社が、以前ニューリーダー研修でまとめたSWOT分析の内容と経営戦略案について評価するとともに、今後の経営革新について検討する。</li> <li>13. 事例研究: パナソニック創業者松下幸之助氏は徒手空拳でいかに立ち上げて来たか 幸之助氏のつきの原理とは何かを配布する著作に基づいて分析し、中小企業へいかに応用するかを検討する。</li> <li>14. 事例研究: パナソニック創業者松下幸之助氏は徒手空拳でいかに立ち上げて来たか 中小企業の経営革新はなぜ必要か。幸之助経営哲学をじっくり検討し、変えてはならない基本と、変えなければいけない経営手法を学ぶ。中小企業の現状の問題点、問題を克服するための課題は何か等も併せて検討する。</li> <li>15. 中小企業と日本的経営のあり方 これまでそうであったが、グローバル化の下でも中小企業は日本的経営を維持できるか。日本的経営強みと弱みを分析し、真の強みは何かを 探索。中小企業が経営革新を実践するために、労使一体となった運命共同体的連帯感がいかに大切なものかを研究分析する。</li> </ol>			
<b>履修者へのコメント</b>			

テキストと事例内容のコピー、ワークシート、その他必要な資料を提供し、ケース・スタディを実りあるものにしたい。  
全員参加型の講座内容とし、プレゼンテーションとグループ討議・クラス討議を重視。  
受講希望者は、明るく、前向きな姿勢で参加され、他のメンバーの考え方を傾聴し、そしてご自分の意見を出していただきたい。

## 2012年度 ビジネス・イノベーション研究科(ビジネス・イノベーション専攻) 修士課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメ)	単位	担当者名
特殊講義 (技術経営) 2 - 1	1・2年 (2・4セメスター)	2	山田 基成
<b>授業概要・授業目標・授業方法</b>			
技術経営の基礎理論を学習し、これを日本の製造企業の現状に適用して考察を加えることを通じて、日本企業の抱える経営課題と今後の対応について検討する。講義で取り上げる主な内容は以下の通りである。			
1. 日本のモノづくりの現状 2. モノづくりビジネスの困難性 3. 技術イノベーションと製品ライフサイクル 4. 製品のアーキテクチャとモジュール化 5. 経済性とビジネス・システム 6. 経営スピードの実現 7. スキルと競争優位性 8. 市場のグローバル化とニッチ企業 9. 企業間連携による新事業開発 10. 日本のモノづくり企業の行方			
<b>成績評価方法・基準</b>			
講義中の発言・貢献度(20%)及びレポート課題(80%)			
<b>教科書・教材・参考文献 等</b>			
テキスト: 山田基成『モノづくり企業の技術経営』中央経済社、2010年。 参考書: 延岡健太郎『MOT[技術経営]入門』日本経済新聞社、2006年。 Melissa A. Schilling, Strategic Management of Technological Innovation, McGraw-Hill International Edition, 2008.			
<b>質問への対応(オフィスアワー等)</b>			
質問等がある場合には、メールにて対応する			
<b>授業計画(項目・内容)</b>			
講義の進め方と、技術経営が求められる背景について理解する 2. 日本のモノづくりの現状 日本のモノづくりが置かれている現状と課題を把握する 3. モノづくりビジネスの困難性 近年の日本のモノづくりの困難性をもたらしている3つの要因と、その背景にある経済や社会の変化について検討する 4. 技術イノベーションと製品ライフサイクル イノベーションの基礎理論について、技術イノベーションと製品ライフサイクルの関係を中心に学ぶ 5. 製品のアーキテクチャとモジュール化 ITやエレクトロニクス産業において、アーキテクチャとモジュール化の進展がもたらしたモノづくりへの影響と変革について考察する 6. 経済性とビジネス・システム ビジネス・システムにおいて、規模と範囲の経済性に加えて、近年は外部経済性と代替経済性の活用が重要となっていることを学ぶ 7. 経営スピードの実現 経営におけるスピードの実現にさいしては、戦略的思考による焦点の絞り込みや明確化が不可欠であることを事例を通して考察する 8. スキルと競争優位性 モノづくりの競争優位性は人のスキルがカギを握っており、その活用により技術力を向上するプロセスについて学ぶ 9. 市場のグローバル化とニッチ企業 市場のグローバル化の変容に対する生産システムの変化と、日本企業の成長可能性について検討する 10. 企業間連携による新事業開発 企業間の連携を通じた新事業開発のマネジメントについて、中小企業の取組事例を取り上げて考察する 11. 日本のモノづくり企業の行方 今後の日本のモノづくりが目指すべき方向性について、これまでの議論を踏まえて多角的に検討する			
<b>履修者へのコメント</b>			
毎回、下記のテキストを1章ずつ読んだ上で講義に参加してもらいたい			

# 2011年度 ビジネス・イノベーション研究科(ビジネス・イノベーション専攻) 修士課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメ)	単位	担当者名
特殊講義 (技術経営) 2 - 2	1・2年 (2・4セメスター)	2	堀江 親
<b>授業概要・授業目標・授業方法</b>			
<p>・工作機械の事業と経営の理解を通して、日本のものづくりの強み・課題の考察 機械を作る機械＝マザーマシンと呼ばれ、日本の得意産業の一つである工作機械産業理解し、日本のものづくりの源泉、これからの課題を探る。</p> <p>・ものづくり現場の「現実」とものづくりの「経営」とのリンクを考察 日本のものづくりの強みである現場力にアプローチし、経営の視点で維持・強化すべきこと、新たな強みとすべきことを探る。</p>			
<b>成績評価方法・基準</b>			
講義中の発言・貢献度(20%)及びレポート課題(80%)			
<b>教科書・教材・参考文献 等</b>			
<p>テキストは、配布資料で行います。参考書は、本授業と直接関係ありませんが、深く理解するために「生産マネジメント入門 1・2」藤本隆宏教授著 興味深く理解するために「町工場こそ日本の宝」他 橋本久義教授 著書 などを推奨</p>			
<b>質問への対応(オフィスアワー等)</b>			
<b>授業計画(項目・内容)</b>			
<p>工作機械産業の理解</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 工作機械とは何か(製品・機能)「髪の毛の太さの1/100の精度を追求」</li> <li>・ 工作機械産業とは何か(市場・顧客・技術)「需要が先進国から新興国へ広がる」</li> <li>・ 工作機械産業の歴史(構造変化・技術進化)「シクリカルグロースの産業」</li> </ul> <p>工作機械事業の経営1</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 日本の工作機械産業「27年間世界一の生産国」</li> <li>・ 日本の工作機械の強みの源泉「日本人の礼節・チームワークが生きる」</li> <li>・ 日本の工作産業の新たな課題「ものづくりのグローバル化への対応」</li> </ul> <p>工作機械事業の経営2</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 工作機械の生産プロセス「付加価値・コスト・リードタイムの最適化へ」</li> <li>・ 工作機械の損益構造「シクリカル性への挑戦」</li> <li>・ 投資の目で見た工作機械経営「資本効率オンリーへアンチテーゼ」</li> </ul> <p>工作機械の事業戦略</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ グローバル販売戦略「グローバルブランドの確立」</li> <li>・ プレミアム・プロダクト戦略「オンリーワン技術で独自ポジションへ」</li> <li>・ グローバル・コスト戦略「日本で作って世界で勝つ」</li> </ul>			
<b>履修者へのコメント</b>			
<p>授業計画の時間配分はあくまで目安とし、受講者の反応を勘案しながら内容等調整をさせていただきます。 授業の終わりには、日本のものづくり産業に対する受講者の方の考え方が示すことができるよう受講いただきたいと思います。</p>			



# 2012年度 ビジネス・イノベーション研究科(ビジネス・イノベーション専攻) 修士課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメ)	単位	担当者名
行政改革 4-1	1・2年 (2・4セメスター)	2	柳田 昇二
授業概要・授業目標・授業方法			
<p>国と地方のあり方、官・民の役割分担など、わが国の地方行政は一大変革期を迎えている。平成12年には地方分権一括法が、平成18年には地方分権改革推進法が施行されるとともに、市町村合併や行財政改革などが進んできている。加えて、政権交代・大阪都構想など地方行政はさらなる変革が予想される。このような変化の状況とその背景を探ると共に、地方行政の仕組と役割の変化、地方財政の現状と課題、新しい方向などについて考察する。また、地方行政の仕組では、英国等の地方行政との比較分析を行う。</p>			
成績評価方法・基準			
講義中の発言・貢献度(20%)及びレポート課題(80%)			
教科書・教材・参考文献 等			
行政改革<新版> 編著 田中一昭 ぎょうせい 新地方自治入門 岡本全勝 時事通信社			
質問への対応(オフィスアワー等)			
授業計画(項目・内容)			
<p>1. 地方行政の現状</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地方行政改革の背景 経済社会の変化、住民自治の高まり、財政危機への対応</li> <li>・最近の制度改正の状況 地方分権推進法、市町村合併法など</li> </ul> <p>2. 地方行政の仕組と変化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地方行政の仕組 国と地方、県と市町村の行政分担、英国・ドイツの地方行政</li> <li>・行政体制の整備 市町村合併、県をこえる広域行政</li> </ul> <p>3. 地方財政の現状と新しい方向</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・国と地方の財政</li> <li>・愛知県財政の現状と課題</li> <li>・新しい行財政手法の導入 PFI、指定管理者制、市場化テストなど</li> </ul>			
履修者へのコメント			
固いテーマばかりですが、できる限り外国や日本の具体例、社会とのかかわり、計数などをあげて講義を進めるつもりです。多くの院生の参加を期待しています。			

# 2012年度 ビジネス・イノベーション研究科(ビジネス・イノベーション専攻) 修士課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメ)	単位	担当者名
行政改革 4-2	1・2年 (2・4セメスター)	2	諏訪 一夫
<b>授業概要・授業目標・授業方法</b>			
<p>「豊かな社会での地方行政の21世紀」はどうか。どうすればよいか。- 日本社会が豊かさというナショナルゴールを達成し、次の目標設定が明確にされていない。機能不全となった20世紀型思考とシステムを転換しなければならない。依存から自立へ。経済重視の利益配分民主主義からの脱却、新しい時代に行政は何をすべきか。取組み範囲、手法、公的主体は何か、費用負担はどうするか。これらを、「機能としての地方行財政の問題」と位置づけ再構築する必要がある。民間経営に学び、NPM(ニューパブリック・マネジメント)の考えを入れながら、地方自治体(名古屋市等)が取組んでいる行財政改革の事例を通して、自治体における経営改革の実情と課題を考える。</p>			
<b>成績評価方法・基準</b>			
講義中の発言・貢献度(20%)及びレポート課題(80%)			
<b>教科書・教材・参考文献 等</b>			
<p>参考書 「自治体バランス・スコアカード」 「自治体行政評価ケース・スタディー」(東洋経済新報社) 名古屋市行財政計画 名古屋市財政健全化計画など</p>			
<b>質問への対応(オフィスアワー等)</b>			
<b>授業計画(項目・内容)</b>			
<p>1. 地方自治のこれまでの成果と課題 地方行政を支えてきたものー豊かな社会の実現がもたらしたもの 1 明確な目標 豊かさと便利さの追求 目標の達成 目標の喪失 2 潤沢な財源 経済成長による豊富な税 経済発展の終了 財政の破綻 3 効率的な行政機構 全国同一水準の行政サービスー行政の転換の遅れ ー機構の機能不全</p> <p>2. 地方債残高からみる地方財政 膨大な借金(地方債残高)を抱える地方財政の課題と今後の方法</p> <p>3. これからの展望と21世紀システムへの転換 これまでの枠組みを変えるーパラダイムシフト 1 地方財政制度を変えただけでは、変らない地方行政 2 成功したがゆえに、見えてこない新たな課題-モノから心の豊かさへ 3 行政の基底にある日本人の意識-与えられ消費するから自ら創るへ 4 人口減少時代の地方行財政</p> <p>4. 自治体経営の新潮流 規範的側面・経営的側面 地方のことは、自らの財源で考え、対応するシステムの確立 改革を求められている環境要因と自治体経営の視点 1 逼迫している財政状況 2 公共サービスへの新たな期待と公的関与のあり方と応える組織 3 地方分権 4 公の範囲 公私から官共私 5 民間経営手法の導入 NPM、顧客志向</p> <p>5. 行政評価 行政評価は、NPMの中核をなすメニューである。自治体経営では、情報公開や説明責任とともに、行政サービス全般(施策や事務事業)についての優先順位や劣後順位を明確にする上で必須のツールといえる。 事務事業の成果を明らかにし、施策の進捗度を認識することである。 既存の施策から、今日現在住民の求める(ニーズ)施策へのシフト替え。</p>			
<b>履修者へのコメント</b>			
地方行政に何を期待するべきか。公共の利益とは。共に議論したい。			

# 2012年度 ビジネス・イノベーション研究科(ビジネス・イノベーション専攻) 修士課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメ)	単位	担当者名
行政改革 4-3	1・2年 (2・4セメスター)	2	神田 真秋
授業概要・授業目標・授業方法			
<p>知事・市長の経験に基づいて、実際の政治的・社会的事案、事象を取り上げ、それらの分析と検討を通じ、多様なものの見方、考え方を養い、生きた行政改革の理解を深めたい。</p>			
成績評価方法・基準			
出席、討論、レポート			
教科書・教材・参考文献 等			
特になし(必要に応じコピー配布)			
質問への対応(オフィスアワー等)			
授業計画(項目・内容)			
<p>1. できるだけその時どきの具体的な課題・テーマを選んで進めたい。</p>			
履修者へのコメント			
生きた政治の世界を通じて、ものの見方、考え方を学んでいただきたい。			

# 2012年度 ビジネス・イノベーション研究科(ビジネス・イノベーション専攻) 修士課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメ)	単位	担当者名
行政改革 4-4	1・2年 (2・4セメスター)	2	寺村 信行
授業概要・授業目標・授業方法			
1. 日本は大きな政府か小さな政府か(行政改革の実態) 2. 公共投資削減(コンクリートから人へ)政策の意味するところ 道路公団民営化と郵政民営化 3. 地方分権改革の実態と望ましい姿 4. 少子高齢化社会と社会保障制度改革(年金・医療・福祉)のあるべき姿			
成績評価方法・基準			
講義中の発言・貢献度(20%)及びレポート課題(80%)			
教科書・教材・参考文献 等			
質問への対応(オフィスアワー等)			
授業計画(項目・内容)			
1週目 1. 日本は大きな政府か小さな政府か 2. コンクリートから人への政策はいかにあるべきか 3. 何のための郵政民営化であったのか 2週目 1. 地方分権改革 今何故地方分権改革か 小泉政権の三位一体の改革 民主党政権の地方主権改革 2. 少子高齢化社会の現状 高齢化・少子化・格差拡大をもたらしたもの 3. 少子高齢化社会に求められる社会保障制度改革 年金格差・後期高齢者医療制度・少子化(子供手当)・障害者対策			
履修者へのコメント			

## 2011年度 ビジネス・イノベーション研究科(ビジネス・イノベーション専攻) 修士課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメ)	単位	担当者名
ビジネス・イングリッシュ	1・2年 (2・4セメスター)	2	ポール・タナー
<b>授業概要・授業目標・授業方法</b>			
This course focuses on English conversation for business. Students will learn business English vocabulary as well as conversation and presentation skills. Active participation is encouraged and expected. Each class will have time for one-on-one conversation with a partner for fluency practice. TOEIC practice and strategies for the test are also included in the textbook.			
<b>成績評価方法・基準</b>			
Evaluation will be based on class participation, performance, and competency (40%), completion of homework assignments(25%), and a final presentation(35%).			
<b>教科書・教材・参考文献 等</b>			
Business Venture 2, Student Book, by Barnard, Cady, Duckworth, and Trew. ISBN: 9780194578189 Business Venture 2 Workbook, by Barnard and Cady. ISBN: 9780194578103 Oxford University Press			
<b>質問への対応(オフィスアワー等)</b>			
<b>授業計画(項目・内容)</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1 . Self-introductions and meeting people Introduce yourself and introducing others.</li> <li>2 . Telephoning Making a phone call, leaving messages, and taking messages.</li> <li>3 . Schedules and appointments Reviewing days, dates, and times and talking about schedules</li> <li>4 . Company Performance Describing graphs and presenting information</li> <li>5 . Products and Services Product features and asking about features, designing a product.</li> <li>6 . Talking about decisions Business decisions and explaining decisions, discussion case studies.</li> <li>7 . TOEIC TOEIC strategies and test preparation</li> <li>8 . Complaints and Problems Identifying problems and making requests</li> <li>9 . Language of Complaints writing complaints (letter and email)</li> <li>10 . Checking Progress Travel arrangements and updates, a new business, future plans.</li> <li>11 . Future Prospects Forecasting and predicting trends, decisions and financial advice.</li> <li>12 . Regulations and advice Job requirements and company regulations; giving advice.</li> <li>13 . Meetings and Discussion Suggestions and discussing ideas, company website and case studies</li> <li>14 . Speaking in Public How to give a presentation</li> <li>15 . Final Presentation Individual presentations with class feedback.</li> </ol>			
Students completing the course will be able to express their opinion in English and be familiar with various business conversation techniques. Students will be able to understand and take part in basic business communication and think critically and creatively in a business manner. Every class will include a chart or graph from a recent newspaper that will be explained and discussed briefly.			



## 2012年度 ビジネス・イノベーション研究科(ビジネス・イノベーション専攻) 修士課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメ)	単位	担当者名
経営数学	1・2年 (2・4セメスター)	2	ノテストイン
<b>授業概要・授業目標・授業方法</b>			
<p>このコースでは、インプット値が不確実な様々なビジネス状況で利益や費用、リスクを予測するためスプレッドシートを使ったシミュレーションを中心に上げていきます。第1～3回では、基本的な計算、分析や最適化を行うため、エクセルの関数とデータテーブル、ゴールシーク、ソルバー、ピボットテーブルといった機能とグラフについて学びます。次にビジネスに関する問題で入力値や原料等の制約が複数ある場合に、最適な解決策を見つけるため如何にソルバーを使用するか学習します。その後はエクセルのアドインである@RISK(アットリスク)を使ったシミュレーションが中心です。まず、元となる数学的なコンセプトについて理解するため、確率の基礎について論じます。そして、エクセルと@RISKを使い予測される利益やコストを如何に求め、また、それらの信頼度を如何に評価するかを学んでいきます。次に大きな損失、非常に高いコストといった極端な結果となるリスクの予測について、また、入力値が結果に影響を及ぼす程度を評価する感度分析を取り上げます。こういったコンセプトとテクニックを学でから、様々なビジネス問題を解いていきます。</p> <p>教科書はPractical Management Science (3rd edition Revised Wayne Winston / S. Christian Albright共著)を使用します。本書は英語ですがクラスで扱う部分については日本語訳を配布します。教科書価格には講義で使用する意思決定ソフト@Riskの使用許可2年の費用も含まれています。</p>			
<b>成績評価方法・基準</b>			
講義中の発言・貢献度(20%)及びレポート課題(80%)			
<b>教科書・教材・参考文献 等</b>			
<b>質問への対応(オフィスアワー等)</b>			
<b>授業計画(項目・内容)</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. エクセルの利用 1 スプレッドシート デザインの基本</li> <li>2. エクセルの利用 2 スプレッドシート デザインの基本</li> <li>3. エクセルの利用 3 スプレッドシート デザインの基本</li> <li>4. 最適化 入力値、条件が複数ある場合での最善策をソルバーにより求める</li> <li>5. 感度分析 入力値により最適解が如何に影響を受けるかを調べる</li> <li>6. 最適化問題 ソルバーを使用する最適化問題例</li> <li>7. 最適化問題 引続きソルバーを使用する最適化問題例</li> <li>8. ゴールプログラミング 複数のゴールが設定されている場合の最善策の求め方、 “optimizing with multiple objectives”</li> <li>9. シミュレーションの初歩 アドイン @Riskを使ったシミュレーション</li> <li>10. オペレーションモデル 入札、保証費用</li> <li>11. オペレーションモデル 期限付き計画、デミングの漏斗実験</li> <li>12. ファイナンシャルモデル 製品開発、現金収支、引退</li> <li>13. マーケティングモデル 顧客価値、商品返却率の削減</li> <li>14・15. シミュレーション まとめ</li> </ol>			
<b>履修者へのコメント</b>			

# 2012年度 ビジネス・イノベーション研究科(ビジネス・イノベーション専攻) 修士課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメ)	単位	担当者名
特殊講義 (比較文化論)	1・2年 (2・4セメスター)	1	若山 滋
授業概要・授業目標・授業方法			
<p>今日の世界は、急速にグローバル化が進行し、さまざまな文化がさまざまな地域で交錯するようになっている。しかもこれまででは一つの文明発展に向かって収斂するムーブメントにあったものが、現在では異なる文化がそれぞれの主張をもって、多角的な相互関係のもとに共存する傾向にある。このような時代に、近代文明、西欧文化に偏りがちであった異文化に対する視点を、より普遍的なものとして涵養する必要がある。</p> <p>本講義では、地球上における文化のタイポロジーと地理的条件から、それぞれの特質、歴史的関係のダイナミズム、そして日本文化と異文化との関係、文学、建築、美術、音楽、映画など諸文化の総合、現代におけるさまざまな衝突と融合の実態について、具体的に論じながらも、浩瀚な文化関係の体系を構築するようにしたい。</p>			
成績評価方法・基準			
講義中の発言・貢献度(20%)及びレポート課題(80%)			
教科書・教材・参考文献 等			
「世界の建築術」 彰国社 若山滋著 「風土から文学への空間」 新建築社 若山滋著			
質問への対応(オフィスアワー等)			
授業計画(項目・内容)			
1週目 世界文化の類型と相互性  文明と文化の関係 世界文化の地理的タイポロジー 世界文化の風土的タイポロジー 文化の相互関係とそのダイナミズム ユーラシアの帯という視点 地中海文明とヨーロッパ文化 中国と韓国と日本 アメリカの位置づけ 異文化の衝突と融合 文化の力学とは  2週目 日本文化の生い立ちと現代文化の方向  日本文化の黎明 日本文化と漢字文明との関係 王朝文化の特質 武家文化の特質 南蛮と呼ばれた文明との関係 近世文化の特質 近代西欧文明との出会い アメリカ文化の影響 中国文化の変質 ネット社会における文化環境			
文学、映画、音楽など、すべてのジャンルにおいて、異文化に関する幅広い興味をもっておくこと。			

# 2012年度 ビジネス・イノベーション研究科(ビジネス・イノベーション専攻) 修士課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメ)	単位	担当者名
特殊講義 (都市空間経営)	1・2年 (2・4セメスター)	1	若山 滋
授業概要・授業目標・授業方法			
<p>人類は都市化を進める動物であり、われわれの居住環境は、時とともに加速度的に変化する。特に情報技術の発達によるネット社会の到来は、都市そのものの在り方を大きく変えていくことが予想される。これからの都市空間は、これまでのような官と民の単純な境界性を越え、複雑な機能が相互に絡み合う場として論じられる必要がある。本講義では都市空間を、社会、経済、技術、文化、すべての面において経営学的に論じるとともに、都市空間の、企画、開発、設計、投資、建設、運営、保守、更新などの具体的な諸現象を、経営的な視点から考えていく。</p>			
成績評価方法・基準			
講義中の発言・貢献度(20%)及びレポート課題(80%)			
教科書・教材・参考文献 等			
「インテンシブ・シティー都市の集約と民営化」鹿島出版会 若山滋著			
質問への対応(オフィスアワー等)			
授業計画(項目・内容)			
<p>1週目 都市化の本質と実態  都市化とは何か  都市化の歴史  日本の都市化の経緯  農業時代の都市  工業時代の都市  情報時代の都市</p> <p>2週目 都市空間の経営  都市のインフラとセミ・インフラ  都市と交通  都市と通勤者(通勤者)  高層化と集約化  セミパブリック・スペース  都市空間の代謝  都市開発の手法  都市空間の運営  都市空間の保守と更新</p>			
履修者へのコメント			
街を歩きながら、店舗、オフィス、住居、文化などの空間を観察すること			