

# 『出張講演』・『出張講義』

## ご案内

2013年度（平成25年度）版



事業創造大学院大学

記載のテーマおよび内容、時間をご要望により仕様を変更することが可能です。仕様変更や記載の無いテーマでの講演についてはご相談くださいますようお願い致します。

## <出張講演のテーマ>

1. 世界経済の潮流の変化と日本の産業・企業の対応
2. ベンチャー企業の資金調達
3. 俗流「地域づくり」を排す - 「地域づくり活動総合マトリックス」と「地域づくり達成指数」の試み
4. あなたの店・サービスが選ばれるには
5. 「おもてなしの心とサービス経営」
6. 「60歳からの起業のすすめ~夢は必ず実現する~」
7. 「女性目線」を企業経営に活かす
8. 先発企業（先進国メーカー）と後発企業（新興国メーカー）の戦略比較
9. イノベーションのジレンマに打ち勝つ新興国市場商品戦略
10. 韓国現代自動車の強みと弱み
11. 「AVEDA」の人気の秘密
12. 現場力をマーケティングに活かす~コンビニエンスストアの事例~
13. 自分自身のブランド化「応援される力はどこから生まれるのか？」
14. 情報化社会の歩き方（セキュリティと倫理）
15. デジタル化時代の著作権から見た情報の利活用
16. ソーシャル・キャピタル（社会関係資本）が生み出す価値とは
17. オープンソース戦略に基づくビジネスモデルの検討
18. 競争に打ち勝つマーケティング戦略
19. 地域活性はどうあるべきか
20. 家庭の運営や商店経営、企業経営に必要な経営学用語を学ぶ
21. たった二人で起業したグーグルはなぜ10年で売上げ二兆円を達成できたのか  
—グーグルが世界を大きく動かした本当の理由を探る—
22. IT分野のラディカルイノベーションと国際的普及の関係  
—社会現象にまでなったiモードが国際的に普及しなかった原因を探る—
23. 税法入門の入門
24. 適時開示の実務
25. 人材マネジメントをめぐるエトセトラ  
—人事だけでなく上司と部下が考えるべきヒトの問題—
26. 昨今のミドルマネジャーが抱える課題  
—ミドルの本質的役割とモチベーション—
27. ナレッジマネジメント（知識経営論）の現在  
—暗黙知・ITからイノベーションへ—
28. サムスンやエーザイに学ぶ人材育成  
—職場でのOJTだけに頼らない育成—
29. アルビレックス新潟をめぐる7人の侍
30. 起業家・経営者・ビジネスマンのリスクテイクする日常心と学習する習慣  
—PASSIONとINTELLIGENCE—
31. キャッシュフローで会社を強くする  
—見える会計・動かす会計・儲ける会計—
32. 株式市場と会計情報

1	テーマ	世界経済の潮流の変化と日本の産業・企業の対応
	講師	湯川 真人
	時間	60分 または 90分
	概要	<p>近年、世界経済には大きな潮流の変化が進展している。それは、新興国経済の急速な発展と、曲がり角に直面している日・米・欧など経済先進国という構図であるが、それぞれが構造的問題を内包している。この構造的問題は、実体経済、金融資本市場という経済の場だけではなく、社会における格差や環境問題など広範囲に及び、それぞれが複雑に絡み合っている。今後のわが国の経済・産業・企業の進む方向を考える時、こうした大きな潮流変化に対する十分な認識と、その意味するところを深く洞察することは不可欠である。</p> <p>本講演においては、まず現在の世界経済が内包する構造的問題のフレームワークを認識し、その中で日本の位置付けを確認する。その枠組みの中で、世界で日々現実に起きている経済事象が日本の産業・企業・金融の分野とどのように関連付けられかを理解し、今後の日本経済の進むべき方向を考えていきたい。</p>

2	テーマ	ベンチャー企業の資金調達
	講師	宇田 賢一
	時間	90分
	概要	<p>起業し、事業を開始するには資金が必要です。事業を軌道に乗せるためにも資金が必要です。いかにビジネスモデルがすばらしくても、いかに経営者の能力が高くても、資金の調達ができなければ、資金の調達方法を間違えれば、資金の管理がうまくできなければ、ベンチャー企業は存亡の危機を招くことになります。失敗しないための資金調達、資金管理について考えてみたいと思います。</p>

3	テーマ	俗流「地域づくり」を排す - 「地域づくり活動総合マトリックス」と「地域づくり達成指数」の試み
	講師	田中 延弘
	時間	90分
	概要	<p>地域づくり活動と称してしばしば取り組まれるイベントや地域間交流事業等では、そのこと自体が手軽な目標とされてしまっており、それらを通じて何を達成しようとしているのかが考えられていない。</p> <p>地域づくりへの行政や住民の熱意と努力を空回りや自己満足に終わらせないためには、以下の2点が必要である。</p> <p>(1) 求められる地域づくり目標は何なのかを明確化すること。達成のための手段と混同しないこと</p> <p>(2) 地域づくり目標の達成度を把握し、改善方法の策定に資すること</p> <p>こうしたアプローチには体系だった思考過程が必要であり、本講演では、そのための枠組みを「地域づくり活動総合マトリックス」と「地域づくり達成指数」として提示し、議論していくこととしたい。</p>

4	テーマ	あなたの店・サービスが選ばれるには
	講師	富山栄子
	時間	60分 または 90分
	概要	<p>今やコモディティ化の時代。製品マーケティングの中心的存在として位置づけられていた「差別化」はもはや意味をなしません。類似品が出たら、価格を下げるか付加価値をつけるか、「付加価値」とはサービスである。あなたの会社のサービスが選ばれるにはどうしたらいいのかについて講義を行います。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 顧客の立場に立った4C</li> <li>2. 「モノ」消費から「コト」消費の時代へ</li> <li>3. 顧客を驚かせるサービス「顧客感動」</li> <li>4. 顧客に満足度を尋ねる</li> <li>5. 会社にとっての大きな損失</li> <li>6. ポジショニング戦略</li> <li>7. サービスの宣伝の基本的なルール</li> <li>8. 会社のサービスチェックポイント</li> </ol>

5	テーマ	「おもてなしの心とサービス経営」
	講師	富山栄子
	時間	60～90分
	概要	<p>お客様を感動させるまごころがあなたにはあるでしょうか?お客様を不愉快な気持ちにさせてないでしょうか。また、家族に対して小言を言っておられないでしょうか?お客様を感動させるおもてなしは一人ひとりのちょっとした気配りや、まごころによってできています。それを会社として組織立ててやれば感動サービスの相乗効果が生まれます。「おもてなしの心」が見直されている時代、心から相手を思いやり喜ばそうという気持ちが求められています。形だけのサービスではお客様は満足しません。「おもてなし力」は、どうすれば相手の役に立てるかと常に心がけ、喜ばせようと知恵を絞る気持ちです。</p> <p>相手に対して、笑顔で相手に尽くす、感謝するという「おもてなしの心」をもつことはいかなる場合においても大切です。また、これはサービス経営においても同様に言えることです。おもてなしの心は、旅館業・ホテル業・学習塾・飲食業・理容美容業、販売業・医薬産業・教育業などあらゆるサービス産業において求められています。</p> <p>それではどのようにしたら、お客様に満足し感動してもらえるのでしょうか?どのようにしたら、家族と会話をうまく行えるのでしょうか?この講義では「おもてなしの心とサービス経営」について講義します。</p>

6	テーマ	「60歳からの起業のすすめ～夢は必ず実現する～」
	講師	富山栄子
	時間	60分 または 90分
	概要	<p>東南アジア諸国は、人口ボーナス期であるが、日本は1965～2000年ごろまでのボーナス期が終了し、オーナス（重荷）期に突入した。そうした中で60歳以上の退職者の新たな人生の送り方として、趣味でもよいが、小さくとも仕事を見つけ、社会とのつながりを維持し、誰かに貢献する「60歳からの起業」の勧めについてお話しします。</p> <p>(1) 夢は必ず実現する：自分自身の人生を精一杯生きる</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・自分の過去の体験</li> <li>・夢を実現するためには、周りの力を自分に集める</li> <li>・一時的にどのような厳しい環境に置かれたとしても、そこで動揺することなく、今できることから始める。</li> <li>・ビジョン</li> </ul> <p>(2) 起業は社会貢献であり、精一杯自分自身の人生を生きること</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「今できることから始める」</li> <li>・自分の経験と感性を大切にすること。</li> <li>・自分がどのような人生を送りたいのかを考える</li> <li>・夢を実現するために目標・達成期限をきめ、今何をすべきか考える</li> <li>・できること、事業のコア・収益確保できることから始める</li> </ul>

7	テーマ	「女性目線」を企業経営に活かす
	講師	富山 栄子
	時間	60～90分
	概要	<p>「女性目線」を経営に活かす企業が増えてきています。これからの競争社会に生き残っていくためには「女性目線」をいかに活用するかが大切なポイントになってきています。ではなぜ、今「女性目線」が大切なのでしょう、そして、具体的に企業の現場ではどのような取り組みがなされており、そのことによってどのような成果を挙げているのでしょうか、本講義では「女性目線」を企業経営に活かすにはどのようにしたらいいのかについてお話しします。</p>

8	テーマ	先発企業（先進国メーカー）と後発企業（新興国メーカー）の戦略比較
	講師	富山 栄子
	時間	60分～90分
	概要	<p>先発企業（先進国メーカー＝トヨタ）と後発企業（現代自動車）の戦略を比較し、先進国メーカーにとっての、新興国戦略立案における重要なポイントについてお話しします。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 新興国市場進出戦略</li> <li>2) 参入プロセスの違い</li> <li>3) マーケティング戦略の違い</li> <li>4) 新興国の不完全なインフラに対する対応の違い</li> <li>5) 韓国企業と日本企業の経営スタイルの違い</li> </ol>

9	テーマ	イノベーションのジレンマに打ち勝つ新興国市場商品戦略
	講師	富山 栄子
	時間	90分
	概要	新興国で成功するためには、どのような市場戦略を取ればいいのでしょうか？そのポイントは低価格製品市場開拓、高品質差別化戦略、現地適合製品開発戦略にあるものと思われます。イノベーションのジレンマに打ち勝つ商品戦略について、そのポイントをお話します。最後に、今後日本企業が新興国に対してどのような戦略をもっていけばいいのかについてお話します。

10	テーマ	韓国現代自動車の強みと弱み
	講師	富山 栄子
	時間	90分
	概要	現代自動車は近年、新興国にとどまらず先進国においても急速に販売台数を増大させています。このような現代自動車の躍進の要因はどこにあるのでしょうか。マーケティング戦略と製品開発プロセスの強みと弱みについてお話します。 1) 現代自動車のグローバル・マーケティング戦略 2) 製品戦略 3) 販売戦略 4) 選択的的重点的現地適合化戦略 5) 現地適合車の製品開発プロセス

11	テーマ	「AVEDA」の人気の秘密
	講師	富山 栄子
	時間	60分～90分
	概要	アメリカの化粧品会社「AVEDA」は創業者ホースト レッケルパッカー氏が、植物由来の成分をベースとしたヘアケア製品のメーカーとして、1978年にアメリカ・ミネソタ州ミネアポリスに設立した会社です。「AVEDA」は化粧品業界で最大級のオーガニック原料を購入し、環境に負荷をかけない経営や社会貢献に尽く、世界的に高いブランド力をもっています。この「AVEDA」の秘密はどこにあるのでしょうか。 ・エクスペリアンス・マーケティング（体験価値マーケティング） ・商品説明だけではない！物販だけではない ・「モノかサービスか」から「モノもサービスも」へ ・経験してもらおう→リピーター→物販購入 ・サービスプロフィットチェーン ・内部の人を満足させる

12	テーマ	現場力をマーケティングに活かす～コンビニエンスストアの事例～
	講師	富山 栄子
	時間	60分
	概要	コンビニエンスストアの事例を用いて、現場スタッフの力をどのようにして引き出し、活用すれば、スタッフがやる気を出して働いてくれるのか、現場でどのようなマーケティングを行えばいいのか、それが、会社の業績アップに寄与するのかについてお話しします。

13	テーマ	自分自身のブランド化「応援される力はどこから生まれるのか？」
	講師	富山 栄子
	時間	60分～90分
	概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>・モノを売る時代でなく個人を売る時代</li> <li>・個人が簡単にメディアが持てる時代（ブログ、メルマガ、SNS）</li> <li>・真の人脈：自分が何かやろうとしたときに、応援してくれる人</li> <li>・「人脈作りの原点は自分作りから」</li> <li>・ブランドロイヤルティ（銘柄忠誠）→ブランド支援→ブランド共創</li> <li>・顧客との対話は商売の基本</li> <li>・人生を語るとブランドになる一ストーリー（物語：その人の生き様や体験）の重要性：ストーリーが感動と共感を生む</li> </ul>

14	テーマ	情報化社会の歩き方（セキュリティと倫理）
	講師	沼田 秀穂
	時間	90分～180分
	概要	<p>情報化社会が加速し、コミュニケーション手法も多くの技術開発の進展と共に多様化してきた。コミュニケーションツールは検索・情報収集から情報発信、そして情報共有、多様な集合知の創造・創発へと役割が拡大し、またネットワーク空間での企業連携や、組織間・組織内でのコラボレーションやCSRのツールとしても活用されており、知識社会化をサポートするツールのひとつとして活用が進んでいる。</p> <p>本講義では、情報社会の諸問題（機密文書、セキュリティポリシー等）や影（人権侵害、サイバー犯罪等）に重点を置いて、技術および倫理の観点から概観する。特に、情報を利用する立場および発信する立場に立ったとき、どう行動すべきかについて検討し、情報モラル、倫理について理解を深め、行動できる力の習得を目指す。</p>

15	テーマ	デジタル化時代の著作権から見た情報の利活用
	講師	沼田 秀穂
	時間	90分～180分
	概要	<p>電子掲示板、blog や wiki などの技術を用いた、SNS と呼ばれるコミュニティ型の Web サイトでは、著作者が作った情報やコンテンツを閲覧するだけでなく、多数の SNS 参加者が著作物を持ち寄り、著作者の手をも離れて、多様な価値や集合知の創造が行われている。個人が生成するコンテンツが、社会や経済に大きな影響を及ぼすようになってきた。Twitter、Facebook での情報発信も活発に行われている。</p> <p>一方、デジタルでの情報やコンテンツ流通・共有の活発化とともに、従来の著作権の考え方に対する議論や著作物に対する信頼議論が生まれてきた。</p> <p>本講義では、デジタル権利管理の技術動向と、その課題、クリエイティブコモンズ等の新たなデジタル著作権表明の動向を概括し、企業や組織活動における情報共有や利用の活発化について議論する。</p>

16	テーマ	ソーシャル・キャピタル（社会関係資本）が生み出す価値とは
	講師	沼田 秀穂
	時間	90分～180分
	概要	<p>企業の競争力の源泉が、効率性から、新たな価値の創造へとシフトしてきた。既存の組織の枠を超えて多様な知が交わるような環境を意識的に作らなければ、成長を続けることは難しいと言えるだろう。意志決定パラダイムの変化、コンティンジェンシー理論と情報処理モデルから複雑系と創発理論の登場、ポスト・コンティンジェンシー理論へのシフト、知識創造理論の台頭、そして、知識創造を創発させる機能として、人々の動機づけを増大させるソーシャル・キャピタル研究を紹介する。イノベーションには「組織知能のパラダイム」と「知識創造のパラダイム」との相互の連関を図り、より深い「知識」の問題を掘り下げていく必要がある。その掘り下げ手段として、ICT との関わり、相互作用促進からゆらぎ、創発を起こす役割としてのソーシャル・キャピタルの機能を明らかにし、日々の活動においてソーシャル・キャピタル育成を意識できるようになることが本講義の目的である。</p>



17	テーマ	オープンソース戦略に基づくビジネスモデルの検討
	講師	沼田 秀穂
	時間	90分～180分
	概要	<p>The Open Source Initiative(OSI)という団体によって「The Open Source Definition」(OSD)という定義が発表されており、これに準拠しているソフトウェアライセンスのもと、配付されているものがオープンソースプログラムである。オープンソース活動は、コピーライト（著作権）に対し、「プログラムを実行し、コピーし、書き換えることが可能であり、また書き換えられたバージョンを流通させられるが、書き換えバージョンであってもいかなる独自の制限事項も追加してはならない」という、コピーレフトという価値観を生み出した。</p> <p>本講義では、オープンソース活動の現状を整理し、各社ビジネス戦略事例の整理、分析を行う。</p> <p>そして、「オープン性、ピアプロダクション、共有、グローバル」という視点から、新たな情報化社会におけるビジネスモデルを議論する。</p>

18	テーマ	競争に打ち勝つマーケティング戦略
	講師	信田 和宏
	時間	90分
	概要	<p>今日のグローバル時代において日本の企業が、アジア市場で苦戦をしている。これまで日本のモノ作りは世界で評価され、また、リーダーとして世界に君臨してきた。しかしながら、そのモノ作りに課題が生じ始めている。即ち、技術だけではもはや消費者の心を捉えきれなくなっているからである。サムソン、アップルの成功は市場主義であり、消費者のニーズをうまくとらえ製品化することにある。</p> <p>また、今後、企業が勝ち抜いていくためにはモノ作りだけではなく総合的なマーケティング戦略の策定が叫ばれる。その戦略とは何か、それをどう構築するか論じてみたい。</p>

19	テーマ	地域活性はどうあるべきか
	講師	信田 和宏
	時間	90分
	概要	<p>地方や地域における「まちおこし」が盛んになっている。しかしながら、多くのそれは短期的な視点であり、思いつきのイベントで終わっている。</p> <p>今後、日本の活性や繁栄は、地方の活性にかかっていると申し上げたい。それは世界の事例で証明されよう。</p> <p>即ち、地方が元気な国は、国自体が元気である。</p> <p>「まちおこし」は、長期的な視点で戦略的でなければならない。</p> <p>また、まちの個性が生きていなければならない。</p> <p>元気にさせるまち作りの要件を論じたい。</p>

20	テーマ	家庭の運営や商店経営、企業経営に必要な経営学用語を学ぶ
	講師	宮脇 敏哉
	時間	90分
	概要	<p>経営学のすべての項目を網羅した実務と学問の融合した内容で述べたいと思います。経営学は家庭の運営から商店経営そして企業経営に必要な不可欠となっています。経営学の用語は多くあり、毎年増加しています。それらを取得することによって、家庭、商店、企業がスムーズに運営できるようになります。</p> <p>経営管理ではテイラー、ファヨールの研究者、経営組織ではアメリカ、ドイツ、経営戦略ではドメイン、ビジョン、ミッションなどとドラッカー、マーケティングでは歴史、マーケティングチャネル、マーケティングリサーチ、起業論ではアントレプレナーシップ、ナレッジマネジメント、労務管理では経営理念、人的資源、中小企業では問題点、ベンチャー企業では資金調達、イノベーション、経営情報システムでは意思決定、環境経営では地球環境問題、中国・タイの環境問題、国際経営では海外生産、経営分析を中心にお話したいと思います。</p> <p>現在の経済状況は混迷の度合いが高くなっていますが、最新の経営学用語を取得して失敗のない運営をしていただきたいと思います。</p>

21	テーマ	たった二人で起業したグーグルはなぜ 10 年で売上げ二兆円を達成できたのか - グーグルが世界を大きく動かしした本当の理由を探る -
	講師	石谷 康人
	時間	60 分か 90 分のいずれでも可
	概要	グーグルは、1998 年にサーゲイ・ブリンとラリー・ペイジの二人によって起業されたウェブ検索のベンチャーであった。当初はなかなかビジネスが立ち上がらなかったが、2003 年からネット広告業が伸び始め、創業 10 年後の 2008 年には売上高が 2 兆円を超え、利益が 4000 億円に達するようになった。また、2009 年には従業員が 2 万人にふくれあがった。本講演では、グーグルのこうした驚くべき発展の本質を「イノベーションの論理」と「創発概念」を用いて解明する。

22	テーマ	IT 分野のラディカルイノベーションと国際的普及の関係 - 社会現象にまでなった i モードが国際的に普及しなかった原因を探る -
	講師	石谷 康人
	時間	60 分か 90 分のいずれでも可
	概要	日本では IT 分野の産業の発展がアメリカよりもかなり遅れた。またソフトウェアも含めてコンピュータの基本原理が欧米で生まれた。こうしたことから、IT 分野では、日本はラディカルイノベーションに弱いとされている。それは本当だろうか。本講演では、そうした定説あるいは信念は正しくないと言主張する。日本発の大きな技術ジャンプと社会へのインパクトをもったイノベーションの例はいくつもあった。「MARS(マルス：座席自動予約システム)」「パーソナル電卓」「日本語ワープロ」「家庭用ビデオゲーム」「i モード」「デジタルカメラ」「Suica」などは、日本で産業レベルにまで発展し、社会に大きな影響を与えたラディカルイノベーションなのである。ただし、これらのうち、世界的に大きなインパクトをもたらした、国際的にも普及したのは「家庭用ビデオゲーム」と「デジタルカメラ」だけと言っている。こうしたことから本講演では、「日本は、なぜラディカルイノベーションでありながら国際的なインパクトが小さいのか」について解明を試みる。

23	テーマ	税法入門の入門
	講師	鈴木広樹
	時間	90 分
	概要	私たちは、税について自ら知ろうとせず税については税理士に頼ればよいという態度をとりがちです。しかし、税は企業経営のみならず私たち個人の生活にもつきまとうものであり、それについて知らないために損失を被ってしまうことがあります。この講演では、私たちに身近な税をいくつかとり上げて、税法の入口のお話をします。

24	テーマ	適時開示の実務
	講師	鈴木広樹
	時間	180分
	概要	<p>この講演では、上場会社の情報開示担当者の方を対象として、適時開示（証券取引所の規則に基づいて上場会社に対して求められる情報開示）の実務について解説いたします。なお、主たる対象は上場会社の情報開示担当者の方ですが、ほかの役員や従業員の方にとっても意義のある内容かと思われます。</p> <p>適時開示の実務に携わるようになった方は戸惑うことが多いかと思ひます。証券取引所が発行している適時開示の手引を手にとって、すぐに適時開示の実務を行えるようになるわけではないでしょう。金融商品取引法に基づいて求められる情報開示の実務についてのセミナーはよくありますが、適時開示の実務についてのセミナーはほとんどありません。適時開示の実務の経験を積んだ方の多くは、自社の過去の事例や他社の事例を参考にしながら手探りでやってきたのではないのでしょうか。しかし、適時開示が投資者の意思決定に与える影響は大きく、適時開示を適正に行うことは、金融商品取引法に基づいて求められる情報開示を適正に行うことに劣らず重要であるはずです。この講演では適時開示の実務の基本とポイントを解説し、受講して頂いた方に適時開示の実務をスムーズに行えるようになって頂きたいと思ひています。</p>

25	テーマ	人材マネジメントをめぐるエトセトラ ー人事だけでなく上司と部下が考えるべきヒトの問題ー
	講師	丸山 一芳
	時間	90分～120分
	概要	<p>新入社員は本当に3年で辞めているのか？ ミドルマネジャーの抱える課題は何であるのか？ みんなが「自己実現」を目指すべきであるのか？ モチベーションはスポーツ選手のものか？ そういった今日的課題について、人事部はもちろんのこと、職場の上司と部下が双方で考えるべきヒトの問題について現場の生の声や数量的データを駆使しながら議論する。</p>

26	テーマ	昨今のミドルマネジャーが抱える課題 －ミドルの本質的役割とモチベーション－
	講師	丸山 一芳
	時間	60分
	概要	<p>トップダウンもボトムアップも本来、日本企業が得意なマネジメントスタイルではないといわれる。</p> <p>ミドルを中心としたミドルアップダウンマネジメントこそが、組織的イノベーションには不可欠である。</p> <p>現場の現実とトップの理想や理念という対立し、ぶつかり合う矛盾をミドルマネジャーを中心とした組織で克服していくために現在何が問題となっているのか？</p> <p>その現状についての定量的な課題提示と、事例によるソリューションの探索を目指していく。</p>

27	テーマ	ナレッジマネジメント（知識経営論）の現在 －暗黙知・ITからイノベーションへ－
	講師	丸山 一芳
	時間	90分～180分
	概要	<p>90年代後半におけるITの企業への本格導入に伴い、ナレッジマネジメントが欧米を中心に流行した。</p> <p>現在も、その流行はつづき、わが国においてもCRMやSNSなどと結びついたかたちで様々な取り組みが各企業で行われている。</p> <p>しかし、このナレッジマネジメントは元々、わが国発の経営理論が出発点であった。それは、暗黙知を基点とする組織的な知識の創造過程を議論するという新しい企業理論である。</p> <p>この議論の基礎を踏まえつつ、今日的な単なるITによる情報や知識の管理をこえて、組織的に知を作り続ける知識経営について最新の事例を紹介しつつ議論する。</p>

28	テーマ	サムスンやエーザイに学ぶ人材育成 －職場でのOJTだけに頼らない育成－
	講師	丸山 一芳
	時間	60分
	概要	<p>「人材育成はOJTを重視し、現場できちんと新人を育てています」と言いつつも、忙しい日常業務の中で単にその日の業務を新人とともにこなすだけという企業は多い。</p> <p>本当の現場とはどこであるのか？</p> <p>OFF-JTと現場を結ぶことはできないのか？</p> <p>エーザイやサムスンといった先進企業における事例から人材開発について根本から見直すための議論をおこなう。</p>

29	テーマ	アルビレックス新潟をめぐる7人の侍
	講師	丸山 一芳
	時間	60分から90分
	概要	<p>現在のJリーグ所属チーム「アルビレックス新潟」は、新潟にとって無くてはならないスポーツブランドとなっている。しかし新潟はながらく「サッカー不毛の地」あるいは「スポーツ不毛の地」といわれて久しかった。</p> <p>FIFA2002 ワールドカップの新潟開催に尽力した「有志」たちの驚くべき活動と、誘致成功という奇跡。その後を引き継いだ「アルビレオ新潟」を創設した、異なる「有志」たちといった「新潟の侍たち」の20年近くにわたる活動と侍たちのおこした「奇跡」や「その後」について詳細で膨大なインタビュー調査をベースに「起業の志」や「起業時の組織づくり」についてのインプリケーション（含意）を引き出していく。</p>

30	テーマ	起業家・経営者・ビジネスマンのリスクテイクする日常心と学習する習慣 －PASSIONとINTELLIGENCE－
	講師	山田 俊郎
	時間	90分
	概要	<p>ビジネスはPLAN、DO、CHECKの繰り返しだが、プランは予測可能であるほうがよい。しかし、予測をしようとする未来は不確定であり、結局、どこにリスクがあるのか・どうリスクテイクするかを迫られる。プランに惚れすぎてはいけない。慎重になりすぎでは機会を失う。太っ腹社長から「まあやってみなはれ」と背中を押されても、「ほな、みとくなんはれ」とは言いにくく、プラン責任者としては悩ましい。</p> <p>このようなリスクテイクする感性をどう磨いていくか。大きな失敗は回避し小さな失敗は抑制し、全体としてプランをセカンドベストに導くスキルをどう身につけるか。起業家・経営者・ビジネスマンのリスクテイクする日常心と学習する習慣、この醸成法を考える講座としたい。</p>

31	テーマ	キャッシュフローで会社を強くする －見える会計・動かす会計・儲ける会計－
	講師	山田 俊郎
	時間	90分
	概要	<p>会計の基本的仕組み、B/SとP/Lの背景にある資金の流れ・キャッシュフローに着目し、それを改善することで会社を強くするプロセスを開示する。また、そのプロセスから日常の企業活動に振り返り、利益を確保する会計や判断や意思決定に活かす会計、つまり「管理会計」「意思決定会計」を意識してもらう。いわゆるむずかしい・分かりにくい会計ではなく、見える会計・動かす会計・儲ける会計を日常の企業活動にあてはめ、会計を身近に感じながら企業の収益性・安全性に関心も持っていただく講座としたい。</p>

32	テーマ	株式市場と会計情報
	講師	中井 誠司
	時間	90分
	概要	<p>企業が公表する会計情報には様々な利用法がありますが、株式市場に参加する投資家の観点からの利用方法を説明します。アカデミックでの話題も含めて、株式投資家が知っておくべき会計情報の利用方法を解説します。</p>

記載の講義テーマおよび内容、時間、回数をご要望により仕様を変更することが可能です。  
仕様変更や記載の無いテーマでの講義についてはご相談くださいますようお願い致します。

## <出張講義のテーマ>

1. コーポレート・ファイナンス
2. 失敗事例研究
3. ケースで学ぶ新興国ビジネス
4. わかりすぎるマーケティング
5. サービス経営・マーケティングを学ぶ
6. コンセプト創造の実践（フィールドワーク手法を用いて）
7. ゲーム理論で身につける戦略思考
8. 「まち」の活性化を考える
9. 競争に打ち勝つマーケティング戦略
10. ベンチャー企業概念によって企業は成長できる  
—経営戦略を駆使して企業経営を行う—
11. ベンチャー企業論とマーケティング論を融合させて企業の成長を達成させる  
—経営管理論を駆使して企業経営を行う—
12. 経営戦略の論理
13. 税法入門
14. 人材とビジネスをめぐるケースディスカッション
15. ビジネス・シミュレーションゲームで社内活性化
16. 財務分析と企業価値





## 1

講義名称	コーポレート・ファイナンス		
講師	湯川 真人	講義時間と回数	90分授業 × 6回
講義の概要			
<p>コーポレートファイナンスとは、企業が資本市場から資金を調達し、投資した資金により商品の製造・販売を通してリターンを生み出し、リターンの一部を利息や配当の形で資本市場に還元し、また内部留保の形により企業内で再投資するという一連の流れの中で、企業が行う財務的な意思決定の方法を学ぶことである。ここでいう財務意思決定は、大きく次の三つに分けられる。すなわち①投資に関する意思決定（調達した資金を何に、いくら投資すべきか）②資金調達に関する意思決定（投資のための資金をどこから、どのように調達するのか）③配当に関する意思決定という三点であるが、これらの意思決定の先にあるものは企業価値の最大化である。</p> <p>本講義では、①投資判断の基準となる指標（正味現在価値やその他の指標）②コーポレートファイナンスにおいて最も重要な概念である資本コスト③最適資本構成と配当政策などについて学ぶ。加えて、資本市場における投資家の視点に立った投資理論、すなわちリスクの定量化、リスク分散によるポートフォリオ理論などについても触れたい。</p>			

## 2

講義名称	失敗事例研究		
講師	宇田 賢一	講義時間と回数	90分授業 × 3回
講義の概要			
<p>起業して IPO に至るまでには大変な苦難の道が待ち受けています。これを乗り越え IPO に至るのは 1,000 に 3 つ、いや 10,000 に 3 つの世界です。「顧客ニーズを見誤った」、「収益構造の詰めが甘かった」、「経営者としての資質にかけていた」、「競合に対する手立てが不十分であった」等々挫折理由はさまざまです。本講義では、失敗事例を通して「失敗しないためにはどうすればいいのか」について考えてみたいと思います。</p>			

## 3

講義名称	ケースで学ぶ新興国ビジネス		
講師	富山 栄子	講義時間と回数	90分授業 × 3～5回
講義の概要			
<p>今日の経営環境においては、日本の経営やマーケティングのノウハウを海外市場でいかに有効に活用するかが、極めて重要な課題のひとつとなっています。とりわけ、海外市場とのビジネス構築と発展という問題意識と、グローバル・マーケティング活動、企業の市場行動についての高度な知識は、この分野の学習、分析に不可欠である。この授業では海外市場への展開におけるマーケティング戦略に主眼をおき、理論とケースについて習得することを目的とする。あわせてサービス産業の海外展開への応用可能性につき、知識を得ます。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) KUMON</li> <li>2) 吉野家ホールディングス</li> <li>3) 味の素</li> <li>4) INAX</li> </ol>			

## 4

講義名称	わかりすぎるマーケティング		
講師	富山 栄子	講義時間と回数	90分授業 × 3回
講義の概要			
<p>マーケティングは、企業経営の中で、消費者に働きかけ、製品・サービスを提供し、売上げを実現するという重要な機能を果たしています。あらゆる企業や非営利組織や自治体などの組織は、顧客の要求に応えることができはじめて、ゴーイング・コンサーンが可能になります。本講義は、このような意義を持つマーケティングを、マーケティングの初心者に対してわかりやすく説明します。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) マーケティング戦略とは何か</li> <li>2) ドメイン</li> <li>3) 競争地位別戦略</li> <li>4) CS（顧客満足）</li> </ol>			

## 5

講義名称	サービス経営・マーケティングを学ぶ		
講師	富山栄子	講義時間と回数	90分授業 × 3回
講義の概要			
<p>近年、日本をはじめ世界中においてサービス経済化が進み、市場におけるサービスの重要性が高まってきている。サービスを提供する会社には、広告代理店、銀行、ホテル、医療機関、学校など非常に多い。本講義では実際の事例を用いながら、サービス経営・マーケティングについて学ぶ。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) スターバックス</li> <li>2) リッツカールトン</li> <li>3) QBハウス</li> <li>4) ワタベウェディング</li> </ol>			

## 6

講義名称	コンセプト創造の実践（フィールドワーク手法を用いて）		
講師	沼田 秀穂	講義時間と回数	90分授業 × 12回
講義の概要			
<p>事業のコアとなるコンセプトを創造・実践のためには、仮説を立案し、現象学的観察から概念化していき、モデル化をしていく必要がある。本講義では「社会を見る」ことの意味とコンセプトへのアプローチの方法論について実体験する場を提供する。「教育」「家族」「都市」「コミュニティ」「メディア」など、みなさまが抱えておられる具体的なテーマに焦点をあてる。社会を見る手法として量的調査研究手法と質的調査研究手法の両アプローチがあるが、本講義では参与観察手法（町に出て観察）を用いた質的調査にフォーカスする。同時に、コンセプト創造プロセスの背後にある哲学・社会学・デザイン等の方法論に着眼し、質的調査の実践・演習を通じて事業推進を具体的に検討する場を提供する。同時に立案したコンセプトに対してシナリオプランニング法を用いて複数のシナリオ予測をたて、そこからチームの戦略立案のプレゼンを行う。</p>			

## 7

講義名称	ゲーム理論で身につける戦略思考		
講師	沼田秀穂	講義時間と回数	90分授業 × 3回
講義の概要			
<p>将棋や囲碁、麻雀などのゲームを行う時は、常に対戦相手の「手」を先読みする努力をしていますが、互いの立場と現状を考えながら、その中で自分の有利となる作戦を練る、それがゲーム理論であり、合理的・戦略的意思決定を行うための理論です。「競争」と「協調」の折り合い点のを見つけ方も言えるでしょう。</p> <p>ゲーム理論は、会社間や組織間の競争、政党間や国家間の関係、生物の進化、ネットオークションの入札のような、個人間の恋愛のような微妙な関係から会社間の交渉に関わるビジネスの世界で活用する事例が増えています。</p> <p>本講義では、ゲーム理論の概念を理解し、多くのケーススタディを考察していくことによって、どのように行動するのが最適なのかなど、戦略的思考を身につけることを目標とします。</p>			

## 8

講義名称	「まち」の活性化を考える		
講師	信田 和宏	講義時間と回数	90分授業 × 4回
講義の概要			
<p>今日、各地において「まち」の再生化、活性化が盛んに行われている。これは、地域が生き残っていくには必定である。しかし、その多くは短期的な視野で、しかも、思いつきのアイデアのもとで思考されている。そして、失敗している。</p> <p>「まち」の活性化は、目標と戦略作成が重要である。</p> <p>講師は、マーケティング的な戦略手法をもとに永く継続されるべく、また、その地域の特色を活かしたまち創りを提言している。</p> <p>講義は、4回に分けまち創りの戦略作成法を提案し、参加者との双方向による討議を取り入れたスタイルをとっている。</p> <p>講義の主な項目は以下の通り。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>①まち創りの基本的な考え</li> <li>②まち創りの基本的な要素（コンセプト、ポジショニングなど）</li> <li>③まち創りのステップ</li> <li>④まち創り実際（グループディスカッション）</li> </ol>			

## 9

講義名称	競争に打ち勝つマーケティング戦略		
講師	信田 和宏	講義時間と回数	90分授業 × 4回
講義の概要			
<p>近年、日本の企業が競争で苦戦を強いられている。特に、アジアの競争で韓国や中国の企業に敗北していることが報告されている。世界に誇る技術を持ちながらなぜ、負けてしまうのであろうか？</p> <p>また、その技術がアジア市場との戦いで通用しなくなっているのであろうか？</p> <p>苦戦の多くは、マーケティング戦略の欠如にあると敢えて、言いたい。そのような背景に勝てるマーケティングとはどうあるべきであろうか。</p> <p>このテーマのもとに戦略作成のための要素と事例を講義する。</p> <p>4回の内容は以下の通り。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>①なぜ、日本企業が苦戦しているか？</li> <li>②マーケティング戦略の必要性和要素</li> <li>③④マーケティング戦略の実際とケース</li> </ol>			

## 10

講義名称	ベンチャー企業概念によって企業は成長できる —経営戦略を駆使して企業経営を行う—		
講師	宮脇 敏哉	講義時間と回数	90分授業 × 5回
講義の概要			
<p>1970年にベンチャー企業概念が日本に入ってきました。その後、先行する研究により日本でのベンチャー企業論、アントレプレナー論は飛躍的に成長しています。ベンチャー企業論の誕生から形成を検討し、さらにベンチャー企業の急成長の源であるエンジェルおよびファンド、ベンチャーキャピタルおよびファンドの行動を明らかにします。</p> <p>ベンチャー企業には、経営戦略が必要不可欠であり、イノベーション、ミッション、ビジョン、シナジー、コアコンピタンス、ドメインを駆使する必要があります。企業が誕生し、成長、成熟するためには1~3年で自社のコアコンピタンスをいかに武器にして急成長させ、あらゆるベンチャー企業支援策をとり入れるかにかかっています。また経営戦略の中心をなすイノベーションをいかにとりいれ活用するかで出口のIPO,M&amp;Aに達する時間が決まります。</p> <p>これからの企業は経営戦略のミッションを明確に設定し、社会に必要とされる企業にならないと考えると、また優れたベンチャーキャピタリスト、ベンチャーキャピタルとの出会いがあつてこそ、ベンチャー企業は急成長します。</p>			

## 11

講義名称	ベンチャー企業論とマーケティング論を融合させて企業の成長 を達成させる—経営管理論を駆使して企業経営を行う—		
講師	宮脇 敏哉	講義時間と回数	90分授業 × 5回
講義の概要			
<p>ベンチャー企業がこれまでのマーケティング手法をとりいれ果敢に挑戦しています。新技術開発型が中心のベンチャー企業は製品開発が企業経営の重要点をなしています。すぐれたマーケティング戦略を持つことにより、ビジョンにそった製品開発、価格政策、市場調査、チャネル設定、流通計画ができます。マーケティングは商品を川上から川下へ流すことではありますが、流す量、時期、方向をまちがえば、ベンチャー企業は企業30年説よりも早く消滅することになります。1~3年でIPOをめざすベンチャー企業は、短期挑戦型のマーケティング、経営管理をおこなう必要があります。</p> <p>マーケティングにおいてはマーケティングの形成とチャネル、ベンチャー企業とマーケティング戦略(製品計画)、さらに価格政策、プロモーション、マーケティングリサーチ、マーケティングミックス、ロジスティクス、をとりあげました。</p> <p>さらにベンチャー企業がアーリーステージ期からグロース期にいたる過程で必要となる経営管理について歴史、形成を中心に基礎的展開に注目しました。経営管理論の科学的分析をはじめおこなったテラー、ファヨールの管理法に視点を置き、マーケティングマネジメントの概念を検討します。また経営管理の構造、管理階層と管理者の役割などを検討します。</p>			

## 12

講義名称	経営戦略の論理		
講師	石谷 康人	講義時間と回数	90分授業 × 15回
講義の概要			
<p>本講義では、一橋大学名誉教授の伊丹敬之先生の名著「経営戦略の論理」を用いて、世界的にも大きなインパクトを与えた日本発の経営戦略の論理体系を懇切丁寧に説明します。</p> <p>伊丹経営戦略論の特徴は、日本で成功した経営戦略の背後にある論理を明らかにして、体系化しているところにあります。伊丹先生は、うまく機能した経営戦略の背後には必ず筋道があるという信念のもとに、いい戦略の「なに」と「なぜ」を体系的に明らかにしたのでした。伊丹経営戦略論では、戦略的適合という概念をカギにして、経営戦略の論理を体系的にまとめています。すなわち、戦略の内容が、市場（顧客と競争相手）、企業内部（資源と組織）、市場と企業のインターフェース（ビジネスシステムと技術）にうまくマッチした適合状態を作り出すように工夫されていることが戦略的成功のもっとも基本的なカギとなるのです。</p> <p>本講義では、伊丹先生の弟子の一人でもある講師が、こうした伊丹経営戦略論を具体的な事例を用いて分かりやすく説明します。</p>			

## 13

講義名称	税法入門		
講師	鈴木広樹	講義時間と回数	90分 × 6回
講義の概要			
<p>90分×6回の講義により日本の税法の全体像を捉えて頂きます。一見すると無味乾燥に思われる税法ですが、背景にある考え方がわかると、案外面白いものです。また、複雑で理解しにくい税法をすっきり理解できるようになります。この講義では、税法の背景にある考え方を理解して頂くことに重点を置いてお話しします。講義スケジュールは以下のとおりです。</p> <p>第1回 税とは？  第2回 所得税  第3回 法人税  第4回 相続税  第5回 消費税  第6回 地方税</p>			

## 14

講義名称	人材とビジネスをめぐるケースディスカッション		
講師	丸山 一芳	講義時間と回数	90分授業 × 12回
講義の概要			
<p>知識社会とよばれる環境下において企業はいわゆるイノベーションとして知識を組織的に創造しつづけることが求められる。</p> <p>こういった基本認識のもとで、知識をつくる源泉であるヒトに注目し、企業人事管理や行動科学の基礎理論、あるいは知識経営等の戦略論の知見を活かしながら、ケーススタディーを通してグループディスカッションを毎回おこなう。</p> <p>具体的には、受講生をいくつかのグループにわけ、事前にケース資料をプレゼンテーションにまとめていただき講義の中で発表会をおこないディスカッションする。このことで組織変革や文化、人事と戦略などの関連性における今日的課題のソリューションについて討議することを目的とする。</p>			

## 15

講義名称	ビジネス・シミュレーションゲームで社内活性化		
講師	山田 俊郎	講義時間と回数	90分授業 × 2～4回
講義の概要			
<p>厳しい環境の中で企業の生き残りは必須テーマとなる。厳しい環境だからこそ事業創造、企業価値創造の企業内文化醸成、問題解決に果敢に挑戦する組織作り、そして、全社員一人ひとりの意識と行動が期待される。そこで、ビジネスゲーム（ビジネスシミュレーション）という机上演習機会を提供するので、受講者は既存・未知の市場で顕在化した顧客と潜在する顧客に対峙し、競合企業をわき目に自企業の体力を意識しながら、事業創造感覚を磨き、自企業の持続的成長を模索するプロセスから企業経営を学習するだろう。ゲームはやりっぱなしではなく、現実ビジネスではありえない「もし・たら・れば」の振り返り機会を設けるので、失敗や成功から最適化となったであろう最良の意思決定の連鎖を学習できるだろうし、現実の企業に帰っても、仕事上の打ち手・改善・社内起業・新規事業化への意欲と日常行動の質を高めるだろう。</p>			

## 16

講義名称	財務分析と企業価値		
講師	中井 誠司	講義時間と回数	90分授業 × 3回
講義の概要			
<p>企業の公表する財務諸表を用いて経営活動を分析し、企業価値を測定する手法について解説します。まずその企業の特性を明らかにし、経営行動がどのように財務諸表に表れるのかを説明します。その上で投資意思決定の観点から、財務諸表の情報をを用いたモデルによる企業価値測定の手法とその有効性について説明します。</p>			

## ●出張講演・出張講義 教員紹介

### 学長・教授 湯川 真人



東京大学教養学部教養学科国際関係論分科卒。

新潟市出身。1968年に㈱日本興業銀行に入行し、要職を歴任。1991年にJ.P.モルガン信託銀行㈱取締役、1999年に興銀第一ライフアセットマネジメント㈱常務取締役、2001年にシテイトラスト信託銀行㈱代表取締役社長と、金融業界の第一線で活躍する。事業創造大学院大学副学長を経て、2008年に学長に就任し、現在に至る。資産運用など投資銀行業務に関する豊富な経験と実践的な知識を有する。

### 研究科長・教授 宇田 賢一



大阪市立大学法学部卒。

日本生命保険(相)入社。株式運用畑中心に勤務後、日本ベンチャーキャピタル㈱取締役投資部長、事業創造キャピタル㈱代表取締役と、20年弱に亘り一貫してベンチャービジネスへの投資・支援活動に携わる。極めて実践的で豊富な知識・経験を有する。

### 教授 田中 延弘



一橋大学商学部～英国スターリング大学大学院～法政大学大学院。

(株)住友信託銀行～漢友投資顧問有限公司にて国際金融、ベンチャービジネスへの投資・支援などに携わる。

### 教授 富山 栄子



東京外国語大学外国語学部ロシア語学科卒。

商社にて、輸出入ビジネス、海外企画、外国為替他担当。テレビ局で報道番組の翻訳・解説、通訳・国際交流業務他従事。法廷通訳を経て、新潟大学大学院現代社会文化研究科修了(経済学博士)。

新潟大学他大学で、商学、マーケティング論、ロジスティクス論、地域流通産業論、現代ビジネス論、現代経営入門、ロシア語コミュニケーション等を担当。『ロシア市場参入戦略』(ミネルヴァ書房)『わかりすぎるグローバル・マーケティングーロシアとビジネスー』(創成社)他著書多数。

### 教授 沼田 秀穂



電気通信大学大学院電気通信学研究科博士課程修了、博士(工学)、MBA、専門社会調査士。

大日本スクリーン製造で営業企画、ソリューション事業等を担当。2002年、シンクタンク系ベンチャーを起業。

東京大学先端科学技術研究センター研究員、国立情報学研究所研究員、情報処理推進機構専門委員等を歴任。他大学では、情報分析力1・2・3、プロジェクトワークショップ、数理学、社会調査法、メディア論等を担当。主にICTが社会システムに与えるインパクト研究に従事。



## 教授 信田 和宏



早稲田大学第一商学部 ～スタンフォード大学大学院ビジネススクール・スローンコース修了。

(株)電通入社後、営業部長～(株)電通ヨーロッパ、(株)電通アジア社長などを歴任。

前東京経済大学大学院客員教授。マーケティング、広告、ブランド戦略などの幅広い知識と経験を有する。近年は、地域再生で広く活躍している。著書に「地価時代のブランド戦略」「やさしく作れるコミュニケーション戦略」「いなかおこし」などがある。

## 教授 宮脇 敏哉



関東学院大学経済学部卒。

早稲田大学システム科学研究所修了。九州情報大学大学院経営情報学研究所修士課程(現前期博士課程)経営情報学専攻修了(経営情報学修士)。山口大学大学院東アジア研究科後期博士課程東アジア専攻単位取得満期退学。流通会社勤務後、起業家として2社・1事業体を通算24年間経営。その後福岡国際大学(ベンチャー企業論、市場調査論)・九州国際大学(ベンチャービジネス論、経営モデル分析)において非常勤講師、大阪経済法科大学准教授(経営戦略論、起業論)・新潟経営大学教授(ベンチャー起業論、中小企業論、地場産業論)。著書に『ベンチャービジネス総論』(税務経理協会)『ベンチャー企業経営戦略』(税務経理協会)『マーケティングと中小企業の経営戦略』(産業能率大学出版部)、『マーケティング経営戦略』(白桃書房)など著書多数。関西ベンチャー学会理事、日本情報経営学会会員、日本経営システム学会会員、実践経営学会会員。

## 准教授 石谷 康人



明治大学大学院工学研究科電気工学専攻修了～東京理科大学大学院総合科学技術経営研究科イノベーション専攻修了。(株)東芝にて、コーポレート、カンパニー、分社の研究所で研究開発、知財推進、企画業務などに従事。著書に『日本の技術経営に異議あり』(日本経済新聞出版社)『技術経営の常識のウソ』(日本経済新聞出版社)など。博士(工学)、博士(技術経営)。

## 准教授 鈴木 広樹



早稲田大学政治経済学部卒。

出版社にて法律書編集、証券会社にて企業審査に従事。宝印刷総合ディスクロージャー研究所客員研究員も務める。著書に『タイムリー・ディスクロージャー(適時開示)の実務』(税務研究会)、『株式投資に活かす適時開示』(国元書房)、『株式投資の基本-伸びる会社が見える財務諸表の読み方』(税務経理協会)、『対話式でわかりやすい税法入門教室』(税務経理協会)など。

## 准教授 丸山 一芳



新潟大学～北陸先端科学技術大学院大学知識科学研究科博士後期課程単位取得退学。

新潟市生まれ。大学卒業後、松下電器産業株式会社(現パナソニック株式会社)にて人事部門に勤務し任用や国際人事を担当。退職後、大学院にてナレッジ・マネジメント(知識経営論)や組織論の研究を開始。あわせて株式会社リクルート・ワークス研究所客員研究員を務めるなど民間企業との共同研究を積極的に行なってきた。組織学会、日本ベンチャー学会、企業家研究フォーラム、Academy of Management 会員。修士(知識科学)。

## 准教授 山田 俊郎



同志社大学経済学部卒。

藤森税務経理事務所を経てNSGグループ創業に係わり(学)新潟総合学院および(学)国際総合学園にて理事、専門学校校長を経て、商事、IT システム、教材開発会社の役員～(株)日本メンター代表取締役社長 専門学校教育での長年の経験を活かし、学校法人の内部監査業務、社内起業を含む起業家支援に従事。日本ベンチャー学会会員。日本教育工学会会員。(社)日本内部監査協会会員(公認内部監査人資格は休止中)

## 講師 中井 誠司



立教大学社会学部～早稲田大学大学院商学研究科修士課程修了。

国内資産運用会社にてアナリスト、ファンドマネージャーとして 資産運用業務に従事。

筑波大学大学院ビジネス科学研究科博士課程修了、博士(経営学)。

日本証券アナリスト協会検定会員。



2013年度 事業創造大学院大学 出張講演・出張講義 ご案内  
発行者 事業創造大学院大学 広報委員会

〒950-0916 新潟県新潟市中央区米山 3-1-46  
(TEL) 025-255-1250 (FAX) 025-255-1251  
(HP) : <http://www.jigyo.ac.jp/>

- ※ 指導教員および講演・講義テーマおよび内容は変更となる場合があります。予めご了承ください。
- ※ このご案内に記載された内容を無断で転載することを禁じます。