

ハノイ貿易大学と交流協定を結びました

2009年7月13日、事業創造大学院大学はハノイ貿易大学(ベトナム)と交流協定を結びました。湯川学長がベトナムを訪問し、貿易大学のHOÀNG VĂN CHÂU学長と交流協定書にサインしました。その後NGUYEN THI BICH HA先生とNGUYEN VAN HAO, MA先生を交えて懇談し、今後の更なる交流の方向性について意見交換をしました。

今後は、学生の交流や留学生の受け入れに加え、教職員同士の交流や講義、講演、シンポジウムの実施など、更に活発な交流が期待されます。



(左からCHÂU学長、HAO先生、湯川学長、HA先生)

出張講義・出張講演のお知らせ

本学では、地域、社会、産業界との連携の一環として、大学教員が企業や団体等へ出向き、講義や講演を行う「出張講義」(6~12回)および「出張講演」(1回完結)をご用意しております。

企業、団体等での人材育成や研修、イベント時の基調講演等でご活用ください。

【出張講義のテーマ例】

「コーポレートファイナンス」「ケースで学ぶ新興国ビジネスとマーケティング」「人材とビジネスをめぐるケースディスカッション」「技術経営の基礎」「ミドル復活を通して社内活性化そして企業価値創造」他

【出張講演のテーマ例】

「最近の地域経済動向と企業の対応策」「『顧客イン』の『技術アウト』」「企業内で必要な会計スキルは何か」「競争に打ち勝つマーケティング戦略」「ITと経営」「地域活性化とスポーツ」他

※講義・講演のテーマおよび内容については、ご要望に応じて検討いたしますのでお気軽にご相談ください。

科目等履修生募集のご案内

本学では、科目単位で履修出来る「科目等履修制度」を設けることにより、生涯学習の推進を図り、様々な学習ニーズに応えるようにしています。本学に開設されている授業科目を履修し、期末試験等を受けて合格することにより、一定の単位を修得することが出来ます。10単位以上の履修者には、正式入学への進路(科目等履修生推薦入試)を用意しています。科目等履修制度について詳しくお知りになりたい方は、募集要項等の資料をお送りいたしますので、本学までお申し込みください。

information

▶ 大学院説明会情報

▶▶▶ 大学院説明会日程(新潟キャンパス) **10/24(土)・11/21(土)・12/26(土)・1/23(土)・2/13(土)・2/27(土)・3/13(土)**

▶▶▶ 大学院説明会日程(東京キャンパス) **10/24(土)・11/21(土)・12/26(土)・1/23(土)・2/27(土)・3/13(土)**

▶▶▶ プログラム 大学院設立の趣旨説明、教育課程の特徴説明、入試概要の説明、個別相談など

▶▶▶ 【ご都合により大学院説明会へ参加できない方へ】個別に日程を調整いたします。お気軽に本学までお問い合わせください。

▶ 入学試験情報

平成22年度 春学期(4月入学) 入学試験日程

	入学試験日	出願期間
第1次募集	平成21年11月 7日(土)	平成21年10月19日(月)~平成21年10月30日(金)
第2次募集	平成21年12月 5日(土)	平成21年10月19日(月)~平成21年11月27日(金)
第3次募集	平成22年 1月16日(土)	平成21年10月19日(月)~平成22年 1月 8日(金)
第4次募集	平成22年 2月 6日(土)	平成21年10月19日(月)~平成22年 1月29日(金)
第5次募集	平成22年 3月 6日(土)	平成21年10月19日(月)~平成22年 2月26日(金)
第6次募集	平成22年 3月27日(土)	平成21年10月19日(月)~平成22年 3月23日(火)

▶▶▶ 募集概要 詳しくは募集要項をご覧ください。募集要項をご希望の方は、本学までお申し込みください。

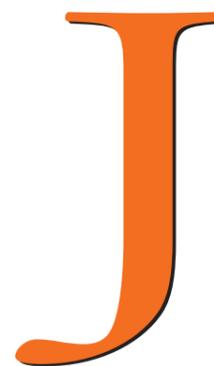


事業創造大学院大学

URL <http://www.jigyo.ac.jp/> e-mail info@jigyo.ac.jp

《新潟キャンパス》〒950-0916 新潟市中央区米山3-1-46
TEL:025-255-1250 FAX:025-255-1251

《東京キャンパス》〒100-0005 東京都千代田区丸の内1-7-12 サピアタワー10階
TEL:03-5224-8288 FAX:03-5224-3722



事業創造大学院大学通信 Press

通巻
第17号

Published by Graduate Institute for Entrepreneurial Studies

2009年10月1日発行
編集・発行
事業創造大学院大学
広報委員会・事務局



【バックナンバー】
広報誌「J-Press」のバックナンバーは、
本学ホームページからダウンロードできます。

・contents・

表紙 日本ベンチャー学会 第12回全国大会の開催にあたって p.2 海外視察報告
p.3 会計研究会、特別講義報告 p.4 大学院トピックス、インフォメーション等



【テーマ】地域活性化と地域発ベンチャー

日本ベンチャー学会 第12回全国大会の開催にあたって



事業創造大学院大学 学長 湯川 真人

このたび、事業創造大学院大学を幹事校として、日本ベンチャー学会の全国大会を新潟で開催できることをたいへん光栄に感じております。参加者の皆様に充実した2日間をお過ごしいただけるよう、学会からのアドバイスをいただきながら準備を進めております。

まず、この日本ベンチャー学会について簡単にご紹介したいと思います。「ベンチャービジネス」という言葉と概念を世に送り出した清成忠男先生によって1997年に設立されたこの学会は、主にベンチャー企業等における企業家活動についての理論・実証・実践に関する研究を行っています。学会員は研究者に加えて企業、金融機関や官庁などの方々も多いことが特徴で、いわゆる産学官によるネットワークの媒体として重要な役割を果たしています。新たなビジネスモデルを創り出す、アントレプレナーシップ(企業家精神)に溢れた人材の輩出を目指す本学とも非常に関係の深い学会です。会員の研究成果発表の場として、また、分野、所属、地域ならびに世代を越えた意見交換の場として開催される全国大会は、今年で12回目を迎えます。

11月14日(土)、15日(日)の2日間で開催される今大会は、「地域

活性化と地域発ベンチャー」がテーマです。一日目は、バブソン大学のブラッシュ教授による基調講演、本学の池田弘総長による基調講演に続いて、地元企業家らをパネリストに迎えたパネルディスカッションが行われます。燕三条や長岡の金属加工を中心とした技術集積、この地域の特徴的な産業構成などについて、様々な角度から話し合います。二日目は、米を中心とした農業、そしてそれを加工する食品加工業、日本酒などの醸造業についてのパネルディスカッションが行われます。新潟の象徴ともいえる米について、主に農工商連携という観点からベンチャーの可能性について話し合います。ベンチャービジネスといえば新しいことに挑戦するゼロステージのイメージをお持ちの方も多いかもしれませんが、伝統的な産業も常にイノベーションの繰り返しであり、研究者にとっては重要な研究対象です。

新潟で開催するという点で、この地域の特性を最大限に打ち出した内容となりました。新潟という地域を見て、新潟の経営者の話を聞いた参加者が、各地に帰って研究、経営をする際の大きな柱にしてほしいと考えています。そして地元から参加する大勢の方々がこの地域に潜在するパワーを再認識し、その大きなパワーを地域経済・産業の更なる成長と発展につなげてほしいと考えています。今大会で私たちが提供するプログラムには、そのような想いが込められています。

多くの方々のご参加を心よりお待ちしております。

開催日 2009年11月14日(土)~15日(日) 会場 NSG学生総合プラザSTEP 新潟市中央区紫竹山6-3-5

11月14日(土)		11月15日(日)	
10:00~12:10	分科会(6会場) 統一論題Ⅰ 「グローバル視点からの地域活性化」 基調講演①「地域におけるイノベーションとビジネス・スクールの役割」 Candida G.Brush バブソン大学 研究科長・教授 基調講演②「地域意識の醸成とスポーツの役割」 池田 弘 事業創造大学院大学 総長 問題提起 「地域企業とグローバル経営」 小林 健治 (株)遠藤製作所 代表取締役社長	10:00~12:10	分科会(5会場) 統一論題Ⅱ 「“農工商連携”と地域発ベンチャーの可能性」 問題提起 「食品加工産業から見た農と地域活性化」 田中 通泰 亀田製菓(株) 代表取締役社長
14:30~18:00	パネルディスカッション 「グローバル視点からの地域活性化と、 新潟の持つ技術集積の可能性」 《パネリスト》 塩浦 時宗 新潟県中央地場産業振興センター 産業振興部長 小林 健治 (株)遠藤製作所 代表取締役社長 松原 亨 NPO法人 長岡産業活性化協会 会長 《コーディネーター》 西澤 昭夫 東北大学大学院経済学研究科 教授	13:00~15:00	パネルディスカッション 「農工商連携と食品加工産業 ~地域発ベンチャーへの示唆~」 《パネリスト》 渡邊 健一 新潟県醸造試験場 場長 捧 賢一 (株)コメリ 代表取締役会長 齋藤 吉平 新潟県酒造組合 会長 佐藤 功 佐藤食品工業(株) 代表取締役社長 《コーディネーター》 原 敏明 事業創造大学院大学 副学長
18:45~20:15	懇親会	15:00~15:30	閉会挨拶

※詳細、申込方法等につきましては、本学ホームページに掲載しておりますのでぜひご覧ください。 <http://www.jigyo.ac.jp/>

中国北京市・石家庄市・北五女村での自動車消費調査



富山 栄子 准教授
— Tomiyama Eiko —

Profile

東京外国語大学外国語学部ロシア語学科卒業
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・ロシアとビジネス」(創成社)他著書多数。

8月後半、科学研究費補助金基盤研究C「新興国自動車メーカーのグローバル・マーケティングに関する総合的研究」の調査の一部として、京都大学経済学研究科上海センターの「中国河北省石家庄市近郊農村自動車消費調査」に参加し、北京市と石家庄市および北五女村という農村を訪れました。以下に簡単に報告したいと思います。

日本の経済においては自動車関連産業の比重は高いにもかかわらず、国内での新車販売台数は年々減少の一途を辿っています。1990年の新車販売台数は780万台から、2008年には470万台まで減少しました。日本の1,000人当たりの自動車保有台数は600台ですが、中国はまだ55台にすぎず、今後の更なる需要の伸びが予想されます。中国の2009年上半期の自動車販売台数は609万台を突破し、市場規模は半期ベースで米国を抜き世界最大になりました。世界的な不況で日米の自動車販売が低迷する中、中国は成長を続けています。

中国では1979年から一人っ子政策が実施されています。子供は大事に育てられ、お金をかけることを惜しまない4人の祖父母と2人の両親がいます。結婚時には、マンションや自動車を買うのに6つのポケットの支援があります。北京市はマンションも高層ビルも高速道路も鉄道駅もみな立派で、高級外車が多く走っていました。その反面、道路は大渋滞。公害も深刻化しており、曇っているのか大気汚染なのかかわかりません。顧客サービス概念の欠如や、短期的な利益追求志向、共産党一党独裁による政策リスクなど、中国ビジネスの危うさも散見されました。チャンスも多いですが、リスクもあります。

中国では従来、外資ブランドの大型車が好まれてきましたが、生活水準が向上し購入者層のすそ野が拡大しました。中国政府は2009年1月、排気量1,600cc以下の車両にかかる自動車税の税率5%を免除し、3月には農村部での買い替えに補助金を支給する制度を始めました。こうした施策により新車販売台数は急増しています。「小型車」が中国市場を牽引しており、上半期の乗用車販売に占める1,600cc以下の構成比率は70%以上に達しました。現在の中国市場では比較的価格の安い小型車が売れ筋の中心となっています。

こうした中、現代自動車や日産自動車など小型車の品揃えが豊富なメーカーが躍進しています。両社は手頃な価格と顧客にフィットした大きさの品揃えを投入し、すべてのディーラーチャンネルでフルラインの品揃えを完備しています。二線都市や三線都市といわれる地方へも販売網を拡張し成功しています。一方、トヨタは10% (2008年) から7% (2009年) へとシェアを落としています。かつてトヨタが米国へ参入した時、ブランドも未確立で、ものづくり能力も不足していました。それゆえ、小型車の低価格帯の市場に参入しました。米国メーカーは、小型車低価格帯から撤退し、得意な大型車に経営資源を集中させました。この間に、トヨタは小型車でキャッチアップするための時間と資金と能力を蓄えることができ、遂には高級な大型車でも米国企業を脅かす存在に成長したのです。そのトヨタは今中国などの新興国で、低価格小型車で韓国や中国新興国メーカーから追い上げられています。先進国ではブランドイメージを確立しているトヨタです

が、中国では、ブランド戦略に苦戦しています。中国では、顧客ロイヤルティはまだ確立されておらず、わずかな値下げで顧客は競合他社のブランドに流れます。「小型車」と「新興国」がトヨタの課題となっています。

また、奇瑞汽車やBYDなど中国の新興自動車メーカーが小型乗用車から電気自動車まで広範な低価格車を投入し、農村を初めとする市民の生活を激変させています。我々が訪れた北五女村は、人口4,300人の小さな村です。ここには800世帯が暮らしています。ひとりあたりの平均年収は8,000元(約12万円)の貧しい村ですが、モータリゼーションは進行していました。我々はこの村の100世帯に対して調査員による対面調査を行いました。その結果、100世帯の自動車保有台数は67台、2台以上所有している世帯が19世帯もありました。村には日本の富裕層よりもはるかに裕福で、高級車を5台有する豪邸が数軒ありました。貧富の差を肌で感じました。北五女村から石家庄市(北京から新幹線で2時間)までは約10キロ。村民は皆、この10キロを電気二輪車や電気自転車通勤していました。電気三輪車に乗っていた村民は、自宅まで15分充電して、80キロ走行できると電動の便利さについて話してくれました。農村地域からは、時速50キロ以下の三輪車や小型トラックは都市部の道路への乗り入れが制限されており、農村部で農用輸送車から自動車への切り替えが進んでいます。こうした中国の農村に、現在6億人もの人が暮らしています。

中国政府は2009年を、新エネルギー車の元年と位置づけており、省エネの車を政府として第15次五ヵ年計画で奨励しています。中国は原油自給率は低いですが、石炭が豊富です。それゆえ今後、石炭から発電して電気自動車を普及させたいと考えています。また、電池メーカーが母体のBYDは2008年12月に、自宅で充電できるプラグインハイブリッド車を、世界に先駆けて量販を始めました。09年末に発売された電気自動車は、フル充電で、三菱自動車が量販を始めた「i-MiEV(アイ・ミーブ)」(460万円)の走行距離の2倍、400キロ走行が可能で、価格は約300万円です。電気自動車はエンジンが不要です。しかも、部品は数千円で生産できますので、部品が3万~5万円必要なガソリン車に比べると新興国のメーカーにもキャッチアップしやすいです。四輪車への買い替え需要から、将来的に中国の農村から中国新興国メーカーの安価な電気自動車が普及していくことも十分あり得ます。外資自動車メーカーは、中国の新興メーカーとは競合する価格帯が異なるとして傍観していると、世界の自動車産業の地図が塗り替わるということもありえます。

中国の農村では、手頃な価格で機能を限定したシンプルな自動車が好まれています。こうしたニーズに合致した商品を素早く開発できる能力と供給力と流通チャネル網をもったメーカーが、中国農村市場を制し、将来、新興国展開が主流となるグローバル競争でも優位に立つことが予想されます。日本の自動車メーカーは先進国で実施してきたブランド力や品質などにこだわったマーケティング手法とは別に、新興国の農村市場の需要に迅速に対応するために、過剰品質にこだわらず、「そぎ落とす点はそぎ落とす」など、韓国や中国の新興自動車メーカーから学ぶべき点も多いのではないのでしょうか。

「会計研究会」は、会計科目を担当する小嶋宏文先生から、1年時に必修であった「企業会計」を学んだ後も、継続して会計についての知識を深めていくため、有志で勉強会を開こうとの提案を受け、2008年度後期から始まりました。

「会計研究会」では、小嶋先生から「キャッシュフロー会計」「管理会計」など、会計上重要な理論の説明を受けるほか、各企業等から派遣されている院生は、企業内で自身が取り組んでいる事業の収支等について発表するなど、理論、実務のバランス良く、とても興味深い内容を扱っています。

研究会は、ほぼ1か月に1回のペースで開催され、参加者は5~10人ほどです。ゼミのような雰囲気の下、少人数で活発な意見交換が行われるので、講義で学んだ内容を深めていく良い機会となっています。



事業創造研究科2年 鈴木 聡 (新潟県県民生活・環境部県民生活課)

特別講義報告

「エン・ジャパンの理念と成長戦略」

エン・ジャパン株式会社 代表取締役会長 越智 通勝

「世界の人々に今日も良い出会いがありますように。」(エン・ジャパン株式会社ホームページより)

2009年8月1日(土)

人と人、人と物事を結びつける不思議な力やめぐり合わせ=縁(エン)をブランドコンセプトとしてエン・ジャパン株式会社(以下、エン・ジャパン)を立ち上げた本学客員教授、越智通勝(以下、越智)による特別講義が新潟本校10階の大講義室で行われた。インターネットを利用した求人広告事業の先駆者であるエン・ジャパンは、どのような道りを経て業界No.1に至ったのであろうか。講義の概要を紹介する。



【世界の業界動向への逆行】

エン・ジャパンが立ち上がった当時、米モンスターコム社、日本のリクルート社などの世界の大手求人広告業者は、クライアントへの編集取材を縮小。求人広告掲載フォーマットへの記入要請のみで簡易的に受注を行う、いわゆる質より量を優先する動きを見せていた。エン・ジャパンは当初から力を入れていた取材による広告編集をより一層強化し、独自性を貫き通した。結果として、クライアントの満足度は高まり、需要の爆発的拡大へと繋がっていった。世界の業界動向に対する真逆の行動をとることで差別化を図ったのである

【エン・ジャパンの危機】

2004年1月、業界最大手のリクルートが起こした行動、それは100億円の資金投資によるYahoo! JAPANとの包括提携であった。エン・ジャパンは大手プロバイダーからの脱却を余儀なくされる。しかし、このピンチの場面でもエン・ジャパンは独自性を貫く。求人広告にクライアントの動画添付を始めたのである。また、大手から零細まで掲載料金に関わらず基本の掲載フォーマットを一律とし、平等に取り扱った。素早い行動と独自性を貫く姿勢が会社の危機を救った。それどころか、需要はさらに伸び続けた。

【社会正義性の理念】

業界No.1の地位を築き上げた越智はある矛盾に気付く。求職者の循環による収益性の追及を主体としてきた業界と、永年雇用を理想とする社会との矛盾。これを解決すべくいち早く行動に出る。求人広告に「仕事の厳しさ」を掲載し、クライアントと求職者の理想と現実のギャップを埋めることに努めた。これにより転職後の定着率は向上、社員の定着率が上がる事で企業の業績向上の支援を実現。双方の満足度を高める事で、双方のサイト利用は伸び続けた。収益性はもちろん、社会正義性が必要。これがエン・ジャパンの重要な理念である。



「90分間聴くだけの授業は嫌いだ」と語る越智は、講義の終わりの30分を質疑応答の時間に割り当て、聴講者からの質問ひとつひとつに対し、真剣に回答した。なぜ多くの社員が越智の理念に共感して入社するのか、聴講者には分かったのではないだろうか。

【その他の開催実績】

「生活者」について

2009年8月29日(土)

株博報堂
取締役副社長 宮地 彰



「本当に企業したいの?」
~会社経営の苦しさや醍醐味~

2009年9月5日(土)

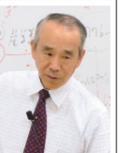
株インボイス
会長 木村 育生



「情報の大発見時代を、
どう生きるか」

2009年9月19日(土)

株スカパーJSATホールディングス
社外取締役 池田 茂



(今後の特別講義 開催予定)

2009年10月 3日(土)	13:30~15:00	早稲田大学大学院 スポーツ科学研究科	教授	平田 竹男
2009年10月17日(土)	10:30~12:00	マネックスグループ(株)	代表取締役社長CEO	松本 大
2009年10月31日(土)	13:30~15:00	東京大学サステイナビリティ 学連携研究機構	特任教授	村沢 義久
2009年11月21日(土)	13:30~15:00	(株)マックハウス	取締役会長	栗原 勝利
2009年12月12日(土)	13:30~15:00	日本ブランドアソシエイツ(株)	代表取締役兼CEO	豊隅 優
2009年12月19日(土)	10:30~12:00	新潟総合警備保障(株)	取締役会長	廣田 靖夫
	13:30~15:00	(株)トップカルチャー	代表取締役社長	清水 秀雄
2009年12月26日(土)	10:30~12:00	(有)てっぺん	代表取締役	大嶋 啓介
2010年 1月30日(土)	13:30~15:00	松井証券(株)	代表取締役社長	松井 道夫

※講師の都合により、開催日時は変更となる場合があります。詳しくはホームページをご覧ください。