

『出張講演』・『出張講義』のご案内

2011年度版

事業創造大学院大学では、企業や団体・組織のみなさまからのご要望により出張で講演や講義を行なう準備があります。この冊子内容をご覧いただきまして人材育成や研修などで活用くださいますようお願い申し上げます。なお、記載のテーマおよび内容、時間は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。



事業創造大学院大学

<出張講演のテーマ>

- 1、 世界経済の潮流と変化と産業・企業の対応
- 2、 「東日本大震災以降の経済動向と企業の対応策」
- 3、 ローテク起業とビジネスモデル
- 4、 ベンチャー企業の資金調達
- 5、 「顧客イン」の「技術アウト」
- 6、 コインの確率
- 7、 イノベーションのジレンマに打ち勝つ新興市場商品戦略
- 8、 現代自動車のグローバルマーケティング
- 9、 顧客の力を活用する（カスタマー・パワー）
- 10、 ICT発達に伴うマーケティング戦略の変化
- 11、 サステナブルな企業であるためにブランド戦略を。
- 12、 競争に打ち勝つマーケティング戦略
- 13、 現在の広告のありかたとその戦略（マスから個の時代に）
- 14、 地域活性はどうあるべきか
- 15、 ソーシャル・ネットワーク時代のITと経営
- 16、 「スポーツビジネス」って、何？
- 17、 地域活性化とスポーツ
- 18、 「スポーツ屯田村構想」～健康とスポーツと農業の融合による、地域活性化について～
- 19、 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
グーグルが世界を動かした本当の理由を探る
- 20、 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 モードが国際的に普及しなかった原因を探る
- 21、 株式投資情報の見方（株式投資はギャンブルではない）
- 22、 会社の不祥事はなぜ生じるのか？
- 23、 IPO入門（こうすればIPOできる）
- 24、 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
- 25、 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
- 26、 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
- 27、 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
- 28、 ビジネスプランの成功を確信するには・・・
ビジネスにおける不確実性の定量的評価
- 29、 キャッシュフローで会社を強くする
見える会計・見せる会計・動かす会計・儲ける会計
- 30、 企業内における会計の役割とは？
- 31、 会計基準のコンバージェンスはなぜ必要か？

1	テーマ	世界経済の潮流と変化と産業・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、その中での日本経済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	「東日本大震災以降の経済動向と企業の対応策」
	講師	原 敏明
	時間	90分
	概要	<p>これまでの大地震と建築 津波と被害 放射線の問題 企業の対応策</p>

3	テーマ	ローテク起業とビジネスモデル
	講師	田中 延弘
	時間	90分
	概要	<p>先端技術分野ではなく、むしろ古めかしい伝統産業分野において起業し、事業を急成長させている起業家がいる。他社には取り組めない新しいビジネスモデルを創造して成功を収めたベンチャービジネスでは、ビジネスモデルはどう生まれ、どう働き、どう進化したのか。ローテク起業とビジネスモデルを考える。</p>

4	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>

5	テーマ	「顧客イン」の「技術アウト」
	講師	郷道 博宣
	時間	90分
	概要	<p>日本企業を取り巻く環境はますます厳しくなり、日本製造業が得意としてきた高品質・低コストでものを作れば利益が得られる状況ではなくなり、「どの様につくるか」より「何をつくるか」がより重要になってきた。エレクトロニクス業界では、薄型TV、デジカメ、ブルーレイなど数々の革新的な製品が生み出されてきたにもかかわらず、なかなかうまく利益に結びついていない状況である。この原因を考察しながら、どの様に製品作りをしていったらよいか、一緒に考えてみたいと思う。</p>

6	テーマ	コインの確率
	講師	高橋 一
	時間	60分
	概要	<p>リスク管理の根底にあるのが確率・偶然性である。確率とは何か？ それは危険なものなのか、排除しなければならぬものか？ 確率の意外性や有効活用をコイン投げゲームを通じて解説する。</p>

7	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。

8	テーマ	現代自動車のグローバルマーケティング
	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、2010年に世界全体の販売台数は573万台に達し、フォード(531万台)を抜いて世界5位となりました。このような現代自動車の躍進の要因はどこにあるのかについてお話します。

9	テーマ	顧客の力を活用する（カスタマー・パワー）
	講師	富山 栄子
	時間	90分
	概要	企業の方が消費者よりも情報や知識が上だという時代は終焉を迎えつつあります。これからは、いかに顧客の力を企業のコンピタンスに取り込み、ネットワークを構築していくかが求められます。その方法について、事例をまじえながらわかりやすくお話します。

10	テーマ	I C T 発達に伴うマーケティング戦略の変化
	講師	富山 栄子
	時間	90 分
	概要	ICT の発達によってブログや SNS により、発言する消費者が誕生しそれが他の消費者に影響を与えています。彼らはプロシューマーやインフルエンサーと呼ばれています。彼らの力を活かし、どのようにマーケティング戦略に活用していけばいいのかについてお話しします。

11	テーマ	サステナブルな企業であるためにブランド戦略を。
	講師	信田 和宏
	時間	90 分
	概要	不況下において、コストの引きしめを最優先課題としている企業が多い。解雇（人件費）や交通費、広告費、教育費という 4K が特にカットされることが多い。これは、短期的に企業の利益を維持することだけであり、むしろステークホルダーからの支持は失われ、中長期的には企業のブランド力は衰え企業は低迷していくことが多い。それは過去において多くの事実が示している。この講座は、将来を見据えたブランド戦略（付加価値づくり）を考えていくための要件と組織を主題にしている。

12	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	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。ノキアやサムソン、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。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。

13	テーマ	現在の広告のありかたとその戦略（マスから個の時代に）
	講師	信田 和宏
	時間	90分
	概要	<p>これまで広告コミュニケーションの役割は商品やサービスの販売においてもっとも重要な手法の一つであった。それは、大量生産と大量販売に裏打ちされた市場構造のもとにテレビや新聞を中心とするマスメディアを媒介にしていたからに他ならない。今日、市場が細分化され、また、消費者のニーズが多岐に渡る時代であり、さらに様々な流通が登場している。そのような時代にこれまでのような広告手法では消費者を捕らえることができないようになっている。より市場を小さく、より細かなコミュニケーションを前提とした広告戦略が要請される時代に来ている。特に、マス時代から個の時代に対応した広告戦略に触れたい。</p>

14	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。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。即ち、地方が元気な国は、国自体が元気である。「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。また、まちの個性が生きていなければならない。元気にさせるまち作りの要件を論じたい。</p>

15	テーマ	ソーシャル・ネットワーク時代の IT と経営
	講師	藤岡 宥三
	時間	90分（30分～90分の中で時間は希望にあわせて調整可）
	概要	<p>ソ・シャル・ネットワークが社会のインフラとなって久しいが、インターネットを活用した新たな基盤であるクラウド・コンピューティングの経営への適応、インターネットの活用、経営と IT 戦略：経営への IT の活用方法、IT 投資評価、CIO の役割、IT リスクとその対応、などにつき講義を行う。</p>

16	テーマ	「スポーツビジネス」って、何？
	講師	赤木 弘喜
	時間	90分 または 120分
	概要	現代社会においてスポーツは、その存在と影響力の大きさを増している。スポーツの産業としての発展は、「グローバル化と地域密着」という、まさに日本経済の方向性と一致しているともいえる。スポーツの社会経済的インパクトとしては、社会資本の蓄積 消費の誘導 地域連帯感の向上 都市イメージの向上、などがあげられます。ここでは、スポーツのグローバル化の流れを見極めながら、地域密着および地域に貢献できるスポーツビジネスとは何かについて、皆さんと考えていきたいと思ひます。

17	テーマ	地域活性化とスポーツ
	講師	赤木 弘喜
	時間	90分 または 120分
	概要	地域活性化とは「地域の様々な資源の新しい結合が生み出すソーシャル・イノベーション<創造的革新>である。」 地域活性化で重要なことは、経済活動における量的拡大と質的活動活性化 地域組織化、コミュニティ活動の活発化 人々が生き生きと暮らしていく（交流人口のような外からの流入による人の動きの活性化も含める。）等が挙げられる。 スポーツが地域活性化とどのように関わられるのかを「スポーツマーケティング」の視点から皆さんと考えてみたいと思ひます。

18	テーマ	「スポーツ屯田村構想」 ～健康とスポーツと農業の融合による、地域活性化について～
	講師	赤木 弘喜
	時間	90分 または 120分
	概要	農業はスポーツだ！ 心地よい疲労感・自然との闘い、仲間と協力して一つの目的に向かうプロセス、自然との融和の中で磨く自己訓練、相手を活かすための環境づくり、健康と人間性向上（人間形成）を目指します。 「スポーツ屯田村」それ自体を6次産業化（農商工観光連携）することにより、地域そのものが産業構造を持つという業態を創り出そうとする試みです。単なる一次産業の労働力としての参加ではなく、“スポーツ”を通して、地域の人たちとの関わり、地域外の人々と交流することを計ることにより、サステナブルな生活圏の構築と産業構造を確立することにより地域活性化を目指そうとするものです。

19	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・ペー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。

20	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(マールス：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」だけと言っていい。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。

21	テーマ	株式投資情報の見方（株式投資はギャンブルではない）
	講師	鈴木 広樹
	時間	90分 または 120分
	概要	株式投資はギャンブルではありません。確かに正確でない情報や誤った理解に基づいた株式投資はギャンブルになってしまうかもしれません。しかし、正確な情報をきちんと理解して、将来成長する可能性が高いと思われる会社の株式に投資していけば、利益を得られる可能性を高めることができます。この講演では、投資対象の会社の情報をどのように入手して、それをどのように理解するのかについて説明します。

22	テーマ	会社の不祥事はなぜ生じるのか？
	講師	鈴木 広樹
	時間	90分 または 120分
	概要	会社の不祥事はなぜ生じるのでしょうか？それを防ぐことは可能なのでしょうか？不祥事は会社に大きな損失をもたらします。会社の中にいる経営者や従業員はもとより、会社に資金を提供している債権者や株主にも大きな損失をもたらします。1回の不祥事が会社にとって命取りになってしまうことさえあります。この講演では、株式会社の仕組みとそれに関わる利害関係者の間の関係から、不祥事が生じる原因とそれを防ぐ方法について考えてみます。

23	テーマ	IPO 入門（こうすれば IPO できる）
	講師	鈴木 広樹
	時間	90分 または 120分
	概要	IPO（Initial Public Offering 株式公開）を実現するために必要なことは何でしょうか？業績が良いことでしょうか？確かにそれも必要です。しかし、ただそれだけでは IPO は不可能です。株式を公開するに当たっては、その意味、すなわち、自社がプライベート・カンパニーからパブリック・カンパニーになることの意味をきちんと理解しておく必要があります。この講演では、IPO の概要とそのための手続について、その意味とともに説明します。

24	テーマ	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 -
	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>

25	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。 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。 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？ 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>

26	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。 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。 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发点であった。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。 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>

27	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	「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。 本当の現場とはどこであるのか？ OFF - JT と現場を結ぶことはできないのか？ 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。

28	テーマ	ビジネスプランの成功を確信するには・・・ - ビジネスにおける不確実性の定量的評価 -
	講師	山田 俊郎
	時間	90 分
	概要	およそ企業の日常は利益獲得に連なる行動計画とその評価、行動に移すか否かの意思決定、そして行動結果とそれについて学習する積み重ねである。最初はチャレンジのような人間的感情から計画が練られたとしても、どこかの時点で確信を得て行動に移される。そして、その確信に至るプロセスでは、計画に潜む不確実性をできるだけ排除することとなる。この不確実性をリスクと同一視することもあるが、発生確率が分からず計算できない定量的評価の難しさが不確実性にはある。しかし、成功を確信するにはここを乗り越えねばならない。目指すゴールとの間にある不確実性の影響度合い、発生頻度、統制可能性などを評価し順位付けをして、抑え込んだり、避けたり、分散させたり、ほかに転化させたりとこのプロセスに計画者が意欲的に取り組み学習していくことで、成功への確信を形成するだろう。

29	テーマ	キャッシュフローで会社を強くする - 見える会計・見せる会計・動かす会計・儲ける会計 -
	講師	山田 俊郎
	時間	90分
	概要	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・見せる会計・動かす会計・儲ける会計を日常の企業行動にあてはめ、会計を身近に感じながら企業の収益性・安全性を高められれば・という講座としたい。

30	テーマ	企業内における会計の役割とは？
	講師	津村 怜花
	時間	90分
	概要	多くの会社員の方から「簿記は苦手です」とか、「会計は経理の仕事なので・・・」という言葉がききます。本当に簿記・会計は経理担当者にのみ求められる仕事でしょうか？企業内では経理以外にも、商品開発などの際、販売戦略を立てる際など、たくさんの方々の場面で会計数値が必要となります。簿記への苦手意識を持つ前に、なぜ簿記・会計が必要なのかということから今一度、考え直してみませんか？本講演では、会計の種類やそれらの果たす役割に関して、説明していきます。

31	テーマ	会計基準のコンバージェンスはなぜ必要か？
	講師	津村 怜花
	時間	90分
	概要	「会計基準のコンバージェンス（共通化）」が行われています。この変更に対応すべきか、ということが企業にとっての関心事となっていることでしょうか。しかし、なぜコンバージェンスが行われているのか、ということ考えたことはあるでしょうか？この問題を考えることから、コンバージェンスへの対応が見えてくるものと思います。まずは、日本の会計制度の成り立ちから考え直してみませんか？なぜ、日本の会計基準が他国とのそれと異なるのか、その根本から説明していきます。

<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 . 技術経営の基礎
- 4 . 派生証券価格決定理論入門
- 5 . ケースで学ぶ新興国ビジネス
- 6 . わかりすぎるマーケティング
- 7 . 問題解決のためのオペレーション・リサーチ
- 8 . ソーシャル・ネットワークの時代のITと経営
- 9 . スポーツビジネスの創造
- 10 . コーポレートガバナンス
- 11 . 人材とビジネスをめぐるケースディスカッション
- 12 . ビジネス・シュミレーションゲームで社内活性化
- 13 . 財務会計の果たす役割

記載の講義テーマおよび内容、時間、回数は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。



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 × 12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 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） 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） 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、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） 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 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	技術経営の基礎		
講師	郷道 博宣	講義時間と回数	90分授業 × 6回
講義の概要			
<p>日本の製造業は、優れた製品を低コストで開発・製造することにより国際的な競争力を高めていったが、しかし近年競争環境が厳しくなり、「いかに高品質で安く作るか」という部分で日本の強みを出すことが出来なくなってきた。日本の企業に求められるイノベーションの性質が How to make から What to make へと変わる中で、きちんとした利益をあげる為には、戦略的な考えやマネジメントが必要になってきている。どの業種の企業においても“技術”は顕在的、潜在的に関係し、技術の変革による競争環境の変化は企業経営に大きな影響をもたらし、技術に焦点をあてて経営を考えることは、益々重要になってきており、技術経営 (Management of Technology) が注目を浴びるようになってきた。この授業では主に“ものづくり”産業における技術開発、新製品導入、事業システムの構築などに関する具体的事例について議論することにより、企業における競争戦略などの技術経営に必要な基礎的な理論や諸概念を習得すると共にその考え方を学び、技術の企業経営に及ぼす影響、重要性について理解を深める。</p>			

4

講義名称	派生証券価格決定理論入門		
講師	高橋 一	講義時間と回数	90分授業 × 3回
講義の概要			
<p>コールオプションやプットオプションといった代表的な派生証券の価格決定問題を解説する。経済系学部1年生程度の数学・統計学の知識を前提として理論の背景等を解説していく。今世界的にも問題となっているサブプライムローン、証券化等、金融の世界におけるダイナミイトの中身について簡単に見ていく。</p>			

5

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におき、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>			

6

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	60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>			

7

講義名称	問題解決のためのオペレーションズ・リサーチ		
講師	羽田 隆男	講義時間と回数	90分授業 × 6回
講義の概要			
<p>オペレーションズ・リサーチ(OR)は、企業や組織体において発生する経営上の諸問題を科学的・合理的に解決するための「問題解決学」であり、経営環境が複雑化している現在、その重要性が一層増えています。この講義では、オペレーションズ・リサーチにおける問題解決の進め方と、問題を発見し分析し解決するための実際的なツールの理解を目的としています。最初に、オペレーションズ・リサーチにおける代表的なツールである線形計画法を取り上げ、経営上の諸問題を数理的にモデル化する方法と、モデル化した問題のソリューションを効率的に求めるための方法について演習を交えて解説します。次いで、各種計画を効果的に管理するためのプロジェクト・スケジューリング(PERT)や、不確かな状況での意思決定を多様な評価基準に基づいて合理的に行うための階層化意思決定法(AHP)などを、それらの適用例を交えて順次紹介します。</p>			

8

講義名称	ソーシャル・ネットワーク時代のITと経営		
講師	藤岡 宥三	講義時間と回数	90分授業 × 12回
講義の概要			
<p>事業の活性化、成長戦略を策定するにあたって、そのインフラのひとつとなるIT(情報技術)やネットワーク技術の、企業における活用を目的として、IT利用技術の変遷、利用分野、企業での情報システムの導入手順と運用・保守およびシステムの投資・効果に対する評価方法などについての習得を目的とする。また、近年ビジネスに大きな変化をもたらした、インターネットの事業への影響と活用、インターネットを利用した新しいビジネスの可能性、ソーシャル・ネットワークやクラウド・コンピューティングの今後の方向と活用などにつき、知識を得る。</p>			

9

講義名称	スポーツビジネスの創造		
講師	赤木 弘喜	講義時間と回数	90分授業 × 12回
講義の概要			
<p>現代社会においてスポーツは、その存在と影響力の大きさを増している。スポーツの産業としての発展は、「グローバル化と地域密着」という、まさに日本経済の方向性と一致しているともいえる。スポーツの社会経済的インパクトとしては、社会資本の蓄積 消費の誘導 地域連帯感の向上 都市イメージの向上、などがあげられます。ここでは、スポーツのグローバル化の流れを見極めながら、地域密着および地域に貢献できるスポーツビジネスの構築について、皆さんと考えていきたいと思ひます。</p>			

10

講義名称	コーポレートガバナンス		
講師	鈴木 広樹	講義時間と回数	90分授業 × 8回
講義の概要			
<p>コーポレートガバナンス（企業統治）という言葉を知ったことがあっても、その意味を正確に理解されている方は多くないように思われます。しかし、コーポレートガバナンスの重要性は確実に高まってきており、それを理解することは、企業経営に関わる者にとって必須であると言えます。この講義では、主に株式を公開している企業又は株式公開を目指している企業の経営者又は管理部門の方を対象として、株式会社を経営していくうえで必要となるコーポレートガバナンスについての知識と考え方を説明します。具体的には、コーポレートガバナンスの意味について説明した後、コーポレートガバナンスに関わる制度について説明していきます。</p>			

11

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。ケースは柔軟に変更するため下記の限りではない。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>			

12

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 × 6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。そのため、ビジネスゲーム（ビジネスシミュレーション）という模擬体験の環境を提供するので、受講者は既存・未知の市場で競合企業をわき目に自企業を意識しながら、事業創造感覚を磨き、自企業の持続的成長を模索することになる。ゲームはやりっぱなしではなく、現実の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になるべきだった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確信と行動の質を高めるだろう。</p>			

13

講義名称	財務会計の果たす役割		
講師	津村 怜花	講義時間と回数	90分授業 × 9回
講義の概要			
<p>財務会計に求められている役割は、経営者と株主、債権者と株主など企業を取り巻く利害関係者の利害調整を行うこと、そして証券市場で円滑に有価証券の売買が行われるよう情報を提供することの2点である。会計基準のコンバージェンス（共通化）が進む今日において、これからどのような対応が必要かということに危惧している企業も多いだろう。しかし、自国内に留まらず、国際的に財務会計が求められている役割を果たすことができる状況を作っていく必要から、コンバージェンスやアドプション（国際財務報告基準の全面適用）が行われているのである。会計基準の変更への対応に追われるのではなく、財務会計に求められる役割を正しく理解し、適切な財務諸表を作成するために必要な知識を提供することが、本講義の目的である。</p>			

●出張講義・出張講演 教員紹介



学長 湯川 真人

東京大学教養学部教養学科卒 新潟市出身

1968年に(株)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(株)取締役、1999年に興銀第一ライフアセットマネジメント(株)常務取締役、

2001年にシテイトラスト信託銀行(株)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。



副学長・教授 原 敏明

新潟大学人文学部卒

(株)第四銀行～(財)新潟経済社会リサーチセンター専務理事～新潟医療福祉大学教授

現在、新潟商工会議所参与、新潟市経営改革推進委員会委員、済南市・青島市友好交流委員会会長、新潟市大規模公共事業再検討委員会委員、新潟市佐潟学術研究審査会委員、新潟県広域自治体のあり方懇談会委員、北陸建設経済研究委員会

WG 座長、北陸地域自立方策検討委員会委員長、新潟市まちなか再生本部座長。



研究科長・教授 田中 弘延

一橋大学商学部～英国スターリング大学大学院経営学研究科修士課程修了

(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・支援などになどに携わる。



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(株)取締役投資部長、事業創造キャピタル(株)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。

1997年～2002年同志社大学大学院商学研究科ベンチャーコース、非常勤講師。



教授 郷道 博宣

東京大学工学部～スタンフォード大学工学部機械工学科修士課程修了

ソニー(株)ビデオ第一事業部長などを歴任～独立行政法人日本貿易振興機構アドバイザー

コンシューマー用、業務用、放送用VTR及びビデオ関連機器の開発・設計及びそのプロジェクトの推進、その他ハイビジョン機器等の技術開発・推進に携わる。



教授 高橋 一

1971 年一橋大学経済学部、1973 年同経済学研究科修士課程修了。1978 年にコロンビア大学数理統計学部卒 (Ph.D. Mathematical Statistics)。その後、ミシガン大学、ボストン大学、富山大学では主に統計学を担当。1986 年より一橋大学経済学部・経済学研究科で統計学と(モダン)ファイナンス等を担当し現在に至る。最近の興味は金融工学と呼ばれる分野で、オプションや話題のサブプライムローン等の価値評価問題。又、ファイナンスや統計学の法律問題への応用にも関心を持っている。



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 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。



教授 羽田 隆男

武蔵工業大学工学部～早稲田大学大学院理工学研究科博士課程単位取得満期退学

東海大学電子情報学部ならびに東海大学大学院工学研究科教授

生産システム工学特論、工程管理工学、経営工学研究ゼミナール他を担当。

日本経営システム学会理事、工学博士 東海大学名誉教授



教授 藤岡 宥三

慶應義塾大学工学部～米国カーネギーメロン大学経営工学大学院(現同大テッパースクールオブビジネス)修士課程修了。

NRIアメリカ社長、NRI香港会長、NRIシンガポール社長～(株)野村総合研究所常務取締役～NRI データサービス(株)専務取締役～NRI データアイテック(株)代表取締役社長

IT 企業設立、経営に関する豊富な実務経験を有する。



准教授 赤木 弘喜

東京教育大学(現筑波大学)体育学部卒

東北学院大学教養部講師・助教授を経て東北学院大学教養学部助教授

「スポーツの持つ教育的価値の提供」、「スポーツ選手のキャリア支援」等を目指し実践している。日本体育スポーツ経営学会・日本スポーツ産業学会・日本スポーツマネジメント学会・日本ベンチャー学会・地域活性学会・認定NPO法人ふるさと回帰支援センター・「ふるさと起業塾」事業推進委員



准教授 石谷 康人

明治大学大学院工学研究科博士前期課程～東京理科大学大学院総合科学技術経営研究科専門職学位課程修了

(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)、技術経営修士(専門職)



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-伸びる会社がわかる財務諸表の読み方』(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前期課程修了

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～(学)新潟総合学院および(学)国際総合学園にて理事、専門学校校長などの要職を歴任～(株)日本メ

ンター代表取締役社長 教育事業で長年の経験を有し、学校法人の内部監査業務、起業家支援に従事、日本ベンチャー

学会会員。公認内部監査人。



講師 津村 怜花

香川大学経済学部(経営システム学科)～神戸大学大学院経営学研究科(会計システム専攻)博士課程後期課程修了

神戸大学経営学部 簿記・中級簿記・上級簿記・外国書購読 ティーチングアシスタント、帝塚山大学経営情報学部 簿記 非

常勤講師日本会計研究学会、日本簿記学会、日本会計史学会、各会員。博士(経営学)



2011年度 事業創造大学院大学 出張講義・出張講演の概要
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/>

指導教員および講義・講演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。
この概要に記載された内容を無断で転載することを禁じます。