

事業創造大学院大学

2015 年度版「出張講演」のご案内



事業創造大学院大学

専任教員紹介

本学では、事業創造のスペシャリストを育成するという教育目的を達成するため、実務の第一線で豊富な経験を積んだ教員（実務家教員）を配置し、「出張講演」の機会を設けています。



**教学担当副学長
研究科長・教授**
沼田 秀穂 (ヌマタ ヒデホ)
Numata Hideho
市場調査法
マネジメントサイエンス
演習 I・II



地域・国際担当副学長・教授
富山 栄子 (トミヤマ エイコ)
Tomiyama Eiko
マーケティング
グローバル・マーケティング
演習 I・II



教授
五月女 政義 (ソウトメ マサヨシ)
Soutome Masayoshi
経営戦略
イノベーション論
演習 I・II



准教授
岸田 伸幸 (キシダ ノブユキ)
Kishida Nobuyuki
アントレプレナーシップ論
コーポレートベンチャー論
演習 I・II



准教授
熊田 憲 (クマタ サトシ)
Kumata Satoshi
地域マネジメント
地域経済産業論
演習 I・II



准教授

鈴木 広樹 (スズキ ヒロキ)

Suzuki Hiroki

企業倫理
財務諸表分析
演習 I・II



准教授

丸山 一芳 (マルヤマ カズヨシ)

Maruyama Kazuyoshi

経営組織 A
経営組織 B
演習 I・II



准教授

山田 俊郎 (ヤマダ トシロウ)

Yamada Toshiro

中小企業財務論
演習 I・II



講師

金 紅花 (キン ベニカ)

Kin Benika

財務会計論
管理会計論
演習 I・II



講師

鈴木悠哉 (スズキ ユウヤ)

Suzuki Yuya

税法 A
税法 B
演習 I・II

※出張講演を担当する教員は以上となりますが、上記教員以外にも専任教員のほか、各専門科目を担当する非常勤教員を配置しています。

※各教員の詳細プロフィールは本学公式サイト (<http://www.jigyo.ac.jp/>) をご覧ください。

1	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>

2	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>

3	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>

4	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>

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?</p> <p>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"> ・自分の過去の体験 ・夢を実現するためには、周りの力を自分に集める ・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。 ・ビジョン <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"> ・「今できることから始める」 ・自分の経験と感性を大切にする。 ・自分がどのような人生を送りたいのかを考える ・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 ・できること、事業のコア・収益確保できることから始める

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"> 1) 新興国市場進出戦略 2) 参入プロセスの違い 3) マーケティング戦略の違い 4) 新興国の不完全なインフラに対する対応の違い 5) 韓国企業と日本企業の経営スタイルの違い

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し、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"> ・モノを売る時代でなく個人を売る時代 ・個人が簡単にメディアが持てる時代（ブログ、メルマガ、SNS） ・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 ・「人脈作りの原点は自分作りから」 ・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 ・顧客との対話は商売の基本 ・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

14	テーマ	製造業のサービス業化とサービス業の製造業化の時代
	講師	富山 栄子
	時間	60分～90分
	概要	<p>これからの日本の産業が成長していくために必要になっているのは、製造業のサービス業化と、サービス業の製造業化です。つまり、製造業では、ものづくりの領域にとどまらず、顧客視点に立ったうえで自社の事業を拡張し、そこでサービスの概念を取り入れていくことです。また、サービス業では、積極的に製造業化に取り込んでいくことです。</p> <p>本講義では、事例を用いて、製造業のサービス業化とサービス業の製造業化の時代についてお話します。</p>

15	テーマ	「ホリスティック・マーケティング」と「三方よし」
	講師	富山 栄子
	時間	60分～90分
	概要	<p>コトラーが提唱したホリスティック・マーケティングは、近江商人の「三方（売り手、買い手、世間）よし」とほとんど同じ概念を表しています。それは顧客の要望に始まり、顧客の欲求を感じ取り、それに応えるために必要なマーケティング概念です。これは「顧客価値」「コア・コンピタンス」「協働ネットワーク」に焦点をあてています。その目的は、顧客シェア、顧客ロイヤリティ、顧客生涯価値を高め、利益と成長の両方を追求することにあります。三方よしにするためにはどうしたらいいのか、ホリスティック・マーケティングの事例を用いてお話しします。</p>

16	テーマ	バリューチェーン・リデザインの成長戦略
	講師	五月女 政義
	時間	90分
	概要	<p>業界・市場、地域や国境のボーダーレス化、クロスオーバーが進展しているにもかかわらず、多くの日本企業は未だに伝統的な業界バリューチェーンと競争ルールを前提として事業展開を行っているのが現状である。</p> <p>もはや既存の枠組み、今までの延長線上のビジネスのやり方で成長や高収益を追求していくのは限界にきている。企業の成長余力の喪失と収益モデルの崩壊という構造的な問題に対し、どのような打ち手を打つかということが経営にとっての本質的な命題である。</p> <p>本講演ではバリューチェーンのリデザインをテコにした成長戦略の7つの代替案とビジネスモデル革新の考え方を提示するとともに、具体的な事例を交えながら、成長機会の取り込みと競争力強化のあり方について解説を行う。</p>

17	テーマ	Co-Creationの経営戦略 ～顧客との価値共創のビジネスモデル～
	講師	五月女 政義
	時間	90分
	概要	<p>低成長経済の常態化、価値観の個性化・多様化、グローバルレベルでの競争の激化、商品・技術の短サイクル化等により、企業の付加価値構造は大きく変化している。旧来のビジネスロジックは通用しなくなり、企業業績を規定する要因は従来とは大きく変貌を遂げている。</p> <p>こうした中、B to B、B to Cに関わらず顧客のニーズ/課題がなかなか見えない、わからないという言葉をよく耳にする。一方、情報が氾濫する中で、顧客自身も自らのニーズや課題がよくわからないという状況も増えてきている。このような場合、企業と顧客がニーズや課題そのものの発見から、課題解決さらには新たな価値創造までを共同で取り組む Co-Creation(価値共創)という切り口が重要となる。</p> <p>本講演においては、Co-Creation(顧客との価値共創)をビジネスモデルに組み込み、仕組みとしてマネジメントする考え方と、具体的な企業の事例を紹介することにより、新たな価値創造に向けたビジネスモデルの変革の方向性について提示を行う。</p>

18	テーマ	老朽・遺棄化学兵器処理事業のリスク対策と安全技術のイノベーション
	講師	岸田伸幸
	時間	90分
	概要	<p>2013年のノーベル平和賞は、化学兵器禁止機関（OPCW）が受賞しました。日本はOPCWの主要な貢献国であり、現在、化学兵器禁止条約に基づいて、旧軍の老朽・遺棄化学兵器処理事業を、中国吉林省で進めています。日本学術会議は、この難事業の完遂に向け小委員会を通じて学際的な知的支援を行っています。講師は2008年以来、同委員として活動中です。</p> <p>本事業に関しては、複雑な歴史的経緯、市民を巻き込んだ事故、事業委託先不祥事など、様々な問題が生じ、しばしば混乱を招きました。しかし、本事業は、そうした困難を乗り越えて推進され、日本の世界平和実現に向けた軍縮努力として国際的に高く評価されています。</p> <p>本講演では本事業の概況を説明し、併せてこれ迄見出された技術的課題に対処するために取り組まれているイノベーションについて御紹介します。</p>

19	テーマ	モバイル&ネットワーク・ヘルスケア事業の動向と展望
	講師	岸田伸幸
	時間	90分
	概要	<p>ケアサービスをICTネットワークで支援するシステムは、一昔前は院内限りのものでした。しかし、近年のユビキタス・ブロードバンド環境の進展とパーソナル・モバイル端末の普及は日常的なヘルスケアでのICT活用を可能にする新規事業の可能性を広げています。高度の専門性と厳しい規制が支配するこの新産業で伸びている事業の特徴は何なのか。インターネット・バブルに生まれたモバイルアプリベンチャー企業から、幾多の実証事業に磨かれた産官学医共同サービスまで、内外のベストプラクティスを俯瞰して、新規事業開発に向けた着眼点をお話します。</p>

20	テーマ	イノベーションを起こす ～そのためにイノベーションを知る～
	講師	熊田 憲
	時間	60～90分
	概要	<p>国の競争力強化、あるいは地域を活性化するための手段としてイノベーションが注目されています。しかし、そもそもイノベーションとはどのような現象なのでしょう。そして何故、国や地域、企業や産業、社会や人々にとって重要なのでしょうか？イノベーションを起こすためには、イノベーションという現象そのものの理解が必要です。本講演では、イノベーション創出に向けた入門編として、そもそもイノベーションとは何なのか？ についてお話します。その上で、イノベーションが決して一部の企業や一人の天才だけが生み出すものではないことを説明していきます。最後に、地域企業によるイノベーション、さらに地域の活性化の可能性についても考えてみたいと思います。</p>

21	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います。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も、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っています。</p>

22	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？</p> <p>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>

23	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>

24	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>

25	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>

26	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>

27	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づくり
	講師	山田 俊郎
	時間	90分
	概要	<p>ビジネスはPLAN、DO、CHECKの繰り返しから企業価値を向上していくものながら、企業やプランの先にある未来は予測不可能で不確実である。自惚れすぎではいけない。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、悩ましい。</p> <p>結局、どこにリスクがあるのか・どうリスクテイクするのかを迫られる。そのような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など、仮説検証を中心にその醸成法を考える。</p>

28	テーマ	キャッシュフローで会社を強くする －会社が見える会計・会社を動かす会計・会社を儲けさせる会計－
	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。</p> <p>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・安全性に関心を持つ講座としたい。</p>

29	テーマ	ビジネス・シミュレーションゲームでお金の調達・投資・回収の企業活動から「もうけの仕組み」「企業価値向上」を体験
	講師	山田 俊郎
	時間	90分
	概要	<p>厳しい企業環境だからこそ社員一人ひとりの意識と行動が期待されている。そこで、ごく簡単なビジネスゲーム（ビジネスシミュレーション）機会を提供するので、受講者は、競合企業をわき目に自企業の体力を意識しながら、既存・未知の市場で顕在顧客と潜在顧客に対峙し、企業価値向上と持続的成長への戦略・戦術を模索する。</p> <p>そのプロセスから投資とリターン、リスクテイクそして経営管理を学習するだろうし、現実ビジネスでは許されない「もし・たら・れば」の機会からは最良行動を振り返られるだろう。日常に帰っても、仕事の打ち手への意欲と行動の質を高めるだろう。</p>

30	テーマ	企業活動を描き出す会計情報とその活用
	講師	金紅花
	時間	90分～180分
	概要	<p>現代社会では企業の影響力が増大するにつれ、人々は自己の利益を守って企業と賢く付き合っていくために、企業の動向に強い関心を持ち、企業に関する情報を必要としている。その情報の多くの源泉は企業の財務会計から生み出されている。</p> <p>本講義では、ビジネスにとって、最も基本的な素養であり有効なツールである会計を、企業が営む主要な活動に焦点を当てつつ、財務会計の基本的な考え方について説明しながら、企業活動の結果が情報へと集約されていく過程を解説する。</p>

31	テーマ	I F R Sの導入による財務諸表の透明性、比較可能性の向上
	講師	金紅花
	時間	90分～180分
	概要	<p>企業の海外上場や投資者の外国株投資などを通じた資本の国際的な流通を促進するために、会計基準の国際的な共通化が推進される過程で、国際会計基準を採用する日本企業の漸増に対応して、グローバル環境の下での会計基準が注目されている。</p> <p>本講義では、会計を巡る広範的な世界を体系的にかつ実践的に理解させながら、I F R Sをめぐる国内外の動向、I F R Sの基礎知識、およびI F R Sと日本基準との相違点を解説する。さらに、実際のケースを紹介しながら、I F R S導入におけるメリットとデメリットを解説する。</p>

32	テーマ	企業戦略とマネジメント・コントロール
	講師	金紅花
	時間	90分～180分
	概要	<p>管理会計は、企業の実務と密接な関係を持ち、経営管理に役立つ会計情報を提供することを目的としている。伝統的な管理会計の役割は、戦略を所与の存在として、戦略を実行するために、意思決定を行い、従業員の行動を統制し、業績を適切に評価できるように、経営管理者を支援することにあつた。しかし、近年戦略の重要性が高まることによって、戦略を所与の存在とせず、戦略の学習と戦略のマネジメントに貢献する戦略的管理会計が注目されている。</p> <p>本講義では、経営意思決定のための伝統的な管理会計の枠組みとともに、新たな戦略的管理会計という視覚を意識しながら、戦略を実践する上でのマネジメント・コントロールの特性を解説し、その構築プロセスと構築上の課題を理解させる。</p>

33	テーマ	税法から見えてくる国家・社会
	講師	鈴木 悠哉
	時間	90分
	概要	<p>わたしたちは国家が提供するさまざまなサービスに頼って生きています。このようなサービスへの依存が高まるにつれて、国家はより大きな財源を必要とするようになっていきました。一方、わたしたちは、社会生活の一環として、日頃から種々の経済活動を営んでいます。その成果は、その主体である私人（つまり、わたしたち）に帰属するのが、私有財産制度のゆえんです。ここにおいて、私人の手元にある財貨を、国家の資金需要を満たすべく国家に移すための手段が必要となりました。国家は、社会を舞台とした各種の経済活動の成果から資金を得るべく、税制を組み立てます。一方、私人は、各種の税負担を最小化すべく、経済活動のあり方を自己に有利なように仕組みます。もっとも、現代社会において、私人は国家が提供するサービスを、国家は私人が獲得する財貨を、それぞれ当てにせざるを得ないのが実情です。</p> <p>税について考えると、このような、国家と社会の緊張関係を目の当たりにすることになります。この相反する思惑をつなぐ役割を果たしているのが、法です。わたしたちは民主主義の担い手として、国家のあるべき姿を決める権利を有すると同時に、ひとたび決まったことは守る義務を有することになるのです。この理を税に当てはめるとどうなるでしょうか。くわしいことは、講演でふれることにしましょう。</p> <p>税の歴史は国家の歴史でもあります。各国の税制は、それぞれの国家の情勢を反映して、バラエティに富んでいます。言うなれば、税は、国家の姿を映し出す鏡としての役割を果たしています。「税」を「法」という視点から眺めることで、ふだんはあまり意識していない国家や社会のあり方を考えてみませんか。</p>

事業創造大学院大学 2015年度版「出張講演」のご案内

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/>

※ 担当教員および講演テーマ、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。