

熱気に満ち溢れた特別講義・集中講義 続々開講！

事業創造大学院大学では実務の第一線で活躍されている経営者である客員教授を招いた「特別講義」や非常勤教員による「集中講義」が続々開講されています。また、「特別講義」の後には懇親会が行われ、授業とは違うリラックスした状況で直接に交流を図ることができます。

客員教授による特別講義

6月10日(土)
玉生 弘昌
株式会社プラネット 代表取締役社長
特別講義
「IT大進展時代のビジネスチャンス」



6月17日(土)
西川 俊男
ユニー株式会社 特別顧問
特別講義
「激動の時代を生き抜く私の経営感」



8月26日(土)
田端 一宏
株式会社プライム 代表取締役社長



非常勤教員による集中講義 野中 郁次郎 一橋大学名誉教授



集中講義「経営戦略」 7月8日(土)・7月22日(土)

<野中教授メッセージ>

21世紀は知識社会と言われておりますが、その特色はナレッジワーカーの仕事は知識を作る、つまりイノベーション、つまり未来を創造することになります。「知」を創るということは、自分の思い・信念を言葉あるいはコンセプトに、そしてこの言葉を形にすることです。その場合の基本になるのは高い志、世の為人の為に尽くすということだと思います。もっと具体的には地域、新潟で新しい事業を起すという事になると思います。本大学院教育の特色の一つは修士論文として「事業計画書」を提出することですが、新潟そして日本そして世界をイノベーションするという気概を持ったこの大学院が、日本の中でも非常にユニークな大学院として発展する事を期待しております。

今後の「客員教授による特別講義」予定

9月
大武 浩幸 株式会社ユニカフェ 代表取締役社長
近藤 太香巳 株式会社ネクシーズ 代表取締役社長
木村 育生 株式会社インボイス 代表取締役社長
澤田 秀雄 株式会社エイチ・アイ・エス 取締役会長

10月以降
平松 宏之 株式会社ひらまつ 代表取締役社長CEO
新浪 剛史 株式会社ローソン 代表取締役社長兼CEO
奥田 碩 トヨタ自動車株式会社 取締役相談役

※10月以降も続々と、客員教授による特別講義を開講します。

大学院 Q & A

Q 事業創造大学院は専門職大学院と聞いていますが、専門職大学院とはどういう大学院ですか？

A 専門職大学院とは、高度専門職業人の育成を目的とする大学院です。従来の研究者養成に対応した大学院とは異なり、専門分野に特化し、専門的な理論と実践的な知識が修得できるようカリキュラムが編成されていることが大きな特徴の一つです。

Q なぜ多くの著名な経営者が客員教授になっているのですか？

A 客員教授の皆さんは本学の設立趣旨にご賛同いただき意欲的に就任されました。本学の学生は特別講義に出席することにより他では聞けない貴重な情報に触れることが出来ます。

Q 大学院の時間割を教えてください。

A 社会人の方が通学できるように平日は18:30から20:00、20:10から21:40と1日2コマの授業が行われます。また土曜日に行われる科目もあります。尚、学生個々の時間割については前期・後期の履修状況により異なります。

入学試験情報

入試日程

【第1回】平成18年11月 11日(土)
【第2回】平成18年12月 16日(土)
【第3回】平成19年 1月 20日(土)
【第4回】平成19年 2月 17日(土)
【第5回】平成19年 3月 10日(土)

出願・入学試験に関するお問い合わせ先

事業創造大学院大学 入試事務局

☎:0120-250-171 FAX:025-255-1251
e-mail:exam@jigyo.ac.jp

※資料請求・募集要項は本学ホームページからも請求できます。(無料)

ホームページアドレス:

<http://www.jigyo.ac.jp/>

オープンキャンパス情報 ※9月中旬、ホームページで発表します。



事業創造大学院大学

〒950-0916 新潟県新潟市米山三丁目1番46号

TEL:025-255-1250 FAX:025-255-1251
ホームページアドレス <http://www.jigyo.ac.jp/>
フリーダイヤル:0120-250-171

2006
創刊号

事業創造大学院大学通信

Press No.1

Published by Graduate Institute for Entrepreneurial Studies

・contents・

表紙 ごあいさつ
p.3 誌上講義 p.1 教員紹介
p.4 誌上講義

p.2 学生ボイス
p.5 大学院トピックス、大学院Q&Aほか



2006年9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



■創刊記念学長メッセージ

高度な専門知識と豊富な経験、 そして人間力— 実践的なビジネススキルの習得を

中澤 信雄

NAKAZAWA, Nobuo

学校法人新潟総合学園
事業創造大学院大学 学長

Profile

早稲田大学政治経済学部卒
野村證券㈱において国内外の要職を歴任～野村證券㈱
代表取締役専務～国際証券㈱代表取締役社長～三菱
証券㈱創立初代社長～国際投信投資顧問㈱取締役会
長～本大学院設立準備の中心的な役割を担い現在に至る



“富士山をどう動かしますか？”

これは、マイクロソフト社の人材採用試験で出題された試験問題のひとつである。

他にこんな問題もある。

—なぜマンホールの蓋は丸いのですか？

—世界にピアノの調律師は何人いるのですか？

—時計の針は一日何回重なるのでしょうか？

—南に1キロ、東に1キロ、北に1キロ行ったら元に辿り着くような場所は地球上に何箇所ありますか？

なぜマイクロソフト社はこんな問題を出すのだろうか？とても採用に関連のある質問とは思えない。

実はこれは、正しい解答を要求する設問ではなく、その人間の発想力、論理性、説得力を試し、マイクロソフトにふさわしい潜在的な能力があるかどうかを試すために行われる質問なのだそうだ。正しい答えがなさそうな荒唐無稽な質問に対して、途中で諦めず最後まで考えることができるか、また、面接官を納得させるだけの論理的思考を展開できるかということを探るらしい。要は、自分の頭で考え抜く力を試すということだ。

同じように、アメリカのビジネススクールでは、学生の「自ら考える力」を重視する。教官が機関銃のように学生に質問を浴びせ、学生もどんどん発言する。同じ意見などない。「僕の意見は彼と同じです」ではなく、「彼の意見と似ているが僕はここが違う」と主張する。そうでないと全く評価さ

れないのだ。

一方で、日本の伝統的な教育は、幼稚園から大学院まで知識偏重だった。しかも、大学や大学院が教育の最終地点で、社会に出ればそこで教育が終わってしまうかのような風潮だった。とりわけビジネスの領域ではそうした傾向が強い。

ところが、現実の世界は日々めまぐるしく変化している。当然ビジネスも変化・多様化に対応していかななくてはならない。そんなときに役に立つのは知識に加えて知恵、自ら考え抜く力だ。そしてそれは経験を積みば積むほど、実際の場面で大きな力を発揮できる。

高度な専門知識と豊富な経験、そして人間力。これこそがビジネスにおいて最も大切な力である。これらが高めるためには、これまでのような知識一辺倒の教育ではなく、教育とビジネスが密接に繋がり、そこで両者を絶えず往来しながら自己のスキルを高める必要がある。

本学が目指している「勉強、学習」とはまさにこのことであり、実践的なビジネス力を習得すべく、学生、教職員一同日々奮闘している。

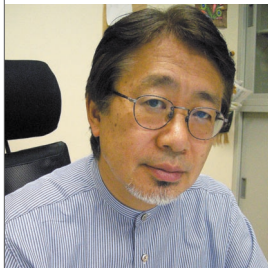
冒頭ご紹介したマイクロソフトの質問に対して、本学学生全員がオリジナリティ溢れる論理的な解答を我先にと主張する姿が目につく。

・QUESTION・

- 1 担当されている科目の概要説明 2 講義の様子・受講している学生の印象
3 新潟の印象 4 著書・推奨本の紹介

実務に即した講義、戦略のあり方について指導

会社やオフィスの業務を離れ学業に専念させる企業や団体の配慮があれば



信田 和宏

NOBUTA, Kazuhiro

教授

担当科目:マーケティング、ブランドコミュニケーション、演習(広告ビジネス)

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、マーケティング局～(株)電通ヨーロッパ、(株)電通アジア社長などを歴任
東京経済大学大学院客員教授
国際広告ビジネスなどを担当。
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。

1 ①「マーケティング」…事業(ビジネス)活動に必要なマーケティング活動の要素と条件を実務に即し講義をし、それらの成功例や失敗例を取り上げマーケティング活動を進めていく上での戦略のあり方について指導する。

②「ブランド戦略」…企業活動の中で近年もっとも重要視されるブランドについて触れ、企業・商品・サービスの各戦略のコアとしてのブランド戦略の実際と作成について指導する。また、学生がその戦略を自分で構築する演習も行う。

③「広告ビジネス(演習)」…広告や販売促進やイベントなどのプロモーションを中心としたビジネスの起業もしくはは関心のある学生を対象にそのビジネスの特色や将来性について講義し、実際にビジネスプランを作成する。

2 大半は真剣であり自己の将来の設計を鑑みながら受講していると思われる。できることならば、(派遣の学生について)学生に2年間、会社やオフィスの業務を離れ学業に専念させる企業や団体の配慮があれば

ば幸いである(欧米のようなスタイル)。

3 東京と変わらないというのが一番の印象。ただ、人々はややおとなしいという印象もあり、その分、実直である。食事と酒が特においしい。そのため、エンゲル係数が一気に上がった。

4 著書

「知価時代のブランド戦略」NTT出版

「あなたを刺激する12章の青唐辛子～日本人が失ったもの、アジア人がもっているもの～」星雲社(9月発行)
「やさしく作れるコミュニケーション戦略」星雲社(9月発行)

〈推奨本〉

「戦略プロフェッショナル」三枝匡 日経文庫

「日本はなぜ敗れるのか」山本七平 角川文庫

「グローバルスタンダードと国家戦略」坂村健 NTT出版

「東大講義録」堺屋太一 講談社

「日本とは何か」堺屋太一 講談社

「虹を見ていた(小説淡沢栄一)」津本陽 NHK出版

「競争戦略論Ⅰ,Ⅱ」M.ポーター ダイアモンド社

学生達の真剣な眼差しから学習への熱意が伝わり
教員としての責任の重大さを認識

1 本講義の目的は、企業会計の基本的な理論や概念および会計処理方法などを網羅的に解説することにあります。具体的に、まず財務会計の社会的な役割や利益計算の技術とルールなど財務会計の総論的な知識を提供します。また企業の設立、資金調達、仕入・生産・販売、設備投資、資金運用、国際活動などの企業活動が財務諸表に要約されるプロセスを説明します。さらに、企業の会計情報の公表について説明し、それらの公表情報を用いて経営分析の方法を解説します。

2 本講義は、主に講義形式で、階段教室で行っています。研究意欲を高めるため、発表させたりもします。初回から学生達の真剣な眼差しから学習への熱意が伝わってきました。教員の私に責任の重大さを認識させる熱意のある眼差しでした。また学生達は、仕事のベテランが多く、中には第2の人生の新しい契機を探すため、本大学院に入学した方もいらっしゃるようです。

3 海の幸、山の幸が豊富で、まさに食の都です。

平地が多く、電車の窓から水田の広がりを眺めると、心が落ち着きます。新潟市内には日本で一番長い川として知られる「信濃川」が流れ、川を越えるため「万代橋」を初め、多くの橋が架けられています。「朱鷺メッセ」から見る新潟港、日本海、信濃川が美しく、壮大です。

4 「企業会計」講義で利用するテキストは桜井久勝・須田一幸共著の『財務会計・入門』(有斐閣アルマ)です。この本の内容が実践的で、また忙しいビジネスマンが移動中でも利用できるよう、サイズも小さめにしているようです。もっと詳しく勉強したい方には、ボリュームがたっぷりの桜井久勝著『財務会計講義』(中央経済社)を薦めます。



胡 丹

HU, Dan

助教授

担当科目:企業会計

広島県立大学経営学部～神戸大学大学院経営学研究科博士課程修了
神戸大学大学院ティーチングアシスタント、神戸大学研究協力課、甲南大学教育指導員を経て、早稲田大学アジア太平洋研究センター助手、日本会計研究会、ディスクロージャー研究学会会員。経営学博士

明日に繋げられる知識を学ぶ喜びが今の私の心の支え

女性が子供を産みながら企業で戦力として働ける社会づくりを学び考えていきたい



神尾 すみ江

KAMIO, Sumie

有限会社 神尾材木店

この年齢で学生になるなんて、誰が考えるでしょうか? 還暦を来年に控え、何かと還暦祝いの相談会の多いこの頃、一方では学生なのですもの。しかし学ぶことに年齢を考えていたら一歩も前に進めないと自分自身を叱咤激励し能力の向上に入学を決意した次第です。

この大学院の存在を知るきっかけは、日経新聞の広告欄に大きな文字の「事業創造大学院大学」でした。2007年には私たちのベビーブーマー世代が退職を迎え、そこから加速度的に高齢化社会へとむかい、若者が減り高齢者が増え、企業も地域社会も、女性の労働力に頼らざるをえないという現象がおこってきます。私は女性のもつ感性や視点をどう発揮し、企業発展に繋げられるか、などのことを考え日々悶々としておりましたところに、この大学院の存在を知り一にも二にも入学したい思いで資料請求、受験手続と一直線で今日に至っております。

3ヶ月が過ぎ、実に多くのことを学びました。喜びが少しずつ増え、何かが芽生えてくる予感がします。し

かし入学直後の私の状況は、喜びに浸る余裕など皆無、聞きなれない用語が容赦なく頭を襲い、もうくたくた状態でした。そんな情けない私を「早口で判りづらいですか?」、「補習しようか?」等々激励の言葉をかけてくださった教授の方々に改めて感謝申し上げます。

他のクラスメートはしっかりした目的意識を持ち意気込みも半端じゃない。疲れを感じない受講姿勢、まさにエネルギー満ちた面々、職業も年齢もバラバラ、しかし学ぶという共通の意識を持つこの場は熱気に溢れており、まさに知識創造の場なのです。そしてスモールワールド、ネットワークと呼ばれる人脈の連鎖を巻き起こす場となりつつもあります。

教授陣の講義から明日に繋げられる知識を学ぶこと、そして積極的に協力してくださる教授陣の力などが今の私の心の支えとなり、学ぶ喜びに繋がっております。

今後も女性が子供を産みながら企業で戦力として働ける社会づくりを学び考えていきたいと思っています。

企業内で新しいチャレンジができるような
テーマの発掘をと、ひたすら自分に発破をかける

「勉強をするには最後のチャンスだね」。年齢を数えながら友人に笑われた。でも、「何とかなるさ」という気持ちと「何とかしなければ」というあせりもあった。これまでサッカーをはじめ数多くのイベントに携わってきた。「環日本海」という言葉が脚光を浴びた頃、北東アジアの各地を取材や経済視察で訪ねた。その後、事業局でさまざまなイベントを展開してきたが壁に突き当たった感じがしていた。あつという間に年月は流れ50歳代に突入。最後にもうひとつ大きなテーマを設定してみたい…、新たなビジネスの可能性を開発することはできないか…ということが入学の動機だった。

しかし、会社の業務を終えてからの通学は予想以上に大変だ。クラスメートはほとんどが私より若く、講義に集中している姿が実にうらやましい。このエネルギーをもらおう…と自分に言い聞かせた。

遅まきながら何とか講義に集中できるよう

になった頃、会社の業務が多忙を極めてきた。仕事上の問題が発生し勉強どころではなくなつた。ついていけないかもしれないと何度も迷う。講義の内容は幅広く奥が深い。また、どうしても自分の業界や体験に引き込んで考え解釈するため、理解が独りよがりになってしまう。もっと若いときに勉強しておけばよかった…と何度も思った。

しかし時折、講義の途中でふっと霧が晴れるように、仕事上で悩んだり迷ったりしていた問題で一瞬先が開けたような感覚になることがある。そうだ、今はやれることだけやろう、自分流に納得できればそれでよしと感じられるようになった。

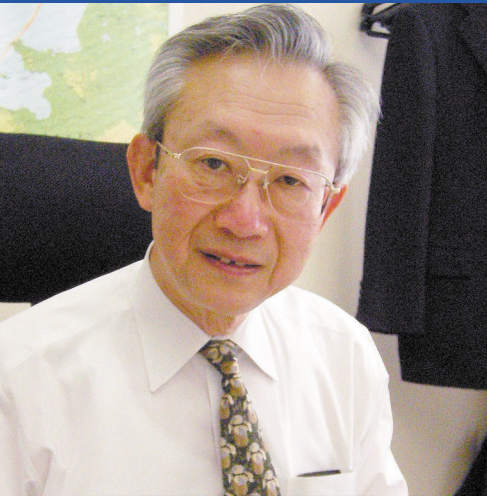
今後も企業内で新しいチャレンジができるようなテーマの発掘のために、ひたすら自分に発破をかけながら学んでいこうと思う。



駒形 正明

KOMAGATA, Masaaki

株式会社 テレビ新潟放送網



「50歳台への住宅機能強化リフォーム提案」

新潟県の新設住宅着工戸数は中越地震特需で2004年11月以降一時的に増加したが、今後は急激に減少する可能性が強い。そこで、住宅建設業界に望まれる経営の対応策を提案する。

原 敏明

HARA, Toshiaki

研究科長・教授
担当科目：地域経済論、演習（小売・外食産業）

新潟大学人文学部卒 株式会社第四銀行～財新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 新潟県・新潟市及び新潟商工会議所などの各種委員会において要職を歴任し幅広く活躍

1.近年の新潟県新設住宅着工戸数推移

（財）建設物価調査会の建設統計月報によると、新潟県の新設住宅着工戸数は、1996年2万7千戸だったが、消費税が5%に上がった1997年は2万1千戸と減り、金融機関の経営破綻が起きた1998年は1万8千戸と2万戸を割り込んだが、ここまでは不況の影響もある。だがその後も、2000年までは1万7千戸台、2001年～2003年は1万6千戸台、2004年には1万5668戸と、景気回復期も含め、年平均1千戸程度ずつの減少基調が継続している。世帯数より住宅が多い上、少子化で需要が構造的に落ちているためである。2005年は、従来のペースなら、1万5千戸になったはず。だが実績は1万9088戸と、逆に4千戸ほど上回った。これは主として中越地震特需であり、一時的な需要である。

2.新潟県の住宅ストックと中越地震の影響

2003年現在、新潟県は79万世帯であり、総務省統計局の「住宅統計調査報告書」によると、この世帯数を10万上回る89万戸の住宅がある。この内、4分の1の22万9千戸が新潟市にある。中越地震の影響を受けた主な地域である長岡市に7万7千戸、十日町市に1万4千戸、小千谷市に1万3千戸あり、この3市の小計10万4千戸は、県全体の12%を占める。2004年10月の中越地震で被害を受けた住宅戸数は新潟県の発表によると12万戸だから、中越地域のほとんどの住宅が影響を受けたことになる。影響を受けた12万戸の内訳は、①全壊3,185戸、②大規模半壊2,159戸、③小規模半壊11,566戸、④一部の損壊103,500戸である。この内、新築する割合を、それぞれ①100%、②50%、③25%と仮定すると、新築の合計は4千戸強となる。

3. 中越地震後の新潟県新設住宅着工戸数の推移

上記の通り、減少していた新潟県の新設住宅着工戸数が、中越地震発生から1ヵ月後の2004年11月以降、前年同月比で増加に転じ、2005年11月まで増加が継続、前年同期比4千戸強の増加となった。被災地現場では、今なお盛んに建設工事が続いている。だが、新規受注は減少に転じており、あと1年以内で建設工事も減少し、その後の主役は政令都市・新潟市のマンション建設となろう。従って住宅新設は、現在の年間約2万戸から同1万戸台への急激な減少となる可能性が強い。従って、このまま無策では関連業界での経営破綻もありうる。

4.望まれる新潟県住宅建設業界の対応策

対応策の候補の一つは、50歳台への住宅機能強化リフォーム提案である。その理由の第1は、県内の持家数は、20代6千戸、30代47千戸、40代107千戸、60代136千戸、70代以上120千戸に対し、50代は174千戸と圧倒的に多いこと。第2に50代は資金に余裕がある最後の時期であること。第3に60代以降は体力の衰えが出て、骨格機能の衰えへの段差解消や車椅子対応、筋機能低下への手すり、白内障等で視覚機能衰えへの黒線設置、内臓機能の衰えへの床暖房設置などの住宅機能強化リフォーム提案が望まれるからである。また、10年間で245万人減り1756万人になった子供の代わりに、887万匹増え2410万匹になったペットの犬猫の防音・防臭等の住宅機能強化リフォーム提案を待つ人々も少なくないと見られるからである。

ベンチャー起業論概要

近年、わが国においてベンチャー企業の設立、成長は目を見張るほど活発になってきており、企業内でも新しい事業を創出し高付加価値型の経営を目指す前向きな動きが見られる。本講義では、起業家としての不可欠な知識、手法などを学習する。



田中 延弘

TANAKA, Nobuhiro

教授

担当科目：ベンチャー起業論、演習（ベンチャーキャピタル）

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（株式会社信託銀行～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）

でも、主要なテーマを構成しています。

授業では、主要学説の理解やモデルによる問題点の把握等、理論的なアプローチを進め、あわせて実際面の理解を深めるため、起業に成功した人や起業過程を戦っている人、起業を支援する側に立つ政策当事者、インキュベーション・マネジャー、コンサルタント等から、幅広く生の声を聞きます。優れた起業リーダーの活動や考え方をビデオ映像によってなぞることもします。

起業におけるインターネット活用の重要性を理解することも重要です。インターネット・ベースのビジネスモデルは通常、仲介事業、広告事業、販売事業、アフィリエイト事業、メディア事業、利用者情報事業、課金事業、コミュニティ事業の8種類に分類されます。起業しようとするものは、選択した業界にこれらを当てはめ、どんな事業形態が可能かを考え、あわせて、どの顧客に向かって事業をおこなうか（すなわちB2B、B2C、C2B、C2C、ないしB2G、E2Eなどその応用形のどれを取るか）を絞り込みます。こうした過程の学習もベンチャー起業論の重要な構成部分です。

最後に、ベンチャー起業論の目的を4つに整理して、誌上講義を締めくくりましょう。

1. Entrepreneurial Studies（起業家と起業活動に関する研究）の諸理論と研究動向を理解する。
2. 経済社会におけるベンチャー企業の活動と役割、キャリア選択における起業の意義を理解する。
3. 起業活動の実践に活用可能な基本知識を修得する。
4. 起業の実例に触れ、起業過程のダイナミズムと応用可能な成功要因を抽出、理解する。

提出課題や参考図書も多い授業ですが、終った時の充実感だけは保証します。

日本では、ベンチャー企業の輩出源である自営業の開業率が低下している。また終身雇用制の崩壊のなかで離職を経験する人の割合が増加しているにも関わらず、仕事を変える際自分で事業を始める道を選択する人の割合も落ちている。GEM（国際起業活動調査）という指標でみた起業の活発度は、OECD主要国中で断然最下位という状況である。経済、産業の活力を取り戻すには力強い起業活動のうねりが欠かせないというのに、ああ、これじゃあ日本はもうだめだ。

1990年代以降つい数年前までは、ずっとこんな論調が支配的でした。ところが今、景気サイクルが上昇軌道に乗り、長年の起業振興策、ベンチャー支援インフラの整備の効果もあってか、わが国におけるベンチャー企業の設立、成長は目を見張るほど活発になっています。勤務先で蓄積した業務経験を背負ってスピナウトし、自分の会社を立ち上げる技術者やサラリーマン、大学の研究成果の企業化に取り組む研究者、Web2.0といわれるインターネットの技術進歩を取り込んで革新的ビジネスモデルを実践する若者たちがその担い手ですが、それに加えて注目されるのは企業内ベンチャーの動きです。事業集中とリストラで利益体質を確保した多くの企業において、新技術、新市場、新サービスを追及する新しい事業の創出によって、より高付加価値型の経営を目指そうという、前向きの動きが見られるのです。

新しい事業の創出を目指す人たち、その置かれた環境はさまざまですが、彼らはみな「起業家」だといってよいでしょう。起業家として成功するには、独特な特質と能力、知識と手法が不可欠です。それらの中には生来のものもあるでしょうが、学習によって獲得できるものも多いのです。起業に必要なビジネスアイデアをどう発想するか、起業プロセスの全体像を理解し、それをどう円滑に進めるか、参入する産業分野とその中での事業領域をどう決定し、さまざまな参入戦略の中から何を最適解として選択するか、それらをいかにして事業計画書にまとめ、魅力あるものとして協力者に訴えていくか。これらは、いわゆる起業教育の課程で広く取り上げられる課題であり、わがベンチャー起業論におい