

令和2年度前期授業科目の概要及び開講時期

科目区分	No	授業科目の名称	授業の概要	配当年次	開講時期	開講曜日	開講時限	担当教員
基礎	1	マーケティング	ビジネスを取り巻く市場や環境が激しく変化している現代社会において、企業が存続・成長していくためにマーケティングの重要性は今まで以上に増している。そのため、本講義では、伝統的マーケティングマネジメントだけではなく、近年重要性を増してきている、顧客志向、関係構築、グローバル化、情報化社会とマーケティングをテーマとする。講義で扱う事例は広範囲にわたっており、そこからマーケティングそしてその基本的プロセスを体系的に習得する。	1年	第2クォーター (6月～8月)	火曜	6・7限	江戸克栄
基礎	2	ベンチャーの経営戦略	まずは、そもそもの現代社会の資本主義経済での成長とは何かを一緒に考えることから始め、ベンチャーのライフサイクルやベンチャーの実際について知識として学ぶ。次に、未来の事業機会をつかむための鍵となる勃興するユニコーンの事例研究や第四次産業革命と背景となるテクノロジーの解釈や自主研究を行い、これらの活動をもとにグループ分けしたワークショップで疑いの起業活動に入る。ワークショップでは着眼セッションを実際のベンチャーコミュニティでのアプローチ手法を利用して取り組み、仮説を発散させ、論理的に収れんしつつストーリープロトタイプングを通して検証することで一つの有望な事業仮説とビジネスモデルに落とし込む。ベンチャーの経営戦略において基本となる戦略やマーケティング、ビジネスモデル、ファイナンスのエッセンスは講義と自習を通して主体的に会得する。また、現在進行形のベンチャーコミュニティで活躍するアントレプレナーやベンチャーキャピタリストなどのゲストスピーカーとの交流を通じて生の現場からのインスピレーションと示唆を得る。これら全体がシナジーをもって融合することでベンチャーを左脳と右脳と心とともに体得する。	1年	夏季集中 (7月～9月)			古我知史
応用	3	戦略としての社会システムデザイン	戦略立案は基本の徹底的理解と思考の規律が大事であることを示し、どのような戦略にも共通で応用範囲の広い基本的な戦略立案のステップを重要なキーワードとその背景を理解させる。特に、相関関係ではなく、因果関係を見つけるための課題設定からスタートする分析手法を演習を通じて身に着ける。そして、戦略を関係者にちゃんと理解してもらうためのコミュニケーション。特に、プレゼンテーション資料、すなわち、分析図、概念図の基本的組み立て方、描き方を習得する。そして、新しいビジネス・モデルを創造するのに役立つ「社会システム・デザイン」のアプローチを具体的な応用分野の紹介と、作業実習を通じて身に着ける。	1年	第2クォーター (6月～8月)	水曜	6・7限	横山禎徳
専門	4	特別研究C(経営のリスクマネジメント)	企業経営に必要とされるリスクマネジメント知識の習得と、その活用に関わる意思決定の在り方等を学習する。事業会社を取り巻く様々なリスクの整理、分析や、新規事業案件の投資判断等、に必要とされるリスクマネジメントリテラシー、財務リテラシー等を活用し、様々な事例(ケーススタディ等)を活用する講義を行う。講師の実務体験に基づいた、国内外における各種事業にて対応した様々なリスク(金融危機に関わる流動性危機、コンプライアンス事案にかかわる経営判断等)や国内外における新規事業の立ち上げ経験等を、事例紹介等を通じて、リスクマネジメントのあり方を学習することが特徴である。一般的にこれらの事業は、大企業の経営幹部が意思決定の際に必要な経営リスクマネジメント分析と考えられるが、中小企業やベンチャー企業等の経営人材にこそ習得してもらいたい科目である。具体的な事業案件(含む様々な日経新聞の記事等)を元に、毎回、ディベートやグループワーク等を行う予定。参考までに：もし現代の事態とよく似ている過去の事態についての知識があれば(中略)そうした知識は、未来において起こりうるもろもろの可能性について、少なくとも1つの可能性を教えてくれる。歴史の教訓 アーノルド・トインビー(松本重治 編訳) 岩波書店 1957 より	2年	第5クォーター (4月～6月)	火曜	6・7限	七田良彦
専門	5	社会イノベーション	社会を変える社会イノベーションの取り組みやその担い手である社会起業家は、決して特殊な事例や歴史的英雄のような人物のことではない。身近な社会的課題をどのような観点から見出し、解決の糸口となるアイデアをどのようにして実現していくのか。生み出されたアイデアはどのように広まっていくのか。社会イノベーションと社会起業家の概念や、世界的な社会起業家支援ネットワーク「アショカ」のフェローを始めとした国内外の社会イノベーション・社会起業家事例について講義するとともに、第一線で活躍する社会起業家をゲスト講師に招く機会を設け、社会イノベーションについて理論と実践の両面から理解を深める。	2年	第5クォーター (4月～6月)	水曜	6・7限	露木真也子
専門	6	医療介護の制度経営	医療介護サービスは社会保障制度で提供されるものだけでも優に50兆円を超えて巨額であるが、その経営なるものは、国や自治体が担う医療提供体制を継続させる仕組みすなわち制度経営論と、医療介護事業者が担うサービス提供を継続する仕組みすなわち事業経営論の二つの論理をもって説明できる。本授業では、制度経営論を説明する。具体的には、国ごとで異なる医療介護サービスの事業成立の社会的背景の違いを理解し、わが国の場合に医療介護サービス提供者の経営を継続させるために設けられる医療介護の社会福祉制度の成り立ちや運営の特徴について説明するものであり、内容は自著テキスト『ソーシャルビジネスとしての医療経営学』前編「医療・介護の経営原理」が中心となる。そして授業では常勤職に就いていて週日の勉強時間が限られる社会人院生の学びの生産性を上げられるように、テキストの内容についてパワーポイントのアニメーション機能を効果的に使ったコンテンツをスクリーンに映して講義を進め、文章と図表と言葉で構成する講義によって学びの緊張を継続するとともに、随時ディスカッションを交えて進める。これにより講義時間内に満足できる学びを進めるとともに、さらなる学びの掘り下げのための自発的な復習を促す動機付けに心掛けていく。	2年	第5クォーター (4月～6月)	木曜	6・7限	西田在賢
専門	7	特別研究F(スタンフォード大学連携科目) ※【ご参考・昨年度内容】	イノベーションを生み出し新規創業の担い手となる人材の育成が国や組織の課題となるなか、21世紀の人材に求められるのは、新しい視点や着想でこれまでにない価値を生み出す力です。そこで注目されているのがアントレプレナー(起業家)教育です。本講では、シリコンバレーを拠点にメディア、テクノロジー、医療、法律、金融といった様々な領域で活動するアントレプレナーたちをゲストにむかえて、イノベーションやアントレプレナー活動について考えていきます。起業家たちを支えるエコシステムとは？彼らの特徴付ける共通点とは。起業家育成のために何ができるのか。イノベーションで世界をリードするシリコンバレーで日米の架け橋として活躍する7人のアントレプレナーたちとオンラインで交流することで、受講者は「アントレプレナーシップとは何か」を体系的に見極めていく力を養います。さらにケーススタディーやディスカッションなどのグループワークを通じ、分析力・洞察力・コミュニケーション力といったスキルを育みます。 本講は、スタンフォード大学の学習管理システムCanvasを使って実施されます。受講生はCanvasのサイトから毎週の講義に必要な連絡事項・課題などをチェックし、事前学習を目的とした教材(文献・動画など)をダウンロードすることができます。課題や小論文の提出などもすべてCanvasを介して行われます。	2年	第5・6クォーター (4月～6月)	土曜	1・2限 (※)	江戸克栄 土本康生 吉川成美 (※一部変更 (日曜日等) 可能性あり)

令和2年度前期授業科目の概要及び開講時期

科目区分	No	授業科目の名称	授業の概要	配当年次	開講時期	開講曜日	開講時限	担当教員
専門	8	持続可能な自然資源マネジメント	<p>地域資源のマネジメントについては、市場のグローバル化のみならず、近年多発する自然災害および生物多様性の変化により大きく左右される。こうしたなか地域経済の活性化においては自然資源管理に関わる経営体の成長が必要不可欠となってきている。自然資源管理マネジメントには、消費者や顧客・企業からの支持、それにとまらぬ競争優位性の確保が必要となることは言うまでもない。これまで自然資源マネジメントの課題としてはコミュニティにおける“マーケティング力”の弱さが指摘されてきた。一方で、近年ではそうした状況をプレクスルするのケースも増えている。</p> <p>本講義では自然資源に関わる持続可能な経営・マネジメントについて、日本の里地・里山・里海・里川を総合的に捉え、地域再生の転換点となる技術やイノベーションを起こすための必要な事業形成について講義形式により理解を深める。</p>	2年	第5クォーター (4月～6月)	土曜	3・4限	吉川成美
専門	9	地域ブランド戦略とデザインマネジメント	<p>感性的価値の重視を背景に、デザインへの関心は高まりつつある。デザインに対する関心は、モノの外観の美しさといった、狭義のデザインにとどまらず、サービスのデザイン、関係性のデザイン、システムデザイン、プロセスデザインなど多岐にわたっている。矛盾する要素、異なるニーズを統合し、目に見えるかたちで問題解決を行うというデザインの基本機能は、ビジネスにも積極的に導入されている。</p> <p>本授業では、現代社会に求められている「デザイン」の機能とビジネスにおけるデザインマネジメントについて実例を通して理解を深めることを目的としている。さらに、国内の地域ブランド戦略のケーススタディを通して、地域ブランド戦略を策定するための方法論について多角的かつ実践的に学びながら、ビジネスリーダーに求められるデザインマネジメント力を身につける。授業の最後には、地域ブランド戦略を立案し、プレゼンテーションを行う。</p>	2年	第6クォーター (6月～8月)	水曜	6・7限	百武ひろ子 櫻野孝人
専門	10	医療介護の事業経営	<p>医療業の収益規模はわが国国民皆保険制度下の総支出額となる国民医療費だけでも40兆円を超えて巨額である。また2000年以前には高齢者医療費としていたものを肩代わりする介護保険制度の総支出も既に10兆円を超える。すなわち医療介護サービスは社会保障制度で提供されるものだけでも50兆円を超える国内最大のサービス産業である。そして病院、診療所、調剤薬局などの医療提供施設や介護サービス事業者の数は多く、個々の事業規模はさまざまである。そのうえで医療介護は複合サービス事業として展開されている。このような特徴を持つ医療介護事業では、近年、専門的な経営の取り組みが不可欠となっている。本授業では、わが国社会保障制度下における医療介護機関の存在意義を念頭に置き、「なぜ専門的な医療介護経営が必要なのか」の説明に続けて、データが揃う病院事業の経営分析を中心とした事業経営論を体系的に説明する。</p> <p>※医療介護の制度経営(第5クォーター)の履修を前提としています。</p>	2年	第6クォーター (6月～8月)	木曜	6・7限	西田在賢
専門	11	医療介護のイノベーション	<p>医療・介護などの費用は、2025年に団塊の世代が全て75歳以上の後期高齢者になることから増加に歯止めがかからないのではないかと危惧されている。そのため政府は医療提供体制の見直しを進め、介護療養病床を廃止し、介護医療院を創設した。さらには在宅医療の推進も掲げているが、厳しい状況が続いている。</p> <p>政府は、2025年以降の医療提供体制の最重要課題として地域医療構想を掲げた。このことによりすべての都道府県は、地域の特性に応じて急性期や回復リハビリテーション病床の充実、在宅医療等の整備などの推進を求められることになった。</p> <p>しかし、地域医療構想は当初の計画通り進展していない。それは政府や都道府県が民間病院に対して病床削減を強要できないからだ。さらには政府や都道府県が本来ならば自らの影響力をい低程度行使できるはずの公立・公的病院についても、病床の見直し・削減に積極的に関与することが十分できていない。</p> <p>政府や都道府県は1つの大きな政策目標年次である2025年度までに、約5年程度しか残された期間がない。そのためこのままでは、地域によっては当初の政策目標を達成できないこととなり、医療提供体制のゆがみが是正されず地域包括ケアが円滑に機能しないことにもなりかねない。このような状況下で厚労省は2019年9月に「再編統合が必要な公立・公的病院」リストを公表した。この中では診療実績少なく近隣の民間病院で代替できる可能性があり、再編や縮小が必要とした公立・公的病院424病院を実名で公表した。</p> <p>一方、わが国において政府の後押しを背景にして医薬分業が急速に進展してきた。最近では、敷地内薬局が急増し、ドラッグストアなども調剤事業を拡大し、調剤医療費が増加することになった。</p> <p>しかし、医療関係者だけではなく国民からも現在の薬局経営のあり方について疑問が投げかけられ、調剤報酬改定などでは急成長を続けてきた大手調剤薬局チェーンは厳しい対応を余儀なくされた。その中において地域住民との関係を強化し在宅医療を積極的に進める薬局や、地域のかかりつけ薬局になることで地域住民にとって必要不可欠な薬局も少しずつではあるが増加している。</p> <p>以上のことから授業では今後、すでに示された政策がどのような方向に向かい、どのような医療・介護施設、薬局がどのように変化することになる、あるいは医療・介護施設に代わる新たな施設が生まれている実例などを提示しながら実施する。その際、必要に応じて関連する政策や事業に詳しい専門家をゲスト講師陣として招き、現状と今後の展望について講師陣とともに討議することで自身の学びを深めてもらいたい。</p>	2年	第6クォーター (6月～8月)	土曜	1・2限	遠藤邦夫

令和2年度前期授業科目の概要及び開講時期

科目区分	No.	授業科目の名称	授業の概要	配当年次	開講時期	開講曜日	開講時限	担当教員
専門	12	特別研究G(医薬流通のイノベーション)	<p>これまでわが国の医薬品流通市場においては、製薬企業と医薬品卸の歴史的な結びつきなどが強固だったことから、新規に企業が参入することができなかった。</p> <p>しかし、今後もこれまでの状況が続くかということについては疑問符が付く。それは医薬品卸の業界再編は大きく進んだものの本質的な課題を解決することができないでいる。その間に、政府による医薬分業の推進、後発医薬品の使用促進策の強化や薬価制度の抜本改革などによって、市場の変化を促す新たな圧力が加わった。</p> <p>このような状況下で、これまで一定の成果を挙げってきた国内大手・中堅製薬企業各社は、低分子医薬品開発から抗体医薬、分子標的医薬品、遺伝子治療薬の開発へとモダリティ(治療手段)を重視した開発へと大きく変化した。そのため研究開発のあり方を独自開発からオープンイノベーションへと大きく舵を切った。それに対して外資系製薬企業は国内製薬企業に先んじて時代変化に対応した新薬を次々と市場に投入し、医薬品卸各社の経営持続に貢献するようになった。そのためそのような外資系企業の中には自社に都合の良い流通に変えようとする動きが出てきた。このような動きは、現時点ではどこまで拡大するかは不明であるが、少なからず今後の医薬品流通のあり方に影響を及ぼすことになる可能性がある。</p> <p>20世紀の製薬・医薬品卸業界のビジネスモデルは、医療提供体制や医薬品使用のあり方、薬価制度などが大きく変化している状況下で、見直しを迫られている。そのため21世紀の業界のビジネスモデルは、その時代にふさわしいプレーヤーによって新たな市場が形成されることになる。医薬品流通におけるそのプレーヤーも現時点では医薬品卸が最有力であるものの、デジタル治療の進展やスペシャリティ医薬品の急増などにより、新規に参入する企業の可能性もある。いずれにしても市場環境変化に即応できる企業でなければ存続することができない。</p> <p>また、わが国においても多くの企業がヘルスケア事業にさまざまな形で乗り出してきている。それだけ異業種はヘルスケアに関する事業を将来有望視している。それらの企業の多くは医薬品卸との関係が希薄である。しかしながら医薬品卸が持ち合わせていないデジタル技術を有する異業種企業は、医薬品卸各社が将来の経営体質強化のために構築しようとしているヘルスケアプラットフォーム構築においては不可欠な存在となっている。そのため今後、医薬品卸とデジタル技術を有する企業は提携などにより、関係強化を図り、製薬市場においてその存在感を増すことが予想される。</p> <p>そこで授業においては、わが国の医薬品流通市場の変革状況、さらにはそのような状況下で医薬品卸が事業を持続するためにどのような経営戦略を展開しているかということについて実状を踏まえて講義する。加えてそのことを補完するために関連する企業経営者や幹部を招いて討議し、その過程で自身の学びを深くしてもらいたい。</p>	2年	夏季集中 (8月～9月)	集中	1～4限	遠藤邦夫

※ 表中の授業の概要及び開講時期は変更することがあります。
 ※ 各科目の開講日時は決定次第、公開(更新)します。