

令和3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
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)
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態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似的起業活動に入る。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、仮説を仮説として、論理的に収め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。これら全体がシンナ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)
応用	3	戦略としての社会システムデザイン	戦略立案は基本的な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付ける。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付ける。大量に新しいことを理解する必要があるので「話し込み型授業」、「やり取りの議論による深い理解」、「課題演習による実践知の習得」にフォーカスする。	1年	第2クォーター (6月～8月)
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、事例紹介等を通して、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。	2年	第5クォーター (4月～6月)
専門	5	社会イノベーション	社会を変革す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、決して特殊な成功事例や歴史的英雄のような人物のことは無い。身近な出来事から社会的課題に気づき、ユニークな視点から解決の糸口となるアイデアを着想し、持続可能な事業モデルを構築する。生み出された新たな事業モデルはどのように広まってくるのか、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」のフォ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、イノベーション普及論の観点から講義するとともに、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)
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持続させる仕組すなわち制度経営と、医療介護事業者が担うサービス提供を持続する仕組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持続させるために設けられる医療介護の社会福祉諸制度の成り立ちや運営の特徴についての必要なビジネスについて、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。そして授業では常動態に就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持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、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る。	2年	第5クォーター (4月～6月)
専門	7	持続可能な自然資源マネジメント	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、それにとまなう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フレックス化するケースも増えている。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、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ビジネスについて、多くの事例検証により理解を深める。今回は可能な限り、対面による講義を基本としているが、オンラインを平行したデュアルチャンネルを設定する。毎回の授業は3時間のうちのタイムスケジュールを事前に周知して進行する。事例検証については、実際の事業経営者や実務家をゲストスピーカーとしてオンラインで招聘する。	2年	第5クォーター (4月～6月)
専門	8	地域ブランド戦略とデザインマネジメント	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。	2年	第6クォーター (6月～8月)
専門	9	医療介護の事業経営	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の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、わが国社会保険制度下における医療介護機能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、データが揃った病院事業の財務会計、管理会計、経営分析などの事業経営を体系的に説明する。	2年	第6クォーター (6月～8月)
専門	10	特別研究D(マネジメントアカウンティング)	アカウンティングの基礎を学んだ履修者が、マネジメントアカウンティングのツールを活用し会社の経営を数値で見ていくことを学ぶ。特に、見るべき数値が事業のビジネスモデルにより異なること、事業のビジネスモデルとリスクを理解し事業に則した数値管理の手法を適用していくことを実例を踏まえ学ぶ。また、多くの財務諸表を見ていくことでコース終了時に財務諸表を見る力がついていることを目指す。	2年	夏季集中 (8月～9月)

令和3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
専門	11	アジア型環境ビジネス創造	アジア諸国の範囲は広く、国・地域によって成長速度は異なるものの先進国を上回る成長率の高さに注目が集まっている。各国・地域が持続可能な発展を目指し、環境ビジネスの技術とマネジメントによりそれぞれの抱える課題をどのように克服しているのか、さらには世界経済を牽引する潜在性について具体的な事例をもとに実践を学び、各動向を分析する。	2年	夏季集中 (8月～9月)
専門	12	特別研究F(スタンフォード大学連携科目)	<p>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なにか」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学びます。</p> <p>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。</p> <p>各週、毎回以下のような形で進められます。★は受講生による活動が求められる部分を示します。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事前学習をした上での課題提出★ ・学生による講師紹介★ ・ゲストスピーカーによる各専門領域の講義 ・ゲストスピーカーの人間性を深掘りすることを目的としたインタビューの実施★ ・授業を受けた上での感想と課題の提出★ <p>また全ての授業終了後、最終課題の提出が求められます。</p>	2年	第5・6クォーター (4月10日、24日、5月15日、29日、6月12日、26日、7月10日、24日)
専門	13	医療介護のイノベーション	<p>2020年、新型コロナウイルス感染症の拡大によってわが国の医療制度の大きな課題が浮かび上がることになった。それはわが国では国民皆保険制度を維持するために医療従事者に多大な負担を強いながら、そのことがコロナ禍の医療提供体制をひっ迫させることになったからだ。病床数の多さではなく、集約化できない医療従事者数や制度の課題が新型コロナウイルス感染症の急速な拡大によって浮かび上がることになった。早急に課題解決策を見出さなければわが国医療提供体制を維持することが困難になりかねない。</p> <p>このような状況下、わが国では地域医療構想、医師の働き方改革、医師の地域偏在化の是正が同時並行で推進されている。このことを軌道に乗せることで政府は人口減少社会における新たな医療提供体制を構築しようとしている。</p> <p>しかし、制度改革のためには政府や自治体はもちろんのこと、国民の理解も欠かせない。さらには医療従事者による内部からの改革推進も不可欠となっている。政府は、地域医療構想など重要課題の工程表を作成したが、今回の新型コロナウイルス感染症の拡大によって、その速度が減速している。今後、新型コロナウイルス感染症の拡大を阻止するために費やされた予備費や第一次から第三次補正予算によって政府の財政悪化は、これまで以上に深刻さを増すことになった。そのため今後実施させることになる診療報酬改定にもマイナスの影響を及ぼす可能性もある。医療機関としては、厳しい経営状況下で制度改革を乗り切ることと迫られることになりかねない。</p> <p>一方、わが国において政府の後押しを背景にして医療分野が急速に進展してきた。最近では、大病院などの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、競争環境も変化している。しかし、医療関係者だけではなく国民からも現在の医療分野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調剤薬局は、厳しい対応を余儀なくされた。さらには新型コロナウイルス感染症の拡大によって門前薬局やマンツーマン薬局が厳しい経営を強いられることになった。その一方で地域住民との関係を強化し在宅医療を積極的に行う薬局や、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存在となっている薬局がコロナ禍にあっても経営を維持することができている。</p> <p>また、コロナ禍で経営悪化する薬局を離職する薬剤師が増加し、これまで売り手市場だった求職状況が大きく変化している。このような中で調剤事業を展開している大手ドラッグストアは薬剤師の中途採用を積極化させている。今後、市場において大手ドラッグストアが調剤事業を積極化させることになれば、その勢力圏が短期間で大きく変化することも予想される。</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事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や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けてもらいたい。</p>	2年	第6クォーター (6月～8月)
専門	14	特別研究G(医薬流通のイノベーション)	<p>これまで成長を持続してきた日本の製薬企業もグローバルな競争環境下において厳しい経営を強いられる。新型コロナウイルスのワクチンや治療薬の開発では大きく出遅れてしまった。海外の大手製薬企業との開発力の差を見せつけられた。その中で中国の製薬企業の実績も侮れなくなっており、日本の製薬企業も厳しい戦いを強いられることになることが予想される。</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研究開発体制を整え新薬を次々と市場に投入し、医薬品卸各社の経営持続に欠かせない存在になった。だが、そのような外資系企業の中には自社に都合に合わせた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サプライチェーンのあり方に影響を及ぼすことになる可能性がある。</p> <p>一方、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。医薬品サプライチェーンにおけるそのプレーヤーも現時点では医薬品卸が最も有力であるものの、デジタル治療の進展やスベンパリティ医薬品の急増などにより、新規に参入する企業が登場する可能性もある。もし医薬品卸がこれまでのビジネスモデルを大きく変革することに躊躇するようであれば、その間に新たな勢力が台頭し、市場の勢力図を大きく塗り替えてしまいかねない。</p> <p>また、日本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、デジタル技術を有する企業は提携などにより、医薬品卸等との関係強化を図り、製薬市場においてその存在感を増やすことが予想される。</p> <p>そこで授業においては、日本の医薬品及び医療機器等サプライチェーンの変革状況、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点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けてもらいたい。</p>	2年	夏季集中 (8月～9月)

※ 表中の授業の概要及び開講時期(日程)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。