

令和4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	単位数	開講時期	開講曜日	開講時限	担当教員
基礎	1	ファイナンス基礎	ファイナンスは、金融市場に関わるあらゆる人々に対して意思決定を支援するために構築されてきた。MBAでは、主としてコーポレートファイナンス(該当科目「ファイナンスA」)を扱うが、ファイナンスに関わる全ての学問領域に共通する基本的な知識及び考え方がある。「ファイナンス基礎」では、これまでファイナンスを勉強したことがない人やファイナンスの学び直したい人等の初学者を対象に、上記したファイナンスに共通する基本的な知識及び考え方をしっかり丁寧に勉強する。ファイナンスの基礎を固めることを重視するため、中間試験及び期末試験に対する成績評価の割合が大きい。	1年	1	第2クォーター前半(6月～8月)	火曜	6・7限	高橋陽二
基礎	2	マーケティングA ※「広島キャンパス開講」と「福山市内開講」があります。出願書類にどちらの受講を希望するか明記ください。	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	1	第2クォーター前半隔週(6月～8月) 【広島キャンパス開講】	金曜	6・7限	江戸克栄
						夏季集中(8月) 【福山市内開講】	月曜	6・7限	
基礎	3	マーケティング演習	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、本演習では、伝統的マーケティングマネジメントだけでなく、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して、議論やディスカッションを行う。ここ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	1	第2クォーター後半隔週(6月～8月)	金曜	6・7限	江戸克栄
基礎	5	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、仮説を仮説と論理的に取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	2	夏季集中(7月～9月)	集中		古我知史
応用	6	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。大量に新しいことを理解する必要がある「語込み型授業」、「やり取りの議論によるより深い理解」、「課題演習による実践知の習得」にフォーカスする。(※授業外にデザイン作業が必要となる予定です。)	1年	2	第2クォーター(6月～8月)	水曜	6・7限	横山禎徳
専門	7	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への対処、新規案件の投資判断等、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様々な実務事例(ケーススタディ等)を通じて習得することを旨とする。講師の実務経験に基づいた、国内外における各事業にて対応した様々なリスク(金融危機、流動性危機、コンプライアンス事案にかかわる危機等)や国内外における新規事業の立ち上げの事例紹介等を通じ、リスクマネジメントの実務等を学習することが特徴である。一般的にこれらのは、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(ケース事案、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。	2年	2	第5クォーター(4月～6月)	火曜	6・7限	七田良彦
専門	8	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、決して特殊な成功事例や歴史的英雄のような人物のことはではない。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発想し、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いくのか。「アショカ」を始めとした代表的な支援機関による社会起業家の概念定義、国内外の社会イノベーション・社会起業家研究の系譜、イノベーション普及論の観点からの事例研究等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および社会起業(家)について理論と実践の両面から理解を深める。	2年	2	第5クォーター(4月～6月)	水曜	6・7限	露木真也子
専門	9	医療介護の制度経営	わが国における医療介護すなわちヘルスケアのサービスの消費規模は60兆円に至っており、このうち社会保障制度で提供されるものが55兆円規模になる。その経営すなわち医療介護のヒト・モノ・カネ・情報のやり繰りなるものは、行政が担う医療介護提供体制を持続させる仕組み、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持続する仕組み、すなわち事業経営論の二つの論説をもって説明できる。本講義では、前者の医療介護の制度経営論を解説する。具体的には、国ごとに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た社会保障諸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努めるとともに随時ディスカッションを交える。そして、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	2	第5クォーター(4月～6月)	木曜	6・7限	西田在賢

令和4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	単位数	開講時期	開講曜日	開講時限	担当教員
専門	10	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、そしてそこに暮らす住民のライフスタイルにより大きく左右される。地域経済の活性化においては、持続可能性(Sustainability)を重視する経営体の成長が必要不可欠となってきている。これまで地域資源マネジメントの課題として、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ブレイクスルーするケースも増えている。本講義では地域資源に関わる持続可能な経営・マネジメントについて、地域における事業創成の転換点となる社会技術やイノベーションを起こすための必要な地域デザインにより、理解を深める。	2年	2	第5クォーター (4月～6月)	土曜	3・4限	吉川成美
専門	11	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。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。	2年	2	第6クォーター (6月～8月)	水曜	6・7限	百武ひろ子 樫野孝人
専門	12	医療介護の事業経営	わが国における医療介護すなわちヘルスケアのサービスの消費規模は60兆円規模に上る。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43兆円に至り、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12兆円を超える。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55兆円を超える国内最大のサービス産業である。一方、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り、また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。本講義では、わが国の社会保険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、病院事業者がサービス提供全体のおよそ半分に関わるので、病院の財務会計、管理会計、経営分析などの経営管理について説明する。 (※「医療介護の制度経営」の事前履修が出席要件となりますので、ご注意ください。)	2年	2	第6クォーター (6月～8月)	木曜	6・7限	西田在賢
専門	13	特別研究F(スタンフォード大学連携科目)	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中、また新型コロナウイルスのパンデミックにより世の中の不確実性が増す中、新しい視点や着想でこれまでにない価値を生み出せる人材の育成が求められています。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。受講者とシリコンバレーなど国外で活躍する人材をつないで交流を促進し、参加者全員が起業をめくって新しい知識を蓄積する場を提供するために、HBMSとスタンフォード大学SPIICEが連携して実施します。本講義では、起業家のマインドセット及び起業に必要なテクニカルな内容を学びます。前半は、ゲストの講義を通じて、起業に至るメソッド、具体的な仕事の内容やアプローチの仕方について焦点を当てた学びを目標とします。国外で活躍する起業家の人生観やビジネス哲学にも触れて、起業する人材に共通するマインドセットを探っていきます。後半は、技術や人材の獲得、資金調達、知財をめぐる課題、ビジネス売却、事業継承といったよりテクニカルな側面に焦点を当てます。ゲストの経験談を踏まえながら、起業に至るプロセスから起業の直後や黎明期に向けた時間軸を意識した議論に触れます。また、イノベーションで世界をリードするシリコンバレーなどで日本との架け橋として活躍する起業家たちとオンラインで交流し、起業に必要な知識を学びます。さらにグループワークを通じて、協働する力・コミュニケーション力といったスキルを育みます。また国内の専門家の助けを得ながらアントレプレナーシップを身近に引き寄せて議論します。本講義は、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のサイトから各回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)にアクセスし、オンライン・ディスカッションに参加します。	2年	2	第5・6クォーター (隔週)	土曜	1・2限	吉川成美 土本康生 磯貝日月
専門	14	医療介護のイノベーション	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った。それまで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てきたが、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。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った。また、コロナ以前から課題となっていた公立病院や公的病院の統廃合についても思うように進展していない。政府としては、待ったなしの人口減少社会においてその対応策を急がなければ、わが国の医療提供体制がこれまで以上に歪みを生じさせることとなり、超高齢化社会を乗り切ることが困難になりかねないとの危機感を持っている。このような状況下で、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。だが、いずれの課題も容易に解決策を見出すことができないことから、期限が迫った中で手探りの状態が続いている。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、大学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薬分業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。わが国でも医療介護分野においてデジタル化の波が急速に押し寄せている。待ったなしの人口減少社会が到来する状況下においては、デジタルをいかに有効に活用し、医療や介護の質を上げ、経営の安定化につなげることができるかが大きな課題解決につながるようになる。デジタル化の進展は、医療介護分野へ異業種企業の参入を可能にすることでもある。すでにゲーミングやアップルなどさまざまなデジタル企業が市場参入のために動き出しており、短期間で医療介護分野においてイノベーションを生じさせることが予想される。同時にプレイヤーの入れ替えも行われることも予想される。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くしてもらいたい。	2年	2	第6クォーター (6月～8月)	土曜	3・4限	遠藤邦夫
専門	15	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ることを学ぶ。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事例を踏まえ学ぶ。また、多くの財務諸表を見ていくことで、コース終了時に経営を会計と結びつけて見る力が身につくことを目指す。	2年	2	夏季集中 (8月～9月)	集中		七田良彦

令和4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	単位数	開講時期	開講曜日	開講時限	担当教員
専門	16	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	2	夏季集中 (8月～9月)	集中		議員日月
専門	17	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ている。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開発力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。これまで一定の成果を挙げてきた国内大手・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舵を切ることになった。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移行することになった。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、日本市場においてその存在感を高めている。そのような外資系企業の中には自社の都合に適合し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、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主要プレーヤーとして医薬品卸が挙げられるものの、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がその存在感を高める可能性がある。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。また、日本においても多くのデジタル関連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。すでに大手医薬品卸各社はさまざまなデジタル企業との提携を行い、事業化に乗り出している。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もしくは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	2	夏季集中 (8月～9月)	集中	1～4限	遠藤邦夫