

平成31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)
応用	2	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)
専門	3	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)
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各種リスクの整理、分析、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、財務リテラシー等に関わり、様々な事例(ケーススタディ等)を取り入れた講義を行う。講師の実務体験に基づいた、国内外の事業におけるリスク対応(金融危機、コンプライアンス事案等への対処等)、や国内外における新規事業の立ち上げ経験等を、事例紹介等を通じ学習することが特徴である。一般的にこれらの授業は、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プロフェッショナル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	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、それにとり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ブレークスルーするの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、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。	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。本授業では、医療介護サービス提供を持続させる仕組み、いわゆる制度経営論を説明することになる。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、パワーポイントでアニメーション機能を効果的に使ったコンテンツを作成し、プロジェクターで映して図表と文章と言葉で構成した説明によって学びの緊張を維持するとともに、随時ディスカッションを交えることで講義時間内に学びの進展とさらなる掘り下げの動機付け心掛けている。	2年	第5クォーター (4月～6月)
専門	7	医療介護の事業経営	医療介護のサービス提供事業を持続する仕組み、いわゆる事業経営論を説明するので、自著のテキスト『ソーシャルビジネスとしての医療経営学』後編「医療・介護の事業経営論」の内容が中心となる。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優に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は数多く、個々の事業規模はさまざまである。そのうえで医療介護が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きている。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」に続けて、データが揃う病院事業の経営分析を中心にした体系的な事業経営論を説明する。	2年	第6クォーター (6月～8月)
専門	8	地域ブランド戦略とデザインマネジメント	グローバル化が進展する中で、それぞれの地域が特性を活かしブランドを確立、発信していくことが必要な時代となってきている。本授業では、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および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について多角的かつ実践的に学ぶ。最終的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	第6クォーター (6月～8月)

平成31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	9	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、思うように財源を捻出できなくなればこれまで抑え込んできた問題が吹き出し、医療・介護業界が混乱することになりかねない。</p> <p>一方、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が挙げられる。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。このことで全ての都道府県が2025年の医療提供体制を構築することを目指すことになったともいえる。</p> <p>しかし、国や都道府県は本来ならば自らの影響力を行使できる公立・公的病院の病床の見直し・削減に積極的に関与することが十分できていない。</p> <p>1つの大きな政策目標である2025年度までには、約6年程度しか残された期間がない。そのためこのままでは、地域によっては政策目標を達成できない結果となり、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。</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。その中であって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くしてもらいたい。</p>	2年	第6クォーター (6月～8月)
専門	10	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。それは医薬品流通が長年に渡り大きく変化することができず制度疲労が生じている間に、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、これまで一定の体力を有していた国内大手製薬企業各社も、低分子医薬品開発から抗体医薬、分子標的医薬品、遺伝子治療薬開発へ開発の方向性が大きく変化したことで年々その体力が削がれるようになった。それに対して外資系製薬企業は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、国内製薬企業の中にも追随するところが現れる可能性もある。</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は、大きな見直しを必要としている。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は、現時点では医薬品卸が最有力であるものの、新規参入企業の可能性も払拭できない。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であると見ているのだ。それらの企業は医薬品卸との関係が希薄である、あるいは既存の医薬品卸と新たな医療流通を構築することを求め合弁会社を設立し、参入することも考えられる。</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)

※ 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。