BUSINESS SCHOOL
ACCREDITED
2010.4～2015.3

# 2013年度

# グローバル・ビジネス研究科シラバス

明治大学専門職大学院

# 目　次


Ⅰ　行事予定 …… 5

Ⅱ　履修手続きの注意事項 …… 9

Ⅲ　授業科目一覧 …… 15

Ⅳ　2013 年度開講科目 …… 21

基礎科目群 …… 23

専門科目群

ファイナンス領域 …… 62

グローバル複合領域 …… 106

リアルエステート領域 …… 146

マネジメント領域 …… 180

アカウンティング領域 …… 245

マーケティング領域 …… 297

論文演習 …… 347

Ⅴ　教員 E-mail アドレス一覧 …… 383

# グローバル・ビジネス研究科グローバル・ビジネス専攻の人材の養成に関する目的及び教育研究上の目的

価値創造を目指す企業の経営環境は，自由化，情報化，技術革新，グローバル化の中にあり，知識を基礎とした経済の進化の大きな潮流の中，企業をめぐる競争はますます厳しくなっていく。進化は，企業のコアコンピタンスやビジネスモデルの陳腐化リスクを高めていく。知識の競争の時代であり，人的資源の絶えざる高度化が必要な時代である。

グローバル・ビジネス研究科グローバル・ビジネス専攻は，企業経営の基本コンセプトは価値を創り出すものと毀損するものへの対応能力であるとみて，その開発を目指し，ビジネスプロフェッショナルを目指す社会人の人材高度化教育基盤として，企業の価値創造活動に貢献することを目的としている。

そのため「先進性と総合性と実践性」をもつカリキュラムの下に，企業経営に関する戦略的思考法並びに専門的・実践的知識及びスキルを修得させ，それを高い倫理性の下に活用できる能力を涵養する。特に，社会や個人の多様なニーズに対応して，企業経営の基本的知識と基本スキル，問題発見・対応能力とそのスキル，イノベーション能力とそのスキルを修得させ，「知識とリスクの時代」にプロアクティブに進化に対応できるビジネスプロフェッショナルを育成し，もって価値創造の源泉としての知的人的資本の高度化することを目的にする。

## グローバル・ビジネス研究科　教育課程編成・実施方針（カリキュラム・ポリシー）

**教育課程の理念**

本研究科では，高い倫理感と深い責任感を持ちつつ実践的に社会に貢献できる高度専門職業人を育成します。

**教育課程の構成**

本研究科の入学志望者は各職場で高度の問題意識を持った人材でありますが，多様な背景をもち各専門知識の深度は大きく異なります。そのために本研究科では基礎科目を設け，学生の基礎学力の育成を試みています。さらに基礎科目を固めたうえでマネジメント，マーケティング，ファイナンス，会計・税務，不動産，グローバル複合領域に関する科目に取り組むことが期待されています。各領域では理論科目とケースによる学習を行う科目，演習科目が組み合わされています。効率的に理論を学び，最新の最先端の事例に取り組み，各自が自発性を持って企業や組織の抱える課題を普遍的なものに洗練させ，理論化したうえで解決することができるように，カリキュラムが構成されています。

**教育課程の特長**

各科目の担当者は専門の研究者のほか，実践的知識を備えた企業経営者やアナリストなどの実務家を起用しています。授業の方法は，少人数教育，双方向・多方向，ケーススタディ，英語講義などを最も効率的に柔軟に組み合わせています。修了には修士論文に相当する論文を課しており，そのために各自の興味ある主題に対して徹底した討論と個別指導を通じて，単に論文作成能力だけでなく思考能力や分析能力を高めます。このようなカリキュラムと指導を通じて博士後期課程への進学にも備えることが可能となります。また本研究科では進化を続けるビジネス，テクノロジーや学問に適応できるように卒業後も科目等履修制度と同窓会制度により，生涯学習と知識のリファインを続けていくことが保障されています。

## グローバル・ビジネス研究科　学位授与方針（ディプロマ・ポリシー）

**目指すべき人材像**

現代の企業の経営環境は，自由化，情報化，技術革新，グローバル化の中にあり，知識を基礎とした経済の進化の大きな潮流の中で，企業をめぐる競争はますます激しくなっています。進化は企業のコアコンピタンスやビジネスモデルの陳腐化リスクを高めています。現代は知識の競争の時代であり，人的資源の耐えざる高度化が企業のみならず社会のあらゆる側面で必要な時代です。本研究科は企業や組織にイノベーションを巻き起こし，価値創造に貢献できるビジネスプロフェッショナルとしての高度専門職業人の養成を目的としています。

**そのための具体的到達目標**

本研究科は，企業や組織の基本コンセプトは価値を創りだすものと毀損するものへの対応能力であるとみて，その開発を目指しています。先進性と総合性と実践性を持つカリキュラムのもとに，企業経営に関する戦略的思考法並びに専門的・実践的知識及びスキルを習得させ，それを高い倫理性のもとに活用できる能力を涵養します。特に社会や個人の多様なニーズに柔軟に対応して，経営の基本知識とスキル，問題発見・対応能力とそのスキル，イノベーション能力とそのスキルを習得させることを目標としています。具体的には，企業の経営管理，マーケティング，ファイナンス，財務・管理会計，税務，不動産運用に関する科目を設置することによって，これらを総合するトップマネジメントにかかわる起業家や各種コンサルタントを育成します。さらに，非営利組織に関しても上記の能力やスキルに熟達した経営の専門家の育成も目指しています。特に本研究科では，各専門分野の科目をバランスよく履修するとともに，各人の個性に応じて特定の専門分野を深く掘り下げて学習し，社会や企業で役立つ実践的知識を習得するとともに，理論学習においても博士後期課程への進学も可能な水準まで到達することを目標としています。

## グローバル・ビジネス研究科　教育課程編成・実施方針（カリキュラム・ポリシー）

**教育課程の理念**

本研究科では，高い倫理感と深い責任感を持ちつつ実践的に社会に貢献できる高度専門職業人を育成します。

**教育課程の構成**

本研究科の入学志望者は各職場で高度の問題意識を持った人材でありますが，多様な背景をもち各専門知識の深度は大きく異なります。そのために本研究科では基礎科目を設け，学生の基礎学力の育成を試みています。さらに基礎科目を固めたうえでマネジメント，マーケティング，ファイナンス，会計・税務，不動産，グローバル複合領域に関する科目に取り組むことが期待されています。各領域では理論科目とケースによる学習を行う科目，演習科目が組み合わされています。効率的に理論を学び，最新の最先端の事例に取り組み，各自が自発性を持って企業や組織の抱える課題を普遍的なものに洗練させ，理論化したうえで解決することができるように，カリキュラムが構成されています。

**教育課程の特長**

各科目の担当者は専門の研究者のほか，実践的知識を備えた企業経営者やアナリストなどの実務家を起用しています。授業の方法は，少人数教育，双方向・多方向，ケーススタディ，英語講義などを最も効率的に柔軟に組み合わせています。修了には修士論文に相当する論文を課しており，そのために各自の興味ある主題に対して徹底した討論と個別指導を通じて，単に論文作成能力だけでなく思考能力や分析能力を高めます。このようなカリキュラムと指導を通じて博士後期課程への進学にも備えることが可能となります。また本研究科では進化を続けるビジネス，テクノロジーや学問に適応できるように卒業後も科目等履修制度と同窓会制度により，生涯学習と知識のリファインを続けていくことが保障されています。

## グローバル・ビジネス研究科　学位授与方針（ディプロマ・ポリシー）

**目指すべき人材像**

現代の企業の経営環境は，自由化，情報化，技術革新，グローバル化の中にあり，知識を基礎とした経済の進化の大きな潮流の中で，企業をめぐる競争はますます激しくなっています。進化は企業のコアコンピタンスやビジネスモデルの陳腐化リスクを高めています。現代は知識の競争の時代であり，人的資源の耐えざる高度化が企業のみならず社会のあらゆる側面で必要な時代です。本研究科は企業や組織にイノベーションを巻き起こし，価値創造に貢献できるビジネスプロフェッショナルとしての高度専門職業人の養成を目的としています。

**そのための具体的到達目標**

本研究科は，企業や組織の基本コンセプトは価値を創りだすものと毀損するものへの対応能力であるとみて，その開発を目指しています。先進性と総合性と実践性を持つカリキュラムのもとに，企業経営に関する戦略的思考法並びに専門的・実践的知識及びスキルを習得させ，それを高い倫理性のもとに活用できる能力を涵養します。特に社会や個人の多様なニーズに柔軟に対応して，経営の基本知識とスキル，問題発見・対応能力とそのスキル，イノベーション能力とそのスキルを習得させることを目標としています。具体的には，企業の経営管理，マーケティング，ファイナンス，財務・管理会計，税務，不動産運用に関する科目を設置することによって，これらを総合するトップマネジメントにかかわる起業家や各種コンサルタントを育成します。さらに，非営利組織に関しても上記の能力やスキルに熟達した経営の専門家の育成も目指しています。特に本研究科では，各専門分野の科目をバランスよく履修するとともに，各人の個性に応じて特定の専門分野を深く掘り下げて学習し，社会や企業で役立つ実践的知識を習得するとともに，理論学習においても博士後期課程への進学も可能な水準まで到達することを目標としています。

# Ⅰ　行事予定

# 2013 年度　グローバル・ビジネス研究科学年暦・行事予定

| | |
|---|---|
| オリエンテーション，新入生懇親会（１年生） | ３月３０日 (土) |
| 【前期】４月１日（月）～９月１９日（木） | |
| 健康診断 | ４月４日 (木) ～４月９日 (火) |
| 授業開始 | ４月５日 (金) |
| 入学式 | ４月７日 (日) |
| 履修登録期間（ＷＥＢ） | ４月１０日 (水) ～４月１６日 (火) |
| 個人別履修登録時間割表公開 | ４月２０日（土） |
| 履修修正期間 | ４月２０日 (土) ～４月２６日 (金) |
| 修士論文予備登録（９月修了予定者） | ５月中旬 |
| 修士論文提出（９月修了予定者） | ７月上旬 |
| 前期補講 | ７月２５日 (木) ～７月３１日 (水) |
| 授業終了 | ７月３１日 (水) |
| 修士論文面接（９月修了予定者） | ７月２１日（日）予定 |
| 夏季休業 | ８月１日 (木) ～９月１９日 (木) |
| 修了式（前期） | ９月１９日 (木) |

※休日授業実施日　４月２９日（月）〔昭和の日〕，７月１５日（月）〔海の日〕

## Calendar [2013]

### April 2013

| 日 | 月 | 火 | 水 | 木 | 金 | 土 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| | | | | ← | 授業開始 | 健康診断 → |
| 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 |
| 入学式 → | | | | | | |
| 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 |
| 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 |
| 28 | 29 | 30 | | | | |
| | 休日授業実施日 | | | | | |

### May 2013

| 日 | 月 | 火 | 水 | 木 | 金 | 土 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 |
| 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 |
| 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 |
| 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | |

### June 2013

| 日 | 月 | 火 | 水 | 木 | 金 | 土 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | 1 |
| 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |
| 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 |
| 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 |
| 30 | | | | | | |

### July 2013

| 日 | 月 | 火 | 水 | 木 | 金 | 土 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 |
| 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 |
| | 休日授業実施日 | | | | | |
| 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 |
| | | | | ← | 補講 | → |
| 28 | 29 | 30 | 31 | | | |
| | ← | | 授業終了 → | | | |

### August 2013

| 日 | 月 | 火 | 水 | 木 | 金 | 土 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | 1 | 2 | 3 |
| | | | | ← | 夏季休業 | → |
| 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 |
| 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 |
| 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 |

### September 2013

| 日 | 月 | 火 | 水 | 木 | 金 | 土 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 |
| 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 |
| | | | | 9月修了式 → | 授業開始 | |
| 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 |
| | 休日授業実施日 | | | | | |
| 29 | 30 | | | | | |

2013 年度授業時間割表〈平日〉

| ６時限 | ７時限 |
|---|---|
| 18：55 ～ 20：25 | 20：30 ～ 22：00 |

【後期】９月２０日（金）～３月３１日（月）

| | |
|---|---|
| 授業開始 | ９月２０日 (金) |
| 履修修正期間（ＷＥＢ） | ９月下旬 |
| 個人別履修登録時間割表（後期）公開 | １０月上旬 |
| 修士論文予備登録（２年生） | １０月中旬 |
| 創立記念祝日（休講） | １１月１日 (金) |
| 指導教員と修士論文に関する説明会（１年生） | １２月７日 (土) |
| 臨時休業（休講）日 | １２月２４日 (火) |
| 冬季休業 | １２月２５日 (水) ～１月７日 (火) |
| 修士論文提出（２年生） | １月上旬 |
| 修士論文面接（２年生） | １月２５日 (土) |
| 指導教員予備登録提出（１年生） | １月下旬 |
| 後期補講 | １月２８日 (火) ～２月３日 (月) |
| 授業終了 | ２月３日 (月) |
| 修了式・学位記授与式の案内送付（２年生） | ３月中旬 |
| 修了式・学位記授与式 | ３月２６日 (水) |

※休日授業実施日　９月２３日（月）〔秋分の日〕，１０月１４日（月）〔体育の日〕，
１１月２３日（土）〔勤労感謝の日〕，１月６日（月）〔冬季休業日〕，
１月７日（火）〔冬季休業日〕，１月１７日（金）〔創立記念日〕

# Calendar [2013]

## October 2013

| 日 | 月 | 火 | 水 | 木 | 金 | 土 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| 13 | 14 休日授業実施日 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 |
| 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 |
| 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | | |

## November 2013

| 日 | 月 | 火 | 水 | 木 | 金 | 土 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | 1 創立記念祝日 | 2 学園祭 |
| 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 |
| 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 休日授業実施日 |
| 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 |

## December 2013

| 日 | 月 | 火 | 水 | 木 | 金 | 土 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 |
| 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 |
| 22 | 23 | 24 臨時休講日 | 25 | 26 | 27 | 28 |
| 29 | 30 | 31 | | | | |

冬季休業

## January 2014

| 日 | 月 | 火 | 水 | 木 | 金 | 土 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 5 | 6 休日授業実施日 | 7 休日授業実施日 | 8 | 9 | 10 | 11 |
| 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 |
| 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 |
| 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | |

休日授業実施日 創立記念日

補講

## February 2014

| 日 | 月 | 火 | 水 | 木 | 金 | 土 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | 1 |
| 2 | 3 授業終了 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |
| 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 |
| 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | |

## March 2014

| 日 | 月 | 火 | 水 | 木 | 金 | 土 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | 1 |
| 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |
| 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 |
| 23 | 24 | 25 | 26 修了式・学位授与式 | 27 | 28 | 29 |
| 30 | 31 | | | | | |

2013 年度授業時間割表〈土曜〉

| 1 時限 | 2 時限 | 3 時限 | 4 時限 | 5 時限 |
|---|---|---|---|---|
| 9：00 ～ 10：30 | 10：40 ～ 12：10 | 13：00 ～ 14：30 | 14：40 ～ 16：10 | 16：20 ～ 17：50 |
| 6 時限 | 7 時限 | | | |
| 18：00 ～ 19：30 | 19：40 ～ 21：10 | | | |

# Ⅱ　履修手続きの注意事項

## 修了要件について

1　本研究科においては原則として２年以上在学し，46 単位以上を修得しなければなりません。
2　指導教員による必要な専門職指導を受けた上で，専門職成果報告書を作成しなければなりません。
3　１年間に履修できる単位数の上限は 36 単位です。
4　基礎科目群から，６単位以上を修得しなければなりません。
5　指導教員を１年めの最後に決定し，「論文演習Ⅰ・Ⅱ」は２年めに履修し，単位を修得しなければなりません。
6　指導教員が必要と認めた場合にはガバナンス研究科の授業科目を 10 単位を上限に履修し，修得した単位を修了に必要な単位数に含めることができます。ただし，該当授業科目の担当教員の承認を受けなければなりません。

## 履修にあたっての注意事項

履修登録は，学年の始めに，定められた期日までに WEB 上で行わなければなりません。

ただし，ガバナンス研究科の授業科目を履修する場合は，この限りではありません。研究科窓口で所定の登録用紙を配布しますので，希望者は登録期間中に手続きを済ませてください。

また，履修修正期間中に履修科目の変更を認めます。履修修正期間終了後は理由の如何を問わず，変更を認めません。後期の始めにある履修修正期間では，後期開講科目のみ変更ができます。

## 履修登録について

### １．履修登録について

学年始めの所定の時期に，以下のとおり履修登録を行う必要があります。また，後期の所定の時期に，後期開講科目に限り，履修修正を行うことができます。

この登録を正しく行わなかった場合，受講した科目の単位が認定されませんので注意してください。

### ２．WEB 履修システムについて

指定された期日までに WEB 履修システムを使って履修登録を行ってください。WEB 履修システムは，グローバル・ビジネス研究科ホームページ（４．履修上の注意事項（５）参照）よりアクセスしてください。WEB 履修システムでは共通認証用パスワード（Oh-o!Meiji システムと同様）が必要になります。利用方法の詳細については，システム内のヘルプを参照してください。

### ３．「個人別時間割表」の確認

前期の WEB 履修登録後及び後期の履修修正後に，Oh-o!Meiji ポータルページにて「個人別時間割表」を公開しますので，必ず確認してください。

### ４．履修上の注意事項

（１） グローバル・ビジネス研究科の授業時間割表及びシラバスは（５）のホームページで公開されています。

（２） ガバナンス研究科の授業時間割及びシラバスは（５）のホームページで公開されています。

（３） 履修登録後，個人別時間割表を履修修正期間内に確認してください。この期間を過ぎますと科目の追加・変更・取消は認められません。

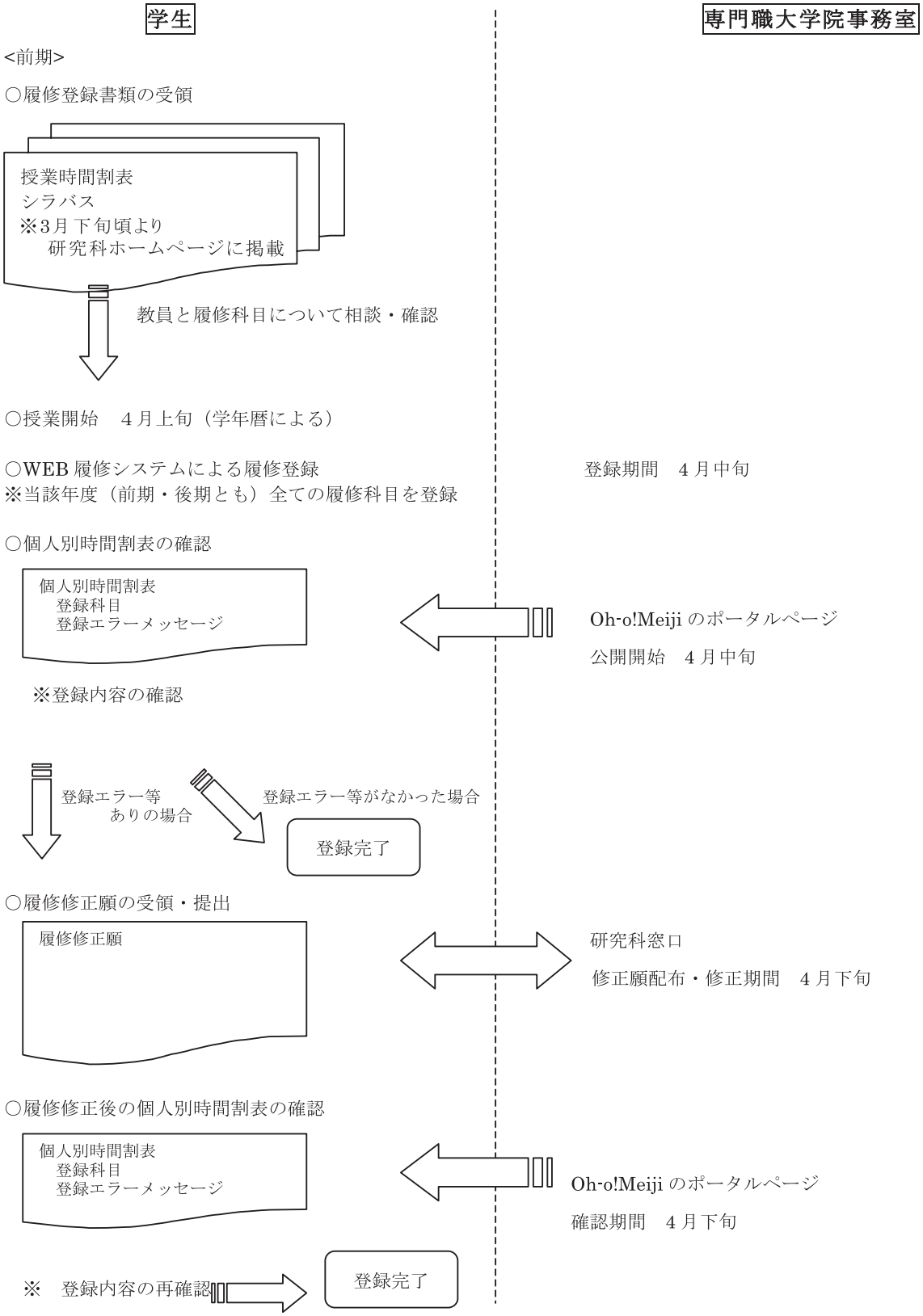
（４） 病気その他のやむを得ぬ理由によって履修登録期間に手続きできない場合は，事前に研究科窓口まで連絡してください。

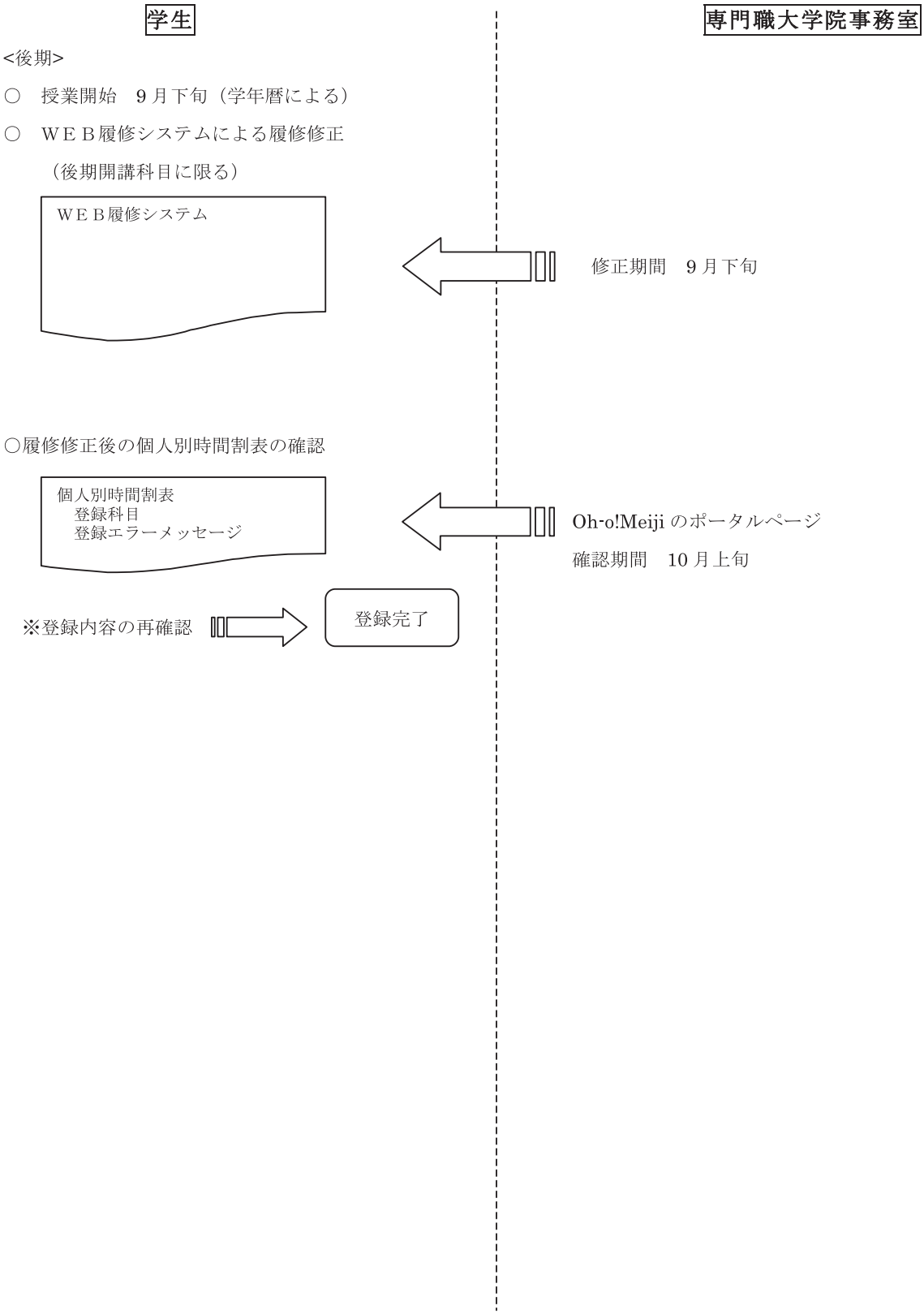
（５） 各研究科ホームページは以下の通りです。

・グローバル・ビジネス研究科
URL : http://www.meiji.ac.jp/mbs/
検索ワード：明治大学グローバル・ビジネス研究科

・ガバナンス研究科
URL : http://www.meiji.ac.jp/mugs2/
検索ワード：明治大学ガバナンス研究科

## 【履修登録スケジュール・登録完了までの流れ】




学生
専門職大学院事務室
<後期>
○　授業開始　9月下旬（学年暦による）
○　ＷＥＢ履修システムによる履修修正
（後期開講科目に限る）
ＷＥＢ履修システム
修正期間　9月下旬
○履修修正後の個人別時間割表の確認
個人別時間割表
登録科目
登録エラーメッセージ
Oh-o!Meiji のポータルページ
確認期間　10月上旬
※登録内容の再確認
登録完了

# Ⅲ　授業科目一覧

# 授業科目及び担当者

| 基礎科目群 | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 授業科目 | 単位 | 配当年次 | 職格 | 担当者 | 備考 | ページ |
| MBA 基礎論 | 2 | 1 | | オムニバス講義 | ※ 1 参照 | 23 |
| マネジメント入門 | 2 | 1・2 | 教授 | 野田　稔 | | 25 |
| オペレーション入門 | 2 | 1・2 | 教授 | 杉野　周 | | 27 |
| ゲーム論と企業戦略 | 2 | 1・2 | 兼任講師 | 丸田　利昌 | | 28 |
| 社会心理学 | 2 | 1・2 | 兼任講師 | 川上　真史 | | 30 |
| ベーシック・マーケティング | 2 | 1・2 | 教授 | 近藤　隆雄 | | 32 |
| 流通論 | 2 | 1・2 | 教授 | 上原　征彦 | | 34 |
| 財務会計論 | 2 | 1・2 | 教授 | 山口不二夫 | | 36 |
| 管理会計論 | 2 | 1・2 | 教授 | 落合　稔 | | 38 |
| 税務会計入門 | 2 | 1・2 | 客員教授 | 小林　剛 | | 40 |
| 租税法概論 | 2 | 1・2 | 教授 | 下村　英紀 | | 42 |
| ファイナンス基礎論 | 2 | 1・2 | 教授 | 刈屋　武昭 | | 44 |
| ファイナンスのための数理基礎 | 2 | 1・2 | (総合数理)教授 | 乾　孝治 | | 45 |
| みずほ証券寄附講座　コーポレート・ファイナンス基礎論 | 2 | 1・2 | 客員教授 | 幸田　博人 | | 46 |
| 基礎統計学 | 2 | 1・2 | 2013 年度未開講 | | | |
| ポートフォリオ論 | 2 | 1・2 | 兼任講師 | 伊藤　敬介 | | 48 |
| マクロ経済学 | 2 | 1・2 | (情) 教授 | 冨樫　光隆 | | 50 |
| ミクロ経済学 | 2 | 1・2 | 兼任講師 | 天利　浩 | | 52 |
| 国際金融論 | 2 | 1・2 | 兼任講師 | 高田　創 | | 54 |
| マーケティング・データ解析 | 2 | 1・2 | (商)准教授 | 水野　誠 | ※ 2 参照 | 56 |
| 金融工学入門 | 2 | 1・2 | 教授 | 王　京穂 | | 58 |
| 不動産基礎 | 2 | 1・2 | 特任教授 | 村木　信爾 | | 60 |

※ 1　MBS 基礎論は 1 年次配当科目ですが，秋季入学者は 2 年次に履修することができます.
※ 2　マーケティング・データ解析は，2012 年度までに「多変量解析」の単位を修得した者は履修できません.

| 専門科目群（ファイナンス領域） | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 授業科目 | 単位 | 配当年次 | 職格 | 担当者 | 備考 | ページ |
| コーポレート・ファイナンス | 2 | 1・2 | 教授 | 木村　哲 | | 62 |
| 株価バリュエーションモデル | 2 | 1・2 | 教授 | 木村　哲 | | 64 |
| エクイティ・インベストメント | 2 | 1・2 | 教授 | 木村　哲 | | 66 |
| 金利・債券分析論 | 2 | 1・2 | 2013 年度未開講 | | | |
| 派生商品の基礎 | 2 | 1・2 | 教授 | 王　京穂 | | 68 |
| 派生商品（演習） | 2 | 1・2 | 教授 | 王　京穂 | | 70 |
| 金融市場分析論 | 2 | 1・2 | 2013 年度未開講 | | | |
| 金融市場分析論（演習） | 2 | 1・2 | 2013 年度未開講 | | | |
| 数理ファイナンス論 | 2 | 1・2 | 2013 年度未開講 | | | |
| 金融リスク・マネジメント | 2 | 1・2 | (総合数理)教授 | 乾　孝治 | | 71 |
| 金融リスク・マネジメント（演習） | 2 | 1・2 | (総合数理)教授 | 乾　孝治 | | 73 |
| 金融商品の基礎 | 2 | 1・2 | 教授 | 王　京穂 | | 74 |
| 金融商品（演習） | 2 | 1・2 | 教授 | 王　京穂 | | 76 |
| 証券化技術 | 2 | 1・2 | 教授 | 王　京穂 | | 77 |
| 証券化関連法 | 2 | 1・2 | 兼任講師 | 片山　典之 | | 79 |
| アセット・アロケーション論 | 2 | 1・2 | 教授 | 木村　哲 | | 82 |
| アセット・アロケーション論（演習） | 2 | 1・2 | 教授 | 木村　哲 | | 84 |
| 年金マネジメント | 2 | 1・2 | 教授 | 木村　哲 | | 86 |
| パーソナルファイナンス | 2 | 1・2 | 教授 | 木村　哲 | ※ 3 参照 | 88 |
| 行動ファイナンス論 | 2 | 1・2 | 2013 年度未開講 | | | |
| M & A 分析 | 2 | 1・2 | 教授 | 山村　能郎 | | 90 |
| ファイナンシャル・サービス・イノベーション | 2 | 1・2 | 教授 | 王　京穂 | | 92 |
| 金融商品取引法入門 | 2 | 1・2 | 兼任講師 | 三神　明 | | 94 |
| 金融論 | 2 | 1・2 | 兼任講師 | 小田切尚登 | | 97 |
| ファイナンスのための VBA 入門 | 2 | 1・2 | 教授 | 木村　哲 | | 99 |
| ビジネス・データ解析 | 2 | 1・2 | (総合数理)教授 | 乾　孝治 | | 101 |
| 年金と保険の ALM | 2 | 1・2 | 2013 年度未開講 | | | |
| 資産運用の R & D | 2 | 1・2 | 2013 年度未開講 | | | |
| ケース・スタディ（ファイナンス） | 2 | 1・2 | 教授 | 木村　哲 | | 102 |
| 中国経済事情 | 2 | 1・2 | 教授 | 王　京穂 | 新設 | 104 |

※ 3　パーソナルファイナンスは，2012 年度までに「投資信託と投資ファンド」の単位を修得した者は履修できません.

| 専門科目群（グローバル複合領域） | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 授業科目 | 単位 | 配当年次 | 職格 | 担当者 | 備考 | ページ |
| リアル・オプション論 | 2 | 1・2 | 教授 | 刈屋　武昭 | | 106 |
| エンタープライズ・リスクマネジメント | 2 | 1・2 | 教授 | 刈屋　武昭 | | 108 |
| 無形資産経営論 | 2 | 1・2 | 教授 | 刈屋　武昭 | | 110 |
| 知的資本戦略論 | 2 | 1・2 | 兼任講師 | 関　　大地 | | 111 |
| 人的資産価値経営 | 2 | 1・2 | 兼任講師 | 渡部　昭彦 | | 113 |
| 事業リスク・マネジメント | 2 | 1・2 | 教授 | 刈屋　武昭 | | 115 |
| 事業リスク・マネジメント分析法 | 2 | 1・2 | 教授 | 刈屋　武昭 | | 117 |
| 企業戦略論Ⅰ | 2 | 1・2 | 教授 | 刈屋　武昭 | | 118 |
| 企業戦略論Ⅱ | 2 | 1・2 | 教授 | 刈屋　武昭 | | 119 |
| CSR と企業経営 | 2 | 1・2 | 2013 年度未開講 | | | |
| グローバル経営 | 2 | 1・2 | 教授 | 青井　倫一 | | 120 |
| グローバル経営（演習） | 2 | 1・2 | 教授 | 青井　倫一 | | 122 |
| グローバル CRE（企業不動産）戦略論 | 2 | 1・2 | 兼任講師 | 佐藤　俊朗 | | 124 |
| グローバル・ビジネス・スタディ<br>(Global Business Studies) | 2 | 1・2 | 教授 | アンダーセン，<br>ヘンリー | 英語科目 | 126 |
| ビジネス・コミュニケーション<br>(Business Communication) | 2 | 1・2 | 兼任講師 | 小田切尚登 | 英語科目 | 128 |
| グローバル発想とリーダーシップ・スキル<br>(Global Thinking and Leadership Skill) | 2 | 1・2 | 教授 | アンダーセン，<br>ヘンリー | 英語科目 | 130 |
| ウイズダム・リーダーシップ<br>(Wisdom Leadership) | 2 | 1・2 | 教授 | アンダーセン，<br>ヘンリー | 英語科目<br>※ 4 参照 | 132 |
| ウイズダム・リーダーシップ（演習）<br>(Wisdom Leadership（Seminar)) | 2 | 1・2 | 教授 | アンダーセン，<br>ヘンリー | 英語科目<br>・新設 | 135 |
| マーケティング・イノベーション<br>(Marketing Innovation) | 2 | 1・2 | 教授 | アンダーセン，<br>ヘンリー | 英語科目 | 137 |
| グローバル消費者価値とライフスタイル<br>(Global Consumer's Value and Lifestyle) | 2 | 1・2 | 教授 | アンダーセン，<br>ヘンリー | 英語科目 | 140 |
| 多文化チームマネジメント<br>(Multicultural Team Management) | 2 | 1・2 | 教授 | アンダーセン，<br>ヘンリー | 英語科目 | 142 |
| ビジネス・プレゼンテーション・スキル<br>(Business Presentation Skill) | 2 | 1・2 | 兼任講師 | 佐藤　由紀 | 英語科目<br>・新設 | 144 |

※ 4　ウイズダム・リーダーシップは，2012 年度までに「創造的リーダーシップ」の単位を修得した者は履修できません.

| 専門科目群（リアルエステート領域） | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 授業科目 | 単位 | 配当年次 | 職格 | 担当者 | 備考 | ページ |
| 不動産金融工学 | 2 | 1・2 | 教授 | 山村　能郎 | | 146 |
| 不動産ファイナンス論 | 2 | 1・2 | 教授 | 山村　能郎 | | 148 |
| ストラクチャード・プロジェクト・ファイナンス | 2 | 1・2 | 兼任講師 | 山下　明男 | | 150 |
| 不動産開発論 | 2 | 1・2 | 兼任講師 | 信田　直昭 | | 152 |
| 都市計画論 | 2 | 1・2 | 教授 | 山村　能郎 | | 155 |
| 不動産私法・税制 | 2 | 1・2 | 特任教授 | 村木　信爾 | | 156 |
| 不動産投資論 | 2 | 1・2 | 教授 | 山村　能郎 | | 158 |
| 不動産投資論（演習） | 2 | 1・2 | 2013 年度未開講 | | | |
| プロパティ・マネジメント論 | 2 | 1・2 | 特任教授 | 村木　信爾 | | 160 |
| 不動産鑑定評価 | 2 | 1・2 | 兼任講師 | 奥田かつ枝 | ※ 5 参照 | 162 |
| 空間経済分析 | 2 | 1・2 | 教授 | 山村　能郎 | | 164 |
| 不動産市場分析 | 2 | 1・2 | 教授 | 山村　能郎 | | 166 |
| 不動産価格分析論 | 2 | 1・2 | 特任教授 | 村木　信爾 | | 168 |
| 不動産プロフェッショナルサービス論 | 2 | 1・2 | 特任教授 | 村木　信爾 | | 170 |
| CRE（企業不動産）マネジメント | 2 | 1・2 | 特任教授 | 村木　信爾 | | 172 |
| 不動産価値評価の諸問題 | 2 | 1・2 | 特任教授 | 村木　信爾 | | 174 |
| ケース・スタディ（リアルエステート） | 2 | 1・2 | 兼任講師 | 深井　聡明 | | 176 |
| ケース・スタディ（リアルエステート） | 2 | 1・2 | 特任教授 | 村木　信爾 | | 178 |

※ 5　不動産鑑定評価は，2011 年度までに「不動産鑑定評価Ⅱ」の単位を修得した者は履修できません.

| 専門科目群（マネジメント領域） | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 授業科目 | 単位 | 配当年次 | 職格 | 担当者 | 備考 | ページ |
| 経営戦略Ⅰ | 2 | 1・2 | 兼任講師 | 大月　博司 | | 180 |
| 経営戦略Ⅱ | 2 | 1・2 | 教授 | 青井　倫一 | | 182 |
| 経営戦略Ⅲ | 2 | 1・2 | 教授 | 青井　倫一 | | 184 |
| 戦略マネジメント | 2 | 1・2 | (営)教授 | 歌代　　豊 | | 186 |

| 授業科目 | 単位 | 配当年次 | 職格 | 担当者 | 備考 | ページ |
|---|---|---|---|---|---|---|
| マネジリアル・エコノミックス | 2 | 1・2 | 教授 | 青井　倫一 | | 188 |
| マネジリアル・エコノミックス（演習） | 2 | 1・2 | 教授 | 青井　倫一 | | 190 |
| ファミリービジネス | 2 | 1・2 | 教授 | 青井　倫一 | | 192 |
| 交渉分析 | 2 | 1・2 | 教授 | 青井　倫一 | | 194 |
| ベンチャー・ビジネス | 2 | 1・2 | 兼任講師 | 増田　一之 | | 196 |
| 著作権ビジネス | 2 | 1・2 | 2013 年度未開講 | | | |
| 企業法務 | 2 | 1・2 | 兼任講師 | 石上麟太郎 | | 198 |
| 経営組織論 | 2 | 1・2 | 教授 | 野田　　稔 | | 200 |
| 組織行動論 | 2 | 1・2 | 教授 | 野田　　稔 | | 202 |
| ヒューマン・リソース・マネジメント | 2 | 1・2 | 教授 | 野田　　稔 | | 204 |
| ヒューマン・リソース・マネジメント（演習） | 2 | 1・2 | 教授 | 野田　　稔 | | 206 |
| 人材育成論 | 2 | 1・2 | 教授 | 野田　　稔 | | 207 |
| キャリア開発 | 2 | 1・2 | (営)教授 | 中西　　晶 | | 209 |
| コーポレート・ガバナンス | 2 | 1・2 | (商)特任講師 | 関　　孝哉 | | 211 |
| Essentials of Commerce | 2 | 1・2 | (商)特任講師 | 関　　孝哉 | 英語科目・新設 | 213 |
| 経営史 | 2 | 1・2 | 兼任講師 | 後藤　　伸 | | 215 |
| 企業倫理 | 2 | 1・2 | 兼任講師 | 山口　善昭 | | 217 |
| ナレッジ・マネジメント | 2 | 1・2 | 教授 | 杉野　　周 | | 219 |
| ナレッジ・マネジメント（演習） | 2 | 1・2 | 教授 | 杉野　　周 | | 221 |
| 自己表現 | 2 | 1・2 | 兼任講師 | 三輪えり花 | | 223 |
| オペレーション | 2 | 1・2 | 兼任講師 | 竹之内　隆 | | 225 |
| 情報システム | 2 | 1・2 | 教授 | 杉野　　周 | | 227 |
| 情報システム（演習） | 2 | 1・2 | 教授 | 杉野　　周 | | 229 |
| ネットビジネス | 2 | 1・2 | 兼任講師 | 高橋　一貢 | | 231 |
| プロジェクト・マネジメント | 2 | 1・2 | 兼任講師 | 光藤　昭男 | | 232 |
| サプライチェーン・マネジメント | 2 | 1・2 | (商)兼任講師 | 橋本　雅隆 | | 234 |
| イノベーション論 | 2 | 1・2 | 2013 年度未開講 | | | |
| ヘルスケア経営戦略論 | 2 | 1・2 | 兼任講師 | 松田　　淳 | 新設 | 236 |
| ケース・スタディⅠ（マネジメント） | 2 | 1・2 | 教授 | 杉野　　周 | | 239 |
| ケース・スタディⅡ（マネジメント） | 2 | 1・2 | 教授 | 杉野　　周 | | 240 |
| ケース・スタディⅢ（マネジメント） | 2 | 1・2 | 教授 | 野田　　稔 | | 241 |
| ケース・スタディⅣ（マネジメント） | 2 | 1・2 | 教授 | 野田　　稔 | | 243 |

| 専門科目群（アカウンティング領域） | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 授業科目 | 単位 | 配当年次 | 職格 | 担当者 | 備考 | ページ |
| 企業分析 | 2 | 1・2 | 教授 | 山口不二夫 | | 245 |
| 企業分析（演習） | 2 | 1・2 | 教授 | 山口不二夫 | | 247 |
| 非営利組織の会計 | 2 | 1・2 | 教授 | 山口不二夫 | | 248 |
| 非営利組織の会計（演習） | 2 | 1・2 | 教授 | 山口不二夫 | | 250 |
| 経営戦略会計Ⅰ | 2 | 1・2 | 教授 | 落合　　稔 | | 251 |
| 経営戦略会計Ⅰ（演習） | 2 | 1・2 | 教授 | 落合　　稔 | | 253 |
| 経営戦略会計Ⅱ | 2 | 1・2 | 教授 | 落合　　稔 | | 254 |
| 経営戦略会計Ⅱ（演習） | 2 | 1・2 | 教授 | 落合　　稔 | | 256 |
| 国内租税法 | 2 | 1・2 | 教授 | 下村　英紀 | | 257 |
| 国内租税法（演習） | 2 | 1・2 | 教授 | 下村　英紀 | | 259 |
| 国際租税法 | 2 | 1・2 | 教授 | 下村　英紀 | | 260 |
| 国際租税法（演習） | 2 | 1・2 | 教授 | 下村　英紀 | | 262 |
| 法人税法 | 2 | 1・2 | 教授 | 下村　英紀 | 新設 | 263 |
| 法人税法（演習） | 2 | 1・2 | 教授 | 下村　英紀 | 新設 | 265 |
| 国際会計論 | 2 | 1・2 | 2013 年度未開講 | | | |
| 会計実務 | 2 | 1・2 | (商)兼任講師 | 渡邉　　智 | | 266 |
| 中小企業の会計 | 2 | 1・2 | 兼任講師 | 松﨑堅太朗 | | 268 |
| 会計監査論 | 2 | 1・2 | (会)教授 | 長吉　眞一 | | 270 |
| 業績評価会計 | 2 | 1・2 | (ガバ)兼任講師 | 石井　宏宗 | | 272 |
| 企業評価論 | 2 | 1・2 | 兼任講師 | 小西　昭博 | | 274 |
| キャッシュ・フロー・マネジメント会計 | 2 | 1・2 | 兼任講師 | 石井　　誠 | | 276 |
| 株式公開と会計 | 2 | 1・2 | 兼任講師 | 井上　寅喜 | | 278 |
| 実践Ｍ＆Ａ | 2 | 1・2 | 兼任講師 | 岡　　俊子 | | 280 |
| ビジネス・ゲーム | 2 | 1・2 | 2013 年度未開講 | | | |
| 社内コンサルティング・トレーニング | 2 | 1・2 | 兼任講師 | 小山　孔司 | | 282 |
| 国際会計実務 | 2 | 1・2 | 兼任講師 | 石井　　明 | | 284 |
| 管理会計実務 | 2 | 1・2 | 兼任講師 | 川野　克典 | | 285 |

| 授業科目 | 単位 | 配当年次 | 職格 | 担当者 | 備考 | ページ |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 税務会計 | 2 | 1・2 | 客員教授 | 本田　光宏 | | 287 |
| ケース・スタディⅠ（アカウンティング） | 2 | 1・2 | 兼任講師 | 中井　　稔 | | 289 |
| ケース・スタディⅡ（アカウンティング） | 2 | 1・2 | 教授 | 下村　英紀 | | 291 |
| ケース・スタディⅢ（アカウンティング） | 2 | 1・2 | 教授 | 落合　　稔 | | 293 |
| ケース・スタディⅣ（アカウンティング）<br>(Case Studies 4（Accounting)) | 2 | 1・2 | 兼任講師 | 細川　　健 | 英語科目<br>・新設 | 295 |

| 専門科目群（マーケティング領域） | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 授業科目 | 単位 | 配当年次 | 職格 | 担当者 | 備考 | ページ |
| マーケティング環境分析 | 2 | 1・2 | 兼任講師 | 中島　　聡 | | 297 |
| 消費社会論 | 2 | 1・2 | 兼任講師 | 福田　優二 | | 299 |
| グローバル・マーケティング<br>(Global Marketing) | 2 | 1・2 | 教授 | アンダーセン,<br>ヘンリー | 英語科目 | 301 |
| 戦略マーケティング | 2 | 1・2 | 教授 | 上原　征彦 | | 303 |
| 戦略マーケティング（演習） | 2 | 1・2 | 教授 | 上原　征彦 | | 305 |
| マーケティング競争 | 2 | 1・2 | 教授 | 上原　征彦 | | 306 |
| マーケティング競争（演習） | 2 | 1・2 | 教授 | 上原　征彦 | | 308 |
| サービス・マーケティング | 2 | 1・2 | 教授 | 近藤　隆雄 | | 309 |
| サービス・マーケティング（演習） | 2 | 1・2 | 教授 | 近藤　隆雄 | | 311 |
| ヘルスケア・マーケティング | 2 | 1・2 | 教授 | 近藤　隆雄 | | 312 |
| ヘルスケア・マーケティング（演習） | 2 | 1・2 | 教授 | 近藤　隆雄 | | 314 |
| e-マーケティング | 2 | 1・2 | 兼任講師 | 高橋　一貢 | | 315 |
| 消費者行動論 | 2 | 1・2 | 特任教授 | 冨狭　　泰 | | 316 |
| 広告論 | 2 | 1・2 | 特任教授 | 冨狭　　泰 | | 318 |
| ブランド・マーケティング | 2 | 1・2 | 兼任講師 | 岩佐　英史 | | 320 |
| グローバル・マーケティング・コミュニケーション | 2 | 1・2 | (情)教授 | 山口　生史 | | 322 |
| ビジネス・マーケティング | 2 | 1・2 | (商)教授 | 大友　　純 | | 324 |
| 流通マネジメント | 2 | 1・2 | 教授 | 上原　征彦 | | 326 |
| サービス・マネジメント | 2 | 1・2 | 教授 | 近藤　隆雄 | | 328 |
| サービス・マネジメント（演習）<br>(Service Management（Seminar)) | 2 | 1・2 | 教授 | 近藤　隆雄 | 英語科目<br>・新設 | 330 |
| CRM（データマイニング） | 2 | 1・2 | 兼任講師 | 山川　義介 | | 332 |
| ロジスティクス論 | 2 | 1・2 | (商)兼任講師 | 橋本　雅隆 | | 334 |
| マーケット・リサーチ | 2 | 1・2 | 特任教授 | 冨狭　　泰 | | 336 |
| マーケティング・ワークショップⅠ | 2 | 1・2 | 特任教授 | 冨狭　　泰 | | 338 |
| マーケティング・ワークショップⅡ | 2 | 1・2 | 2013年度未開講 | | | |
| ケース・スタディⅠ（マーケティング） | 2 | 1・2 | 教授 | 近藤　隆雄 | | 340 |
| ケース・スタディⅡ（マーケティング） | 2 | 1・2 | 教授 | 上原　征彦 | | 342 |
| ケース・スタディⅢ（マーケティング） | 2 | 1・2 | 特任教授 | 冨狭　　泰 | | 344 |

| 論文演習 | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 授業科目 | 単位 | 配当年次 | 職格 | 教員氏名 | 英語科目 | ページ |
| 論文演習Ⅰ | 2 | 2 | 教授 | 刈屋　武昭 | | 346 |
| 論文演習Ⅰ | 2 | 2 | 教授 | 上原　征彦 | | 347 |
| 論文演習Ⅰ | 2 | 2 | 教授 | 近藤　隆雄 | | 348 |
| 論文演習Ⅰ | 2 | 2 | 教授 | 山口不二夫 | | 349 |
| 論文演習Ⅰ | 2 | 2 | 教授 | 木村　　哲 | | 351 |
| 論文演習Ⅰ | 2 | 2 | 教授 | 落合　　稔 | | 352 |
| 論文演習Ⅰ | 2 | 2 | 教授 | 杉野　　周 | | 354 |
| 論文演習Ⅰ | 2 | 2 | 教授 | 野田　　稔 | | 355 |
| 論文演習Ⅰ | 2 | 2 | 教授 | 王　　京穂 | | 356 |
| 論文演習Ⅰ | 2 | 2 | 教授 | 青井　倫一 | | 357 |
| 論文演習Ⅰ | 2 | 2 | 教授 | 山村　能郎 | | 358 |
| 論文演習Ⅰ | 2 | 2 | 教授 | アンダーセン,<br>ヘンリー | | 359 |
| 論文演習Ⅰ | 2 | 2 | 特任教授 | 冨狭　　泰 | | 360 |
| 論文演習Ⅰ | 2 | 2 | 特任教授 | 村木　信爾 | | 362 |
| 論文演習Ⅰ | 2 | 2 | 教授 | 下村　英紀 | | 363 |
| 論文演習Ⅰ | 2 | 2 | 客員教授 | 小林　　剛 | | 364 |
| 論文演習Ⅰ | 2 | 2 | 客員教授 | 本田　光宏 | | 365 |
| 論文演習Ⅱ | 2 | 2 | 教授 | 刈屋　武昭 | | 366 |
| 論文演習Ⅱ | 2 | 2 | 教授 | 上原　征彦 | | 367 |
| 論文演習Ⅱ | 2 | 2 | 教授 | 近藤　隆雄 | | 368 |
| 論文演習Ⅱ | 2 | 2 | 教授 | 山口不二夫 | | 369 |

| 授業科目 | 単位 | 配当年次 | 職格 | 教員氏名 | 英語科目 | ページ |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 論文演習Ⅱ | 2 | 2 | 教授 | 木村　　哲 | | 370 |
| 論文演習Ⅱ | 2 | 2 | 教授 | 落合　　稔 | | 371 |
| 論文演習Ⅱ | 2 | 2 | 教授 | 杉野　　周 | | 372 |
| 論文演習Ⅱ | 2 | 2 | 教授 | 野田　　稔 | | 373 |
| 論文演習Ⅱ | 2 | 2 | 教授 | 王　　京穂 | | 374 |
| 論文演習Ⅱ | 2 | 2 | 教授 | 青井　倫一 | | 375 |
| 論文演習Ⅱ | 2 | 2 | 教授 | 山村　能郎 | | 376 |
| 論文演習Ⅱ | 2 | 2 | 教授 | アンダーセン，ヘンリー | | 377 |
| 論文演習Ⅱ | 2 | 2 | 特任教授 | 冨狭　　泰 | | 378 |
| 論文演習Ⅱ | 2 | 2 | 特任教授 | 村木　信爾 | | 379 |
| 論文演習Ⅱ | 2 | 2 | 教授 | 下村　英紀 | | 380 |
| 論文演習Ⅱ | 2 | 2 | 客員教授 | 小林　　剛 | | 381 |
| 論文演習Ⅱ | 2 | 2 | 客員教授 | 本田　光宏 | | 382 |

※　研究科間共通科目のシラバスは別冊となります．配布は専門職大学院事務室で行います．

# Ⅳ　2013 年度開講科目

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| ＭＢＡ基礎論 | | | 2単位 | オムニバス講義 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1年 |

授　業　の　概　要　・　目　的

MBS の一つの特徴は、ファイナンス、グローバル複合、リアルエステート、マネジメント、アカウンティング、マーケティング、の 6 分野の広範囲にわたり、MBA 資格者として必要とされる科目と教授陣が用意されていることである。本科目は、その付加価値を生かし、各回を専任教員が分担して、各分野の基礎的かつ本質的な学問体系等を網羅的に講義するオムニバス形式の科目で、MBS 入学後 1 年前期に各領域を代表した専任教員から講義を受ける機会となる科目である。授業内容は、毎回各教員の個性あふれる講義になるが、学生が基礎的かつ本質的な知識を吸収し、問題意識や学問的興味を広げることにより、MBS における学習意欲向上に資することを目標としている。

| 授　業　内　容 | | |
|---|---|---|
| 1 | ファイナンスⅠ<br>（木村） | MBA に関係する倫理について紹介する。コーポレート・ファイナンスの基礎と本質について講義する。企業価値と DCF モデルの考え方、財政問題と証券投資、研究開発とゲームの理論等を紹介する。 |
| 2 | ファイナンスⅡ<br>（王） | ファイナンス学習の意味について考える。資金の時間的価値、リスク、リスクプレミアムの概念からリスクとリターンのトレードオフ問題までを解説する。ファイナンス理論の応用事例も紹介する。 |
| 3 | グローバル複合Ⅰ<br>（刈屋） | 経営とは何かを考える。とくに事業リスクマネジメント、エンタープライズ・リスクマネジメント、リアルオプション、企業戦略論と経営の関係を理解する。 |
| 4 | グローバル複合Ⅱ<br>（アンダーセン） | グローバルなビジネス環境で活用できる思考法とリーダーシップスキルを学習する。ロジカルとクリエイティブ・シンキング、ファシリテーション・スキルなどをカバーする。 |
| 5 | リアルエステートⅠ<br>（山村） | 生産・消費といった経済活動における重要な資源である不動産の特性について解説するとともに，不動産の利用・所有といった視点からマーケット構造・動向を理解する |
| 6 | リアルエステートⅡ<br>（村木） | 不動産取引における法律、税、不動産価値評価などの基本的観点のほか、企業活動における不動産のあり方を考える CRE 戦略について概説する。 |
| 7 | マネジメントⅠ<br>（杉野） | 3.11 以後、今までの経験、常識が通用しない時代に入って来た。そのような状況下で必要な能力は何であり、その能力を身に付けるためにはどういう訓練をすべきなのかを考えて行く。 |
| 8 | マネジメントⅡ<br>（野田） | マネジメント領域では経営戦略論、組織論、知識創造、企業家精神と倫理といった分野を学ぶが、ベースにあるのは「企業」の概念である。企業とは何か、経営とは何かなど基礎的な概念を共有し、企業組織をとらえる基本的な枠組みについて議論する。 |

| | | |
|---|---|---|
| 9 | マネジメントⅢ<br>（青井） | 企業にとっての経営課題が時代状況に応じてどう推移してきているかを振り返り、また戦略という概念の形成の歴史をサーベイして、これからの日本企業の経営課題とは何か、どのようにして構想していくかを議論する。 |
| 10 | アカウンティングⅠ<br>（山口） | 財務会計と企業分析の基礎を論じる。会計とは何か？財務会計と管理会計。簿記の二重性と決算の過程。損益計算書と貸借対照表を読む。企業資源、企業価値、株価の関係はどのようなものかを講義する。 |
| 11 | アカウンティングⅡ<br>（下村） | 経済・経営活動と密接な関係のある「租税」とは何かを考える。国が租税を課すことができる根拠、国の課税権の範囲と課税の方法、グローバルな事業活動に生じる課税権の競合と調整を理解する。 |
| 12 | アカウンティングⅢ<br>（落合） | 会計とは、財務諸表の見方、マネジメントと会計リテラシー。会計の基礎を理解することがマネジメント力に不可欠であり会計が多様な戦略的経営のツールとなることを理解する。 |
| 13 | マーケティングⅠ<br>（近藤） | 商品とは何か、ソリューションの発想、顧客との共同創造価値、製造業のサービス化、 モノ製品とサービスとの一体化、サービスの本質と特徴、サービス経営の課題、 サービス・イノベーションを講義する。 |
| 14 | マーケティングⅡ<br>（冨狭） | マーケティング的発想は顧客を知り顧客の満足を得ることへの持続的な創意工夫によって精緻化されてゆく。その意味で消費者行動論はマーケティング基礎論の一角を構成する役割を果たす。 |
| 15 | マーケティングⅢ<br>（上原） | 経営戦略とマーケティングの関係を明らかにしつつ、その実務的定石について明らかにする。特に情報化が進んでいく中でマーケティング戦略はどう変わるかに焦点を当てる。 |
| 16 | 総括<br>（木村） | 総括的なテスト及び解説を行う。 |

## 履修上の注意・準備学習の内容

特になし。

## 教科書

特になし。本講義では、適宜講義用資料を配布する。

## 参考書

各回に教員が授業において指定する。

## 成績評価の方法

（1）授業出席点：60％
（2）試験：40％

## その他

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| マネジメント入門 | | | 2単位 | 野　田　　稔 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

「マネジメントとは，成果に対する責任に由来する客観的な機能である」とは，かのピーター・ドラッカーがその大著，「マネジメント～課題・責任・実践（"Management: Tasks，Responsibilities，Practice" Drucker，P.F.，1973)」において喝破した言葉である。
また同時に，現代社会が組織なくして何事もなしえず，これに対峙する概念が全体主義であるとした上で，全体主義からわれわれを守る唯一の策が，組織に成果をあげさせ得るマネジメントだ，と言い切る。これほどマネジメントの意味するところを端的に述べた言葉もなかろう。ドラッカーによれば，マネジメントとは組織をして成果をあげさしめる，一連の行為そのものであり，組織なくしてマネジメントはなく，またマネジメントなくして組織は存立し得ない。この定義からすると，マネジメントの最も適切な日本語訳は，「成果追求のための組織運営法」と言うことになろう。マネジメントの一般的範疇は，(1）生産性向上のための管理法諸説，(2）成果を生む組織構造構築（マクロ組織論)，(3）人と組織の関係性を考える人材マネジメント（ミクロ組織論)，(4）将来のためのマネジメント開発，(5）管理会計，(6）マーケティング，(7）長期プランニング（前出 "Management: Tasks，Responsibilities，Practice" より一部改変）となっているが，本コースでは他のコースとの関係性も考慮し，とりわけ(1)，(2)，(3）および（7）に焦点を当てて議論する。ただし，本コースはあくまでもこれから続くマネジメントの各論へのイントロダクションであることを考え，詳細な知識よりも，概念としてのマネジメントを感覚的に理解することに主眼をおきたい。それゆえ，受講者にはマネジメント緒論に関する知識は要求しないが，自らの今までの組織体験を重視し，概念・理論と実体験との対比を行いながら議論を進める方法をとりたい。講義中の議論への積極的な参加が前提となることを銘記されたい。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | イントロダクション～マネジメント論の意義と限界 | マネジメントとは何かを考える。体系を鳥瞰図的に見た上で，マネジメント論を学び始めるにあたり，マネジメント論の意義と限界を確認したい。企業などでの体験を中心とした自己紹介を行なう。 |
| 2 | 企業とは何か？～企業の社会的役割 | 「企業とは何か？」を考える。マネジメントの対象は組織そのもの。企業だけが対象ではない。そこで，企業とその他の組織を比較する中で企業の社会的意味を捉えたい。議論の中から独自の定義を作る。 |
| 3 | 生産性向上のための諸説（1） | マネジメントの最も基本的な命題である，生産性向上に向けた取り組みについて学ぶ。科学的管理法から TQM にいたる科学的アプローチを紐解き，その現代的な展開をトヨタ自動車の考え方を通じて学ぶ。 |
| 4 | 生産性向上のための諸説（2） | ホーソン工場実験に始まる行動的アプローチの流れとその意義を探る。ここでは科学的アプローチと行動的アプローチのメリットデメリット，創造的止揚の可能性について考えてみる。 |
| 5 | マネジャーの役割（1） | マネジャーの役割について考察する。機能，必要とされる技術・資質など，基本的考え方を提示した上で，ディスカッションする。（マネジメント持論の課題を提示するので欠席しないでいただきたい） |

| | | |
|---|---|---|
| 6 | 組織論へのイントロダクション（1） | 組織論の体系について理解する。さらに，マクロ組織論で扱う範囲についての理解を深める。 |
| 7 | 組織論へのイントロダクション（2） | ミクロ組織論で扱う範囲についての理解を深める。 |
| 8 | 成長の戦略，競争の戦略，長期ビジョン | 企業のビジョン，戦略，実行に向けた目標連鎖など，組織として成果を出す「実践の仕組み」について学ぶ。組織としての“やりきる力”を高めるには何が大切かを理解する。 |
| 9 | マネジャーの役割（2） | わが国のミドルマネジメントはかつて世界一優秀と言われた。果たして現在はいかがであろうか。日本企業の直面している今日的課題について議論したい。 |
| 10 | 経営者の役割 | 組織における経営者の役割とはいかなるものであろうか。プロの経営者とは，取締役会の機能とはなど，経営に関する機能の整理を行う。 |
| 11 | 先人のマネジメント持論（1） | マネジメント持論課題として各人持ち帰った文献から先人のマネジメントエッセンスを抽出した上で，グループで“エッセンスのエッセンス”を抽出する。グループディスカッションを行う。 |
| 12 | 先人のマネジメント持論（2） | 各グループごとにまとまった，“先人のマネジメント持論のエッセンス”を互いに発表し，その意味するところをディスカッションする。クラスとしての，先人のマネジメントエッセンスにまとめ上げたい。 |
| 13 | 私のマネジメント持論 | 講義全体を通じてつむぎあげた，各人のマネジメント持論を発表する。 |

## 履修上の注意・準備学習の内容

入門コースであるので，マネジメントに関する知識は必要としない。しかし，自らの組織体験と照らし合わせながらの理解を重視したいので，議論への積極的参加は必須である。
当然，出席は重視する。

## 教科書

特になし。毎回レジュメを用いながら講義を進める。

## 参考書

「マネジメント～課題・責任・実践（"Management: Tasks, Responsibilities, Practice" Drucker, P.F., 1973」ほか，講義中に適宜示唆する。

## 成績評価の方法

（1） 授業出席点 40％
（2） マネジメント持論課題 20％，最終レポート成績点 40％。
（3） なお，講義中の発言に関して加点を行い，これを上乗せする。

## その他

マネジメント分野に興味を持っていただくことを最大の目標としている。問題意識を持って参加して欲しい。

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| オペレーション入門 | | | 2単位 | 杉　野　　周 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

この「オペーレーション入門」では，実務の中で「業務オペレーション」に焦点を当て，現場のオペレーションの改革をすることにより，「オペレーション・エクセレンス」を達成する方法を知ることを目的としている。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | オリエンテーション | 業務システムを使って，業務処理と業務システムの関係を体験的に学習する。 |
| 2 | ビジネス・プロセスとプロセス・イノベーション | 業務活動を「機能」としてではなく，「ビジネス・プロセス」として理解るためにその概念と歴史的な背景を理解する。また主要なビジネス・プロセスを概観する。 |
| 3 | プロセス・イノベーション | プロセス・イノベーション<br>プロダクト・イノベーションとは異なり，業務の仕組みの改革であるプロセス・イノベーションの特徴を理解する。 |
| 4 | ケース・スタディー | プロセス・イノベーションの事例を中心にケースを取り上げ，そこで起きたイノベーションの内容を分析する。ケース・スタディーでは，1ケースについて2回のディスカッションを行う。1回目はグループディスカッションとし，2回目に全体のディスカッションを行う。<br>取り上げるケース（予定）<br>・「プラス株式会社　アスクル事業」<br>・「株式会社　ミスミ」<br>・「ベネトン」<br>・「バーンズ・アンド・ノーブル対アマゾン・ドット・コム（A)」<br>・「住友電気工業株式会社（A)」 |

## 履修上の注意・準備学習の内容

目の前の業務だけでなく，部門横断的な視点，社外を視野に入れたビジネス・プロセスを考慮した柔軟な思考方法を得る訓練を行う。

## 教　　科　　書

特になし。

## 参　　考　　書

オリエンテーションの時に紹介する。

## 成　績　評　価　の　方　法

(1)　出席（60%）
(2)　貢献度（40%）
自社の業務フローを各トピックスで提出する。

## そ　　の　　他

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| ゲーム論と企業戦略 | | | ２単位 | 丸　田　利　昌 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | １．２年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

複数の意思決定者の行為が相互に影響しあう状況を戦略的環境という。ゲーム理論とは，戦略的環境の簡潔な記述，およびその特徴・本質の解明を目指して構築されている言語体系である。経済学をはじめ社会科学における「モデル」の多くは，ゲーム理論により記述された戦略的環境に他ならない。また，ゲーム理論は欧米のビジネススクールにおける標準的な開講科目となって久しく，その考え方は多くのビジネスパーソンにとっての「常識」となりつつある。本講義は，その「アルファベット」からはじめ，言語としてのゲーム理論の初等的な「読み・書き」の習熟を目的とする。

## 授　業　内　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | ゲーム理論とは | ゲーム理論的考察の典型例を紹介する。 |
| 2 | 戦略型ゲームとナッシュ均衡 | 利得表，最適反応，ナッシュ均衡を学ぶ。 |
| 3 | 戦略間の支配とナッシュ均衡 | 均衡分析の特徴を個人的意思決定の諸基準との対比で学ぶ。 |
| 4 | 戦略型ゲームの応用 | 立地競争，価格戦略，オークションなどへの応用例を考察する。 |
| 5 | 展開型ゲームと戦略 | 「完全な行動計画」としての「戦略」を理解する。 |
| 6 | 展開型ゲームと部分ゲーム完全均衡 | バックワードインダクションに習熟する。 |
| 7 | 展開型ゲームの応用 | 寡占市場，新規参入阻止行動などをゲーム理論的に考察する。 |
| 8 | 中間試験 | |
| 9 | 繰返しゲーム１ | 長期的関係における戦略とは何かを学ぶ。 |
| 10 | 繰返しゲーム２ | 長期的関係における均衡分析を学ぶ。 |
| 11 | 不完備情報ゲーム１ | 情報偏在下のゲームに対するベイズ的接近法を学ぶ。 |
| 12 | 不完備情報ゲーム２ | 情報偏在下の動的ゲームにおける確率評価の改訂について学ぶ。 |
| 13 | 不完備情報ゲーム３ | シグナリング・ゲームの均衡分析を学ぶ。 |
| 14 | 交渉ゲーム | さまざまな交渉プロトコルをゲームとして考察する。 |
| 15 | 期末試験 | |

## 履修上の注意・準備学習の内容

受講者には，「定義」によって定められた言葉の意味を尊重しつつ精密な議論を展開することが求められる。単なる事例の蓄積にとどまらないために，一般的・抽象的な議論の展開も一部必要となる。数学の知識は必要ない。

## 教　科　書

教科書として，岡田章著，「ゲーム理論入門」，（有斐閣，2008 年）を使用する。受講者には，教員の指定する箇所を事前に読んでおくことが求められる。各回の講義では内容の深い理解とその応用例（教科書に掲載されていないものも含む）の紹介に力点をおく。

## 参　考　書

開講時に指示する。

| 成　績　評　価　の　方　法 |
| --- |
| 中間試験（35%），期末試験（35%），および期末レポート（30%）（最終週に提出，A4 判 2 ページ以下）にもとづく。 |
| そ　の　他 |
| 中間試験・期末試験は，ともに open book（持込可）とする。教科書，講義ノートのほか，紙媒体の資料はすべて参照可とする。インターネットを含む一切の外部通信は不可とする。 |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 社会心理学 | | | 2単位 | 川　上　真　史 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

授　業　の　概　要　・　目　的

社会の発達、変化が急速に進む中で、企業や組織に所属する個々人の行動、思考、判断などの傾向は常に変化する。そのような中で、過去の社会心理学的な研究内容を学び企業活動での参考とすることも必要であるが、現時点において、どのような変化が起こってきているかを、常に分析し押さえておくことも重要である。特に、人材の動機づけや育成などを効果的に進めるうえでは、そのような変化を捉えておくことが必須である。

本講義では、過去の社会心理学（主に産業心理学）の研究については教科書を読むことによって理解を深め、授業においては、主に最新の企業活動における社会心理学的な傾向について解説する。その際に、最近の研究内容の紹介だけでなく、川上が実際に行なっている企業での人事、人材コンサルティング事例と、企業を対象とした産業心理学に関する研究内容を解説することにより、実践的なコンテンツに加え、その背景にある学術的な根拠についての理解を促進する。

内容としては、ハーバード大学の心理学教授であったマクレランドおよびマクレランド派の研究者と川上が議論し共同で研究を行なった「コンピテンシー論とその企業での活用方法」、最近企業で重要視されている「エンゲージメント論（仕事への「のめり込み」状態）」や「ストレスマネジメント論」（以上、川上が早稲田大学教員として共同研究）、などを中心に解説する。また、それらの理解をより促進するために、パーソナリティ論やカウンセリング論なども盛り込む。

講義のゴールとしては、毎回議論を組み込むことにより、実際にこれらの考え方を企業において、どう活用するべきかのイメージもクリアにし、企業の経営において実践できるレベルでの修得を最終的に目指す。

| 授　業　内　容 | | |
|---|---|---|
| 1 | 個々人が持つ動機の変化 | 動機づけの焦点が、給与や昇進などのいわゆる「外的報酬」からやりがいや仕事の面白さなどの「内的報酬」に変化している。その背景と今後の対応について解説。 |
| 2 | コンピテンシーとは何か | コンピテンシー論の考え方と、その歴史に関して、マクレランドによるコンピテンシー論と、その後の研究の変遷について解説。 |
| 3 | コンピテンシーの企業における活用 | 企業におけるコンピテンシー論の活用の実例について、成功例と失敗例をとりあげながら実践的に解説。 |
| 4 | コンピテンシー・アセスメント | コンピテンシー・インタビューの方法とその分析、分析結果の活用に関して、演習を交えながら解説。 |
| 5 | ダイバーシティ・マネジメントの考え方 | 国際化、価値観の多様化、就業形態の複雑化などが急速に進む中で、同質性の高い組織で育った人材が適応できなくなっている。その中で異質への適応に必要な要件とは何かを解説。 |
| 6 | エンゲージメント論による動機づけ | 「我慢しながら努力する」というスタイルでは成果をこれ以上向上さることは難しい。仕事に興味を持って「のめり込ませる」ことで、より高い成果につなげるという「エンゲージメント論」を解説。 |
| 7 | 企業におけるストレスの実態と対策 | ストレスマネジメントについては、誤解が多く、効果的に取り組んでいる企業がまだまだ少ない。ストレス論に関する正確な考え方とその対策について解説。 |

| | | |
|---|---|---|
| 8 | パーソナリティの形成 | 人間のパーソナリティはどのようにして形成されるのか、また安定したパーソナリティと不安定なパーソナリティの違いは何が影響しているのかについて解説。 |
| 9 | 自尊と共感によるチームシナジー | チームワークとは「協調すること」（お互い相手にあわせる）ではなく、「シナジーを生む関係」が基本である。そのようなシナジーを生む組織に求められる自尊と共感の開発について解説。 |
| 10 | 対人魅力と対人関係論 | 他者とよりよい関係を構築できる人材の特性は何か、また、凝集性の高い組織ではどのような関係がつくられているのかについて、対人魅力論も交えながら解説。 |
| 11 | 認知論とメタ認知論 | 人間の認知がゆがむのはなぜか、より正確な認知や判断を行なうにはどうすべきかについて、メタ認知論（自分の認知を認知する力）や最新の意思決定論を交えて解説。 |
| 12 | 知能と創造性 | 創造性を高めるための要因は何なのか、創造性は知能の高さと関係があるのかないのか、などについて解説。 |
| 13 | 個の意識変化とそれに応じた報酬論 | 外的報酬、内的報酬をどのように組み合わせることが、効果的な報酬となり社員の動機づけにつながるのかを、トータルリウォーズの考え方をもとに解説。 |
| 14 | ポジティブ心理学とハピネス | 「仕事はつらくて当然」という考えから、「社員が幸福感（ハピネス）を持って働けるかが企業の競争力につながる」という考えに変化してきている。この変化をポジティブ心理学の視点から解説。 |
| 15 | 社会心理学の視点から見た企業の課題 | 国際化とIT化が、企業で働く人材の意識と就業形態を大きく変えてきている。その変化と企業経営のあり方の乖離が広がりつつある。この点についてキー・コンピテンシーの考え方を基に解説。 |

## 履修上の注意・準備学習の内容

基礎から解説するため、心理学に関する専門知識を持っている必要はないが、「心理学」＝「心の理学（科学）」であるとの意識を持って講義に参加すること。自分個人の心に関する経験だけで一般化することや、憶測のみで考えることは避け、根拠をもって議論を行なうこと。

## 教科書

「産業・組織心理学エッセンシャルズ」 外島裕・田中堅一郎 編 ナカニシヤ出版

## 参考書

「モチベーション 3.0」 ダニエル・ピンク 著 大前研一 訳 講談社
「コンピテンシー・マネジメントの展開」 ライル・スペンサー シグネ・スペンサー 著
梅津 祐良、横山 哲夫、成田 攻 訳 生産性出版
「社内うつ：職場ストレスのコントロール術」 小杉正太郎 著 講談社

## 成績評価の方法

授業出席点 30%・最終レポート成績点 50%・議論への参加・貢献 20%

## その他

過去の研究内容については、教科書を自分で読むことで学習する。次回の講義に関連する章を毎回の講義で指定するので、その部分を事前に読んでくること。

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| ベーシック・マーケティング | | | 2単位 | 近　藤　隆　雄 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

マーケティングは，社会科学の一分野ではあるが，それは，現象の背後にある法則性の探究といった分析的・研究的アプローチに止まらず，市場において消費者に具体的に働きかけを行うといった応用科学的な側面を強く持った学問である。その意味で，マーケティングとは，企業が市場へ適応していくための一つの技術体系であると言える。そしてその技術を構成する要素は様々の概念とアイデアである。このベーシック・マーケティングは，より高度に専門化したマーケティング分野への入口として，この分野でこれまで蓄積されてきた基礎的な諸概念を，学生諸君が自分のものとして思考し，活用することができるようになることを目指している。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | マーケティングへの招待 | マーケティングの全体像を理解するために，その定義や機能，また市場と顧客の視点とその関係などについて考える。 |
| 2 | マーケティング・ミックス | マーケティングの仕組みを作る要素であるマーケティング・ミックス（製品，価格，流通，プロモーション）を理解する。また，その前提となる B+STP+M の概念を把握し，マーケティング・ミックスの内的一貫性と外的一貫性の重要性などを論じる。 |
| 3 | 価値形成のマネジメント | 企業のオファーである製品とはなにか，製品の階層構造とはなにか。有形であるモノ製品に対する無形のサービスとはなにか，またサービスの特徴，そして，モノとサービスの融合とはどんな現象か，またそうした新し動きを説明するサービス・ドミナント・ロジックとはなにか。 |
| 4 | 価格対応 | 価格の役割，価格設定の基本的アプローチ，新製品の価格対応，消費者心理をつかむ価格設定，割引，価格弾力性など価格をめぐる諸問題。 |
| 5 | 流通チャネル・マネジメント | 流通チャネルの機能，類型，チャネル行動，チャネル管理，物流とロジスティックスなどのチャネル問題。またサプライ・チェーン・マネジメントや情報化が流通に与える影響を論じる。 |
| 6 | マーケティング・コミュニケーション | マーケティング・コミュニケーションとは，顧客訴求のためのプロモーションなどを含む。コミュニケーション・モデル，コミュニケーション手段，コミュニケーション・ミックス，広告，セールス・プロモーション，PR 等を取り上げる。 |
| 7 | 事業機会・事業領域の選択 | マーケティング資源の配分，製品ポートフォリオ，事業の定義，マーケティング的近視眼などを説明する。 |
| 8 | 消費者行動の理解 | 消費者の理解，購買意思決定の分析，新製品の普及過程，ポスト・モダン消費者行動分析などを取り上げる。 |
| 9 | 競争構造の理解 | 競争対応の枠組み，ポーターの３つの基本戦略，製品ライフサイクル別戦略，競争地位別戦略，ポーターの５つの競争要因，競争の枠組み，戦略グループなどを論じる。 |

| | | |
|---|---|---|
| 10 | 日本の流通分析 | 日本型流通システム，流通構造の変化，取引関係の構造等，日本独自の流通について論じる。 |
| 11 | 関係性マーケティング | 顧客関係のパラダイム，顧客関係のパターン，顧客資産，顧客関係の維持と修復など。 |
| 12 | ブランド・マーケティング | ブランドとは何か，ブランド連想，ブランドの役割，ブランドの活用と育成などを取り上げる。 |
| 13 | サービス・マーケティング | サービス・プロフィット・チェーンを中心にサービス・マーケティングの諸概念やモデルを説明する。 |
| 14 | 製造業のサービス化について | 最近、工業先進国を中心に見られるようになった製造業のサービス化現象について説明する。その背景、理由、サービス化の契機などについて触れる。 |
| 15 | 新しいマーケティングの動向 | マーケティング 3.0 の動きや新しい商品観を基礎とするサービス・ドミナントロジックなどを取り上げる。 |

## 履修上の注意・準備学習の内容

この科目は，基本的に，マーケティングの学習経験のない学生を想定して用意されている。すでにある程度マーケティングを学んだ者は，より上級の，または専門化したマーケティング分野の科目を履修することが望ましい。

## 教科書

相原修『マーケティング入門（第 4 版)』日経文庫ベーシック 2010 年

## 参考書

小川進『ドクター・オガワに会いに行こう』千倉書房　2005 年
小川孔輔『マーケティング入門』日本経済新聞社　2009 年
和田充夫，日本マーケティング協会編『マーケティング用語辞典』
　日経文庫　2005 年
嶋口充輝『マーケティング・パラダイム』有斐閣　2000 年
フィリップ・コトラー他『コトラーのマーケティング 3.0』朝日新聞出版
　2010 年

## 成績評価の方法

（1）ミニテスト（2〜3 回）（30%）。
（2）期末テスト （50%）
（3）出席率（20%）

## その他

なるべく 1 年次の履修が望ましい。

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 流　通　論 | | | 2単位 | 上　原　征　彦 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

流通とは「生産者から消費者へ商品を移転させる活動および現象」を指す。したがって，流通の研究は，生産者，消費者，商品，移転などを定義しつつ，生産から消費に至るプロセスを解明していくことになる。本講義もこの解明を目的とするが，特に次の点を意識した授業を行なう。

グローバル化，情報化などによって流通は大きく変わりつつある。とりわけ流通外資の参入，ネット店舗の抬頭は日本の流通を大きく変えつつある。本講義では，第1に，流通はどう変わってきたか，それはどんな理論で説明できるのか，ということを主として明らかにする。第2に，情報化やグローバル化について学びつつ，それが流通をどう変えるかを議論する。さらに流通の正義（主として取引倫理）について言及する。

基礎知識を踏まえつつ，新しい理論を積極的に取り入れ，大胆に将来を展望してみたい。

なお，以下の授業内容は，学習効果等を考慮に入れ，順序等が変更されることもある。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 流通の意味・意義 | 流通とその倫理とは何か。それは社会的にどんな貢献をしているのか。また、それは社会のどんな要因によって変化するのか。 |
| 2 | 流通の機能 | 流通は生産と消費との乖離を架橋する機能をもつが，これを具体的に明らかにする。 |
| 3 | 流通を構成する機関 | 流通活動を担う機関（企業形態）としてどんなものがあるか。また，それらはどんな活動を担っているか。 |
| 4 | 消費者の購買行動と流通システム | 消費者の購買行動（どこで何をどのようにして買うか）と流通システムとの関係について明らかにする。 |
| 5 | 生産と流通システム | 生産が流通システムとその変化にどう関わっているか（両者の機能分担とパワー関係）について明らかにする。 |
| 6 | 小売の理論 | 小売に関する重要な理論（業態論・機能論・史的展開法則など）をレビューし，その現実説明力について検討する。 |
| 7 | 卸売の理論 | 卸売に関する重要な理論（存立根拠論・機能論・史的分析など）をレビューし，その現実説明力について検討する。 |
| 8 | メーカーの流通活動について | メーカーが流通過程にどう介入するか（機能分担・チャネル支配など）について，理論的に明らかにする。 |
| 9 | 流通の歴史的変化 | 現在に至るまで流通はどう変化してきたか，また，それはどんな要因によるのかを明らかにする。さらに，取引倫理（流通の正義）がどう実現されてきたかについても述べる。 |
| 10 | 流通外資の戦略展開 | ウォルマートやテスコなどの流通外資はどんな戦略を展開するのか。これらと日本の流通業とはどう異なるか。 |
| 11 | 情報化と流通 | IT の進化と情報化は流通をどう変えるか。これとグローバル化との関係をどう説明するか。 |
| 12 | ネット店舗の抬頭 | ネット店舗（バーチャル小売）の台頭とその要因を明らかにする。ネット店舗の機能（特にリアル店舗との相違点）をどう説明するか。 |

| | | |
|---|---|---|
| 13 | 流通の未来 | グローバル化・情報化などによって流通は将来どう変わるか，それが生産・消費にどうかかわるかについて議論する。 |
| 14 | 流通における新しいビジネスモデル | 既存業態の融合、新業態の台頭などを踏まえ、近年の新しいビジネスモデルを紹介していく。 |
| 15 | 流通と地域活性化 | 流通が地域産業と如何に結びつき、地域の活性化にどう貢献するかを考える。特に地域ブランドの育成と流通業との関係に注目する。 |

**履修上の注意・準備学習の内容**

ベーシック・マーケティングも履修することを勧める。

**教科書**

基本的には，教師が提供する資料に基づいて授業を行なうが，学生が以下に掲げる参考書を読むことを前提とした内容となる。

**参考書**

上原征彦『マーケティング戦略論』有斐閣，1999 年（第 4 章　第 6－8 節，第 5 章　第 4－5 節，第 6 章　第 2 節）

上原征彦・坂上真介・中麻弥美『手にとるように小売・流通のことがわかる本』かんき出版，2008 年

**成績評価の方法**

(1)　2～5 回のミニテスト（35%）
(2)　アサインメントの達成度（35%）
(3)　出席率（30%）
をおおよその目途としている。

**その他**

流通の理解には広い視野が必要とされるので，好奇心と世の中を見つめる視座を養ってほしい。

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 財務会計論 | | | 2単位 | 山　口　不二夫 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

授　業　の　概　要　・　目　的

本講義は会計学の基礎をつとめて理論的に学習する。簿記会計は理論より暗記が優先されることが多いが，本講義では無反省的に「慣行」と「暗記」で済まされてきた会計の考え方や知識を，できるだけ少数の前提からの演繹的推論で説明する。さらに会計学の理論的フロンティアの課題についても解決の糸口を提供したい。

現在，会計の世界は急速な変転を続けている。このような激変時には，暗記で得られた知識は数年の寿命しかない。真に有効な知識とは普遍性と応用力のある知識であり，それは過去の卓越した少数の理論とそれらを使いこなす思索力からもたらされると考える。本講義は大きく分けると2部から構成される。

第1部では，会計利益の利益データの特質を明らかにするために，単純化されたモデルを用いて経済学的利潤概念との比較をおこなう。さらに物価変動をモデルの条件に付加することによって，会計利潤の特質をより鮮明にする。これは価格変動会計，時価会計の基礎理論につながる。

第2部では，複式簿記の論理的再構成をおこなう。簿記は習うより慣れろといわれるが，ここではあたりまえと考えられる会計処理も，原点に立ち返ってひとつひとつ定義しながら意味を考え，簿記・会計を演繹的に再構成する。今年度より一部英文資料や英語での説明を交える。

授業の後半では実際の財務諸表を用いて，新会計基準の説明も行う。

| 授　業　内　容 | | |
|---|---|---|
| 1 | 講義の概要説明と会計とは何か | 履修方法，参考文献の説明および会計学の研究対象の議論 |
| 2 | 財務諸表とはどのようなものか | 財務諸表の概要 |
| 3 | 経済学利潤概念：主観利潤と実現可能利潤 | 経済学的利潤概念：将来収益の割引現在価値の変化分としての主観利潤，実現可能利潤の提示と説明（齋藤静樹『企業会計とディスクロージャー』東大出版会　9章） 経済学利潤概念との比較による会計利益の特質<br>実現可能利潤との比較による会計利益の特質の発見，資本財の減耗と減価償却（齋藤静樹『企業会計とディスクロージャー』東大出版会　9章） |
| 4 | 物価変動の影響 | 物価変動を考慮したさいの会計利益と経済学的利潤概念の比較，インフレーション会計の基礎理論，資本維持概念の説明（齋藤静樹『企業会計とディスクロージャー』東大出版会　10章） |
| 5 | 資本取引と経過勘定項目 | 資本と利益の区分と経過勘定項目の説明（齋藤静樹『企業会計とディスクロージャー』東大出版会　10章） |
| 6 | 複式簿記の論理的再構成1 | 記帳の対象，財産目録，実在勘定定義，取引の定義の説明（齋藤静樹『企業会計とディスクロージャー』東大出版会　2章） |
| 7 | 複式簿記の論理的再構成2 | 損益の名目勘定と損益計算書，キャッシュフロー計算書（齋藤静樹『企業会計とディスクロージャー』東大出版会　2章） |
| 8 | 収益の認識基準1 | モデルによる収益の認識基準の理論的な説明（齋藤静樹『企業会計とディスクロージャー』東大出版会　3章） |

| | | |
|---|---|---|
| 9 | 収益の認識基準２ | 実務における収益の認識基準，海運業の収益認識基準，工事進行基準など（齋藤静樹『企業会計とディスクロージャー』東大出版会　３章） |
| 10 | 収益費用対応の原則 | 貨幣データの流れと物量データ，収益費用の個別対応と期間対応について学習（齋藤静樹『企業会計とディスクロージャー』東大出版会　４章） |
| 11 | 棚卸資産の評価 | FIFO，LIFO，平均法，低価基準の説明，実際の財務諸表の読み方（齋藤静樹『企業会計とディスクロージャー』東大出版会　４章） |
| 12 | 固定資産の評価 | 固定資産の評価について学習する。 |
| 13 | 減損会計と割引現在価値評価 | 減損会計の理論について学習する。 |
| 14 | IFRS でなにがかわるか | IFRS と会計の動向について学習する。（資料配布） |
| 15 | まとめ | 企業倫理と会計，質疑応答 |

## 履修上の注意・準備学習の内容

本講義は簿記会計の初学者でも履修できる。あらゆる分野の前提的学問知識を必要としない。加減乗除の計算が習得されていればよい。学部等での会計既習者，企業での経理担当者，公認会計士，税理士，アナリスト等にもすでに得ている知識を体系づけるのに有用であるのでぜひ参加されたい。

## 教　　科　　書

授業開始時に説明する

## 参　　考　　書

齋藤静樹『企業会計とディスクロージャー』東京大学出版会：抽象的すぎて難解かもしれない

講義の６，７，９，10，11 回については，山口『企業分析：増補版』白桃書房 III，IV 章がわかりやすい。

Edwards & Bell，*The Theory and Measurement of Business Income*，1961 California Unv. Press（邦訳『意思決定のための利潤計算』日本生産性本部，1964 年）

井尻雄士『会計測定の理論』東洋経済新報社

## 成　績　評　価　の　方　法

（1）　出席・平常点（30％）
（2）　レポート（70％）
（クラスサイズが大きければ試験）

## そ　　の　　他

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 管理会計論 | | | 2単位 | 落　合　　稔 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

成功している企業の裏には隠れた管理会計のフレームワークがある。すなわち、管理会計は，ヒト，モノ，カネ，情報を効果的に管理し，企業のコスト，収益，キャッシュフローの改善するマネジメントツールである。管理会計は，普遍的に業種を超えて有力な経営管理の手段となりうる。しかし，現実的に個別企業で管理会計を適用する場合には，その企業の個別状況に適した独自の管理会計モデルやシステムを構築しなければ高い効果は引き出せない。加えて，業種，業態によっても管理会計のありようが異なる。

この授業は基礎科目なので管理会計の基礎的用語やフレームワーク等の普遍的な知識を学ぶことを第一義的に考えている。製造業，販売業，サービス業，無形資産重視企業など異なる業種の管理会計の特徴も解説し，事例も取り上げる。また管理会計は「業績評価プロセス」と「意思決定」で活用されるため，マネジメントの視点も重視したい。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 管理会計とは | 管理会計の目的、範囲、組織、業績管理 |
| 2 | 意思決定に活用する原価概念 | 原価と費用，多様なコスト概念と意思決定 |
| 3 | ＣＶＰ分析基礎 | 損益分岐点分析の活用 |
| 4 | 商品企画販売の管理会計事例 | 需要予測、商品企画、SBU 組織、損益管理、バリューチェーン |
| 5 | 新規事業の管理会計 | ビジネスプランの構造 |
| 6 | 新規事業の管理会計 | ビジネスモデルとキャッシュ化速度 |
| 7 | 新規事業の管理会計 | 資金調達とクラウドファンディング |
| 8 | トヨタウェイの原価管理 | 見える化によるコスト管理 |
| 9 | トヨタウェイの原価管理 | カイゼン予算，原価企画 |
| 10 | 投資と時間原価 | ＣＤＱのマネジメント |
| 11 | 予算制度 | 予算制度設計と運用ポイント |
| 12 | フランチャイズビジネスの管理会計 | オープンアカウントの活用 |
| 13 | 無形資産重視企業の経営管理 | バランススコアカードの活用 |
| 14 | 外部ゲスト講師 | CEO による我が社の経営管理 |
| 15 | 後期まとめ | テストと解説 |

## 履修上の注意・準備学習の内容

・管理会計は実務色が強く企業における適用範囲と方法は非常に多義にわたらざるを得ない。しかし，ここでの管理会計論は基礎科目なのでできるだけ基礎知識や基本的な用語等を重視し，学生間の理解にバラツキが生じないよう概念と事例とを関連づけながら分りやすく進めたい。

・準備学習としては，授業内容に関わる参考書が手引となる。

## 教　　科　　書

指定なし。但し、都度必要な資料を配付する

| 参　　考　　書 |
| --- |
| 1．落合著、新規ビジネス関連の新刊を教室で発表する<br>2．D. クインス・ミルズ、『マネジメント入門』（Principles of Management）」ファーストプレス社<br>3．竹脇誠ほか、『管理会計』新世社 |
| 成　績　評　価　の　方　法 |
| （1）授業出席（40%）<br>（2）試験（またはレポート）（60%） |
| そ　　の　　他 |
| その都度，必要なコピーを配付します。 |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 税務会計入門 | | | 2単位 | 小　林　　剛 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

わが国の法人税は、法人の各事業年度の所得に対して課税され（法人税法第 5 条）、法人税の課税標準は，法人の各事業年度の所得金額である（法人税法第 21 条）。

法人の各事業年度の所得金額は、法人の事業年度の益金の金額から損金の金額を控除した金額である。法人の益金の額に算入すべき金額は、法人税法上別段の定めのあるものを除き、法人の事業年度の収益の額であり、損金の額に算入すべき金額は、法人の事業年度の原価、販売費、一般管理費その他の費用及び資本取引以外の取引による損失の額である。また、収益及び原価、販売費、一般管理費その他の費用及び損失は一般に公正妥当と認められる会計処理の基準に従って計算されるものとされている（法人税法第 22 条）。

したがい、税務会計の理解は、一般会計学の知識を基礎に税務上の別段の定めを理解することとなる。本講義においては、法人税法の解釈を通じ、税務会計の基礎知識を習得するとともに、法人税法の条文の正確な理解を行い、法人税法全体の仕組みを理解する。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 税務会計について | 税務会計と企業会計の相違、商法、会計法と税務会計の関係、会計処理の基準等についての理解を行う。 |
| 2 | 企業会計と税務会計 | 法人税法における益金及び損金における別段の定めの概要についての理解を行う。 |
| 3 | 法人税法の立法趣旨 | 法人税法とは何か、法人税法の立法趣旨、法人税法の構成について理解する。 |
| 4 | 課税所得及び課税標準 | 法人税法上の基本概念である、課税所得、所得の帰属、事業年度、納税地、課税標準等について理解する。 |
| 5 | 益金の額の計算 | 法人税法上の益金に関する別段の定めである、法人税法上の受取配当等、資産の評価益、還付金等の取扱を理解する。 |
| 6 | 損金の額の計算 | 法人税法上の損金に関する別段の定めである、法人税法上の資産の評価及び償却費、資産の評価損等の取り扱いについて理解する。 |
| 7 | 損金の額の計算 | 法人税法の重要な別段の定めである役員給与、寄付金、交際費等の取り扱いについて理解する。 |
| 8 | 損金の額の計算 | 法人税法の重要な別段の定めである圧縮記帳、引当金、繰越損失等の法人税法上の取扱を理解する。 |
| 9 | 利益又は損失の額の計算等 | 短期売買商品、有価証券の譲渡益、デリバティブ取引の損益、ヘッジ処理による損益の計上時期等について理解を行う。 |
| 10 | 利益又は損失の額の計算等 | 外貨建取引の換算、長期割賦販売、工事請負契約等について理解を行う。 |
| 11 | 組織再編税制 | 企業組織再編税制の概要について説明する。理解する。 |
| 12 | 連結納税制度 | 連結納税制度の概要について理解する。 |
| 13 | 税額の計算 | 法人税の税率と税額の計算、特定同族会社の特別税率、税額控除について理解を行う。 |

| | | |
|---|---|---|
| 14 | 外国税額控除 | 直接外国税額控除、間接外国税額控除、みなし外国税額控除について理解を行う。 |
| 15 | 申告、納付、還付等 | 法人税の申告、更正の請求、付及び還付について理解を行う。 |

| 履修上の注意・準備学習の内容 |
|---|
| 租税法の基礎知識があることが望ましい。 |
| **教　　科　　書** |
| 講義資料を配布。 |
| **参　　考　　書** |
| 金子宏著『租税法』弘文堂、岡村忠生『法人税法講義』成文堂、川田剛著『基礎から学ぶ法人税法』大蔵財務協会、成松洋一著『法人税法』税務経理協会、金子宏他編『ケースブック租税法』弘文堂、桜井勝久著『財務会計講義』中央経済社、神田秀樹著『会社法』弘文堂 |
| **成　績　評　価　の　方　法** |
| （1）講義への出席（30%）<br>（2）講義中の発表（30%）<br>（3）最終レポート（40%） |
| **そ　　の　　他** |
| 会計学の基礎知識があることが望ましい。 |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 租税法概論 | | | ２単位 | 下　村　英　紀 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | １・２年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

租税とは何かについて考え，租税の意義・機能を理解し，租税法の基本的な考え方である租税法律主義及び租税公平主義を学習する。この講義においては，個人又は家族の生活や事業活動において密接な関係のある所得税及び相続税・贈与税を取り上げ，各租税制度及び各租税法の趣旨，背景と基本的な仕組みをできる限り分かりやすく解説する。租税及び租税法の基本的な考え方を理解することにより，社会生活に密接な関係のある各租税制度及び租税法のあり方とその解釈・適用について，自ら考え判断ができる基礎的能力を習得する。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | イントロダクション | 授業の目的，租税法の学習の方法，参考文献等を説明する。 |
| 2 | 租税の意義・根拠 | 租税の意義・根拠を理解し，経済社会の構造変化における租税の位置付けを解説する。 |
| 3 | 租税制度の歴史，現状と課題 | 租税制度の歴史，租税制度の現状と主要な課題を解説する。 |
| 4 | 租税法の基本原則，解釈・適用 | 租税法の基本原則の租税法律主義と租税公平主義、租税法の解釈・適用，課税要件を解説する。 |
| 5 | 所得税（1） | 所得税の意義，所得の概念，課税単位を解説する。 |
| 6 | 所得税（2） | 納税義務者，課税所得の範囲，各種所得の分類を解説する。 |
| 7 | 所得税（3） | 所得の種類とその計算方法を解説する。 |
| 8 | 所得税（4） | 課税標準、収入金額、必要経費を解説する。 |
| 9 | 所得税（5） | 所得控除を解説する。 |
| 10 | 所得税（6） | 税額の計算，申告・納付，源泉徴収制度を解説する。 |
| 11 | 相続税・贈与税（1） | 相続税の意義，機能，課税方式を解説する。 |
| 12 | 相続税・贈与税（2） | 相続税の納税義務者，課税財産，課税価格，税額の計算を解説する。 |
| 13 | 相続税・贈与税（3） | 贈与税の意義，納税義務者，課税財産，課税価格，税額の計算及び相続時精算課税制度を解説する。 |
| 14 | 相続税・贈与税（4） | 相続税・贈与税の申告・納付，財産の評価を解説する。 |
| 15 | まとめ | 講義で取り上げた内容のまとめを行う。 |

## 履修上の注意・準備学習の内容

本科目は，国内租税法・国際租税法・法人税法及び同演習の前段となる基礎科目である。民商法及び会計学の基礎知識があることが望ましい。

## 教　　科　　書

随時プリントを配布する。

## 参　　考　　書

川田剛『租税法入門』大蔵財務協会
金子宏『租税法』弘文堂
租税関係法令集（どこの出版社でも可）

| 成　績　評　価　の　方　法 |
| --- |
| （1） 出席　30％　（2） レポート　70％ |
| そ　の　他 |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| ファイナンス基礎論 | | | 2単位 | 刈　屋　武　昭 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

数理ファイナンス・金融工学の基礎的概念と数理的基礎・技術を解説する。特に、金利と金利分析を理解すること、株式など資産価格の変動構造の分析の基礎、時系列分析法を理解することに焦点をあてる。

## 授　　業　　内　　容

最初に指数関数、対数関数と収益率の関係を解説する。その後金利の概念を理化し、金利の期間構造についての分析法を説明する。その中で、数理ファイナンスでの連続時間アプローチの限界と金利と経済の関係を説明する。
その後、時系列分析法を解説し、株式価格など資産価格の変動構造の実証的特徴を議論する。

## 履修上の注意・準備学習の内容

高校の数学のレベルを前提にする。

## 教　　科　　書

授業で一部資料を配布するが、特に教科書は用いない。

## 参　　考　　書

刈屋武昭『金融工学とは何か―リスクから理解する』岩波新書刈屋・矢島・田中『経済時系列分析』岩波書店刈屋・勝浦『統計学（第2版）』東洋経済新報社

## 成　績　評　価　の　方　法

2回の試験と出席で成績をつける。1回目の試験40点、第2回目の試験60点。出席点は1回の欠席は認めるが、2回以上の欠席に関しては各1回ごとにマイナス5点。

## そ　　の　　他

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| ファイナンスのための数理基礎 | | | 2単位 | 乾　　孝　治 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

ファイナンス関連科目の履修を考えるとき，数理的な知識不足を懸念する学生も多いようである。確かに現代ファイナンス，とりわけ資産価格理論やデリバティブ評価，リスク管理などにおいては，確率・統計はもとより，微積分，線形代数，さらには最適化などの数理・工学的ツールがあらゆる場面で利用されているため，それら科目を学ぶためにはある程度の基礎知識が必要であることは否めない。

本科目では，数学や確率・統計を学んだことのない学生，十分に理解できていない学生を主な対象として，ファイナンスで特に必要なテーマに絞って効率的に学ぶ機会を提供する。また，理論のみならず，実際に Excel を使っての計算ができるよう，併せて Excel の基本的な関数やマクロの使い方も紹介する。

## 授　業　内　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 数学の基礎（1） | イントロダクション。 |
| 2 | 数学の基礎（2） | 集合，関数，逆関数，確率の要件など。 |
| 3 | 確率（1） | 標本空間，事象，確率と条件確率，独立など。 |
| 4 | 確率（2） | 確率変数と確率分布，確率関数，分布関数，期待値と標準偏差など。 |
| 5 | 微分（1） | 微分の定義を確認し，具体例を見ながら理解を深める。 |
| 6 | 微分（2） | テイラー展開を解説する。 |
| 7 | 積分（1） | 積分の定義を確認し，具体例を見ながら理解を深める。 |
| 8 | 積分（2） | 積分の数値計算方法として，台形公式，モンテカルロ法を解説する。 |
| 9 | 総合（1） | ベクトルと行列の演算を学ぶ。 |
| 10 | 総合（2） | Excel による行列計算の方法を学ぶ。 |
| 11 | 総合（3） | 最適化計算の概念を説明する。ラグランジュ常数法を解説する。 |
| 12 | 総合（4） | 具体的な最適化問題を定式化し，Excel のソルバーの使い方を学ぶ。 |
| 13 | 総合（5） | ファイナンスの具体事例を扱う。 |

## 履修上の注意・準備学習の内容

基本的な内容を丁寧に時間を掛けて講義するので，専門書による独自学習が可能な学生が受講する必要はない。

## 教　科　書

指定しない

## 参　考　書

経済数学　微分積分編，中井進・経済数学　線形代数編，中井進

## 成　績　評　価　の　方　法

（1）　授業への参加度：50%　（2）　期末テスト：50%

## そ　の　他

| 科　目　名 | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|
| みずほ証券寄附講座<br>コーポレート・ファイナンス基礎論 | 2単位 | 幸　田　博　人 |

| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | 1・2年 |
|---|---|---|---|

**授　業　の　概　要　・　目　的**

コーポレート・ファイナンス（企業金融）の基礎知識は、金融機関に勤める人や財務・経理の分野で働く人だけでなく、すべてのビジネスパーソンにとって、必要不可欠な知識である。その意味で、コーポレート・ファイナンス関連の科目は、ビジネススクールの学生の必修科目の一つといえる。しかし、大学時代に数学や確率・統計、経済学を学んでいない学生にとっては、敷居が高く感じられる分野であり、興味があっても学ぶ機会を作れないでいる学生も多いと思われる。

そこで、本講座では、コーポレート・ファイナンス（企業金融）の基礎的な事項について、ビジネススクールの学生が最低限押さえておくべき内容をとり上げる。講座の前半４回は、ＭＢＳの木村教授がコーポレート・ファイナンスの基礎理論に関する講義を行い、後半は、みずほ証券の講師が個別企業の事例や現場の様子を紹介し、「理論（学術的な成果）」と「実務（現実の問題）」の関係を示す。適宜、受講生とのディスカッションを交えながら進めていきたい。

ファイナンス分野専攻の学生は基礎固め・復習として、他分野専攻の学生は自身の可能性を広げるきっかけとして、本講座を活用していただければ幸いである。

**授　　業　　内　　容**

| | | |
|---|---|---|
| 1. | ガイダンス | |
| 2. | コーポレート・ファイナンスの基礎理論（１） | ・財務諸表の基礎（本講座に必要な部分に絞って解説）<br>・「フリーキャッシュフロー」の考え方の解説 |
| 3. | コーポレート・ファイナンスの基礎理論（２） | ・「なぜ割引くのか」「現在価値、ＮＰＶ、ＩＲＲ」とは<br>・事業投資分析とＩＲＲ |
| 4 | コーポレート・ファイナンスの基礎理論（３） | ・企業価値の算定方法（ＤＣＦ法を中心に）の紹介<br>・「MM理論のポイント」紹介 |
| 5 | コーポレート・ファイナンスの基礎理論（４） | ・株式投資におけるコーポレート・ファイナンスの紹介<br>・ゲーム理論と企業価値の先端理論の紹介 |
| 6 | ファイナンスにおける金融業の役割（１） | ・産業への成長資金の供給や個人の資産形成にという観点から、証券会社、銀行、信託会社、保険会社等の各金融セクターがどのような形でかかわるのかについて、証券会社の役割を中心に解説。 |
| 7 | ファイナンスにおける金融業の役割（２） | 同上 |
| 8 | 投資判断と事業ポートフォリオについて | ・企業成長の基盤となる設備投資、Ｍ＆Ａにおける投資判断を説明。<br>・事業ポートフォリオに関する経営者と投資家の考え方の違いを比較。 |
| 9 | 資金調達手段の選択と比率について | ・資金調達の比率決定に関する理論的根拠（MM理論、負債比率を上げることの是非）に関する現実社会での議論について説明。 |
| 10 | 株主還元（配当）について | ・企業価値と配当政策の関係、自社株買いの位置づけなど、株主還元に関わる理論と実務の解説。 |

| | | |
|---|---|---|
| 11 | 中期経営計画における財務戦略の位置づけ | ・日本企業の実際の中期経営計画を取り上げ、経営戦略と財務戦略の関係を説明。 |
| 12 | ケーススタディ（1） | 日本企業の実例を採り上げる予定 |
| 13 | ケーススタディ（2） | 同上 |
| 14 | マクロからみた金融資本市場（1） | ・日本の資本市場（証券市場）の発展経緯、グローバル化進展によるマーケットの変化等について説明。 |
| 15 | マクロからみた金融資本市場（2） | ・日本の資本市場（証券市場）が抱える課題、並びに資本市場改革の今後の方向性に関する説明。 |

**履修上の注意・準備学習の内容**

履修に関して制限は特に設けない。
講義の理解を深めるためには、ファイナンス・アカウンティング関連の基礎科目を併せて履修することを勧める。

**教科書**

特定のテキストは使用しない。毎回レジュメを配布する。

**参考書**

川北・砂川・杉浦 『日本企業のコーポレートファイナンス』 日本経済新聞社
日本証券業協会証券教育広報センター編 『新証券市場』 中央経済社
証券アナリスト協会編 『証券分析・投資運用用語辞典』 ときわ総合サービス
鈴木一功 『企業価値評価実践編』 ダイヤモンド社
ブリーリー他，藤井訳『コーポレート・ファイナンス』（上・下）

**成績評価の方法**

（1）出席・授業への貢献度：３０％
（2）ショートレポート（2回）：７０％

**その他**

後期専門科目の「コーポレート・ファイナンス」を受講する学生は、この科目を受講していることが望ましい。

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| ポートフォリオ論 | | | 2単位 | 伊　藤　敬　介 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

年金運用や老後の生活がわが国で大きな課題の一つとなっており，自分や家族の為の資産運用は今後重要なテーマとなってきます。この資産運用を行う場合，通常，複数の資産に分散投資しますが，どのように分散投資すれば良いかを考えるのが，「ポートフォリオ論」です。つまり，「複数の資産（資産のポートフォリオ）を保有する場合，リスクと期待リターンの観点からどの資産（銘柄）にどの程度投資するのが良いのか」を決める理論的フレームワークを体系的に学ぶことが当授業の目標となります。

まずポートフォリオマネジメントのプロセスの解説から始まり，リスクとリターンを計算する為の基礎，コーポレートファイナンスでも広く活用されている CAPM やベータの意味およびその計算方法，そしてアクティブ・ポートフォリオ運用やパフォーマンス評価に関する最新の話題など，ポートフォリオ理論の基礎から応用までを体系的に整理することを目指します。

ポートフォリオ理論は，資産運用のベースとなる重要な理論であるだけでなく，事業ポートフォリオの構築や M & A での企業価値算出など，幅広い分野で応用されるファイナンス理論の中核的な理論の一つと位置付けられますが，これら周辺分野での同理論の応用事例も随時紹介する予定です。また，当授業は入門レベルなので，数式の使用を最低限に抑え，逆にエクセルでの演習を豊富に取入れる事で，リスクやリターンの計算方法を体感し，エクセルの操作スキルの向上も併せて目指します。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 分散投資とポートフォリオ理論 | ポートフォリオとは何か，分散効果とは何か，ポートフォリオ理論がいかに様々な場面で応用できるか，などの事例紹介を通じ，当科目の全体的な流れを紹介する。 |
| 2 | 分散投資とポートフォリオ理論（演習） | 各資産の過去のリスクや平均リターンの計算方法をエクセルを用いて演習し，エクセルを効果的に使う為の基礎的テクニックも紹介する。 |
| 3 | 個別資産の期待リターンとリスク | 個別資産の期待リターンの推計手法、即ちリターンの予測方法にどのようなものがあるかを鳥瞰するとともに，リスクの推計手法に関しても整理する。 |
| 4 | 個別資産の期待リターンとリスク（演習） | 個別資産の期待リターンやリスクに関する様々な推計手法をエクセルを用いて具体的に演習する。 |
| 5 | ポートフォリオの期待リターンとリスク | 個別資産の期待リターンやリスクをもとに，これらを組合わせたポートフォリオの期待リターンやリスクの計算方法を習得する。 |
| 6 | ポートフォリオの期待リターンとリスク（演習） | 個別資産を組合わせたポートフォリオの期待リターンやリスクの推計方法を，エクセルを用いて具体的に演習する。 |
| 7 | 期待効用理論と平均分散法 | 「どうなると嬉しいか」，つまりリスクとリターンの自分にとっての最適なバランスを表現する「効用関数」や「投資方針記述書」の概要を解説する。 |
| 8 | 期待効用理論と平均分散法（演習） | 代表的な効用関数の特徴や，一定の期待リターンを満たしつつリスクが最小となるポートフォリオの計算方法などを，エクセルを用いて演習する。 |

| | | |
|---|---|---|
| 9 | 資本資産評価モデル（CAPM）とマルチファクターモデル | 現代ポートフォリオ理論の中核に位置する「資本資産評価モデル（CAPM）」について解説し，M＆Aやコーポレートファイナンスなどでも用いられる「ベータ」の意味，CAPM の応用事例について紹介する。 |
| 10 | 資本資産評価モデル（CAPM）とマルチファクターモデル（演習） | 市場変動に対する各資産の連動度，つまり各資産のベータの計算方法をエクセルを用いて演習するとともに，マルチファクターモデルの概要も紹介する。 |
| 11 | 市場の効率性とアクティブ運用の理論 | 効率的市場仮説について解説し，他の市場参加者よりも優れたリターンを獲得できる可能性や，リターン予測能力とパフォーマンスの関係，即ち「アクティブ運用の基本法則」について紹介する。 |
| 12 | 市場の効率性とアクティブ運用の理論（演習） | リターンの予測可能性や，ベンチマークを安定的に上回る事を目指すポートフォリオの計算方法，リターン予測能力からポートフォリオの将来パフォーマンスを予想する方法などを，エクセルを用いて演習する。 |
| 13 | 株式および債券ポートフォリオ・マネジメント | 最適な株式ポートフォリオを構築する主要なアプローチや代表的な運用スタイル，債券ポートフォリオを構築する主要なアプローチなどを，130/30 型運用など近年の新たな動きも含めて解説する。 |
| 14 | 株式および債券ポートフォリオ・マネジメント（演習） | 株式ポートフォリオで 130/30 型運用を採用した場合の効果や，債券ポートフォリオの基礎的なリスク指標の計算方法などを，エクセルを用いて演習する。 |
| 15 | ポートフォリオのパフォーマンス評価 | 途中で資金の追加や部分換金などを行った場合，通期のパフォーマンスをどのように把握すれば良いか，運用結果をどのように評価すれば良いか，など，パフォーマンス評価の考え方を紹介する。 |

## 履修上の注意・準備学習の内容

特になし

## 教科書

・伊藤敬介，荻島誠治，諏訪部貴嗣著，日本証券アナリスト協会編，『新・証券投資論 II』（日本経済新聞出版社）
・小林孝雄，芹田敏夫著，日本証券アナリスト協会編，『新・証券投資論 I』（日本経済新聞出版社）

## 参考書

(1)　デービッド・G・ルーエンバーガー（著），今野浩，枇々木規雄，鈴木賢一（訳），『金融工学入門』（日本経済新聞社）

## 成績評価の方法

(1)　授業出席と講義への貢献度（30%）
(2)　中間課題（30%）
(3)　期末レポート（40%）

## その他

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| マクロ経済学 | | | 2単位 | 冨　樫　光　隆 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

経済に関する諸問題について，理論的な説明に偏らないようにマクロデータを提示しつつ説明していく。さらに北米，ヨーロッパ，アジアといった地域別の特性と経済パフォーマンス，企業行動の違いについて述べていく。

(1)　国民所得統計（SNA）について

フローとストックの関連に力点をおく。

(2)　国民所得の決定メカニズム

消費，投資水準がどのように決まるか，政府支出の水準が経済にどのように影響を及ぼすかを説明し，最終的に国民所得がどこで決まるかを説明する。

(3)　財市場と資産市場の特性分析と両市場の均衡

資産市場については，土地，住宅といった実物資産，各金融資産の特性について述べた後，貨幣，債券市場の需給と利子率の均衡について説明する。

以上の説明とあわせて実務に必要な，データ収集，加工方法についても説明する。

## 授　業　内　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 国民所得統計（SNA）について | 三面等価（生産，分配，支出） |
| 2 | 国民所得統計（SNA）について | 名目と実質，デフレータ，時系列の見方，取り扱い方 |
| 3 | 国民所得統計（SNA）について | |
| 4 | 国民所得の決定メカニズム | 消費や投資の水準を決める要因 |
| 5 | 国民所得の決定メカニズム | |
| 6 | 国民所得の決定メカニズム | 国民所得の決定 |
| 7 | 財市場と資産市場の特性分析 | 実物資産の特性 |
| 8 | 財市場と資産市場の特性分析 | 金融資産の特性 |
| 9 | 市場の均衡 | 貨幣，債券の市場での需給 |
| 10 | 市場の均衡 | 財市場と資産市場の均衡 |
| 11 | 財政・金融政策による経済への影響分析　その 1 | |
| 12 | 財政・金融政策による経済への影響分析　その 2 | |
| 13 | 経済パフォーマンスの国際比較 | |

## 履修上の注意・準備学習の内容

勤務の都合で遅刻，欠席した人向けに，Oh-o! Meiji のクラスウェブやメールでサポートします。

学部での既習者とその他学生の学習レベルニーズの違いに配慮します。

## 教　科　書

追って指示します。

## 参　考　書

岩田規久男「デフレの経済学」 東洋経済新報社

| 成　績　評　価　の　方　法 |
| --- |
| (1)　レポート（60%）<br>(2)　出席点（40%） |
| そ　の　他 |
| 統計局のデータベースを利用して経済の実態をデータから把握するようにします。<br>データを用いた統計的分析の方法も解説します。<br>道具として Excel を使いますが習熟度は問いません。 |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| ミクロ経済学 | | | 2単位 | 天　利　　浩 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

ミクロ経済学初学者を対象とした講義を行う。ミクロ経済学では、消費者や企業が行う意思決定や、市場において達成される資源配分の効率性（資源の有効活用）を中心に学習する。

多くの市場では、価格が伸縮的に調整され、競争が企業のコスト削減を促し、資源の有効利用が進む。しかし，一部の市場では、独占企業が高い価格で商品を販売したり、あるいは公害問題が発生する。これらの市場では、自由な市場に委ねると様々な社会的不利益を生む。何が問題なのか、どのような政府の介入が賢明な政策なのか考察する。

講義では、比較的簡単なモデルを使って現実の経済問題を分析する能力を養う。なお、Excel ソルバーを使って最適化問題をコンピュータ教室で実習する機会を最低 1 時間は設ける予定である。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | ミクロ経済学の考え方 | 教科書 1 章（1，2)、5 章（6）最初の原理（希少性、機会費用、誘因、取引からの利益)、トレードオフ |
| 2 | 完全競争市場における需要と供給 | 1 章（2，3）完全競争市場（需要曲線、供給曲線、需給均衡、曲線のシフト） |
| 3 | 完全競争市場における政策の効果、価格弾力性 | 1 章（4）価格規制、価格弾力性 |
| 4 | 消費者余剰と生産者余剰 | 3 章（3)、8 章（1）社会的余剰、死荷重 |
| 5 | 余剰分析の応用（価格規制、税など)、効率性 | 8 章（1，2）各種政策の余剰分析、パレート効率性 |
| 6 | 企業と費用 | 4 章（1）生産関数、費用の諸概念 |
| 7 | 短期・長期の費用曲線、複数生産要素がある場合の費用最小化 | 4 章（1，2，3）規模に関する収穫逓増（減)、企業の費用最小化 |
| 8 | 利潤最大化 | 5 章（1，2，3，4）最適生産量、参入と退出 |
| 9 | 最適消費 | 3 章（1、2）予算制約、無差別曲線 |
| 10 | 所得効果と代替効果、独占 | 3 章（1，2)、9 章（1）所得効果と代替効果 |
| 11 | 独占、自然独占の規制、その他の不完全競争 | 9 章（1，2、3，4、5）独占、不完全競争 |
| 12 | 外部性　ピグー税、排出権市場、コースの定理 | 14 章（1，2，3）環境問題 |
| 13 | Excel ソルバーの実習 | 最適化（線形計画法、独占企業の利潤最大化など） |
| 14 | 公共財、インセンティブ問題 | 2 章（5)、12 章（2）公共財の性質、インセンティブ契約 |
| 15 | 理解度の確認 | 試験 |

## 履修上の注意・準備学習の内容

経済学の予備知識は必要としない。Excel については表計算を行うための基本的な操作がわかっていれば良い。

| 教　　科　　書 |
| --- |
| 『スティグリッツ　ミクロ経済学　第 4 版』ジョセフ・E・スティグリッツ、カール・E・ウォルシュ著、藪下史郎、秋山太郎、蟻川康浩、木立力、清野一治、宮田亮訳　東洋経済新報社　2013 年 |
| 参　　考　　書 |
| 苅田正雄，上田太一郎，中西元子著『新版　Excel でできる最適化の実践　らくらく読本』 同友館 2003 年 |
| 成　績　評　価　の　方　法 |
| 期末試験　40%，出席　40%，宿題　20%。経済モデルを考える際に効果的な図を描いてみる，あるいは，データを使って分析する際にも経済学の諸概念との対応に留意しながら考えるなど，経済理論を踏まえた思考力を中心に評価する。 |
| そ　　の　　他 |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 国際金融論 | | | 2単位 | 高　田　　創 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

国際金融はいまやパラダイムの転換を迎えつつある。以上の認識に立って，市場で実務家が必要とされる国際金融に関する基礎的な事項を考える。理論については純然たる理論の側面よりも実務で活用される部分をカバーする。同時に，第二次世界大戦後の歴史・政治的な背景に十分な考察を加えたい。さらに，今日，話題となる金融の市場化・グローバル化を踏まえたうえで，サブプライム問題，ソブリン危機問題を含め金融の背景を考える。当講義を通じて現実の市場の方向性を見通す思考力を涵養したい。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | ガイダンス | 「国際金融」全体のガイダンス |
| 2 | 国際金融の歴史 | 国際金融制度の歴史をふりかえる |
| 3 | 為替市場の理論と実際 | 外国 為替相場に関する制度の歴史（固定相場・変動制），為替理論の基礎 |
| 4 | 国際金融に登場する理論 | 国際金融で実務家が意識する基礎的なマクロ理論を考える |
| 5 | 国際的な政策連動 | 政策協調はなぜ生じるかを歴史的背景も含め議論 |
| 6 | 開発経済学 | 発展途上国と金融問題，資源問題等も考える |
| 7 | サブプライム危機 | サブプライム問題と国際金融の関連を議論 |
| 8 | 中間レポート報告 | 中間レポート報告と市場動向を探る |
| 9 | 国際通貨危機，ソブリン危機問題 | 通貨危機の理論とその実例，欧州を中心としたソブリン危機を考える |
| 10 | 国際金融と制度 | 国際金融を支える制度や規制の課題とその展望 |
| 11 | 世界の中央銀行 | 国際金融と中央銀行（ＦＲＢ、ＥＣＢ、ＢＯＥ、日銀など） |
| 12 | 国際的な投資家 | 国際金融のプレイヤー（銀行，ファンド，公的機関等） |
| 13 | 市場型金融 | グローバルに市場化した金融の姿をさぐる |
| 14 | まとめ，国際金融はどこに向かうか | 今後の展望 |

## 履修上の注意・準備学習の内容

当講義を通じて実際の市場の方向性を見通す思考力を涵養したい。同時代的に生じる事例を一緒に考えることに重点を置く。

## 教　　科　　書

講義のガイダンス（第一回）で紹介する。但し、主に使用するのは「20XX 年 世界大恐慌の足音」高田創著、2012 年、東洋経済新報社

## 参　　考　　書

特に決まったものはないが，時事トピックスを話題にするのでその時々の論文・レポート・報道等を紹介する。特に，海外のメディア報道や論調を批判的に議論する。

## 成　績　評　価　の　方　法

（1）講義出席 30%，（2）期末レポート 40%，（3）中間レポート 20%，（4）講義での参加等 10%

| そ　　の　　他 |
| --- |
| 基礎的なマクロ経済学の知識があることが望ましいが，現在，内外の市場において生じる事例についての関心を深めることに重点を置く。 |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| マーケティング・データ解析 | | | ２単位 | 水　野　　誠 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | １．２年 |

授　業　の　概　要　・　目　的

最近ビッグデータということばをよく耳にしますが，マーケティングなどビジネスの各領域で大量のデータが蓄積されており，これらを適切に利用することは生産性を向上させるだけでなく，新しいビジネス機会を創造するうえでも非常に重要になっています。この講義では，マーケティングの現場でよく使われているデータ解析手法について，基本的な知識を得るとともに，実際に使うにあたって必要な分析スキルとセンスを身につけることを目指します。したがって，以下のような点に留意して講義を行います：

①統計学や数学の基礎知識を持たない受講者を視野に入れ，解析手法の原理については直感的に理解できる説明を目指します。

②その手法はどんな場面でどんな問題解決に使えるか，分析結果をどう解釈し，利用すればいいのか，について詳しく講義します。

③実際のデータを自分の手で解析し，実務的観点からその結果の解釈してみるという体験を重視します。したがって一部「演習」形式を取り入れ，受講者には実際にデータ解析と結果の解釈を行っていただきます。

④本講義で学ぶデータ解析手法は，マーケティングの現場でよく使われている手法に絞ります（ただし，マーケティング以外の経営領域でも広く使われている手法を多数含みます）。

| 授　業　内　容 | | |
|---|---|---|
| 1 | イントロダクション | ビジネスで用いられるデータの種類と構造，記述統計の基礎（平均，標準偏差，相関），グラフ表現などについて解説する。 |
| 2 | クロス表と決定木 | ビジネスで最もよく使われるクロス集計表を取り上げ，変数の連関に関する検定の原理と手順について講義する。 |
| 3 | 統計ソフト入門 | 演習で用いる統計ソフトの基本的な使い方を学ぶ（ソフトとしてはフリーの統計ソフト「R」を用いる）。 |
| 4 | 演習（１） | 実際のデータを用いて，クロス表，決定木を用いた分析を行い，その結果について議論する。 |
| 5 | クラスター分析 | 直観的に理解しやすいデータ解析手法であるクラスター分析について，その原理と応用例を講義する。 |
| 7 | 演習（２） | 実際のデータを用いてクラスター分析を行い，その結果について議論する。 |
| 6 | 統計学入門 | 基礎的な多変量解析手法を理解するための基礎知識として，標本理論，推定・検定などに関する基礎知識をレビューする。 |
| 8 | 回帰分析（１） | ビジネスや研究で最もよく使われるデータ解析手法といってよい回帰分析について，その基礎について講義する。 |
| 9 | 回帰分析（２） | 回帰分析の応用例を紹介しながら，それをビジネスの諸問題に応用する場合の注意事項や工夫について述べる。 |
| 10 | ロジスティック回帰分析 | 予測したい変数が離散的である場合の回帰分析手法として，ロジスティック回帰分析の原理と応用例を講義する。 |
| 12 | 演習（3） | 実際のデータを用いて回帰分析，ロジスティック回帰分析を行い，その結果について議論する。 |

| | | |
|---|---|---|
| 11 | 主成分分析と因子分析 | 多数の変数を圧縮する手法として利用されることが多い主成分分析と因子分析について，原理と応用例を講義する。 |
| 13 | 対応分析 | 受講者の関心や意向を踏まえながら，特にマーケティング領域で使われている最新の解析手法を紹介する。 |
| 14 | 演習（4） | 実際のデータを用いて，主成分分析，因子分析，対応分析などを行い，その結果について議論する。 |
| 15 | 最終試験 | 講義内容の基礎的な知識を確認する試験を行う。 |

**履修上の注意・準備学習の内容**

「統計学」の基礎知識を有するほうが望ましいが，必須ではない。重要な前提知識はすべて講義で補足する。
受講者には講義を聴くだけでなく，課題に対して自ら計算してレポート提出、授業で発表することが求められる（計２回を予定)。

**教科書**

特に用いない。

**参考書**

熊澤光正『データ解析のための「R」入門』工学社。大森崇・阪田真己子・宿久洋『R Commander によるデータ解析』共立出版。その他の参考文献は講義を通じて提示したい。

**成績評価の方法**

（1）授業への出席（30%）
（2）課題の提出と評価（40%）
（3）最終試験の評価（30％）

**その他**

授業内容と順序については，受講者と相談の上，変更することがある。

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 金融工学入門 | | | ２単位 | 王　　京　穂 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | １．２年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

授業は複雑な数式の使用を避け，金融工学・リスク管理に関する概念的な理解を主な目的とする。内容は金融工学・リスク管理の基礎とその応用から構成される。基礎部分は主に，１）金融市場への理解，２）先渡取引とオプションへの理解，３）リスク概念の形成，４）派生商品によるリスク管理，について講義する。応用部分は，１）財務リスクと事業リスク，２）リスク管理の事例，３）リスク管理と経営戦略，などについて講義する。講義内容の理解と確認のための演習時間も設定する。リスクとリスク管理の概念の確立は授業全体の軸である。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 授業概要 | 1）金融仲介・リスク仲介　2）金融工学の役割　3）企業のリスク管理と資源配賦 |
| 2 | 金融市場概観 | 1）金融市場：　その機能と分類　2）新聞の金融欄から　3）債券、為替と株式市場 |
| 3 | 金利と現在価値 | 1）金利と割引現在価値　2）債券価格とその変動　3）収益率とその変動 |
| 4 | 資産価格分布 | 1）正規分布と対数正規分布　2）収益率の分布と価格の分布　3）最大値と最小値の推定　4）VaR |
| 5 | 演習 | 課題：　ボラティリティの推定とＶａＲの計算 |
| 6 | 先渡取引 | 1）先渡取引　2）企業の為替リスクの相殺　3）銀行による先渡の複製 |
| 7 | オプション | 1）保険とオプション　2）オプションによる為替リスク管理　3）BLACK-SHOLES モデル |
| 8 | 演習２ | 課題：　BLACK-SHOLES 式の実装 |
| 9 | オプションの応用 | 1）ダイナミック・ヘッジ　2）インプライド・ボラティリティ　3）オプションを利用した投資戦略 |
| 10 | オプションの応用２ | 1）ゼロコスト・オプション　2）解説：デリバティブ事故 |
| 11 | 新株予約権とその活用 | 1）新株予約権とストックオプション　2）買収防衛と M&A における活用　3）転換社債 |
| 12 | 演習３ | 課題：　ストックオプションの評価 |
| 13 | リスク管理と企業価値向上 | 1）財務リスクと事業リスク　2）リスク指標を利用する管理　3）リスク管理と企業価値向上 |
| 14 | リスク管理と経営戦略 | 1）事業リスクの計測　2）事業ポートフォリオとその選択　3）社内資源配賦問題 |
| 15 | まとめ | 復習とまとめ |

## 履修上の注意・準備学習の内容

特になし

## 教　　科　　書

講義資料を配布。

| 参　　考　　書 |
| --- |
| フィナンシャルエンジニアリング（ジョンハル，東京三菱銀行商品開発部訳，金融財政研究会） |
| 成　績　評　価　の　方　法 |
| 出席・ディスカッション（40%）　レポート・宿題（60%） |
| そ　　の　　他 |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 不動産基礎 | | | 2単位 | 村　木　信　爾 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

授　業　の　概　要　・　目　的

不動産はわれわれの生活と活動の基盤であり，また企業にとって貴重な経営資源であるが，バブルの生成と崩壊時にみられたように，経済環境等によっては大きく企業経営に影響を与えるものである。したがって企業がビジネスを行う上において，不動産に関する基礎知識は経営者にとって必須のものであると考える。

本講義では受講者が不動産についての基本事項を学習することにより，その基礎的理解を深め，自らのビジネスにおいて活用できるようになることを目的としている。

| 授　業　内　容 | | |
|---|---|---|
| 1 | 不動産概論 | 不動産の特性、日本の不動産法制度、不動産マーケット等、不動産の見方を概観 |
| 2 | 不動産と法（1） | 不動産売買契約や賃貸借契約の基礎になる民法総則、物権法、債権法における、制限能力者制度、代理、登記、所有権、担保物権、債務不履行、危険負担、瑕疵担保責任など。不動産取引の実務的留意点にも焦点を当てる。 |
| 3 | 不動産と法（2） | 同上 |
| 4 | 不動産と法（3） | 都市計画法、建築基準法、宅地建物取引業法、建物の区分所有に関する法律などにおける公法上の制限（土地利用、建築行為などの公的制限等） |
| 5 | 不動産と法（4） | 同上 |
| 6 | 不動産の利用権 | 借地借家法および、借地権・借家権（定期借地権、定期借家権）の基礎 |
| 7 | 不動産マーケット | 不動産マーケットの代表的な指標を用い、オフィス、レジデンス、ホテル、物流施設等の実際の不動産マーケットの見方。 |
| 8 | 不動産のデューディリジェンスと鑑定評価（1） | 不動産鑑定評価の基礎（調査、市場分析、評価手法等）、競売、税務、公共用地取得等の際の不動産評価、担保評価の視点等 |
| 9 | 不動産のデューディリジェンスと鑑定評価（2） | 同上 |
| 10 | 不動産に関する税制 | 不動産の取得（不動産取得税等）、保有（固定資産税等）、売却（譲渡に所得税、法人税およびその特例等）に係る税制 |
| 11 | 不動産取引等 | 典型的な不動産売買、賃貸借契約の具体的条文を使い、これまで学んだ民法、公法上の制限が契約の条文にどう表現されるかを確認 |
| 12 | プロパティマネジメント、ファシリティマネジメント | ビルメンテナンス、コンストラクションマネジメント、リーシングマネジメントなどの基礎とプロパティマネジメント、ファシリティマネジメントが企業経営にどう影響するかを学習 |
| 13 | 不動産証券化と不動産ファイナンス | 日本の不動産マーケットに大きな影響を及ぼした不動産証券化の意義および実態につき概観 |

| | | |
|---|---|---|
| 14 | 判例研究 | 境界紛争、不動産取引等における係争および判例 |
| 15 | まとめ | 不動産関連マーケティング、CRE（企業不動産）戦略、PRE（公共不動産）戦略など |

| 履修上の注意・準備学習の内容 |
|---|
| 不動産に関して初心者でも基礎知識が得られるように配慮する。特に前提とする知識は必要としない。 |
| **教科書** |
| 授業の際にプリント配布 |
| **参考書** |
| 「不動産の評価　権利調整と税務」 鵜野和夫（清文社） |
| **成績評価の方法** |
| （1） 出席（30%）（2） 期末レポート等（70%） |
| **その他** |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| コーポレート・ファイナンス | | | ２単位 | 木　村　　哲 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | １・２年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

コーポレート・ファイナンス理論は，企業価値の分析と価値創造のための理論である。公認会計士協会の企業価値評価ガイドラインも参考にする。企業価値の考え方の背景にある理論全体を体系的に理解できるような授業の組み立てとしたい。ファイナンス理論の中核となる DCF 企業価値計算、資本コスト理論、CAPM 理論、MM 理論，資金調達と最適資本構成問題，M & A 分析，LBO 分析，配当・自己株取得政策，事業再生（DIP）ファイナンス，等の考え方を整理する。さらに，企業財務に関連する先物・オプション理論の基本部分も重視する。最近は応用コーポレートファイナンスとして、リアルオプションとゲームの理論による企業戦略価値分析が発展しているので、その解説も含む。

教室は，実践的学習効果を考えて情報化教室を利用するので，エクセル操作力も学習する。なお，基本項目については FP や証券アナリスト試験対策も意識する。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 企業倫理と企業の資金調達 | 企業倫理と企業価値の関係を解説する。収益と企業価値の概念，M & A と企業価値，債券の評価理論，借入，社債，増資 |
| 2 | 企業価値と資本コスト | 金利の概念，将来キャッシュフローの現在価値計算，割引率と源泉別資本コスト，NPV，投資案の評価方法，ゲーム理論による企業戦略価値 |
| 3 | 普通株式の価値 | 株式市場と一株当り利益の関係，DDM モデル，DCF モデル，PVGO モデル |
| 4 | 資産選択と資本市場 | リスクとリターン，最適ポートフォリオ，効率市場仮説，CAPM 理論 |
| 5 | EVA モデル，RIM モデル | WACC と FCF の関係，EVA 企業価値モデル，RIM 株式価値モデル |
| 6 | 資本構成と MM 理論 | MM 理論の第一命題，第二命題，配当無関連性命題 |
| 7 | 信用リスク | 倒産リスク，格付と倒産確率 |
| 8 | 負債政策と信用リスク | 資金調達のペッキングオーダー，KMV 実務モデル，日本の格付け会社の情報入手方法 |
| 9 | 配当政策・自社株政策問題 | 配当政策，新会社法の金庫株法制，自社株取得効果理論 |
| 10 | 先物理論の基礎 | アロー・デブロー証券価格（状態価格）理論，先物価格，為替，為替先物 |
| 11 | オプション理論 | ブラックショールズ式，バイノミアルモデル，リアルオプション |
| 12 | M & A 分析の基礎と LBO による企業買収の投資効果理論 | M & A にかかわるシナジー価値計算分析，MBO，LBO ファンド投資効果計算，LBO 買収企業価 |
| 13 | 研究開発投資とゲーム理論戦略-Ⅰ | 最近発達しているゲーム理論を利用した R&D 投資戦略価値の計算体系を解説する。 |
| 14 | 研究開発投資とゲーム理論戦略-Ⅱ | シュミット＝トリジオリスモデルを解説する。完全ベイジアン均衡の解説。 |
| 15 | まとめ | 質疑、ディスカッション |

| 履修上の注意・準備学習の内容 |
| --- |
| 本科目は、前期基礎科目の「コーポレート・ファイナンス基礎論」を履修していること或いは同等の知識を有することを前提とする。授業はパワーポイントの講義資料を配布する。情報化教室で，随時エクセル計算学習を行う。授業の資料は全てメモリースティックで持ち帰ることができる。 |
| 教　　科　　書 |
| ブリーリー他，藤井訳「コーポレート・ファイナンス」（上・下）<br>マッキンゼー編「企業価値評価」（上・下）<br>テキストは自宅学習用とする |
| 参　　考　　書 |
| 砂川、杉浦、川北「日本企業のコーポレート・ファイナンス」<br>トム・コープランド「リアルオプション」<br>渡辺隆裕「ゲーム理論入門」<br>伊藤邦夫「企業価値評価」<br>HAN SMIT, LEONOS TRIGEORGIS「STRATEGIC INVESTMENT」 |
| 成　績　評　価　の　方　法 |
| （1）　出席（10%）　（2）　授業での積極性（20%）　（3）　テスト・レポート（70%） |
| そ　　の　　他 |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 株価バリュエーションモデル | | | ２単位 | 木　村　　哲 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | １・２年 |

| 授　業　の　概　要　・　目　的 |
|---|
| 本科目は，企業価値評価と株式価値評価手法を学ぶ。証券アナリストの業務を念頭においた内容を持つ。公認会計士協会編企業価値評価ガイドライン，伊藤邦雄の企業価値評価，マッキンゼーの企業価値評価をテキストとして，資本コスト理論，株式価値評価手法を学習する。パソコンを利用した株式価値を分析する場合の高度な分析手法も学ぶ。企業審査分析担当，株式投資ファンドマネージャー，フィナンシャルプランナー，財務担当者，等にとっても有用な理論を中心に解説する。株式ポートフォリオ理論に関する議論は，エクイティ・インベストメントでカバーし，ここでは，企業価値評価，株式価値評価分析手法に重点をおく。アナリスト職業倫理も解説する。情報化教室を利用し，日経財務データ，必要なプログラムは用意し，実務的な計算手順の詳細習得，パソコン活用技術も学習する。 |

| 授　　業　　内　　容 | | |
|---|---|---|
| 1 | 企業価値評価の基本概念 | 業価値評価と企業倫理の関係，証券アナリストの倫理規定を解説する。ディスカウント・キャッシュフローの考え方の基本を理解する。 |
| 2 | 財務諸表項目の理解 | 財務諸表項目の理解，財務分析指標，フリーキャッシュフローの概念，について理解する。 |
| 3 | 企業価値評価の計算シート作成方法 | 投下資本，NOPAT，フリーキャッシュフローの計算方法と，バランスチェック方法の考え方を解説する |
| 4 | NOPLAT | マッキンゼーのテキストにそって，企業価値計算体系を学習する。 |
| 5 | NOPLAT と継続価値 | マッキンゼーのテキストにそって，具体的な財務諸表を利用して，NOPLAT，継続価値、の計算方法を学習する。 |
| 6 | ROIC | DCF モデルの中核である ROIC と WACC の関係を学習する |
| 7 | 企業価値 | マッキンゼーのテキストにそって，具体的な財務諸表を利用して，NOPLAT，継続価値、企業価値の計算方法を学習する。 |
| 8 | CAPM 理論 | 資本コストの理論を詳細に理解し，CAPM 理論との関係を確認する。 |
| 9 | EVA モデル | EVA モデルの理論詳細を学ぶ。 |
| 10 | EBO モデル | EBO モデルの理論詳細を学ぶ。 |
| 11 | 東洋経済 EBO モデル | 四季報における実務的 EBO モデルによる理論株価計算の事例を学ぶ。 |
| 12 | 企業価値評価ガイドライン | 公認会計士協会編の企業価値評価ガイドラインを学習する。 |
| 13 | 企業成長分析理論 | 企業の成長力分析のための財務分析，バリュードライバー分析方法を学習する。 |
| 14 | M & A の企業価値分析 | M & A の際の企業価値評価手法とシナジー効果分析理論について学習する。 |
| 15 | ケーススタディによる企業価値評価演習 | 実際の企業価値評価の手順と考え方を学習する |

| 履修上の注意・準備学習の内容 |
| --- |
| 授業は，毎回パワーポイントによる理論解説資料を配布利用する。情報化教室を利用するので，エクセルも学習する。 |
| 教　　科　　書 |
| パレブ「企業分析入門」<br>マッキンゼー編「企業価値評価上・下」 |
| 参　　考　　書 |
| 公認会計士協会編企業価値評価ガイドライン<br>ブリーリー他「コーポレートファイナンス　上・下」<br>伊藤邦雄「企業価値評価」 |
| 成　績　評　価　の　方　法 |
| （1）　出席（10%）　（2）　授業での積極性（20%）　（3）　テスト・レポート（70%） |
| そ　　の　　他 |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| エクイティ・インベストメント | | | ２単位 | 木　村　　哲 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | １・２年 |

授　業　の　概　要　・　目　的

本科目では，ファンドマネージャー業務，証券アナリスト業務，フィナンシャルプランナー，投資ファンド関連業務担当者を対象にし，企業価値評価論，株式価値評価の分析手法，ポートフォリオ理論に関連する理論及び実務ケースの理解を中心に学習する。本格的な実務モデル商品開発担当者として要求される知識レベルを学習する。また，投資実務の世界では，AMUSAS， BARRA 社モデルのように，外部金融ハイテク企業のツールを使いこなすことが重要なノウハウであり，実務能力となる面がある。また，授業では，教員が開発した，株式運用分析を可能にする５分位株式分析システムを全員に配布して，実務的な分析力の学習を行う。この科目では一流米国 MBA コースと同様に，BARRA モデル等の世界の先端的運用支援ツールを紹介するとともに，教室に操作環境を準備し，投資理論の習得をツール操作を通じて行う学習機会を提供する。さらに，理論的には高度であるが，株式アクティブ運用パフォーマンス分析技術も学習する

| 授　業　内　容 | | |
|---|---|---|
| 1 | 企業価値評価モデルの概要 | ファンドマネージャーの倫理規定を学習する。企業価値評価モデルの詳細は，株価バリュエーションの科目で学ぶが，その計算モデルの概要を学習する。 |
| 2 | 指標による株式割安割高分析 | 単純指標を組み合わせる方法による割安割高分析 |
| 3 | 理論株価による株式割安割高分析 | 理論株価を求める方法による割安割高分析 |
| 4 | インプライド資本コストによる株式割安割高分析 | インプライド株主資本コストによる割安割高分析 |
| 5 | ファクター５分位分析（1） | 株式運用バックテストにより株式投資に有効な指標を学習する。 |
| 6 | ファクター５分位分析（2） | FAMA-French が研究した PBR，サイズとベータ値ファクターの株式投資手法とその理論を解説する |
| 7 | ファクター５分位分析（3） | 各種分析による５分位分析を行う。 |
| 8 | BARRA モデル理論 | グローバルスタンダードである BARRA モデルの株式モデルを通じてファンダメンタル $\beta$ 値の計算理論を学習する。 |
| 9 | BARRA モデルによるポートフォリオ構築演習 | BARRA モデルのリスク分析理論と最適化理論，ポートフォリオのリスク分析方法，インデックスファンド構築方法を学習する。 |
| 10 | ファンダメンタルインデックス | インデックスファンドの最先端の動向であるファンダメンタル・インデックスの理論を紹介する。 |
| 11 | ファンダメンタルインデックス演習 | ファンダメンタル・インデックスを演習により構築し、インデックスより高いリターンを得ることを理解する。 |
| 12 | 株式アクティブポートフォリオ理論（1） | グリノルド・カーンのテキストを参考に，アクティブリターンリスク分析理論を学習 |
| 13 | 株式アクティブポートフォリオ理論（2） | 同上 |
| 14 | 日本株ロングショートファンド構築手法演習 | 代表的ヘッジファンドである日本株マーケットニュートラルファンドの簡単なモデルを構築し，構築手法を理解する。 |

| | | |
|---|---|---|
| 15 | 株式運用パフォーマンス要因分解 | パフォーマンスがどこから生じたものかを分析する要因分解は，実務的に重要である。要因分解計算手法を解説する |

| 履修上の注意・準備学習の内容 |
|---|
| エクセルを利用した教材が配布されるので，エクセルの操作能力を前提にする。 |
| **教　　科　　書** |
| 日本証券アナリスト協会編，小林他「証券投資論理論編」<br>日本証券アナリスト協会編，伊藤他「証券投資論実務編」<br>グリノルド・カーン，明治生命訳「アクティブ・ポートフォリオ・マネジメント」（東洋経済新報社）<br>ただし，配布資料を中心に授業を行う。 |
| **参　　考　　書** |
| Damodaran「INVESTMENT VALUATION」（Wiley）<br>BARRA 社理論解説資料<br>ラパポート「エクスペクテーション投資入門」<br>各種先端研究についての論文，資料を配布する。 |
| **成　績　評　価　の　方　法** |
| （1）　出席（10%）　（2）　授業での積極性（20%）　（3）　テスト・レポート（70%） |
| **そ　　の　　他** |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 派生商品の基礎 | | | ２単位 | 王　　京　穂 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | １・２年 |

授　業　の　概　要　・　目　的

現在はリスクの時代といわれ，リスク管理は企業にとって最重要な課題の１つである。また，投資家にとっては，いかにリスクを管理してリターンを向上させるかも永遠の課題である。派生商品は，リスク管理のための重要な道具であり，企業と投資家のニーズに応えて進化している。本科目は，派生商品及びその利用方法の体系的な理解を目指す。オプションの基本から，リスク管理の実践までを学習する。

講義内容を理解するために、派生商品（演習）の履修を強くすすめる。派生商品（演習）では、具体的な計算問題と応用事例についてＥＸＣＥＬを利用して解く。

| 授　業　内　容 | | |
|---|---|---|
| 1 | 授業概要 | 1）イントロダクション　2）リスク仲介と派生商品　3）企業のリスクとリスク管理 |
| 2 | 派生商品市場 | 1）伝統的商品　2）先物市場　3）オプション市場　4）派生商品の表現 |
| 3 | 為替リスクと先渡取引 | 1）外貨販売価格の決定と輸出企業の為替リスク　2）為替先渡の活用　3）フェア先渡価格　4）先渡と先物 |
| 4 | リスク管理と企業価値向上 | 1）日本企業と為替リスク　2）リスク管理のインセンティブ　3）リスクと資本　4）リスク管理と企業価値 |
| 5 | オプション | 1）オプション　2）ブラックショールズモデル　3）インプライドボラティリティ |
| 6 | ダイナミックヘッジ | 1）派生商品の複製　2）先渡の複製　3）オプションの複製：ダイナミックヘッジ |
| 7 | オプションを利用した投資戦略 | 1）オプションを利用した投資戦略　2）ｅワラント　3）多様な組み合わせ |
| 8 | デリバティブ事故 | 1）オプションによる為替リスク管理　2）ゼロコスト・オプション　3）無理な仕組みとデリバティブ事故 |
| 9 | エキゾティックオプション | 1）派生商品の進化　2）アベレージオプションとバリヤーオプション　3）モンテカルロシミュレーションによる価格計算 |
| 10 | 企業財務戦略と派生商品 | 1）ストックオプションと賞与　2）新株予約権とM&A　3）転換社債による資金調達 |
| 11 | 仕組債券（預金） | 1）派生商品と運用　2）利回り向上の工夫　3）金融マーケティング　4）仕組債券 |
| 12 | クレジットデリバティブ | 1）クレジットリスク　2）クレジットデフォルトスワップ（CDS）　3）シンセティック社債：CDSによる資金運用 |
| 13 | 天候デリバティブ | 1）企業の天候リスク　2）気温デリバティブ　3）降水デリバティブ |
| 14 | リアルオプション | 1）日常におけるオプション　2）石油採掘権の評価　3）タービン発電機の価値 |
| 15 | まとめ | 復習とまとめ |

| 履修上の注意・準備学習の内容 |
| --- |
| 派生商品（演習）の履修を強くすすめる。 |
| 教　　科　　書 |
| 講義資料を配布。 |
| 参　　考　　書 |
| フィナンシャルエンジニアリング（ジョンハル，東京三菱銀行商品開発部訳，金融財政研究会） |
| 成　績　評　価　の　方　法 |
| 出席・ディスカッション（40%）　レポート（60%） |
| そ　　の　　他 |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 派生商品（演習） | | | ２単位 | 王　　京　穂 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | １・２年 |

**授　業　の　概　要　・　目　的**

派生商品の基礎とのセットの履修項目である。派生商品の基礎の講義内容に関する演習問題をＥＸＣＥＬを利用して解く。派生商品の基礎の学習内容の理解とともに実践スキルも習得できる。実際の応用問題も用意する。

**授　　業　　内　　容**

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 全体概要説明 | |
| 2 | 先渡に関する計算 | |
| 3 | 為替リスクと外貨販売価格の決定 | |
| 4 | ブラックショールズモデル | |
| 5 | ダイナミックヘッジと自家製オプション | |
| 6 | モンテカルロ・シミュレーション | |
| 7 | VaR の計算と応用 | |
| 8 | ストックオプションと新株予約権 | |
| 9 | 仕組預金 | |
| 10 | 太陽光発電プロジェクトにおけるデリバティブの応用 | |
| 11 | タービン発電機プロジェクトの評価 | |

**履修上の注意・準備学習の内容**

派生商品の基礎とセットでの履修。

**教　　科　　書**

講義資料を配布。

**参　　考　　書**

**成　績　評　価　の　方　法**

1）出席・ディスカッション（60%）　2）レポート・課題（40%）

**そ　　の　　他**

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 金融リスク・マネジメント | | | 2単位 | 乾　　孝　治 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

金融市場におけるグローバル化の進展は，資金のダイナミックな移転を加速し，価格変動リスクの増大を招いている。さらに，日進月歩で進む金融商品の多様化・複雑化の流れは，そうした価格変動リスクの管理をより困難にしている。

金融商品の取引仲介やアンダーライティングを主要業務とする金融機関のみならず，一般事業会社もまた日々の財務取引や従業員の年金・保険を経由して金融リスクに対峙しており，金融リスク管理能力の維持・向上が本業ビジネス成功の必要条件となっている。

本講義では，債券や株式等の金融商品の価格変動リスクに焦点をあてて，その計測および管理方法について学習することを主な目的とする。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | リスク管理の概要 | リスクの定義，認識，管理の概要を紹介し金融リスク管理を位置づける。 |
| 2 | リスクマネジメントの基礎（1） | 確定的キャッシュフローの評価について解説する。 |
| 3 | リスクマネジメントの基礎（2） | NPV と IRR，その具体的計算方法について解説する。 |
| 4 | 債権のリスク管理 | 割引債券と利付債券の評価方法，デュレーション等のリスク指標について解説する。 |
| 5 | 株式のリスク管理（1） | 収益率の計算と平均，標準偏差 |
| 6 | 株式のリスク管理（2） | 分散投資によるリスク逓減効果，平均分散法による最適ポートフォリオについて解説する。 |
| 7 | 株式のリスク管理（3） | CAPM を解説し，ベータ等のリスク指標について説明する。 |
| 8 | デリバティブとリスク管理（1） | 先物によるリスクヘッジについて解説する。 |
| 9 | デリバティブとリスク管理（2） | オプションについて解説する。 |
| 10 | Value at Risk | 収益のダウンサイドに注目した VaR について解説する。 |
| 11 | ALM（資産負債総合管理） | 年金における ALM について解説する。 |
| 12 | 信用リスクの管理（1） | 構造モデルを中心に信用リスク管理の方法について解説する。 |
| 13 | 信用リスクの管理（2） | 誘導モデルを中心に信用リスク管理の方法について解説する。 |
| 14 | 総括 | 講義の総括を行う。 |

## 履修上の注意・準備学習の内容

「金融リスクマネジメント（演習）」と併せて履修することが望ましい。数学，確率・統計の基礎知識が不足する学生は「ファイナンスの数理基礎」を履修することが望ましい。

## 教　　科　　書

本講義では，適宜，講義用資料を配布し講義を進める。

## 参　　考　　書

| 成　績　評　価　の　方　法 |
| --- |
| (1)　授業への参加度：50%<br>(2)　演習・レポート：50% |
| そ　の　他 |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 金融リスク・マネジメント（演習） | | | 2単位 | 乾　　孝　治 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

本科目は「金融リスクマネジメント」のの内容を継続・補完する演習科目なので，セットでの受講を前提とする。金融理論やモデルを理解するためにはデータを使った演習が効果的である。そのため本科目では毎回 PC を使った演習に取り組む。

## 授　　業　　内　　容

「金融リスクマネジメント」の授業内容に沿って演習内容を決定しているが，主に以下を予定している。

| | |
|---|---|
| 1 | エクセルの基本 |
| 2 | 現在価値計算 |
| 3 | NPV と IRR |
| 4 | 債権評価とデュレーション |
| 5 | 株式評価（1）：平均と標準偏差 |
| 6 | 株式評価（2）：平均分散法 |
| 7 | 株式評価（3）：CAPM |
| 8 | パフォーマンス評価 |
| 9 | ブラックショールズモデル |
| 10 | 順序統計量と VaR |
| 11 | モンテカルロシミュレーション |
| 12 | 倒産確率（1） |
| 13 | 倒産確率（2） |
| 14 | 総括 |

## 履修上の注意・準備学習の内容

金融リスク・マネジメントを履修していることを前提に授業を行う。EXCEL の基本的な操作ができることが望ましい。

## 教　　科　　書

その他

## 参　　考　　書

## 成　績　評　価　の　方　法

（1）　講義への参加状況（70％）　（2）　レポート等（30％）

## そ　　の　　他

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 金融商品の基礎 | | | ２単位 | 王　　京　穂 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | １・２年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

金融商品は企業にとって資金調達，投資家にとって資金運用の手段であり、経済に対して、資金仲介・リスク仲介と効用向上の機能を提供する。本科目は，金融商品の体系的な理解を目指し，債券，株式，為替，投資信託，証券化商品，ヘッジファンドなどの商品特性，リスク・リターン特性について学習する。授業は、CAPM をベースにリスクとリターンの概念を軸に展開する。また，新興国への投資手段としての株式投資，戦略的視点としてのアセットアローケーションについても紹介する。

個人の金融資産形成、中国株式投資などのテーマについて、ゲスト講師による講義を予定している。

講義内容を理解するために、金融商品（演習）の履修を強くすすめる。金融商品（演習）では、具体事例を取り入れ、ＥＸＣＥＬを利用して問題を解く。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 授業概要 | 1）金融仲介と金融機関　2）金融商品　3）債券のキャッシュフローの表現 |
| 2 | 金融市場概観 | 1）金融市場と新聞の金融欄　2）短期金融市場　3）債券と株式市場　4）為替市場　5）商品市場 |
| 3 | 債券 | 1）固定利付債と割引債　2）変動利付債と物価連動債　3）国債と社債　4）イールドカーブ |
| 4 | 債券投資 | 1）債券投資のスタイル　2）債券の金利リスク　3）信用リスクとその対価 |
| 5 | 株式 | 1）株式市場　2）株と株主の権利　3）配当割引モデル　4）株価のリスクと割引き金利 |
| 6 | CAPM モデル | 1）ポートフォリオ　2）システマティックリスクと個別リスク　3）CAPM（ベータ）モデル　4）企業の資本コスト WACC |
| 7 | ゲスト講師講義 | 「実務における企業価値評価」 |
| 8 | 投資信託 | 1）投資信託　2）投資信託の分類　3）ETF と ETN　4）RIET |
| 9 | 金融商品の進化 | 1）ヘッジファンド　2）派生商品と仕組債・仕組預金　3）証券化商品　4）変額年金　5）ADR と JDR |
| 10 | アセットアローケーション | 1）戦略的視点と資産の戦略的配分　2）外国債券と外国株　3）アセットアロケーションの実践 |
| 11 | ゲスト講師講義 | 「個人金融資産形成」 |
| 12 | 国際金融と外国為替 | 1）国際通貨体制と外国為替　2）外国債券と外国株投資　3）新興国株と新興国通貨投資 |
| 13 | ゲスト講師講義 | 「中国経済と中国株投資」 |
| 14 | リスク管理 | 1）リスク管理の重要性　2）ＶａＲの計算　3）リスク管理の実践 |
| 15 | まとめ | 復習とまとめ |

## 履修上の注意・準備学習の内容

金融商品（演習）の履修を強くすすめる。

| 教　　科　　書 |
| --- |
| 講義資料を配布。 |
| 参　　考　　書 |
| 1）新・証券投資論Ⅰ（小林孝雄・芹田敏夫、日本経済新聞出版社）<br>2）新・証券投資論Ⅱ（伊藤敬介・荻島誠治・諏訪部貴嗣、日本経済新聞出版社） |
| 成　績　評　価　の　方　法 |
| 出席・ディスカッション、レポートにより評価。ウェイト：出席等：40%　レポート 60% |
| そ　　の　　他 |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 金融商品（演習） | | | ２単位 | 王　　京　穂 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | １・２年 |

| 授　業　の　概　要　・　目　的 |
|---|
| 金融商品の基礎とのセットの履修項目である。金融商品の基礎の講義内容に関する演習問題を EXCEL を利用して解く。金融商品の基礎の学習内容の理解とともに応用スキルも習得できる。実際の応用問題も用意する。 |

| 授　　業　　内　　容 | | |
|---|---|---|
| 1 | 全体概要説明 | |
| 2 | 金利・割引値と債券に関する計算 | |
| 3 | 住宅ローン等に関する計算 | |
| 4 | 債券のリスク | |
| 5 | 株式の収益率の変動とリスク | |
| 6 | CAPM に関する計算 | |
| 7 | 投資信託の評価 | |
| 8 | アセットアロケーションの実践 | |
| 9 | 外株と外債への投資 | |
| 10 | VaR の計算と応用 | |

| 履修上の注意・準備学習の内容 |
|---|
| 金融商品の基礎とセットでの履修。 |

| 教　　科　　書 |
|---|
| 講義資料を配布。 |

| 参　　考　　書 |
|---|
| |

| 成　績　評　価　の　方　法 |
|---|
| 1）出席・ディスカッション（60%）　2）レポート・課題（40%） |

| そ　　の　　他 |
|---|
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 証券化技術 | | | ２単位 | 王　　京　穂 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | １・２年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

証券化は，企業に新しい資金調達の選択肢を与え，投資家に新しい投資対象を提供し，金融の新しいチャネルとして資金・リスクの需供のミスマッチの解消に重要な役割を果たす仕組みである。本科目は，証券化における基本的技術，SPV，倒産隔離，優先劣後構造，信用補間から，具体的商品と仕組みなどへの理解をカバーする。また、証券化技術の発展的応用についても多くの時間を割り当ててディスカッションを行う。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 概要 | 1）伝統的な資金・リスク仲介機能　2）証券化の歴史　3）企業信用依拠から資産依拠へ |
| 2 | 証券化の仕組み | 1）担保回収の不確実性　2）証券化のモデル 3）対象資産とオリジネータ　4）SPV と依拠法　5）投資家 |
| 3 | 安全性の確保 | 1）SPV の安全性の確立　2）担保資産の所有権の確立　3）多様なリスク |
| 4 | 担保資産の特性とリスク | 1）担保資産の特性と特有リスク　2）証券化商品の分類　3）売掛債権　4）クレジット債権　5）ローン債権　6）不動産　7）特許権 |
| 5 | 信用補完 | 1）デット投資家の安全性向上　2）優先劣後構造と超過担保　3）債権プール 4）事例：売掛債権の証券化 |
| 6 | RMBS | 1）住宅金融機構債　2）信用リスクと限前返済リスク　3）銀行の RMBS　4）投資家からみた RMBS のリスク |
| 7 | 不動産の証券化 | 1）不動産証券化の歴史　2）不動産の特徴とリスク　3）事例　4）J-REIT　5）格付と優先劣後比率 |
| 8 | 証券化のインセンティブ | 1）証券化のインセンティブ　2）BIS 規制　3）財務体質と調達コスト　4）新しいビジネスモデルの創出　5）税金　6）エージェンシーコストと企業価値向上 |
| 9 | 形式と本質 | 1）格付と財務体質　2）証券化商品格付　3）形式と本質　4）BIS 規制の変遷　5）SPC 連結 |
| 10 | 証券化の広がり | 1）担保資産の広がり 2）知的財産の証券化　3）ビジネスの証券化 |
| 11 | ゲスト講師講義 | 「太陽光発電プロジェクトの証券化」 |
| 12 | 多様な事業体 | 1）事業体の選択　2）会社型と組合型　3）組合型の可能性：LLP と LPS |
| 13 | ディスカッション | 「移転価格税制と証券化モデルの可能性」 |
| 14 | サブプライムローン問題 | 1）２つの進化軸　2）CLO と CDO　3）保証と CDS　4）格付会社の視点　5）サブプライムローン証券化の失敗 |
| 15 | まとめ | 整理とまとめ |

## 履修上の注意・準備学習の内容

特になし。

| 教　　科　　書 |
| --- |
| 講義資料を配布。 |
| 参　　考　　書 |
| 1）ストラクチャードファイナンス入門（大垣尚司，日本経済新聞社）<br>2）不動産証券化の実践（佐藤一雄，ダイヤモンド社）<br>3）不動産金融工学とは何か（刈屋武昭，東洋新報社） |
| 成　績　評　価　の　方　法 |
| 出席・ディスカッション（40%）　レポート・宿題（60%） |
| そ　　の　　他 |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 証券化関連法 | | | 2単位 | 片　山　典　之 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 1・2年 |

授　業　の　概　要　・　目　的

本授業では，証券化と呼ばれる取引のうち，不動産の証券化をそのテーマとして扱う。
不動産の証券化とは，不動産をその対象資産とし，証券発行などを利用して行われる，アセットファイナンスとしての資金調達の仕組みである。実務における法律的な関心事としては，例えば，いわゆるSPC などのビークルに関する法律問題（SPC の設立・存続や倒産法，倒産隔離にかかる問題），資産の譲渡に関する民法などの規定，日本における不動産法制の特徴（賃貸借に関する問題），信託や匿名組合に関する法律や金融商品取引法などを中心とした，資金調達に関する問題点など，が挙げられる。本授業においては，担当教員の法律実務家（弁護士）としての経験をもとに，実務のストラクチャーやドキュメンテーション（不動産管理処分信託契約，受益権売買契約，ローン契約，担保関連契約，賃貸借（マスターリース）契約，プロパティマネジメント契約，投資家用の商品内容説明書類，その他関連当事者合意書など。）のサンプルを参加者とともに検討する事を通じて，不動産の証券化の具体的な案件を取り扱う場面において，すぐに役立つような内容をできるだけ盛り込みたいと考えている。なお，本授業を取り扱う実務分野の動きなどに合わせて，授業のテーマの順番や内容を下記のものから変更する場合があることにご留意されたい。

| 授　業　内　容 | | |
|---|---|---|
| 1 | 証券化概論 | 不動産のみならず，資産の証券化一般について，検討する。テーマは，コーポレートファイナンス vs. アセットファイナンス，証券化対象資産としての不動産の特徴（主として，金銭債権との比較）など。 |
| 2 | 不動産と金融の融合，よく使われる用語の確認 | かつて金融取引とは無関係と考えられていた不動産取引の実務において，金融取引と融合してきた実際例や現在の到達点を検討する。また，不動産証券化の法務においてよく使われる用語も確認していきたい。 |
| 3 | 信託を利用したスキーム | 不動産の証券化，流動化にあたっては，現物（実物）不動産を受益権化することが実務では頻繁に行われている。この場合の実務上の留意点を中心に検討する。 |
| 4 | TK-GK（YK）スキーム | 証券化，あるいは流動化は，不動産に対する投資のあり方を，投資をする側が直接に保有する資産に着目した現象を指しているものに他ならないが，その中でも，エクイティ部分への投資，資金調達の方法としてよく使われる，合同会社（GK）（有限会社（YK））と匿名組合（TK）の組み合わせの実例について検討を行う。 |
| 5 | 資産流動化法上の TMK を利用したスキーム | 不動産証券化にあたってのビークルとして，資産流動化法上の特定目的会社（TMK）を利用する場合について検討する。資産流動化法は，文字通り，資産の流動化を促進するために作られた法律であり，実務上もこれを利用するためのドキュメントの量や種類も多く，本授業では，実例を見ながら，実務上の留意点を検討する。 |

| | | |
|---|---|---|
| 6 | 開発型証券化 | 多くの不動産対象のファイナンスが既にキャッシュフローを生んでいるオフィスビルなどを対象にしているのに対し，いわゆる開発型の不動産証券化とは，不動産が開発される前の段階で開発のために必要な費用を証券化によって調達する点にその特徴がある。このような特殊性を中心に検討する。 |
| 7 | J-REIT | 2000 年，それまで契約型しかなかった投資信託に，いわゆる会社型信託である「投資法人」という新しいコンセプトが投資信託法に導入された。この導入は，日本版の上場型不動産投資信託（いわゆる J-REIT）の実現と大きな関係があり，かかる投信法の内容の理解が J-REIT に関わる実務 担当者には重要性が高いと考えられる。投信法の趣旨などを中心に検討してみたい。 |
| 8 | 不動産特定共同事業法の利用 | 不動産の小口化商品の普及を目指して，先駆けとして作られたこの法律については，やや使い勝手が悪い部分があり，当初の期待ほど利用されなかった。これに対する実務の対応と，どのような場合に利用可能なのかなど，実例を通して検討する。 |
| 9 | ノンリコースローン，社債発行などの資金調達のバリエーションについて | 第 4 回や J-REIT における投資口（いわゆる J-REIT 株）などのエクイティに対峙するものとしてデットの投資がローンや社債による資金調達である。そのバリエーションの検討と，ローンを束にして行われる CMBS などにも触れたい。 |
| 10 | 契約交渉シュミレーション（1） | オリジネータ，投資家，レンダーなどのチームに分かれて，それぞれの立場から，契約交渉のあり方を探ってもらう。 |
| 11 | 契約交渉シュミレーション（2） | 同上 |
| 12<br>13 | 不動産業界の立場から（ゲストスピーカー） | 不動産証券化の第一線で活躍する，不動産会社の方を招いて，ゲストスピーカーとして実際の現場の状況や実務上の注意点をお話いただき，質疑応答を通じて，実務のあり方を検討する。 |
| 14<br>15 | 金融業界の立場から（ゲストスピーカー） | 不動産証券化の第一線で活躍する，金融機関の方を招いて，ゲストスピーカーとして実際の現場の状況や実務上の注意点をお話いただき，質疑応答を通じて，実務のあり方を検討する。 |

## 履修上の注意・準備学習の内容

## 教科書

参考資料は講義時に配布予定。

## 参考書

（1）『不動産証券化ハンドブック 2012』（社団法人　不動産証券化協会），（2）その他，講義の時点でなるべく新しい文献を紹介する予定。

| 成　績　評　価　の　方　法 |
| --- |
| (1)　授業出席点（30%），(2)　最終レポート成績点（40%），(3)　授業中での議論への参加（30%）などを考慮して評価する。 |
| そ　の　他 |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| アセット・アロケーション論 | | | ２単位 | 木　村　　哲 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | １・２年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

アロケーションの基本は，経済予想分析である。最近の重要課題は、日本の財政破綻リスク分析、ユーロ債務危機分析、ドル基軸通貨分析である。これらの分析を基礎に、各種証券の資産の期待リターン分析を行う。アセットアロケーション理論は，ポートフォリオの一定期間におけるリターンとリスクコントロールにかかわるすべての理論が含まれることになる。バブルに関する理論も重要である。また，フィナンシャルプランナーや投信や年金のアロケーションを具体的に対象とする。理論の進展としては，行動ファイナンス理論での効用理論や，非正規分布資産の問題とショートフォールリスク，さらにはドローダウンに注目した理論が展開されている。広範な理論が相互に関連しているので，関連性を意識した講義を心がけたい。多岐にわたるので，ポイントの理解に重点をおいた講義になると思われる。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 効用関数と効用分析 | 証券アナリストの倫理規定を学習する。投資理論の出発点である効用理論・効用関数・無差別効用の議論を理解する。確実性等価の関係を学習する。 |
| 2 | 平均分散効用関数と有効フロンティア | アセットアロケーション技術の実務の基本としてのマーコビッツの平均分散効用理論，最適化理論，有効フロンティアの求め方，制約条件と最適化の解の関係，ペナルティ関数の利用方法等を理解する。 |
| 3 | 日本の財政破綻リスク分析 | 日本の財政シミュレーションモデルによる財政破綻リスク分析手法を学習する。ドーマーの定理を学習する。国債がどのように消化されているか、資金循環表の分析手法を学習する。 |
| 4 | 行動ファイナンス理論の考え方 | カーネマンのプロスペクト理論を中心に，行動ファイナンス理論の考え方を学ぶ。人間の効用の感じ方，その非合理性，群集心理，バブル等について学ぶ。 |
| 5 | バブルの歴史と分析理論 | アロケーション上最も重要なことは，今バブルかどうかの判定と，バブルがはじける時期が近づいているかどうかの分析である。バブルの歴史と分析手法を学習する。 |
| 6 | エマージング株式 | 21 世紀の人類は新しい世界構築の時代に入った。BRICS、アセアン等エマージング諸国への株式投資が大変重要である。経済分析手法と，実務知識を整理する。 |
| 7 | 為替理論（1） | 実質実効為替の分析理論を学習する。 |
| 8 | 為替理論（2） | ソロスチャート、マンデルフレミングモデルを学習する。 |
| 9 | 為替理論（3） | 賃金購買力平価理論を学習する。 |
| 10 | ライフサイクル理論 | ライフサイクルアロケーション理論の中核となる多期間問題を扱う。 |
| 11 | CPPI と DAA | DAA 理論・CPPI 理論等のダイナミックヘッジ運用手法の基本を学習する。ショートフォールリスクをコントロールしながらアロケーションする技術を学習する。 |
| 12 | 年金 ALM 理論 | LBI 型年金 ALM 理論の概要を紹介する。 |

| | | |
|---|---|---|
| 13 | 下方リスク | 実務で重要なドローダウンの計算，コヒラントリスクメジャー，期待ショートフォール，を学習する。 |
| 14 | LPM 理論 | 流動性リスク理論 LPM 理論によるショートフォールリスク理論を学習する。 |
| 15 | 下方リスク制御型アロケーション技術 | ソルバーを利用したドローダウン最小化ポートフォリオ、LPM 最小化ポートフォリオ作成を学習する。 |

| 履修上の注意・準備学習の内容 |
|---|
| 確率・統計の基礎知識、エクセルの学習も授業で行う。 |
| **教　　科　　書** |
| 日本証券アナリスト協会「証券投資論」（理論編）<br>日本証券アナリスト協会「証券投資論」（実務編）<br>日銀「国際収支表分析入門」 |
| **参　　考　　書** |
| ジョン・キャンベル「戦略的アセットアロケーション」（東洋経済）<br>ルーエンバーガー「金融工学入門」（日本経済新聞社）今野浩他訳<br>野村證券訳「コモディティ投資入門」<br>矢島正明「アセットアロケーション戦略」（金融財政事情研究会）<br>各種配布資料 |
| **成　績　評　価　の　方　法** |
| （1） 出席（10%） （2） 授業での積極性（20%） （3） テスト・レポート（70%） |
| **そ　　の　　他** |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| アセット・アロケーション論（演習） | | | ２単位 | 木　村　　哲 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | １・２年 |

授　業　の　概　要　・　目　的

アセットアロケーション理論科目の受講を前提にする演習科目である。証券市場予測の分析手法として，最近は日本の財政破綻分析、ユーロ債務危機分析、米ドル基軸通貨分析が重要である。それらをベースにして、エマージング株式，エマージング債券，コモディティ投資，ファンド・オブ・ファンズのニーズが拡大している。これらの期待リターン予測手法と実際のアロケーションプログラミングの演習を行う。モンテカルロシミュレーションも学ぶ。パーソナルファイナンスにおける個人の財産運用としてのグローバルアロケーションの知識も学習する。それに加え実務第一線の高度なアロケーション手法であるリサンプリング手法やブラックリッターマンモデルも学習する。理論は，実際にプログラミングをしてみないと理解できないことが多い。情報化教室において，プログラミングテクニックの解説も行い，各自が計算モデルを作成する時間を用意している。

| 授　業　内　容 | | |
|---|---|---|
| 1 | 効用関数と効用分析 | 効用関数に基づくリスクプレミアムの計算演習。平均分散効用理論と最適化の計算演習。 |
| 2 | 平均分散効用関数と有効フロンティア | マーコビッツの平均分散効用理論，最適化理論，有効フロンティアを求めるプログラム作成演習。制約条件と最適化の解の関係，ペナルティ関数を入れた最適化プログラム作成演習。 |
| 3 | 日本の財政予測シミュレーションモデル | 木村の作成した財政予測シミュレーションモデルの作成の仕方を学習し、分析手法を学ぶ。日本の財政破綻のリスクの現状を分析する。 |
| 4 | 為替予測理論 | 国際収支表分析の演習，実質実効為替の分析演習、為替予想モデルを演習する。 |
| 5 | 国際収支表分析 | 日銀データベースから国債資金収支を分析する方法を学習する。 |
| 6 | エマージング株式債券のリターン予測 | エマージング諸国の株式リスクプレミアムの計算と，株式長期期待リターン予想モデルの作成演習。エマージング債券のリターン要因の分析計算と，長期期待リターン予想モデルの作成演習。 |
| 7 | モンテカルロシミュレーションプログラミング演習 | これからのモデル開発の基本技術であるモンテカルロシミュレーションの技術を習得する。コレスキー分解理論による相関付き多変量乱数の発生技術を習得する。 |
| 8 | コモディティ先物のリターン | コモディティ先物の投資には，ポートフォリオとしての運用特性とローリング効果が重要である。実際のデータを利用し，コモディティ先物の投資理論の演習を行う。 |
| 9 | リサンプリング手法によるアセットアロケーション | マーコビッツ型アロケーションの問題点の解決手法の一つとして利用されるリサンプリング手法の計算プログラムを学習する。多変量相関付乱数のモンテカルロ学習も行う。 |
| 10 | ダイナミックプログラミング・モデル演習 | 多期間問題の理論的基礎となる，ダイナミックプログラミングモデルのプログラミング例を紹介する。 |

| | | |
|---|---|---|
| 11 | 年金 ALM 構築演習 | 年金 ALM 及び一般 ALM におけるサープラス最適化理論に基づく簡易モデルを作成する。 |
| 12 | リスクバジェッティングモデル | 最適パッシブアクティブ比率計算プログラミング演習。最適マネージャーストラクチャーモデル作成演習。ファンドオブファンズを対象としたときのマネージャーストラクチャーも学習する。 |
| 13 | DAA 理論・CPPI 理論 | DAA 理論・CPPI 理論等のダイナミックヘッジ運用手法の基本モデル構築シミュレーションモデル構築演習をする。 |
| 14 | 下方リスク制御アロケーション演習 | ソルバーを利用したドローダウン最小化ポートフォリオ、期待ショートフォール最小化ポートフォリオ作成を学習する。 |
| 15 | 下方リスク制御アロケーション演習（2） | シナリオ下方リスクや LPM 最小化をソルバーを利用してポートフォリオ作成する方法を学習する。 |

**履修上の注意・準備学習の内容**

確率・統計の基礎知識、エクセルの学習も授業で行う。

**教科書**

日本証券アナリスト協会「証券投資論」（理論編）
日本証券アナリスト協会「証券投資論」（実務編）
日銀「国際収支表分析入門」

**参考書**

ジョン・キャンベル「戦略的アセットアロケーション」（東洋経済）
矢島正明「アセットアロケーション戦略」（金融財政事情研究会）
野村證券訳「コモディティ投資入門」
各種配布資料

**成績評価の方法**

（1） 出席（10%） （2） 授業での積極性（20%） （3） テスト・レポート（70%）

**その他**

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 年金マネジメント | | | ２単位 | 木　村　　哲 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | １・２年 |

| 授　業　の　概　要　・　目　的 |
|---|
| 最近は日本財政破綻リスクと年金財政破綻リスクが重要な話題である。マスコミとは異なる正確な実状を学習する。年金財政問題と年金制度問題は全く異なる問題であることを学習する。スウェーデン方式のような外国の年金制度に対する理解も重要であり，また，運用の方法に関する理論も重要である。企業年金の退職給付会計の実務，年金債務の計算の考え方も学習する。年金運用管理理論としては，年金負債を考慮したサープラスの最適アロケーション理論が主流になりつつあり，年金負債インデックスの研究も行われ始めている。ただし，年金 ALM の計算技術はアロケーションの科目の対象にして，この科目では，内容を理解できるように解説し，各種年金問題を考える力を養うことに重点を置く。 |

| 授　　業　　内　　容 | | |
|---|---|---|
| 1 | 公的年金制度 | 年金制度に関する図書を参考に，公的年金制度の概要・公的年金制度の概要，年金計算方法の概要を解説する。 |
| 2 | 公的社会保障制度 | 年金に関係して，医療保険等の社会保障制度，介護保険制度がある。それらの関係を概観する。 |
| 3 | 公的年金運用の現状-1 | 公表されている資料から，公的年金運用体制と運用プロセス，運用資産対象の現状を解説する。 |
| 4 | 公的年金運用の現状-2 | 公的年金の財政計算方法を学習する。巨額な資金である郵便貯金・簡保貯金の資金運用の現状も紹介する。 |
| 5 | 財政問題シミュレーション | 公的な財政問題や消費税引き上げ問題がどのようになるのか，シミュレーションシステムを作成して将来の問題点を理解する。できれば，特別勘定予算の問題も概観する。 |
| 6 | 諸外国の公的年金制度 | スウェーデン，米国における年金制度の歴史的変遷を学習する。 |
| 7 | 確定給付企業年金制度 | 企業年金の概念，年金負債の概念，確定給付，の企業年金制度の概要を解説する。代行返上の意味を解説する。 |
| 8 | 退職給付会計と企業価値 | 退職給付引当金は，企業価値評価におけるマイナス要素であり，株価にも反映されるようになってきている。年金財務と企業財務の統合に対する実務的アプローチが重要である。 |
| 9 | 退職給付会計と IFRS 企業価値 | 退職給付会計と IFRS の見通しについて学習する。 |
| 10 | 確定拠出年金制度 | 確定拠出年金制度について学習する。 |
| 11 | 年金運用理論-I | 投資政策，戦略，アセット・アロケーション（年金基金のガバナンス，運営，価値創造）手法 |
| 12 | 年金運用理論-II | ベンチマークの選択（ベンチマーク・ポートフォリオ―スポンサーの視点），LID 運用を学習する。カルパースの先端的プライベートエクイティ・不動産投資に関する状況を紹介する。 |
| 13 | 年金とインフレ問題 | 日本の現状を認識し，インフレと年金の関係を整理する。長期期待リターンの計測にかかわるペロルドのモデルの紹介。年金債務の認識による ALM の紹介。 |

| | | |
|---|---|---|
| 14 | インフレ連動債と年金 ALM サープラス最適化 | インフレ連動債の特性について学習する。年金 ALM において，インフレと負債を考慮した最適化理論が中心になりつつある。年金運用の実務の先端を紹介する。 |
| 15 | 年金長期運用理論 | 長期運用に関する証券投資理論を紹介する。最適マネージャーストラクチャーを構成する枠組みを紹介する。 |

| 履修上の注意・準備学習の内容 |
|---|
| 本科目は年金の制度の内容をより重視しており，ALM 計算理論は，アロケーション理論科目で扱う。 |
| **教科書** |
| 厚労省「平成 21 年度財政再計算資料」<br>トーマツ「退職給付会計―日本基準から IFRS へ」 |
| **参考書** |
| 安田まゆみ「平成 22 年度　年金の基礎知識」<br>玉木伸介「年金 2008 年問題」 |
| **成績評価の方法** |
| （1） 出席（10%） （2） 授業での積極性（20%） （3） テスト・レポート（70%） |
| **その他** |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| パーソナルファイナンス | | | 2単位 | 木　村　　哲 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

本科目は、フィナンシャル・プランナーを目指す方のための科目である。フィナンシャル・プランナーは、社会の変革に備えて個人資産を効率的かつ安定的に管理・運用する役割を担う。金融機関に勤務する者や税理士のコンサルタントにとっては必須の業務知識である。授業内容には事業承継も含む。本科目は 2013 年度の新制度により、MBS と日本 FP 協会との提携において、AFP 資格を取得する上で必須科目に位置づけられる「提案書の作り方」に関する知識を得るための科目に位置づけられている。本科目も含めて指定科目の全科目を履修したのち、協会による最終的な「提案書課題作成」評価認定プロセスを経て、資格を取得できる。なお本科目は、修了生になっても、履修することが可能である。内容的には、AFP 資格に関する他の指定科目を履修しておくことが望ましいが、この科目により形式的な「提案書の書き方」を先に習得し、詳細な知識を後に学ぶこともできる。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | パーソナルファイナンスの目的 | 意義と基本的な特徴、ライフプランとライフデザイン、リスクマネジメント、資産運用、税金とコスト、意思決定、ライフイベント、キャッシュフロー。 |
| 2 | 基礎知識（1） | 時間価値の考え方、年代別ライフプラン、可処分所得計算 |
| 3 | 基礎知識（2） | ライフイベント表の作成、キャッシュフロー表 |
| 4 | 基礎知識（3） | 個人バランスシートの作成と評価分析 |
| 5 | 基礎知識（4） | ライフプラニングと各種ローンについて学習する。教育資金設計、住宅資金設計、住宅ローンの制度を学習する。 |
| 6 | 基礎知識（5） | 保険制度、所得税、相続税、その他の諸制度（リバースモーゲージ、介護施設等） |
| 7 | 6 つのステップ | 顧客との関係、データの収集、顧客の財務分析、フィナンシャルプランの検討、実行支援、定期的見直し |
| 8 | 事業承継関連（1） | オーナー企業の事業承継設計の考え方 |
| 9 | 事業承継関連（2） | 自社株の評価方法、自社株設計 |
| 10 | 社会保険の知識 | 民間保険商品、企業年金、公的年金、健康保険、医療保険 |
| 11 | 退職プラニング | 収入プラニング、老後の資産運用、リバースモーゲージを学習する。 |
| 12 | 証券投資運用（1） | 資産運用としての投資信託の投資方法を学習する。 |
| 13 | 証券投資運用（2） | 資産運用としての株式投資の考え方、為替投資の考え方、リスクとリターンの考え方、長期投資の考え方を学習する。 |
| 14 | 提案書作成演習（1） | ケースの課題に基づき提案者を作成する演習を行う |
| 15 | 提案書作成演習（2） | ケースの課題に基づき提案者を作成する演習を行う |

## 履修上の注意・準備学習の内容

パソコンを利用するのでメディア教室で授業を行う。

| 教　　科　　書 |
| --- |
| 日本 FP 協会「提案書の作り方」<br>貝塚啓明監修「パーソナルファイナンス」<br>日本 FP 協会「相続・事業承継設計」 |
| 参　　考　　書 |
| 日本 FP 協会「金融資産運用設計」<br>日本 FP 協会「不動産運用設計」<br>日本公認会計士協会「事業承継マニュアル」<br>中小企業庁「中小企業経営承継円滑化法申請マニュアル」<br>三好他「富裕層顧客の特性とアプローチ法」 |
| 成　績　評　価　の　方　法 |
| （1）　出席（10%）　（2）　授業での積極性（20%）　（3）　テスト・レポート（70%） |
| そ　　の　　他 |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| M & A 分析 | | | 2単位 | 山　村　能　郎 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

企業の経済活動の一環としてのM & Aは社会的にもその有用性が認識されつつあり，我が国でも広く利用されつつある。本講義では，M & Aの計画策定，実行のプロセス，および企業価値の評価方法などについての理解を深めることを目的とする。はじめに，株式譲渡・新株引受・株式交換などによる企業買収，営業譲渡，合併，会社分割など狭義のM & Aの他，業務提携など直接的な資本移動の伴わない広義のM & Aを含めた様々なM & Aの手法・戦略プロセスについて広く学習する。また，DCFによる価値評価法やリアルオプションによる評価方法など，M & Aに利用される企業価値の評価方法などについて解説する。

## 授　業　内　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | M & Aの概要 | 近年，広範にM & Aが利用されている背景とメリットについて解説 |
| 2 | M & Aの効果 | 実際のM & Aの効果などに関する解説 |
| 3 | M & Aの形態 | 企業買収，営業譲渡，業務提携など様々なM & Aの形態の解説 |
| 4 | プロセス | M & Aのプロセスを法務，財務などの観点から確認 |
| 5 | 企業価値評価の概要 | DCF法，株価比較法など伝統的な企業評価法についての解説 |
| 6 | DCF法による価値評価（1） | 財務諸表をベースに価値評価のためのFCF算出の解説 |
| 7 | DCF法による価値評価（2） | 資本コスト算出法の解説 |
| 8 | DCF法による価値評価（3） | 将来FCFに基づく企業価値の算定 |
| 9 | マーケット・アプローチによる企業価値評価（1） | 類似企業比較法などのマーケット法による価値評価法の解説 |
| 10 | マーケット・アプローチによる企業価値評価（2） | 価値評価法の計算例 |
| 11 | コスト・アプローチによる企業価値評価 | コスト・アプローチにおける純資産額の算定法などの解説 |
| 12 | リアルオプション評価（1） | リアルオプション評価法の計算方法の概説 |
| 13 | リアルオプション評価（2） | 延期オプション、拡大オプション等のオプション価値計算 |
| 14 | 無形資産の評価 | 企業価値評価における企業の無形資産の役割・重要性について解説 |
| 15 | まとめ | |

## 履修上の注意・準備学習の内容

本講義では，主にM & Aにおける企業価値評価に焦点をあてる。

## 教　科　書

特に指定しない。必要に応じて適宜資料等を配布しながら授業を進める。

## 参　考　書

Robert F. Bruner, Applied Mergers & Acquisitions, John Wiley & Sons Inc., 2004.

| 成　績　評　価　の　方　法 |
| --- |
| 出席（30%）と数回のレポート（70%）で評価する。 |
| そ　　の　　他 |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| ファイナンシャル・サービス・イノベーション | | | ２単位 | 王　　京　穂 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | １・２年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

金融サービスは広い概念である。当授業は，決済や担保技術，デリバティブや証券化、電子マネーやXBRL などの進化を学習し、金融サービスのイノベーションを安全性・利便性，リスク流通・資源配賦機能という角度から考察する。金融サービス及びそのイノベーションに対する初歩的理解の形成を目標としている。授業を通じて，ビジネススクールと金融サービスとの接点をより多く見つけたい。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | イントロダクション | 1）金融サービス　2）金融サービスの歴史　3）金融サービスイノベーション |
| 2 | 決済と決済システム | 1）決済の歴史　2）現代の決済　3）大口決済とリテール決済　4）大口決済のインフラ　5）リテール決済のネットワーク |
| 3 | クレジットカードと電子マネー | 1）クレジットカードの歴史　2）クレジットカードのビジネスモデル　3）IC カードへの進化　4）電子マネー　5）B2C のキーデバイス |
| 4 | ゲスト講師講義 | 「金融マーケティング」 |
| 5 | 金融機関 | 1）金融機関　2）銀行　3）証券会社　4）カード会社　5）サービス業の視点から |
| 6 | 担保技術の進化 | 1）担保の歴史　2）担保対象の拡大　3）回収の確実性の向上　4）証券化 |
| 7 | 株式投資からみた金融商品の進化 | 1）株式投資の歴史　2）ポートフォリオ理論　3）投資信託　4）ETF,ETN と ADR　5）ヘッジファンド |
| 8 | デリバティブ | 1）　リスクの時代　2）リスク仲介の媒介　3）先物とオプション　4）クレジットデリバティブと天候デリバティブ |
| 9 | 債券の進化 | 1）伝統的債券　2）メザニン・ハイブリッド債券　3）債券の安全性と格付け　4）証券化商品と仕組み債 |
| 10 | 銀行サービス再考 | 1）銀行のコアサービスとサブサービス　2）魅力的な銀行とは　3）銀行のサービスイノベーション |
| 11 | 証券会社のサービス | 1）証券会社のコアサービス　2）貯蓄から投資へという流れと証券会社の機能　3）証券会社のイノベーション |
| 12 | テクノロジーと金融 | 1）IT と金融　2）データの標準化　3）STP と業務自動化　4）アルゴリズム取引 |
| 13 | テクノロジーと金融（2） | 1）通信技術のインパクト　2）電子債券　3）企業通貨　4）ビッグデータ |
| 14 | グローバル視点からみた金融サービス | 1）インフラとしての金融サービス　2）資源配置：グローバル的視点　3）国際的競争 |
| 15 | まとめ | 復習とまとめ |

## 履修上の注意・準備学習の内容

特になし。

| 教　　科　　書 |
| --- |
| 講義資料を配布。 |
| 参　　考　　書 |
| 近藤隆雄「サービスマネジメント入門」生産性出版 |
| 成　績　評　価　の　方　法 |
| 出席・ディスカッション（40%）　レポート（60%） |
| そ　　の　　他 |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 金融商品取引法入門 | | | 2単位 | 三　神　　明 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

―管理（Control）の本質を学ぶ―

ピーター・ドラッカーの著書「マネジメント（Management）」は、管理者の主要な役割として「Manager always has to administer（マネージャーは常に管理しなければならない）、「Manager is also to be an entrepreneur（マネージャーはまた起業家でもなければならない）」の２つを挙げています。 グローバル金融危機を招いた当事者の多くがMBA取得者であったという批判に答えるため、MBA取得者には、誠実性、利害関係者の利益保護、法令や社会規範の重視、リスクの認識、アカウンタビリティ、といった姿勢が改めて求められています。このためには、マーケティング・金融技術など利益志向の起業家として必要な知識・技術だけでなく、高い倫理観に裏付けられた管理（＝統制）（Control≒Administer）の本質をMBAコースで学ぶことが益々重要になっています。

2007年８月に施行した金融商品取引法（以下，金商法）の主要な目的の１つである開示制度の強化の一環として導入された「財務報告に係わる内部統制報告制度」は，わが国で初めて企業の内部統制（Internal Control）についてフレームワークを示し具体的に規定した法律です。また、有価証券報告書への虚偽記載、偽計取引、インサイダー取引、風説の流布といった金商法上の不正行為の禁止に関する知識も、管理（Control）を理解するためには欠かせません。

本講座では，金商法の概要，成立の歴史的経緯について解説するとともに，会社法，コーポレート・ガバナンス、会計監査、内部監査、リスクマネジメント、コンプライアンス、アカウンタビリティなど金商法の内部統制を取り巻く様々な要素を、会社実務に照らしながら解説することにより、施行後５年目を迎える金商法の内部統制報告制度に対する評価および企業経営にとってのガバナンス・内部統制・監査の重要性を明らかにしていきます。

尚，本授業は，金商法を通じて制度と実務を対比しながら経営のツールとしての管理（Control）のあり方を解説するものであり、業種・組織の大小を問わず、組織管理・運営に携る人、今後組織管理者を目指す人、または弁護士・税理士・公認会計士・公認内部監査人といった専門職を目指す人にとって必須の基礎知識となるものです。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 金商法の概要 | 「証券取引法等の一部を改正する法律」として施行した金商法について，旧法からの変更点および追加された内容等について解説する。また，金商法に伴う職業的倫理についても議論する。 |
| 2 | 金商法成立の歴史的背景 | プラザ合意以降リーマンショックに至る金融危機，企業不祥事例およびそれに対する制度対応の流れを解説することにより，金商法成立・施行の歴史的背景および意義を明らかにする。 |
| 3 | 会社法の内部統制 | 金商法と相前後して成立・施行した会社法と比較することにより，金商法の内部統制（Internal Control）の本質を明らかにする。 |
| 4 | 諸外国の内部統制の枠組み | 金商法の内部統制の枠組みは、それ以前に先進各国で公表された内部統制の枠組みを参考に作成されたものである。COSOフレームワークおよびそれ以降に各国で公表された内部統制の枠組みについて解説する。 |

| | | |
|---|---|---|
| 5 | | 金商法の一部である「財務報告に係る内部統制の評価及び監査に関する基準」（企業会計審議会，通称「実施基準」）には，内部統制の具体的な枠組みが示されており，これが「内部統制の基本的枠組み」と呼ばれるものである。「実施基準」を参照しながら、金商法の内部統制の枠組みについて解説する。 |
| 6 | 「内部統制報告制度に関する 11 の誤解」について | 内部統制報告制度については，様々な問題点が指摘されているが，同制度適用直前の 2008 年 3 月に金融庁が公表した「内部統制報告制度に関する 11 の誤解」を切り口に同制度の問題点を解説する。 |
| 7 | 金商法の内部統制監査（内部監査との比較） | 内部統制報告制度において要請されている内部統制監査の内容について，内部監査との比較により明らかにする。 |
| 8 | 会計監査と内部統制 | 金商法の施行により，会計監査人は財務諸表監査に加えて内部統制監査の責任を負うことになったわけだが，会計監査の内部統制における役割を欧州委員会グリーンペーパーの提言を参考にしながら明らかにしていく。 |
| 9 | 監査役監査と内部統制 | 会社法の施行により，監査役による内部統制システムの監査が明文化されたが，監査役監査と内部統制の関係について独国の監査役会制度も参照しながら解説する。 |
| 10 | 金商法・会社法の内部統制とリスクマネジメント | 内部統制とリスクマネジメントの関係および制度上の位置づけについて ERM の概念を基に解説する。 |
| 11 | 監査における保証とコンサルティング | 内部統制とは ISO 認証と同様に PDCA の管理サイクルを回すことにより，より良い管理体制を整備・運用するための作業であるが，内部統制における監査の果たす役割についてアシュアランスとコンサルティングの観点から解説する。 |
| 12 | コーポレート・ガバナンスと内部統制 | コーポレート・ガバナンスと内部統制は表裏一体の関係にあるが，本邦においては両者が別個に議論されている場合が多い。両者の関係およびあるべき姿について英国の Corporate Governance Code などを参照しながら解説する。 |
| 13 | 内部統制および監査の本質 | 内部統制（Internal Control）もそのモニタリング機能としての監査（Audit）も米国から取り入れた概念であるが，本邦においては，用語だけが先行し明確な定義づけがなされていない。Control は管理とも訳されるが，管理とは何か，より良い管理とはどのようなものかを解説する。 |
| 14 | 不祥事例とガバナンス・内部統制 | 第三者委員会報告書などを参照しながら、企業におけるガバナンス・内部統制整備の実態と課題について解説する。 |
| 15 | 企業経営における内部統制および監査の重要性 | 5 年目を迎えた内部統制報告制度に対する評価を踏まえて，経営の有効なツールとしての内部統制および監査とは何かを考える。 |

| 履修上の注意・準備学習の内容 |
|---|
| 会計の基礎知識は要件としないが，EDINET（金融商品取引法に基づく有価証券報告書等の開示書類に関する電子開示システム）を通じて閲覧できる上場企業の有価証券報告書，内部統制報告書，確認書等の内容を把握しておくこと。また，企業に所属している場合は，当該企業の内部統制全般の現状について理解しておくことが望ましい。 |

| 教　　科　　書 |
| --- |
| (1) 金融商品取引法制の政令・内閣府令等の概要（金融庁、2007 年 7 月 31 日）(2) 金融商品取引法（金融庁，2011 年 6 月 24 日改正）(3) 金融商品取引法施行令（金融庁、2011 年 8 月 30 日改正）＊何れも金融庁ホームページから入手可能だが，必要箇所は資料配布する。 |
| 参　　考　　書 |
| (1) COSO 全社的リスクマネジメント　フレームワーク編（八田進二監訳　東洋経済新報社）　(2) 財務報告に係る内部統制の評価及び監査の基準並びに財務報告に係る内部統制の評価及び監査に関する実施基準の設定について（意見書）(2011 年 3 月，企業会計審議会）　(3) 財務報告に係る内部統制の監査に関する実務上の取扱い（2011 年 8 月改訂、日本公認会計士協会） |
| 成　績　評　価　の　方　法 |
| 授業出席点（30%），最終レポート（50%），平常点（議論参加・宿題提出等）(20%) |
| そ　　の　　他 |
| |

| 科　目　名 | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|
| 金　融　論 | 2単位 | 小田切　尚　登 |

| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | 1・2年 |
|---|---|---|---|

## 授　業　の　概　要　・　目　的

金融は専門家のためだけの特殊な世界ではない。経済活動には金銭の移動が必ず伴うが，それは広い意味ですべて金融である。カネの流れを理解せずにビジネスを理解することはできない。金融環境の変化（例えば株価や為替レートの変動）により損失を計上した場合，経営者は往々にして「自分は悪くなく，運が悪かっただけ」と考えがちだ。しかしこれからは金融問題も「自分の問題」としてとらえることが必要になってくるだろう。

本講座は金融商品や金融機関の理論と仕組みを解明していくことで，金融の大きな流れを把握することを目的とする。外資系金融機関で株式アナリストや投資銀行部など様々な経験を積んできた講師が，金融の現場での経験を交えながら具体的に解説していく。実践的な演習も適宜行っていく予定。その時その時に起きる金融関係の時事的問題もできるだけ取り上げていきたい。扱う内容は幅広いが，そこに通低する問題を意識したい。

金融機関や企業の財務部に勤務している・目指している人には業務に直接的につながる内容となるが，それに限らず金融の力を強化したいと考えている諸氏全てにとって得るものがある講座となるだろう。ベーシックなところから説明していくので，今まで金融と無縁の世界にいた学生も心配せずに受講してほしい。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 金融市場・金融機関の概略 | 金融の基礎的知識を俯瞰する。金融に関する職業倫理について学ぶ。 |
| 2 | 銀行とは何か | 銀行とはなにか，その特殊性を理解し，銀行独自のビジネスモデルについて学習する。 |
| 3 | 銀行以外の金融機関について | 証券会社，保険会社，資産運用会社，プライベートバンク・・・を俯瞰する。 |
| 4 | ローン市場 | 融資審査の仕組みと実務を学習する。 |
| 5 | 債券市場 | 債券市場の仕組みと実務を学習する。債券の価格形成，格付けなどについて理解。 |
| 6 | 株式市場 | 株式市場の仕組みと実務を学習する。株式アナリストの役割など。 |
| 7 | 外国為替市場 | 外国為替市場の仕組みと実務を学習する。ドル対ユーロ対円の関係を理解。 |
| 8 | デリバティブ市場 | デリバティブ市場の仕組みと実務を学習する。オプションと先物の原理を知る。 |
| 9 | 投資銀行業務 | M & A の仕組みと実務を学習する。 |
| 10 | | ゲスト（交渉中）とともに現実のビジネスで起きている問題について議論をする。 |
| 11 | 日本の金融 | 日本の金融市場・金融機関の独自性を学習する。 |
| 12 | 世界の金融 | 欧米の金融市場・金融機関の特色を学習する。 |
| 13 | 金融危機Ⅰ　欧州経済危機 | 米国での問題がきっかけとなり，ヨーロッパが大きな混乱に陥った。ヨーロッパの現状と将来の見通しについて考える。 |

| | | |
|---|---|---|
| 14 | 金融危機 II 日本の経済問題 | 失われた二十年を経験した日本経済は自民党政権の誕生により大きな転換期を迎えることとなった。この現在進行形の問題について一緒に考えよう。 |
| 15 | 金融危機 III　より良い金融システムをめざして | 今後の金融はどうなっていくのだろうか。 |

**履修上の注意・準備学習の内容**

金融についての予備知識・実務経験は要件としない。授業と並行して新聞，雑誌，ネット等で金融についての意識を高めていくことが期待される。

**教科書**

なし

**参考書**

特になし。新聞やネット等で金融関係の記事に目を通しておくと良い。

**成績評価の方法**

授業出席点　30%
最終レポート成績点　40%
授業中での議論への参加，宿題・課題　30%とする

**その他**

なし

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| ファイナンスのための VBA 入門 | | | ２単位 | 木　村　　哲 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | １・２年 |

授　業　の　概　要　・　目　的

エクセル VBA は，データ解析，多変量解析，モデル構築，ビジネスソフト開発等において，大変基礎的かつ重要なエクセルのマクロプログラミング言語である。特にファイナンス理論の実務的応用理論を勉強しようとすると，VBA の活用なしに勉強することはかなり難しい。また，ファイナンス理論の学習にとどまらず，マーケティングや財務分析にしても，データ解析を伴うものは，VBA を活用できると大きな力を発揮する。授業の内容は，全くプログラミング経験のない学生を前提にして，基本から学習する。メディア教室で全て演習型の授業になる。半年のコースで，必ずある程度プログラミングが自分で書けるようになると予想している。応用の実例は，ファイナンス関係が多いが，得た知識はどんな分野にでも応用できる。

| 授　業　内　容 | | |
|---|---|---|
| 1 | プログラミング基礎 | プログラミングとは何か，基本ルールと操作方法 |
| 2 | VBA とマクロ | エクセルマクロの操作方法，マクロの自動作成機能の学習 |
| 3 | 基礎統計量計算 | 大量のデータから，合計，平均，分散，標準偏差等の基本統計量を計算するプログラミングを学習する。マクロボタンの作成方法の学習。 |
| 4 | ユーザー定義関数 | エクセルの関数を自分で作成する方法を学習する。順列組合せ関数を自分で作成する。 |
| 5 | オプション理論関数作成 | ブラックショールズ計算式によるコールオプション価格，プットオプション価格，デルタ，ガンマの関数を自分で作成する。 |
| 6 | 配列の学習 | 多量な企業の財務データのようなエクセルシートのデータを，配列という形でデータ入力する方法を学習する。 |
| 7 | 自動ループ計算 | 繰り返し計算をさせるループ機能を学習する。プログラムの配列に蓄積されている財務分析データ等をエクセルシートにアウトプットしていく方法を学習する。 |
| 8 | モンテカルロ・シュミレーション（1） | 正規分布乱数の発生方法の学習する。 |
| 9 | モンテカルロ・シュミレーション（2） | コレスキー分解による相関付き乱数発生方法と各種モンテカルロシミュレーションの方法を学習する。 |
| 10 | ソルバーマクロ | ソルバーをマクロに組み込む方法と，その応用事例を学習する。アセットアロケーションの有効フロンティアの作成マクロを学習する。 |
| 11 | シートの連続処理 | AMUSAS にあるスタック型時系列財務データを，ループ処理により年別にエクセルシート展開するマクロを学習する。 |
| 12 | バイノミアルオプションプライシング | 作成されているバイノミアル方式によるオプション価格計算のプログラミングテクニックを学習する。 |
| 13 | 統計解析マクロ-1 | すでに作成されている回帰分析計算マクロ等の高度なプログラムの利用方法を学習する。 |

| | | |
|---|---|---|
| 14 | 統計解析マクロ-2 | すでに作成されている回帰分析計算マクロ等の高度なプログラムの利用方法を学習する。 |
| 15 | ユーザーフォーム | データをプログラムに入力するのに，メッセージボックス，インプットボックスから入力させる方法をユーザーフォームの作成により学習する。財務データを，マウスから選択して入力する方法を学習する。 |

| 履修上の注意・準備学習の内容 |
|---|
| 授業は，メディア教室で行う。 |
| **教　　科　　書** |
| 田中「VBA エキスパート公式テキスト Excel VBA ベーシック 」 田中「VBA エキスパート公式テキスト Excel VBA スタンダード 」 縄田和満「ExcelVBA による統計データ解析入門」朝倉書店 |
| **参　　考　　書** |
| 湯前祥二「モンテカルロ法の金融工学への応用」朝倉書店 |
| **成　績　評　価　の　方　法** |
| （1） 出席（10%） （2） 授業での積極性（20%） （3） テスト・レポート（70%） |
| **そ　　の　　他** |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| ビジネス・データ解析 | | | 2単位 | 乾　　孝　治 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

あらゆる業種で IT 活用が高度化されることで膨大なデータ蓄積が進展している。また，コンピュータのハードおよびソフトの急速な進歩と低価格化を背景に，従来は専門家に任せていたデータ解析の大半は，実務担当者が直接的に遂行可能となった。また，ビジネスの萌芽的研究についても，アカデミックな論理を応用するという方向性とは逆に，現場におけるデータの実証分析から演繹的に理論が示される，という逆の発展プロセスが目立っている。

本科目では，経営やマーケティング，ファイナンスをはじめとする社会科学全般において重要性を増しつつあるデータ解析の方法について，基本的なモデルに関する理論および応用方法を理解することを目的と位置づける。また，実務遂行に必要な Excel の活用方法を習得することも重要であると考え，講義では実データを用いた演習も行う予定である。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | データの整理（1） | 度数分布，データの代表値など。 |
| 2 | データの整理（2） | ２次元データについて，データの散布図，相関係数，最小二乗法など。 |
| 3 | 統計量 | 母集団からのサンプルと統計量について解説する。 |
| 4 | 重回帰分析（1） | Excel による重回帰分析と，モデルの検定方法について学ぶ。 |
| 5 | 重回帰分析（2） | 重回帰分析により，質的データをダミー変数で表現する数量化Ｉ類の分析方法を学ぶ。 |
| 6 | 重回帰分析（3） | 重回帰分析を使った演習を行う。 |
| 7 | 重回帰分析（4） | 演習の続き。 |
| 8 | 数量化Ｉ類 | 事例を通して数量化Ｉ類の方法を理解する。 |
| 9 | 数量化Ⅱ類 | 事例を通して数量化Ⅱ類の方法を理解する。 |
| 10 | 主成分分析 | 事例を見ながら主成分分析を理解する。 |
| 11 | 因子分析 | 事例を見ながら因子分析を理解する。 |
| 12 | Excel の機能 | ピボットテーブルや分析ツールの使い方を説明する。 |
| 13 | R について | 最近利用される機会が増えている統計ソフト R について説明する。 |

## 履修上の注意・準備学習の内容

履修の前提条件とはしないが，統計や多変量解析の基本的な知識が不足すると思われる場合には，基礎科目「基礎統計学」，「計量経済学」などの履修を進める。

## 参　　考　　書

「マーケティングデータ解析」木島正明ほか，朝倉書店

## 成　績　評　価　の　方　法

（1）　期末レポート：50％　（2）　出席と授業への参加度：50％

## そ　　の　　他

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| ケース・スタディ（ファイナンス） | | | ２単位 | 木　村　　哲 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | １・２年 |

| 授　業　の　概　要　・　目　的 |
|---|
| ファイナンス・ケーススタディの授業では，ストックオプション、転換社債、デットエクイティスワップ、種類株、優先株に絡んだ実務的先端のファイナンス問題を中心に解説・講義する。ストックオプションについては、テキストに沿って、ストックオプション評価ガイドラインを参考に、オプション理論の基礎とプログラム、評価書の作成まで学習する。必要に応じて外部から，関連分野の見識を有するゲスト講師を招聘する。 |

| 授　　業　　内　　容 | | |
|---|---|---|
| 1 | ストック・オプション等に関する会計基準 | ストック・オプションの会計基準とその内容を学習する。 |
| 2 | ストック・オプション等に関する会計基準の適用指針 | ストック・オプション等に関する会計基準の適用指針の内容と考え方を学習 |
| 3 | コールオプション理論 | ストック・オプションと株式コールオプション理論の関係を学習する。 |
| 4 | ブラックショールズ理論（1） | 高度な数理ファイナンス理論は省略して、結果としての意味とブラックショールズ式の構造の意味を理解する。 |
| 5 | ブラックショールズ理論（2） | ボラティリティの意味と計算方法を学習する。 |
| 6 | ブラックショールズ理論（3） | リスク中立確率の意味と計算方法を学習する。 |
| 7 | バイノミアルモデル（1） | VBA の基本と、バイノミアルモデルの理論とプログラミングテクニックを学習する。 |
| 8 | バイノミアルモデル（2） | ストックオプションの価格計算とバイノミアルモデルの理論を学習する。 |
| 9 | バイノミアルモデル（3） | 複雑なストックオプションの価格計算とバイノミアルモデルの理論を学習する。 |
| 10 | 株価条件がある場合のストックオプション理論 | 株価条件がある場合のストックオプション価格は、パスディペンデントなバイノミアルモデルで作成する必要がある。その理論とプログラミングを学習する。 |
| 11 | 行使価格が変化するストックオプション理論 | 行使価格変化条件がある場合のストックオプション価格は、パスディペンデントなバイノミアルモデルで作成する必要がある。その理論とプログラミングの初歩を学習する。 |
| 12 | 新株予約権の希薄化効果 | ストックオプションや転換社債を発行すると株式価値が希薄化する。その理論を学習する。 |
| 13 | 希薄化効果考慮後価格 | ストックオプションや転換社債の希薄化を考慮した価格理論を学習する。 |
| 14 | 優先株理論の転換社債オプション理論解説 | 優先株の価値が，どのように計算されるのか，実務的なポイントを中心に，高度なオプション理論の考え方を解説する。 |
| 15 | ストックオプション評価書の作成練習 | ストックオプション評価書の作成練習を行う。 |

| 履修上の注意・準備学習の内容 |
| --- |
| テキストと配布資料が中心となる。 |
| 教　　科　　書 |
| ストック・オプションの会計基準<br>ストック・オプション等に関する会計基準の適用指針<br>杉山、渡部「ストック・オプションの評価実務」 |
| 参　　考　　書 |
| ジョンハル「フィナンシャルエンジニアリング」<br>トーマツ「ケース別ストック・オプションの設計・会計・税務」 |
| 成　績　評　価　の　方　法 |
| (1)　出席（10%）　(2)　授業での積極性（20%）　(3)　テスト・レポート（70%） |
| そ　　の　　他 |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 中国経済事情 | | | 2単位 | 王　　京　穂 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 1・2年 |

| 授　業　の　概　要　・　目　的 |
|---|
| 授業は日本と中国の資料を使い、中国経済、中国市場、中国企業に対する初歩的理解を形成する。授業は講義と学生の発表によって構成される。学生が対象の中国市場・企業の成長パターン、経営戦略、特色等を調査・整理し、発表する。 |

| 授　　業　　内　　容 | | |
|---|---|---|
| 1 | 概要 | |
| 2 | 政治概観 | 1）政治システム　2）中央と地方　3）地方自治　4）強大な官僚システム |
| 3 | 経済概観 | 1）世界の工場　2）主な工業地域　3）外資誘致政策　4）産業高度化と西部大開発　5）世界の市場 |
| 4 | 小売業 | 1）小売業概況　2）流通近代化　3）外資の進出：ウォールマートとカルフール |
| 5 | 電子商取引 | 1）中国における電子商取引の発展と特色　2）企業研究：テンセント社　3）Value Comunication 社 |
| 6 | 不動産 | 1）発展する都会　2）不動産市場と中国的開発モデル　3）不動産価格　4）万科企業と我愛我家集団 |
| 7 | 金融 | 1）銀行システム　2）株式と債券市場　3）保険市場　3）人民元国際化　4）企業研究：中国銀行・農業銀行・平安保険 |
| 8 | 産業研究：自動車 | 1）自動車市場　2）自動車メーカー　3）外国ブランドと国産ブランド　4）上海汽車と吉利汽車 |
| 9 | 世界の市場 | 1）発展する都会　2）格差社会　3）格差が生み出す多様な需要　4）中産階級と富裕層 |
| 10 | 巨大企業 | 1）央企　2）中国石油天然気集団・中国移動　3）北方重機・三一重工　4）中国的管理モデル |
| 11 | 企業の技術水準 | 1）技術水準を決める要因　2）高速鉄道の事例　3）企業の技術開発　4）産学協力 |
| 12 | 産業高度化とイノベーション促進 | 1）第12次5ケ年計画　2）産業の高度化　3）知的所有権と特許事情　4）ブランド戦争 |
| 13 | 中国が抱える諸問題 | 1）強い海外依存　2）商習慣　3）官営企業の肥大化　4）腐敗と格差問題 |
| 14 | 日本との関係 | 1）歴史的視点　2）中国の近代化と日本　3）中国社会における日本企業　4）戦略的互恵関係の実現 |
| 15 | まとめ | 整理とまとめ |

| 履修上の注意・準備学習の内容 |
|---|
| 特にない。 |

| 教　　科　　書 |
|---|
| 授業時に関連資料配布。 |

| 参　　考　　書 |
| --- |
| 特に指定しない。 |
| 成　績　評　価　の　方　法 |
| 授業出席 30%、授業参加度 30%、レポート 40%。 |
| そ　　の　　他 |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| リアル・オプション論 | | | 2単位 | 刈　屋　武　昭 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

リアルオプションとは，もともとは企業経営を有効かつ効率的にしていくために，経営者に与えられている意思決定上の選択肢である。その意味を拡張して，不確実性のもとでその選択肢を有効に活用して，経営上の意思決定問題を効率的に取り扱う知識・技術・思考法に関わる領域をリアルオプションという。特に，戦略的リスクに関わる意思決定問題に関して，最適な意思決定を導出する枠組みを持っている。不動産開発，石油開発，薬の開発 IT のインフラ構築，事業提携，生産能力確保など，意思決定問題に関して，合理的な思考・分析枠組みを提供する。リアルオプションの領域を技術的にみたときに，３つのアプローチがある。（1） 金融オプションとのアナロジーで，金融オプションの枠組みの中に問題を埋め込むアプローチ。（2） 経済学が扱ってきた不確実性のもとでの最適意思決定問題の枠組みを利用して，意思決定オプションをその構造の中に導入するアプローチ。（3） デシジョンフリーの拡張ともいうべき枠組みの中で，モンテカルロ的に最適な解を確率分布（リスクとリターンの関係）から導出するアプローチ。

本講義では（3）を中心として，将来利益キャシュフローの現在価値の確率分布に関して最適な意思決定を求めていく議論をする。

## 授　業　内　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | リアルオプションの領域の展望 | 最初にリアルオプションの領域を理解する。不確実性と意思決定，経営の柔軟性の確保のあり方。 |
| 2 | リアルオプション的意思決定の構造 | アムラム・クラティリカの議論をふまえて，リアルオプションの思考法・概念的枠組みを整理する。 |
| 3 | 金融オプション的アプローチ | パテントの価値評価のような単一オプションの場合で，金融オプションの枠組みが適している場合を解説。Plx 社の例，ブラックショールズ式。 |
| 4 | シナリオ分析法 | 将来の不確実に対して，先験的な情報・知識・判断を組み込む方法として，シナリオ分析法を解説する。 |
| 5 | 問題定式化とモンテカルロ法 | 解法の一つとして，モデル分析によるモンテカルロ法を解説し，具体例をみる。 |
| 6 | 石油開発 | モンテカルロ法による石油開発投資の価値とリスクの評価法を解説する。 |
| 7 | 不動産開発 | 不動産に関わるリアルオプションを議論する |
| 8 | ベンチャー企業の評価と投資 | ベンチャー企業の価値評価法と投資法について解説する。 |
| 9 | 医薬品開発 | 医薬品の研究開発投資に関するリアルオプション分析法を議論 |
| 10 | 競争の不確実性とリアルオプション | 競争に関する不確実性の分析法とリアルオプション分析の関係を考慮 |
| 11 | 最適投資の意思決定（I） | 期待効用最大化の分析枠組みの中で，リアルオプション問題を扱う。 |
| 12 | 最適投資の意思決定（II） | （I）の続き。 |
| 13 | リアルオプションの将来展望 | リアルオプションの将来展望を最近の論文に基づいてする。 |

| 履修上の注意・準備学習の内容 |
| --- |
| 事業リスクマネジメント論をとっていることが望ましい。少なくとも確率と統計学の基礎を前提にする。 |
| 教　　科　　書 |
| 参考書の（1）（2）（3）などから適宜テーマを選択して講義する。教科書は特に指定しない。 |
| 参　　考　　書 |
| （1） 刈屋監修・山本著『リアルオプション』（東洋経済新報社） （2） トリジョージス『リアルオプション』（エコノミスト社，川口等訳） （3） アムナム・クランティラカ『リアルオプション』（東洋経済新報社，吉田等訳） （4） 経済省研究会報告書 |
| 成　績　評　価　の　方　法 |
| （1） 最終レポート（50%） （2） 授業出席（30%） （3） 宿題（20%） |
| そ　　の　　他 |
| |

| 科　目　名 | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|
| エンタープライズ・リスクマネジメント | | 2単位 | 刈　屋　武　昭 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

この授業では，企業全体にわたるリスクマネジメントとしてのエンタープライズリスクマネジメント（ERM）の米国や英国の事例を講義する。

この内容は，事業リスクマネジメントとリアルオプション論と関係するが，リスク概念を中心に置いた戦略的経営論・価値創造論・組織論・内部監査論とも理解できる。

講義の内容は，［1］バートン・シュンカー・ウォーカー（2003）『収益を作る戦略的リスクマネジメント―米国優良企業の事例』（刈屋・佐藤・藤田/東洋経済新報社）［2］P.L. Walker, W. G. Shenkir, T. L. Borton（2003）Enterprise Risk Management Enterprise Risk Management: Pulling it ALL Together. Institute of Internal Research Foundation ［3］Office of Government Commerce（2002）Management of Risk Management of Risk: Guidance for Practitioners. ［4］COSO のドラフト などを議論の材料として利用する。実際に企業全体に ERM 導入する場合の組織的な対応や文化の形成問題も含まれる。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | ERM と不確実性 | 経営とは，将来の不確実性から利益キャシュフローを作ることである。リ　スクの識別法を理解する。 |
| 2 | ERM と企業価値創造論（I） | 価値創造とリスク経営を統合する COSO のドラフトの枠組みを理解する。 |
| 3 | COSO の ERM | COSO の ERM 枠組と分析法 |
| 4 | 内部統制問題 | ＩＩＡ，経済産業省，金融庁の報告書から |
| 5 | 優良企業からの学習 | （1）（2）の全体的要約 |
| 6 | パナソニック | 企業文化を基礎にした ERM |
| 7 | 住友商事・帝人・デュポン | ERM の組織形態と EaR に焦点をあてる |
| 8 | キリンなどの事例 | マイクロソフト、ファーストエナジー SVA と VaR の利用の仕方を議論する ファーストエナジーの ERM のケースを見る EaR を利用 |
| 9 | ウォールマート，IBM | これらの会社の ERM のケーススタディを見る |
| 10 | 格付け会社のＥＲＭの位置づけ | これらの会社の ERM のケーススタディを見る |
| 11 | 企業ガバナンス | 企業組織とガバナンス |
| 12 | 企業文化 | 資生堂 ERM と文化の関係を議論 |
| 13 | 全体的な要約 | 議論した事例について全体的な要約をし，将来展望をする |

## 履修上の注意・準備学習の内容

事業リスクマネジメント論を取っていることが望ましが，必須ではない。若干の数式展開を伴うが，本講義で重要なのは，価値創造に関わるプロセス概念である。

## 教　　科　　書

（1）（2）の基本的な大事として利用するが，要約資料を配布する。

| 参　　考　　書 |
| --- |
| ［1］～［4］が基本。Lam（2002）Enterprise Risk Management Enterprise Risk Management Academic press なども考え方として参考になる。<br>竹内仁宏（2003）『トータル・リスクマネジメント』（ダイヤモンド社） |
| 成　績　評　価　の　方　法 |
| （1）試験2回（60%）（2）レポート（30%）（3）出席点　減点法　1回の欠席は認める。2回以上の欠席は1回あたり<br>マイナス5点（4）授業参加（10%） |
| そ　　の　　他 |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 無形資産経営論 | | | 2単位 | 刈　屋　武　昭 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

価値創造経営において，無形資産・知的資産の重要性が極めて大きくなっている。人的資産，組織構造資産，関係資産など無形資産について多様な分類と，その分類視点に関係した理解の仕方がある。その重要性は認識されていてもいまだ研究過程にあるが，本講義では受講者が全体的な知識を得ることを目的とする。講義の前半では，EU 文書

Study on the Measurement of Intanngible
Assets and Associated Reporting Practices 2003
によってサーベイする。

## 授　業　内　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 無形資産とは | 講義の全体的な要約 |
| 2 | 無形資産のサーベイ | EU 文書　通商白書（2004）から |
| 3 | 企業文化は無形資産か | 企業文化，ミッション，ステートメント，経営，組織 |
| 4 | 財務報告と無形資産 | 会計と IA の関係 |
| 5 | IA の評価と報告 | リスクスコアカード，評価モデル |
| 6 | IA についての政策情報開示問題 | |
| 7 | ブランドと関係資産 | 関係資産としてブランド，CSR |
| 8 | ブランド価値評価モデル（I） | ヤング＆ルビカム，ブランド　エコノミック社のモデル |
| 9 | ブランド価値評価モデル（II） | 電通，博報堂のモデル |
| 10 | 知財評価 | 知的財産の評価 |
| 11 | 企業組織経営 | プロセス資産と組織資産 |
| 12 | ガバナンスと内部統制 | ERM プロセス |
| 13 | 全体統括 | 講義全体について議論する |

## 履修上の注意・準備学習の内容

## 教　科　書

## 参　考　書

『ブランド評価と価値創造』刈屋武昭　編著（2005）（日本経済新聞社）
『通商白書』経済産業省（2004）

## 成　績　評　価　の　方　法

（1）　レポート（60%）　（2）　出席（20%）　（3）　宿題（20%）

## そ　の　他

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 知的資本戦略論 | | | 2単位 | 関　　大　地 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 1・2年 |

授　業　の　概　要　・　目　的

一般的に，知的資本（Intellectual Capital）は在庫や機械設備といった有形資産以外の資産を指すが，その厳密な定義については一般的な合意は得られていない。いずれにしても，技術，ノウハウ，ブランド，特許といった，企業に蓄積されている無形資産（あるいは知的財産）であると理解すればイメージできよう。

近年，マスコミや書籍などでこれら知的資本（無形資産，知的財産）に関する議論を目にすることが多くなってきた。これは企業経営の中でこれら知的資本の占める重要性が高まってきていることと無関係ではない。アメリカのシンクタンクによる調査結果によれば，企業価値の約 70％はこれら知的資本により構成されるといわれている。すなわち，企業価値創造の源泉である知的資本の有効な活用こそが今後の企業価値の最大化に資すると言っても過言ではない。

以上のことを背景として，本講義では以下の３つの視点を大きな柱として講義を行う。

(1)　まず，知的資本とは何かについて基本的な理解を深めるとともに，知的資本がどのようにして価値創造をなし，企業価値の向上につながっていくのかについての基本的なプロセスを具体的な事例を通じて説明する。

(2)　一方，近年増加傾向にある M & A においてもシナジー効果の源泉としての知的資本の重要性が高まっている。そこで，M & A プロセスにおける知的資本の認識手法についても実務的な観点から考察を加える。同時に，M & A と知的資本の関係に絡む近年の会計の動向についても説明する。

(3)　(1)，(2) を踏まえて知的資本の経済的価値の評価手法についてその概要，メリット，デメリットについての説明を行う。その上で，これら知的資本の経済的価値の評価について具体的な事例を用いて説明していく。これら評価事例は可能な限り多くの時間を割きたい。

なお，本講義では，知的資本に関する基礎的な知識がなくても理解できるように行っていくが，知的資本に関係する領域はファイナンス，会計等学際的な領域である。従って，少なくともファイナンスや会計に関する基礎的な知識を習得していることが望ましい。

| 授　　業　　内　　容 | | |
|---|---|---|
| 1 | 知的資本論のフレームワーク | 知的資本戦略の講義の狙い，知的資本と企業価値・リスクの枠組の関係を，グローバルな視点と日本の現状から理解する。 |
| 2 | 知的資本の価値創造プロセス | 事例を通じて，企業価値創造プロセスのなかで知的資本の担う役割を理解する。 |
| 3 | 知的資本に係わる会計の基礎 | 知的資本に係わる会計について基礎的な概念，考え方を整理，理解する。 |
| 4 | M & A と知的資本（1） | 知的資本に注目した M & A の場面における知的資本について，調査手法を事例を通じて学ぶ。 |
| 5 | M & A と知的資本（2） | 前回で講義した内容を踏まえ，特に米国会計基準の視点から M & A における知的資本の取扱について学ぶ。 |
| 6 | 知的資本の評価（1） | 知的資本の経済的価値の評価手法についてそのロジック，メリット，デメリットを理解する。 |
| 7 | 知的資本の評価（2） | 知的資本のうち，ブランド価値評価手法の中で代表的な手法を紹介する。経済産業省モデル，伊藤/日経モデル，インターブランドモデルを中心に議論する。 |

| | | |
|---|---|---|
| 8 | 知的資本の評価<br>ケーススタディ（1） | 知的資本の経済的価値の評価について，事例を用いて理解する。 |
| 9 | 知的資本の評価<br>ケーススタディ（2） | 知的資本の経済的価値の評価について，事例を用いて理解する。 |
| 10 | 知的資本の評価<br>ケーススタディ（3） | 知的資本の経済的価値の評価について，事例を用いて理解する。 |
| 11 | 知的資本の評価<br>ケーススタディ（4） | 知的資本の経済的価値の評価について，事例を用いて理解する。 |
| 12 | 知的資本の評価<br>ケーススタディ（5） | 知的資本の経済的価値の評価について，事例を用いて理解する。 |
| 13 | 紛争処理と知的資本 | 特許侵害訴訟を中心に判例を通じて，知財紛争特有の評価手法を学ぶ。 |
| 14 | 知的資本と IR | 近年、企業情報のディスクロージャーにおける知的資本等の非財務情報の役割に国際的に注目が集まっている。統合レポーティング等の説明等を通じて、知的資本から企業業績、企業価値に連なる一連の流れについて基本的なフレームワークを議論する。 |
| 15 | まとめ | これまでの議論を振り返り、知的資本を考える上での主要なポイントをまとめて本講座の締めくくりとする。 |

**履修上の注意・準備学習の内容**

知的資本の評価のケーススタディでは，リアルオプションアプローチ（ROA）やファイナンスに係る基礎的な知識が必要になる。従って，特にこれらの分野についての受講または独習を事前に行っていることが望ましい。

**教　　科　　書**

特に指定は行わない。
必要な資料は事前に配布する。

**参　　考　　書**

（1）エクレス，ハーツ，キーガン，フィリップス『THE VALUE REPORTING REVOLUTION ―企業情報の開示』（中央青山監　査法人・PwC コンサルティング訳，東洋経済新報社）
（2）山本大輔・森智世『入門　知的資産の価値評価』（東洋経済新報社）

**成　績　評　価　の　方　法**

（1）　出席（30%）
（2）　授業への議論の参加（30%）
（3）　レポート・宿題（40%）

**そ　　の　　他**

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 人的資産価値経営 | | | 2単位 | 渡　部　昭　彦 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

生産の三要素と言われる労働、資本、土地だが、資本に関する研究が学術的にも実務的にも高度な水準に達していることと比較して、労働に関する考察は、失業率や労働分配率などマクロ的な文脈の中で語られるケースが中心であり、付加価値を創造する主体である人材としての観点からの分析は充分とは言えない。

本講では、企業のみならず国家にとっても最も重要な要素である人材を「人的資産」として捉え直し、マクロ・ミクロ双方の視点から、現状の分析とそれを踏まえたあるべき姿について検討したい。検討の軸は次の三点。＜1＞経済のグローバル化が進展する中で人材の価値（期待値）はどう変化しているか＜2＞人材（の創造する価値）は市場経済の中でどのようなシステムにより評価され遇されているか＜3＞個々の人材が労働市場においてどのようなメカニズムを通じて人的資産として適切に配分され産業構造の高度化に寄与しているか。

また労働市場の流動化が進展する中で、どのように自身のキャリアのデザインを行い、その形成を図っていくべきかについても併せて考える。

講義は講師による授業を中心とするが、受講者の理解を深める観点から、複数の業種の経営層・実務者を招聘の上、各社の人事政策や経営施策についての具体的なケーススタディも一部含めることとしたい。講義を通じて受講者が企業社会における自身の価値を高めていく意識変革への契機となることを期待したい。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 人的資産価値経営の概論と枠組み | 外的環境が大きく変化する中、人材論もパラダイムの変換が必要。単に費用の生じる生産要素としてではなく、付加価値を創造する人的資産として捉えることにより新たな人材論の構築が可能。その枠組みを示す。 |
| 2 | 日本の人材マネジメントシステムの現状と課題 | 終身雇用と年功概念を特色とする日本の人事。その歴史的な背景を踏まえた上で、現状と問題点を明確化、今後の方向性を検討する。 |
| 3 | 経済のグローバル化と人材ニーズの変化 | 経済のグローバル化が進展する中、人材に求められる資質も大きく変化。グルーバル人材とは何か。期待される要件とその役割を実例に即して考察する。 |
| 4 | 外部講師招聘（外資系事業会社） | 外資系事業会社の経営幹部を招聘。グローバルなスタンダードであるアングロサクソン型ビジネスの基本的な考え方と人材マネジメントシステムを検証する。 |
| 5 | 外資系企業の人材マネジメントシステムの現状と課題 | 一般的には成果主義を標榜する外資系企業。その人事システムの現状とメカニズムを外部招へい講師の講義も踏まえながら分析。日本型人事システムとも比較考量し今後の方向感を探る。 |
| 6 | 人材評価と報酬のメカニズム | 人材に関する評価のコンセプトや市場価値の決定プロセスを比較検討。付加価値の創造が報酬に誘発されるメカニズムを通じて企業の成長パターンを考察する。 |

| | | |
|---|---|---|
| 7 | 企業経営と人材マネジメント | 経営戦略と人材マネジメントの関係性を検証・分析する。ビジネスモデルに応じて異なる人事政策の様相を、複数企業の具体的ケースで取り上げる。 |
| 8 | 外部講師招聘（ネット系企業） | ネット系企業の経営者を招聘。ニュービジネスの立ち上げ、成長過程における人材戦略に焦点をあてて検証する。 |
| 9 | 労働需給の調整プロセス | 一般商品と異なり個別性が高い労働市場における需給調整のメカニズムを実例の中から抽出。古典理論からサーチ理論まで幅広く概観しつつ、雇用と経済成長の関連性等日本の労働市場の在り方を考える。 |
| 10 | 人材流動化の現状と課題 | 1990 年以降の失われた２０年間で日本の労働市場は急速に流動化が進展。その背景にある経済構造と就業意識の変化を分析、今後の方向性を検討する。併せて個人のキャリアデザインについても考える。 |
| 11 | 人材マネジメントとリーダーシップ | 組織をマネージするには何が必要か。リーダーとマネジャーは何が違うのか。リーダーシップを中心に組織と人材マネジメントの在り方について検討する。 |
| 12 | 外部講師招聘（流通大手企業） | 流通大手企業の人事担当役員を招聘。ＢｔｏＣビジネスにおける経営戦略と人事政策の関係を検証する。 |
| 13 | 企業風土と人事 | 人材の採用や評価において制度の背景にあって大きな影響力を持つ企業風土。日本の主要業種について大手企業を複数取り上げ、企業文化・社風と人事の関係を比較考量したい。 |
| 14 | 人的資本論（ミクロ的視点） | 付加価値の創造主体である人材が、よりアクティブな行動を取るためのインセンティブは何か。経済環境の整備、心理的ファクターへの働きかけ、人事制度の在り方など様々な視点から議論する。 |
| 15 | 人的資本論（マクロ的視点） | 「長く緩やかな衰頽過程」にあると言われる日本が復活する上で不可欠なのは人的資本の活性化。ヒト作り政策の在り方、労働行政の改革、望まれるグローバル教育など多面的な観点から幅広く議論する。 |

**履修上の注意・準備学習の内容**

毎回講師が授業のテーマに即した基礎知識ならびに基本的な考え方を講義・説明。それらをベースに受講生の積極的な質疑応答を通じて議論の質と理解を深めていきたい。

**教科書**

特に指定はしない。

**参考書**

特に指定はしない。

**成績評価の方法**

（1）授業出席点（50%），（2）最終レポート成績点（50%）

**その他**

外部招聘講師は現時点における予定者であり，日程も含めて変更の可能性があるが，その場合は都度受講生に周知する。

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 事業リスク・マネジメント | | | 2単位 | 刈　屋　武　昭 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

本講義では，この企業全体のリスクマネジメントの立場を背景に据えて，その基本となる事業リスク管理の個別プロセス詳細を解説する。教材としては，経済産業省「事業リスク評価・管理人材育成システム」プロジェクト（委員長は刈屋）のもとに作られたテキストと配布事例から題材を選択して利用する。この内容は，実際の事業リスク管理に関わってきた実務専門家，事業コンサルタントなどにより作られてきたものである。その意味ではきわめて実際的であるが，それを学術的な基礎と併せて講義する。

事業リスク管理は，質的なものと量的なものがあるが，全体としては量的なリスク管理にウェートをおく。中でも将来キャシュフローの変動を確率分布として表現するアーニングアットリスクを理解しておくことが重要となる。それは，デュポンなどのリスク測度として導入されており，組織統合原理としての企業全体のリスクマネジメントのひとつの基礎となる。

なお本授業は，事業リスク管理論とセットであるので，両方を一緒に履修することが履修の条件である。演習では，量的なリスクマネジメントの統計的手法を補ったり，本授業の授業の内容を継続したり，事例を示したりする。

企業経営でリスクマネージャー，財務リスク管理，損害保険やそのコンサルテイング，インベストメントバンキング，金融技術の専門家，不動産事業評価，プロジェクトファイナンス，内部統制などの仕事を目指す人には必要な基礎知識となる。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 事業リスク管理論の枠組 | 事業リスク管理の狙いと範囲を明らかにし，単独事業リスク管理と企業全体のリスクマネジメントの枠組の関係を理解する。 |
| 2 | 事業リスクファクター | 実際の事業経営で直面する個別リスクファクターをリストし，その属性を理解する。組織形態，業種に依存。 |
| 3 | 事業リスクの認識・識別 | 事業リスクやリスクファクターを認識・識別するために必要な知識や手法を解説。チェックリスト法，アンケート法など。 |
| 4 | 事業リスク分析・評価法（1） | リスクが識別されるとリスク生起の確率と，生起したときの衝撃度の分析が必要となる。<br>その手法を解説。 |
| 5 | 事業リスク分析・評価法（2） | 事業リスク分析に必要な統計的手法，リスク測度，リスク管理の構造を把握・表現する手法を解説。 |
| 6 | 統計分析の基礎 | 事業リスク管理で利用される統計的方法を学習。 |
| 7 | 財務諸表とリスク管理 | 財務諸表とリスク管理の関係，経営管理指標分析のポイントを解説。リスクファクターとの関係を理解。 |
| 8 | 企業価値と事業ポートフォリオ | 将来キャシュフローの現在価値とリスクファクターの関係を理解。企業価値を確率分布で把握する。ダイナミックディスカウンティド・キャシュフロー評価法。 |
| 9 | リスク・コントロールとリスクファイナンス | リスク対応・リスク処理の手段を理解。リスク回避・移転・低減・受容・リスク分散・保険とデリバティブの役割。 |

| | | |
|---|---|---|
| 10 | 証券化によるリスク移転 | 証券化の仕組み，金融資産，不動産の証券化の仕組みの基礎を解説。 |
| 11 | 代替的リスク移転（ART）技術 | ART の概念と新しい保険の流れを理解。業務の外部委託。委託先管理など。 |
| 12 | 事業リスクソリューションの追求法 | 収益性を追求する事業リスク経営手法を解説。フォワードルッキング分析，シナリオ分析，モンテカルロシュミレーション。 |
| 13 | 企業全体のリスクマネジメント | エンタープライズ・リスクマネジメントを求める場合の組織のあり方，情報・コミュニケーション，リスク測度と共通言語のあり方を議論。 |

**履修上の注意・準備学習の内容**

事業リスクマネジメント分析とセットで履修のこと。基礎科目の確率統計の基礎知識，例えば刈屋・勝浦『統計学』（東洋経済新報社）の水準程度の基礎をもっていること

**教科書**

授業で配布する教材

**参考書**

（1） バートン，シュンカー，ウォーカー（2003）『収益性を作る戦略的リスクマネジメント―米国優良企業の事例』（刈屋・佐藤・藤田訳，東洋経済新報社） （2） COSO（Committee of Sponsoring Organization of the Treadway Commission）のドラフト（資料配布） （3） 経済産業省委託事業『事業リスク評価・管理人材育成システム』プロジェクト教材 （4） 経済産業省『先進企業から学ぶ事業リスクマネジメント』

**成績評価の方法**

事例演習などをレポートにより提出。成績の評価としては，授業出席点 30%，最終試験成績点 40%，授業中での議論への参加 10%，宿題 20%とする。

**その他**

会計の基礎知識があることが望ましいが，要件としない。貸借対照表，損益計算書などの会計の基礎知識を学習しておくこと。

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 事業リスク・マネジメント分析法 | | | 2単位 | 刈　屋　武　昭 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

事業リスクマネジメントとセットの履修科目である。分析法について講義し，事例などの演習も行い，履修生と議論する。

内容は，事業リスクマネジメントの各回の授業内容を継続・補完する。その狙いは，きわめて複雑な企業のリスクマネジメントを，十分な時間をかけて多くの側面から理解することである。リスク管理のプロセスは認識・識別，評価・分析，リスク対応・戦略をとり，結果として受容するリスク，移転するリスク，削減するリスクなどの対応をする。例えば保険的なリスクは，保険をかけることで移転可能であるが，それを合理的な価格で移転可能にするためにはリスクポートフォリオとして理解することが重要となる。

## 授　　業　　内　　容

授業内容については，事業リスクマネジメントの授業内容を参照されたい。対応する分析法の講義に加えて，授業継続・補完したり事例を示したりする。各回の内容は事業リスクマネジメントの内容に対応する。特にリスク評価に必要な統計的な分析に関わるものや，考え方はこの時間で補完する。また企業全体的なリスクマネジメントの視点との関係をつけるようにする。

## 履修上の注意・準備学習の内容

事業リスクマネジメントとセットで履修のこと。統計的な基礎知識，例えば刈屋・勝浦『統計学』（東洋経済新報社）の水準程度の基礎をもっていること。

## 教　　科　　書

## 参　　考　　書

## 成　績　評　価　の　方　法

事業リスクマネジメントのレポートのテーマとは異なるテーマでレポート提出。成績の評価法は，授業出席点 30%，最終レポート点 40%，授業での課題発表点 20%，議論への参加点 10%である。

## そ　　の　　他

財務リスク管理，企業経営でリスクマネージャー，損害保険やそのコンサルテイング，インベストメントバンキング，金融技術の専門家，不動産事業評価，電力事業など大きな固定資産を持つ事業，プロジェクトファイナンスなどの仕事を目指す人には必要な基礎知識となる。

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 企業戦略論Ⅰ | | | 2単位 | 刈　屋　武　昭 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

バーニーの企業戦略論にそって，資源ベースの戦略的思考法と分析法を講義する。その基礎は，SWOT 分析の OT に対してポーターの SCP モデル，SW に対して VRIO モデルの分析枠組みである。講義ではその枠組みの弱点である時間軸にかかわる戦略的視点をいれた議論をする。将来キャシュフローを分析する。そのもとに垂直統合戦略、コストリーダーシップ戦略などを展開する。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 戦略とは何か | 講義全体を概観する |
| 2 | ポーターの SCP モデル | ５つの脅威の分析法 |
| 3 | 不確実性と戦略 | リアルオプションと戦略 |
| 4 | 機会とリスクの分析 （1） | SWOT と不確実性 |
| 5 | 機会とリスクの分析 （2） | |
| 6 | VRIO モデル （1） | 資源ベースの競争優位性 |
| 7 | VRIO モデル（2） | 模倣不能性と固有性と競争優位性 |
| 8 | 組織の複雑性 | 組織論の議論 |
| 9 | 垂直統合戦略 （1） | 組織構造と戦略 機会主義，柔軟性と資源的視点 |
| 10 | 垂直統合戦略 （2） | 柔軟性と資源的視点 |
| 11 | コストリーダーシップ（1） | 学習曲線，最適生産 |
| 12 | コストリーダーシップ （2） | プロセス革新 |
| 13 | 総合的議論 | |

## 履修上の注意・準備学習の内容

## 教　　科　　書

講義はジェイ B. バーニー（2002）『企業戦略論』（上，中，下）ダイヤモンド社に基礎を置く。テキストは購入する必要ない。資料を配布する。

## 参　　考　　書

Robert F. Bruner（2004）Applied Mergers & Acquisition

## 成　績　評　価　の　方　法

（1）試験（６０％）
（2）レポート（４０％）
（3）出席点は減点法：１回の欠席は認めるが、２回以上の欠席は１回ごとにマイナス５点。

## そ　　の　　他

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 企業戦略論Ⅱ | | | 2単位 | 刈　屋　武　昭 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

前期に引き続いて、バーニーの企業戦略論にそって，資源ベースの戦略的思考法と分析法を講義する。その基礎は，SWOT 分析の OT に対してポーターの SCP モデル，SW に対して VRIO モデルの分析枠組みである。前期のシラバスを見てもらいたい。

企業戦略論Ⅱでは、柔軟性戦略、合併買収戦略など、企業の競争力にかかわる戦略を展開する。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | これまでのまとめ | SWOT 分析、VRIO モデル、不確実性 |
| 2 | 柔軟性 | 進化対応能力の視点 |
| 3 | 暗黙的談合 | ゲーム論的戦略、コアなし業界 |
| 4 | 戦略的提携（1） | 戦略的提携の類型、提携の価値とリスク |
| 5 | 戦略的提携（2） | 持続的競争優位性と組織問題 |
| 6 | 多角化戦略 | 多角化と競争優位性 |
| 7 | 多角化と組織問題 | マネジメントコントロール、報酬問題 |
| 8 | M＆A 合併・買収戦略（1） | M＆A の経済的価値　持続的競争優位性 |
| 9 | M＆A 合併・買収戦略（2） | 組織体制と文化問題 |
| 10 | 国際戦略（1） | 経済価値と組織体制 |
| 11 | 国際戦略（2） | 戦略の持続可能性 |
| 12 | エンタープライズ・リスクマネジメント | 組織の総合的全体戦略と全体最適化 |
| 13 | 総合的討論 | これまでのまとめとディスカッション |

## 履修上の注意・準備学習の内容

## 教　　科　　書

講義はジェイ B. バーニー（2002）
『企業戦略論』（上，中，下）
ダイヤモンド社に基礎を置く。テキストは購入する必要ない。資料を配布する。

## 参　　考　　書

Robert F. Bruner（2004）Applied Mergers & Acquisition

## 成　績　評　価　の　方　法

（1）試験（60%）
（2）レポート（40%）
（3）出席点は減点法：1回の欠席は認めるが、2回以上の欠席は1回ごとにマイナス5点。

## そ　　の　　他

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| グローバル経営 | | | 2単位 | 青　井　倫　一 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

グローバル経営という言葉の定義は，時代により識者により異なる。この科目では，ホームマーケット（自国市場）を“超えて”活動する企業の経営戦略の課題について講義，討議する。この科目の前に「グローバル経営（演習）」という科目が設定されていて，そこでのケース分析の後を受けて講義がなされる。したがって「グローバル経営（演習）」においては企業スペシフィックな点に焦点をあてるが，この科目ではそこでの議論をいかに“一般化”するか，できるかに重点を置く。ホームマーケットに対する戦略との相違点・類似点を履修者なりに整理できるようにするのが目標である。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 市場選択の順番 | 香水市場において激戦市場のフランスでの展開をめざす資生堂の戦略を例に，ホームマーケットから海外へという“常道”戦略の是非を検討 |
| 2 | アパレルのグローバル戦略 | ZARA の海外市場戦略のありかたを検討してユニクロと比較分析をする |
| 3 | ブランドとグローバル市場 | 高級ブランド品を扱う企業の市場戦略・競争戦略，そしてマルティブランドという概念の有効性を検討する |
| 4 | グローバル競争 | ホームマーケットで確立した競争優位性が異なるホームマーケットから成長した企業と対峙するときにどれほど有効かを検討する |
| 5 | グローバル・アライアンス | グローバル市場で競争するための条件を達成するための 1 方法としてのアライアンスの有効性について考察する |
| 6 | グローバル競争の主導権の推移 | 韓国企業のグローバル市場での躍進の戦略を検討する。同時に日本企業としての有効な対応をさぐる。 |
| 7 | 本社と海外市場 | 開発・生産・販売という機能の相違が海外市場の成長によってどのような対立をうむか，それをどう解決するかを考える。 |
| 8 | 製品開発と市場 | 中国市場におけるネットビジネスの展開を検討する。 |
| 9 | グローバル化の経営課題 | 日本企業のグローバル化の経営課題について議論する。 |
| 10 | ASEAN 市場 | アセアン市場における市場戦略について講師を招いて議論する。 |
| 11 | 日本市場と海外企業 1 | 日本市場における外資企業の直面する経営課題を議論する。講師を迎えての授業を予定している |
| 12 | 日本市場と海外企業 2 | 同上 |
| 13 | グローバル企業の課題（1） | 日本企業の地域市場選択：その順序の戦略性の議論 |
| 14 | グローバル企業の課題（2） | 複数の地域での活動と“知”の蓄積；グローバル優位性の源泉。 |
| 15 | グローバル企業の課題（3） | HRM その他における多様性のマネジメントの課題を議論する。 |

## 履修上の注意・準備学習の内容

グローバル経営（演習）を履修することを必須とする。教科書のトッピクスについて時間を割いて触れることも多々ある。教科書は組織論をベース，授業は市場戦略がベース。

| 教　　科　　書 |
| --- |
| 浅川和宏 『グローバル経営入門』 日経新聞社 |
| 参　　考　　書 |
| 必要に応じて授業内で指示する |
| 成　績　評　価　の　方　法 |
| クラス参加　20％　クラス討議貢献　40％　レポート　40％ |
| そ　　の　　他 |
| 11，12 のテーマに関しては履修者と相談しながら決定したい。 |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| グローバル経営（演習） | | | 2単位 | 青　井　倫　一 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

この科目においてはグローバルに展開する企業の戦略上の課題をケース分析を通じて検討する。かつては多国籍企業論が国際経営の中心であったが，現在においてはビジネススクールでのすべての科目が企業のグローバルな展開を陰に陽に前提にして構成されている。

この科目では日本，韓国，米国，欧州の企業のグローバル戦略を検討することによって，履修者が複数の地域市場にどのように戦略対応するべきかの“実感”を会得してもらう。

ケース分析を主として授業が進行する。

## 授　業　内　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 資生堂フランス | 香水ビジネスをフランスで立ち上げる資生堂の戦略を評価する。 |
| 2 | ZARA | ファーストファッションの代表例であるスペインの ZARA の成長戦略の分析とグローバル戦略の課題を討議する。 |
| 3 | GUCCI（A） | ブランドメーカー　グッチの事業再構築の評価とマルティブランド戦略の是非をグローバル競争の関連で議論する。 |
| 4 | CAT 対コマツ | 建機の２大メーカーのグローバル競争の本質を分析する。 |
| 5 | ルノー・日産　グローバル・アライアンスの構造 | グローバルアライアンスの戦略を検討する。 |
| 6 | サムソン・エレクトロニクス | サムソンのグローバルマーケティング戦略を分析する。 |
| 7 | EMI と CT スキャナー | EMI の米国市場進出の戦略を検討する古典的ケース。 |
| 8 | タオバイ | 中国でのタオバイの戦略を検討する。 |
| 9 | パナソニック | グローバル化を推進するパナソニックの経営課題を検討。 |
| 10 | 日本企業と ASEAN | 日本企業の ASEAN 市場での戦略展開を検討する。 |
| 11 | 日本市場における海外企業 | 講師を招いて日本市場の特異点を提起してもらい、それらを検討する。 |
| 12 | 海外市場における日本企業 | 講師を招いて、どのような課題を抱えているかを議論する。 |
| 13 | グローバル経営演習（１） | 参加者はグループとして特定の企業・テーマを選択して、議論し、クラスで発表する。 |
| 14 | グローバル経営演習（２） | 同上 |
| 15 | これからのグローバル企業の課題のまとめ | |

## 履修上の注意・準備学習の内容

科目「グローバル経営」と対をなしているので両方の履修を要請する。

6 時限の内容に対応して 7 時限の講義が進められると仮定してほしい。

1～8 に関しては既存のケースを使用予定。9，10 に関しては資料ベース。13，14 に関しては履修者からの調査発表を予定。

## 教　科　書

なし

| 参　　考　　書 |
| --- |
| 淺川和宏 「グローバル経営入門」 日経新聞社 |
| 成　績　評　価　の　方　法 |
| クラス参加 20% クラス討議貢献度 40% レポート 40% |
| そ　　の　　他 |
| 11，12 のテーマに関しては履修者と相談しながら決定したい。 |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| グローバルＣＲＥ（企業不動産）戦略論 | | | ２単位 | 佐　藤　俊　朗 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | １・２年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

競争力のあるグローバル展開が企業経営のキードライバーとなってきている。本講義は企業の CRE 部門や不動産サービスプロバイダーとしてグローバルに活躍することを目指す受講者の向けに、理論よりも実践的知識の習得に重点を置く。コースを通して CRE（Corporate Real Estate）の実態とそのグローバルな企業経営においての重要性を学ぶ。

また、日本企業や先進グローバル企業の最新事例を多く盛り込み、検証を行うことで、よりリアルに検証する。期末レポートのテーマでは、受講者が企業のＣＲＥ担当者との想定で、それまでに学んだ内容を活用し、経営トップに簡潔なグローバルな不動産活用最適化プランを作成しプレゼンテーションするというユニークな方式を取り入れている。

現在この業務分野に従事している受講者にとっては“即活用でき得る知識”の習得を、また将来その分野を目指す受講者にとってはこの分野で活躍するために必要な知識、ステップ、業界知識を体系的に理解することを目的とする。

また、不動産業務実務者のみならず、企業経営の視点から、第二の企業資本である不動産の最適な活用を実践的に学ぶことにより、グローバル展開する企業経営全般に役立つ知識を学ぶことができる。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | グローバル CRE 概論 | 本講義を通じて受講者の学ぶべき知識と意義、活用方法について解説する。 |
| 2 | CRE のグローバルな変遷・日本の位置づけ | 2000 年以降欧米で台頭した CRE とその後の経済環境と企業形態の変化による変遷。CRE の最新のグローバルトレンドと日本の現状との比較を通じて課題と今後の展望、必要となるプロフェッショナル像を学ぶ。 |
| 3 | グローバルな不動産取引プラクティス（1） | リース取引を中心に、各国、地域によって特徴的な不動産取引の流れを学習 |
| 4 | グローバルな不動産取引プラクティス（2） | 売買取引を中心に、各国、地域によって特徴的な不動産取引の流れを学習 |
| 5 | 海外不動産市場の把握、分析（1）立地戦略 | 企業のオフィス、インダストリアル拠点の立地に関する戦略的な分析方法、必要となる視点と知識を開設する |
| 6 | 海外不動産市場の把握、分析（2）市場分析 | オフィス、インダストリアル拠点関する海外不動産市場の把握、分析方法。必要となる視点と知識、ソーシング |
| 7 | 不動産ポートフォリオマネジメント | グローバルにポートフォリオ管理をする方法、ツール、解析と活用 |
| 8 | CRE 実践上の財務 | CRE 活動、取引が及ぼす企業の財務的インパクトを解説 |
| 9 | トランズアクションマネジメント | 不動産取引をグローバルにより効果的に管理する方法解説 |
| 10 | ファシリティーマネジメント | ファシリティーマネージメントの業務内容と、運営方法 |
| 11 | 不動産業務アウトソーシング | 効果的アウトソーシングのあり方。重要性 |
| 12 | 事例検証 | 企業のＣＲＥ実践事例検証 |
| 13 | CRE 運営組織と機能 | 最新の不動産運営組織の在り方、企業インフラ管理、BCP 運営 |

| | | |
|---|---|---|
| 14 | まとめ、総論 | グローバル CRE 実践及びレポート完成に向けてのディスカッション |
| 15 | 発表 | レポートプレゼンテーション |

**履修上の注意・準備学習の内容**

英文資料もそのまま活用するが、概訳または理解促進のための内容解説を行う。
受講者が共有したいケースや知識があれば、実施し、クラス討議を行う
次回講義に向けての参考資料を配布する場合には、事前に目を通し、理解しておくこと。

**教科書**

授業開始時に講義資料を配布する

**参考書**

・講師編集の教材および実務参考資料（CRE 関連、海外市場資料、管理ツール、プレゼンテーションその他最新の CRE 関連情報、事例）
・外部業界団体（CoreNet Global, JAFMA 等からの引用資料）
・その他 Jones Lang LaSalle 社からの情報含め、最新の CRE 関連情報

**成績評価の方法**

（1） 講義への参加度（40%）
（2） ディスカッション（20%）
（3） レポート（40%）

**その他**

| 科　目　名<br>（Course Name） | | | 単位<br>（Units） | 担当教員名<br>（Instructor） |
|---|---|---|---|---|
| グローバル・ビジネス・スタディ<br>Global Business Studies | | | 2単位 | ヘンリー・アンダーセン<br>Henry Andersen |
| 開講区分（Semester） | 後期<br>Fall | 配当年次（Year） | | 1・2年<br>First or Second |

授　業　の　概　要　・　目　的（Course Overview）

This course covers each managerial function （corporate strategy, marketing, finance, operations, R&D, human resources, organizational strategy, etc.） from the point of view of the international business manager. As such it can be considered a “Global Mini MBA” course. Each week we will look at a different managerial function and, using case study discussion, will learn how they differ in overseas regions and individual countries. Other topics like foreign market entry, M&A and alliances will be covered.
本科目は、国際事業マネージャーの観点から、各経営機能（経営戦略、マーケティング、ファイナンス、オペレーションズ、技術、人事、組織など）をカバーするので、本質的には「グローバル・ミニMBA」とも言えよう。毎回違う経営機能を取り上げ、海外地域または個別の国々で経営様式の違いなどについて紹介し、ケース・スタディをベースに討議を行う。なお、海外市場進出、M & A やアライアンス管理などをカバーする。授業は基本的に英語で実施するが、小グループ・ディスカッションなどでは日本語でも可能。教材は英語や日本語のものが毎回配布される。

| 授　業　内　容（Class Outline） | | |
|---|---|---|
| 1 | Overview of Global Business Studies | Overview of the course. |
| 2 | Global Business Analysis | This unit will cover global core competencies, value chain analysis, organizational culture and product portfolio analysis. |
| 3 | Analysis of the Global Macro-environment | This unit will cover the analysis of the macro-environment including the political, social, economic and technological areas. |
| 4 | Analysis of the Competitive and Market Environment | This unit will cover how to gather and analyze information on the industry as well as the market on a global scale. |
| 5 | Global Market Entry Strategies | This unit will cover the different strategies multinationals have regarding their offerings in different markets, from localized to global and transnational approaches. |
| 6 | Global Production and Logistics Management | This unit will cover global production strategies, location decisions, procurement and logistics. |
| 7 | Global Strategic Human Resource Management | This unit will cover the concept of strategic human resource management, different regional approaches to HRM, expatriate management and global HR development. |
| 8 | Global Technology Management | This unit will cover technology as a strategic asset, technology audits and strategy, and information and communication technologies. |
| 9 | Global Marketing Strategy | This unit will cover global market segmentation, targeting and positioning, as well as product, pricing, communication and channel strategies. |

| | | |
|---|---|---|
| 10 | Global Financial Strategy | This unit will cover financing foreign operations, resource allocation and capital budgeting, operational policies and remittance strategies. |
| 11 | Global Organizational Strategy | This unit will cover the mix of regional versus product structures, transnational organizational structure, and decision-making and control in global organizations. |
| 12 | Managing Mergers, Acquisitions and Alliances | This unit will cover the challenges of managing international mergers and acquisitions as well as strategic alliances. |
| 13 | Global General Management （1） | This unit will be the first discussion about the challenges of the general manager or president of an overseas business unit. |
| 14 | Global General Management （2） | This unit will be the second discussion about the challenges of the general manager or president of an overseas business unit. |
| 15 | Student Presentations | Students will pick a topic on global business management, research it, and make a short presentation to the class on key findings. This presentation can be in Powerpoint format, but can also be in audio-visual format such as a short documentary or Podcast. |

履修上の注意・準備学習の内容（Remarks）

教科書（Textbook）

Reference documents will be distributed at each class.

参考書（Reference books）

成績評価の方法（Evaluation）

Class attendance and participation （40%）, groupwork （30%）, final report （30%）

その他（Other）

| 科　目　名<br>(Course Name) | | | 単位<br>(Units) | 担当教員名<br>(Instructor) |
|---|---|---|---|---|
| ビジネス・コミュニケーション<br>Business Communication | | | 2単位 | 小田切　尚　登<br>Naoto Odagiri |
| 開講区分（Semester） | 前期<br>Spring | 配当年次（Year） | | 1・2年<br>First of Second |

授　業　の　概　要　・　目　的（Course Overview）

In the international community where peoples from various cultures and nationalities gather, the traditional Japanese style "Ishin Denshin" （= we can understand each other without speaking） cannot work. We need to acquire effective communication skills using logic and numbers in addition to English proficiency. In this course, the students will learn practical know-how which can be used for meetings, negotiations, e-mails, presentations, etc. You will be able to utilize these skills even in the domestic Japanese businesses. Students with any level of English proficiency are welcome as the contents of the course will be adjusted based on the level of the students.

| 授　業　内　容（Class Outline） | | |
|---|---|---|
| 1 | Introduction | Understand why communication skills are important in international business. |
| 2 | Real world | Learn how business is conducted at international investment banks. |
| 3 | Business protocol （I） | Gain practical knowledge on attire, greeting, hand-shaking, business card, status and function, business dinner, party, etc. |
| 4 | Business protocol （II） | Learn how to deal with different nationalities, cultures, religions, men vs. women, taboo, etc. |
| 5 | Different ways of thinking | Understand diversity, how unique Japanese are; weak communication skills of Japanese businessmen |
| 6 | Survival | Manage competition, internal politics, gift giving, apple-polishing, etc. |
| 7 | Negotiation | Gain necessary expertise |
| 8 | Reading | Reading is the key; read newspapers; vocabulary, |
| 9 | Writing business documents | Write clearly and simply, Learn about structure, length, grammar, etc. |
| 10 | Speech | Learn structure, voice and intonation; how to attract attention of audience |
| 11 | Presentation | Prepare well; Use powerpoint effectively |
| 12 | Discussion | Clearly convey your idea based on logic, Cite specific examples/numbers |
| 13 | Let's try a discussion | Discussion session |
| 14 | Let's try a discussion | Discussion session |
| 15 | Summary | Communication skill alone does not mean anything; Into the future |

| 履修上の注意・準備学習の内容（Remarks） |
| --- |
| International experience or English language proficiency are a plus but not required. Those who are inexperienced in business, poor at English or shy are equally welcome. Active class paticipation is highly encouraged. Don't be afraid of making mistakes in front of others. |
| 教　　科　　書（Textbook） |
| None. |
| 参　　考　　書（Reference books） |
| The lecturer will distribute English language articles in the class from time to time. |
| 成　績　評　価　の　方　法（Evaluation） |
| Class attendance 40%; Participation in class 30%; Report 30% |
| そ　　の　　他（Other） |
| None. |

| 科　目　名<br>（Course Name） | | | 単位<br>（Units） | 担当教員名<br>（Instructor） |
|---|---|---|---|---|
| グローバル発想とリーダーシップ・スキル<br>Global Thinking and Leadership Skills | | | 2単位 | ヘンリー・アンダーセン<br>Henry Andersen |
| 開講区分（Semester） | 前期<br>Spring | 配当年次（Year） | | 1・2年<br>First or Second |

授　業　の　概　要　・　目　的（Course Overview）

This course aims to enable students to gain the basic skills needed to be a successful facilitative leader in a multinational company. In this workshop-style course, students will take turns practicing basic facilitation skills and will lead the others in using various group thinking techniques （creative, critical and logical） in step-by-step processes to generate innovative and effective solutions to business issues. In addition to problem-solving, we will also practice other leadership skills like interviewing, coaching, consensus-building and making presentations.

本科目では、グローバルなビジネス環境で成功するために大手多国籍企業で通用する思考法とリーダーシップスキルを体験的に学習する。思考法は、ビジネスの問題解決や機会探索に活用される創造的発想法からクリティカル・シンキングとロジカル・シンキングまで含む。リーダーシップスキルは主にファシリテーション、インタービュー、 コーチング、コンセンサス構築、プレゼンテーションなどに利用できる手法を紹介する。授業は基本的に演習型で、学生たちが実際に自分の職場などで抱えている課題を取り上げ、思考法とファシリテーションスキルをそれらに応用しながら、多様な解決案を創出する。なお、授業は基本的に英語で実施するが、小グループ・ディスカッションなどでは日本語でも可能。教材は英語や日本語のものが毎回配布

授　　業　　内　　容（Class Outline）

| | | |
|---|---|---|
| 1 | Overview of Global Thinking and Leadership Skills | Overview of the course. |
| 2 | Leadership and Thinking Styles | This class will start with the differences between leadership and management, then move to leadership styles and thinking styles using two self-assessment tools that students will use to determine their individual styles. We will cover the applications of thess assessments to leading teams in problem-solving situations. |
| 3 | Facilitating Teams | Facilitative leadership will be the main style covered in this class. Basic facilitation skills include building an appropriate climate, encouraging certain listening and speaking skills, roles and responsibilities, elements of interaction, and the danger of too much information. |
| 4 | Creative Thinking （1） | The Synectics creative problem-solving methodology will be practiced as an example of one of the major approaches in this area. Included will be Task Headlines, Springboarding, Selection, and Ways and Means. Examples of different kinds of excursion approaches will be covered. |
| 5 | Creative Thinking （2） | Other techniques and approaches will be examined and practiced in class. Among those covered will be SCAMPER, PMI, mind mapping, brainwriting, morphological analysis and attribute listing. |

| | | |
|---|---|---|
| 6 | Logical Thinking | McKinsey-style logical thinking will be covered in this unit. Key aspects covered will be MECE and logic trees for finding causes and for problem solving. |
| 7 | Critical Thinking | Critical thinking is thinking about thinking, both yours and others'. In this unit we will cover critical thinking values, the Socratic method, the dangers of groupthink and the critical thinking wheel. |
| 8 | Integrated Problem-Solving Approaches | In this unit we will cover different kinds of integrated problem-solving approaches including CPS and Six Hats, as well as the KJ and NM methods from Japan. |
| 9 | Conflict Resolution and Gaining Consensus | Interaction between team members is not always smooth. In this unit we will cover techniques for resolving conflicts between team members. In addition, we will explore methods for reaching group consensus, including the itemized response approach. |
| 10 | Interviewing and Coaching Skills | Skills to build rapport, as well as projective techniques to bring out some unarticulated emotions, will be covered. In addition, coaching skills, which is essentially one-on-one facilitation, will be dealt with. |
| 11 | Managing Organizational Politics | Dealing with the politics of an organization is difficult even for people from the home office country, but even more for non-native employees. Some skills and tools for coping will be learned and applied in this unit. |
| 12 | Presentation Skills | Formal presentations to upper management, customers or other outside groups are aften critical events for the individual and company. Presentation skills in a global context will be learned and applied in this unit. |
| 13 | Student Presentations | Students will pick a topic on thinking or leadership skills, research it, and make a short presentation to the class on key findings. This presentation can be in Powerpoint format, but can also be in audio-visual format such as a short documentary or Podcast. |

履修上の注意・準備学習の内容（Remarks）

教科書（Textbook）

Reference documents will be distributed at each class.

参考書（Reference books）

成績評価の方法（Evaluation）

Class attendance and participation （40%）, groupwork （30%）, final report （30%）

その他（Other）

| 科　目　名<br>（Course Name） | | | 単位<br>（Units） | 担当教員名<br>（Instructor） |
|---|---|---|---|---|
| ウイズダム・リーダーシップ<br>Wisdom Leadership | | | 2単位 | ヘンリー・アンダーセン<br>Henry Andersen |
| 開講区分（Semester） | 前期<br>Spring | 配当年次（Year） | | 1・2年<br>First or Second |

授　業　の　概　要　・　目　的（Course Overview）

In order to create true value for humankind and create a sustainable organization, a corporate leader can no longer afford to merely develop and sell products/services in the traditional way. Now he or she must co-develop, together with customers and other stakeholders, a future for the common good of humanity. In order to lead today's knowledge workers in this context, the manager needs not just specialized knowledge, but also a personal wisdom that transcends ever-changing specialized knowledge. To bring out the wisdom in students, this course will use a methodology called transdisciplinary analogy （TDA） that can be used to solve business problems and foster personal wisdom at the same time. In addition, we will cover related topics such as futures studies, wisdom research, corporate social responsibility and social innovation, consumer democracy and crowd-sourcing, and the role of the Chief Philosophical Officer （CPO） in an organization. This course should be taken in conjunction with Wisdom Leadership （Seminar）.

人類のために真の価値を創造するために、リーダーは自社の製品・サービスを一方的に開発して売り込むのではなく、これからは消費者及び他ステークホルダーと共同で共通善をもたらす未来を創造することが持続可能な事業の条件となるのであろう。その意識を持って自社のナレッジワーカーをリードするには、専門的知識のみならず、知識を超越するウイズダム（自己英知）が必要となる。賢虜なリーダーを育成するために、本授業では学際類推法（TDA,Transdisciplinary　Analogy）の活用を英知養成のアプローチとして演習する。それ以外に、関連課題（未来学、ウイズダム研究、CSR と社会的イノベーション、消費者民主主義とクラウド・ソーシング、CPO 経営哲学最高責任者の役割等）の基礎概念の説明と演習を行う。ウイズダム・リーダーシップはウイズダム・リーダーシップ（演習）と一緒に履修することが原則。授業は基本的に英語で実施されるが、小グループ・ディスカッションなどでは日本語でも可能。教材は英語や日本語のものが毎回配布される。

| 授　業　内　容（Class Outline） | | |
|---|---|---|
| 1 | What is Wisdom Leadership | The nature of wisdom in the global context, and how it is needed for leadership in a knowledge worker based society. |
| 2 | Thinking of the Future | This unit covers the new attitude towards the future, basic principles of futurism and the key methods for studying the future. Examples include trend extrapolation, scenarios, future mapping, use of experts, and models and simulations. |
| 3 | Corporate Social Responsibility | CSR has been evolving from a compliance or PR based model to where it can be integrated into the business operation of the organization. This unit will cover some case studies of how this has been done. |
| 4 | Models of Consumer Democracy and Crowd Sourcing | User, customer or consumer driven innovation is a growing trend in the both the manufacturing as well as service sectors, gradually replacing the company-driven innovation model. This unit will cover the thinking of Von Hippel and Gobe, as well as approaches like consumer ideagroups. |

| | | |
|---|---|---|
| 5 | Global Human Need Insight and Social Innovation | Customer insight, used not just at the company driven, product specific level, but rather at the human needs level, should help the development of new product concepts that can then be taken to companies for their review as potential providers of an offering. |
| 6 | Inventorying Your Experience Base and Mining Others' | The first step in developing personal wisdom is the inventorying of your experience base. Any knowledge or skills you have can be applied to other fields and can be integrated into your personal wisdom. Students will spend time doing a presonal inventory and then practice mining that of others. |
| 7 | Balancing the Mental Diet: Becoming a Professional Generalist | Processed mass media information is only one source of information. Although it can help build common understanding, the creative leader also needs to find uncommon sources of information to differentiate. This unit will build on the previous unit to guide students to accessing information that will provide them with the creative edge to stand out from the competition. |
| 8 | Review of Research on Global Wisdom | Wisdom has been a the object of academic research in the past twenty years, epsecially in the field of psychology. This unit will cover the highlights of this research with a view to how it might be applied to business. |
| 9 | Transdisciplinary Analogy (1) | Transdisciplinary analogy (TDA) is the transdisciplinary application of ideas and concepts from any field to problems and issues in the business world. Students will practice using this approach using individual tools like thesauruses and encyclopedias. |
| 10 | Transdisciplinary Analogy (2) | In this unit the class will work in groups to use the TDA approach on business problems and issues. |
| 11 | Other Problem-Solving Approaches (1) | Other right-brain and left-brain thinking techniques that support wise thinking will be introduced. |
| 12 | Other Problem-Solving Approaches (2) | Intregrative problem-solving approaches will be introduced. |
| 13 | Core Shared Concepts and Wisdom Development | The realization that core concepts are shared across all disciplines, cultures and areas of human endeavor allows the human mind to reduce the exploding universe of fleeting knowledge into a more manageable range of personal key concepts that can be applied in any problem-solving or opportunity-creating situation. The consolidation of lifelong learning into such a set of key concepts is the beginning of personal wisdom. |

| | | |
|---|---|---|
| 14 | Chief Philosophical Officer: Customizing the MBA for your Organization | MBA programs were originally created with the amalgamation of social scientists from various disciplines who worked together to build a knowledge and skill set deemed most applicable to companies at the time. With personal wisdom, the corporate philosopher-leader can redevelop a customized MBA for his or her particular organization. |
| 15 | Student Presentations | Students will pick a topic on wisdom leadership, research it, and make a short presentation to the class on key findings. This presentation can be in Powerpoint format, but can also be in audio-visual format such as a short documentary or Podcast. |

| 履修上の注意・準備学習の内容（Remarks） |
|---|
| |
| **教　　科　　書（Textbook）** |
| Reference documents will be distributed at each class. |
| **参　　考　　書（Reference books）** |
| |
| **成　績　評　価　の　方　法（Evaluation）** |
| Class attendance and participation （40%）, groupwork （30%）, final report （30%） |
| **そ　　の　　他（Other）** |
| |

| 科　目　名<br>（Course Name） | | | 単位<br>（Units） | 担当教員名<br>（Instructor） |
|---|---|---|---|---|
| ウイズダム・リーダーシップ（演習）<br>Wisdom Leadership （Seminar） | | | 2単位 | ヘンリー・アンダーセン<br>Henry Andersen |
| 開講区分（Semester） | 前期<br>Spring | 配当年次（Year） | | 1・2年<br>First or Second |

授　業　の　概　要　・　目　的（Course Overview）

This course is the workshop portion of the Wisdom Leadership course and should be taken in conjunction with it. It will extend the topics covered in the Wisdom Leadership course through group problem-solving and other exercises using the methodologies introduced, as well as through the discussion of case studies and other readings.

本授業はウイズダム・リーダーシップの演習で、一緒に履修することになる。ウイズダム・リーダーシップで学習したメソドロジーを特定な課題を活用して演習しながら身につけることを目的にする。また、対象となる手法がない授業には、ケーススタディ、リーディングを使って小グループでディスカッションを行う。

| 授　業　内　容（Class Outline） | | |
|---|---|---|
| 1 | What is Wisdom Leadership | Groupwork and class discussion based on the contents of the previous Wisdom Leadership class. |
| 2 | Thinking of the Future | Groupwork and class discussion based on the contents of the previous Wisdom Leadership class. |
| 3 | Corporate Social Responsibility | Groupwork and class discussion based on the contents of the previous Wisdom Leadership class. |
| 4 | Models of Consumer Democracy | Groupwork and class discussion based on the contents of the previous Wisdom Leadership class. |
| 5 | Human Need Insight | Groupwork and class discussion based on the contents of the previous Wisdom Leadership class. |
| 6 | Inventorying Your Experience Base and Mining Others' | Groupwork and class discussion based on the contents of the previous Wisdom Leadership class. |
| 7 | Balancing the Mental Diet: Becoming a Professional Generalist | Groupwork and class discussion based on the contents of the previous Wisdom Leadership class. |
| 8 | Review of Research on Global Wisdom | Groupwork and class discussion based on the contents of the previous Wisdom Leadership class. |
| 9 | Transdisciplinary Analogy（1） | Groupwork and class discussion based on the contents of the previous Wisdom Leadership class. |
| 10 | Transdisciplinary Analogy（2） | Groupwork and class discussion based on the contents of the previous Wisdom Leadership class. |
| 11 | Other Problem- Solving Approaches （1） | Groupwork and class discussion based on the contents of the previous Wisdom Leadership class. |
| 12 | Other Problem- Solving Approaches （2） | Groupwork and class discussion based on the contents of the previous Wisdom Leadership class. |
| 13 | Core Shared Concepts and Wisdom Development | Groupwork and class discussion based on the contents of the previous Wisdom Leadership class. |

| | | |
|---|---|---|
| 14 | Chief Philosophical Officer: Customizing the MBA for your Organization | Groupwork and class discussion based on the contents of the previous Wisdom Leadership class. |
| 15 | Student Presentations | Groupwork and class discussion based on the contents of the previous Wisdom Leadership class. |
| 履修上の注意・準備学習の内容（Remarks） | | |
| | | |
| 教科書（Textbook） | | |
| Reference documents will be distributed at each class. | | |
| 参考書（Reference books） | | |
| | | |
| 成績評価の方法（Evaluation） | | |
| Class attendance and participation （40%）, groupwork （30%）, final report （30%） | | |
| その他（Other） | | |
| | | |

| 科　目　名<br>(Course Name) | | | 単位<br>(Units) | 担当教員名<br>(Instructor) |
|---|---|---|---|---|
| マーケティング・イノベーション<br>Marketing Innovation | | | 2単位 | ヘンリー・アンダーセン<br>Henry Andersen |
| 開講区分（Semester） | 前期<br>Spring | 配当年次（Year） | | 1・2年<br>First or Second |

授　業　の　概　要　・　目　的（Course Overview）

Marketing innovation is the process of discovering new consumer needs and finding ways to fulfill them, as opposed to, for example, technological innovation, which is more company based rather than market based. Marketing innovation comes from listening closely to “unusual voices” of customers, recording them, and then trying to guess at meanings and then find patterns and themes from this ocean of random events. By going through this process one can uncover subconscious, unmet consumer needs, which in turn become the basis for new product/service development, new marketing communication strategies, and the like. This course is run in a workshop style, with student groups choosing a product or service category and then using the process step by step each week with the goal of discovering unmet needs and then developing innovative solutions to satisfy them.

マーケティング・イノベーションとは、組織の技術能力から創出される革新よりも、生活者の新たなニーズ発見から成り立つイノベーションを意味する。このニーズ発見は、市場の「意外な声」に耳を傾け、多量な「無作為」な情報からパターンと意味を引き出し、今まで潜在意識レベルにしかなかったニーズとウアンツを顕在化する。この発見をベースに、そのニーズに対応できる新製品やサービス、またはマーケティング・コミュニケーションなどのアイディアを創出し、興味深いものをさらに具体的に展開していく。授業は基本的に演習型で、受講生はある製品・サービスカテゴリーを選び、このプロセスを各段階で応用してみる。なお、授業は基本的に英語で実施するが、小グループ・ディスカッションなどでは日本語でも可能。教材は英語や日本語のものが毎回配布される。

| 授　業　内　容（Class Outline） | | |
|---|---|---|
| 1 | Overview of Marketing Innovation | Overview of the course. |
| 2 | Issue Analysis and Selection | Deciding what to focus on in the information gathering phase is perhaps the most important decision to be made. The marketing innovation approach starts from the viewpoint of the consumer and how to create true value for humankind. Students will be asked to handle certain human need categories which will then be put through the marketing innovation process. |
| 3 | Immersion （1）: Mining Existing Data | Existing market research and secondary research data can be revisited to first reach a common sense industry understanding of the human need area. Then the data can be analyzed and examined in new ways to reveal previously neglected or misread information. |
| 4 | Immersion （2）: Ethnography | Ethnographic research is a basis for looking at category needs. Students will be asked to gather ethnographic data through both audio and visual means. This data will be shared and analyzed in class. |

| | | |
|---|---|---|
| 5 | Immersion (3): Group and One-on-One Depth Interviews | Planning and holding group and one-on-one interviews on category needs, attitudes and emotions is another important part of the immersion process. Students will be asked to do interviews and share the results with the class. |
| 6 | Insight (1): Collecting and Selecting Nuggets | Information that is considered unusual, silly or even bizarre can often hide customer needs and wants that are more universal than at first glance. Therefore the selection of information "nuggets" that may hide valuable new insights is one of intentionally targeting the apparent outliers. The class will work together to select the most interesting nuggets to decode at the next stage. |
| 7 | Insight (2): Code Cracking | Finding meaning behind the selected nuggets requires a code-cracking process that finds possible hints in other worlds. Various processes are examined and applied in class. These include associations, metaphors and analogies, essential paradox, continuous story and personal analogy. |
| 8 | Insight (3): Discovering Outsights | From the mass of possible meanings generated, the process continues to synthesize the meaning through the discovery of themes and patterns common across all nuggets. These themes are not yet applied to the world of the consumer, so they are called outsights. Students will practice this process in class. |
| 9 | Insight (4): Synthesizing Insights | Finally, outsights are further synthesized and then force fitted back to the world of the consumer. This results in insights stated in the form of specific human needs or wants. Students will practice this process in class. |
| 10 | Invention (1): New Product / Service Offering | Once new insights have been uncovered, then the next step is idea generation to develop product / service improvements or new offering that meet these needs. This step will be practiced in class. |
| 11 | Invention (2): New Product / Service Offering | Continuation of the work from the first class. |
| 12 | Invention (3): New Communication Campaign and Channel Strategy | Along with actual changes in the offering, the communication campaign, and possibly the channel strategy, will have to be changed to reflect the new needs. This class will be a workshop to develop new communication concepts and channel approaches to serve these needs. |
| 13 | Invention (4): New Communication Campaign and Channel Strategy | Continuation of work from previous week. |
| 14 | Innovation: Making Inventions Reality | The unit will discuss how new products concepts and marketing approaches need to be sold inside the firm in order to make them happen. Discussion will center on methods to gain consensus within the organization to gather the resources and manpower to realize one's goals. |

| | | |
|---|---|---|
| 15 | Student Group Presentations | Students will make a presentation to the class on their group's new consumer insights and solutions to satisfy them.. This presentation can be in Powerpoint format, but can also be in audio-visual format such as a short documentary or Podcast. |
| 履修上の注意・準備学習の内容（Remarks） | | |
| | | |
| 教科書（Textbook） | | |
| Reference documents will be distributed at each class. | | |
| 参考書（Reference books） | | |
| | | |
| 成績評価の方法（Evaluation） | | |
| Class attendance and participation （40%）, groupwork （30%）, final report （30%） | | |
| その他（Other） | | |
| | | |

| 科　目　名<br>（Course Name） | | | 単位<br>（Units） | 担当教員名<br>（Instructor） |
|---|---|---|---|---|
| グローバル消費者価値とライフスタイル<br>Global Consumer's Value and Lifestyles | | | 2単位 | ヘンリー・アンダーセン<br>Henry Andersen |
| 開講区分（Semester） | 後期<br>Fall | 配当年次（Year） | | 1・2年<br>First or Second |

授　業　の　概　要　・　目　的（Course Overview）

The purpose of this course is to give students a broad understanding and appreciation for the differences in the daily lifestyles of people from around the world. As such the course can help build a stronger cross-cultural sensitivity that can be useful for all current and future global leaders and marketers, as well as provide a strong base for other courses like Multicultural Team Leadership and Global Marketing. After an introduction to research on cultural dimensions and country core values, the class will deal each week with different themes related to the daily life of people in any country. Each week select students will research a specific topic within the general theme and present their findings to the class. Then, towards the end of the semester students will form teams to research a specific country in more depth and develop new transcultural insights that they will share with the whole class in the last session.

世界各地域主要国の生活者価値観と日常の生活様式を紹介することが本科目の目的で、グローバル企業で勤めるマネジャーやマーケターに異文化に対する感受性を高めると同時に、自己価値観をより理解しながら視野を広める効果もある。授業で、「異文化次元」の研究を紹介した後、毎回その週のテーマ（飲食品、仕事観、レジャー、教育、結婚と家族生活等）と関係ある課題を特定の国に焦点を当てながら調査と分析を行い、結果をクラスの全員に発表する。最後にチームに分かれ、特定な国をより深く調査してから、新しい異文化のインサイトを発見する。なお、授業は基本的に英語で実施するが、小グループ・ディスカッションなどでは日本語でも可能。教材は英語や日本語のものが毎回配布される。

| 授　業　内　容（Class Outline） | | |
|---|---|---|
| 1 | Overview of Global Consumer Values and Lifestyles | Overview of the course. |
| 2 | Cultural Dimensions and Country Core Values | In this unit we review the works of Hofstede, Trompenaar and others in terms of their cultural dimension, as well as country core values to help understand some of the reasons for cultural differences. |
| 3 | Food and beverage | Students will research a specific topic within this general theme from a specific country and present their finding to the class. |
| 4 | Worklife and Commuting | Students will research a specific topic within this general theme from a specific country and present their finding to the class. |
| 5 | Education and religion | Students will research a specific topic within this general theme from a specific country and present their finding to the class. |
| 6 | Entertainment and travel | Students will research a specific topic within this general theme from a specific country and present their finding to the class. |
| 7 | Clothing and personal care | Students will research a specific topic within this general theme from a specific country and present their finding to the class. |
| 8 | Hobbies, volunteering and sports | Students will research a specific topic within this general theme from a specific country and present their finding to the class. |

| | | |
|---|---|---|
| 9 | Dating and Marriage | Students will research a specific topic within this general theme from a specific country and present their finding to the class. |
| 10 | Home and Family Life | Students will research a specific topic within this general theme from a specific country and present their finding to the class. |
| 11 | Healthcare and Senior Life | Students will research a specific topic within this general theme from a specific country and present their finding to the class. |
| 12 | Generating Cultural Insights （1） | Students will divide into teams to study one country of their choosing in more depth. The Transcultural Insights （TCI） methodology will be introduced. |
| 13 | Generating Cultural Insights （2） | Team members will research different topics of their chosen country and share information in this class. |
| 14 | Generating Cultural Insights （3） | TCI will be used to help decode the information from team members and new cultural insights will be developed. |
| 15 | Team Presentations | Teams will present their findings to the class, and discussion will follow. This presentation can be in Powerpoint format, but can also be in audio-visual format such as a short documentary or Podcast. |

履修上の注意・準備学習の内容（Remarks）

教科書（Textbook）

Reference documents will be distributed at each class.

参考書（Reference books）

成績評価の方法（Evaluation）

Class attendance and participation （40%）, groupwork （30%）, final report （30%）

その他（Other）

| 科　目　名<br>（Course Name） | | | 単位<br>（Units） | 担当教員名<br>（Instructor） |
|---|---|---|---|---|
| 多文化チームマネジメント<br>Multicultural Team Management | | | 2単位 | ヘンリー・アンダーセン<br>Henry Andersen |
| 開講区分（Semester） | 後期<br>Fall | 配当年次（Year） | | 1・2年<br>First or Second |

授　業　の　概　要　・　目　的（Course Overview）

This course is intended for those who work or expect to work in an international or multicultural environment. The aim is to develop skills for the future multicultural team leader through the study of topics like cultural dimensions and intercultural communication, as well as by proposing solutions to problems presented in small case studies involving situations with cross-cultural conflict.

本科目は，国際的な環境で働く、または今後働く可能性のある、学生を対象にしている。様々な国の文化的次元、異文化コミュニケーション問題、国際チームマネジメント問題などについて、演習を通じて解決策を提案しながら、多国籍チームリーダーとしてのスキルを身につける。地域ごとに、特定国の価値観などを勉強した上で、それらの国からきた人と問題が起きたときにどのように対応すべきかを、ケーススタディを活用しながら検討して行く。授業は基本的に英語で実施するが、小グループ・ディスカッションなどでは日本語でも可能。教材は英語や日本語のものが毎回配布される。

| 授　業　内　容（Class Outline） | | |
|---|---|---|
| 1 | Overview of Multicultural Team Management | Overview of the course. |
| 2 | Cultural Dimensions | In this unit we review the works of Hofstede and Trompenaar and their cultural dimensions. Students will rate themselves along the dimensions to see their positioning. |
| 3 | Intercultural Communication | This unit will cover the difference between high context vs. low context cultures, direct vs. indirect communication, and emotional vs, unemotional communication. Various strategies to overcome these differences will be discussed, with some exercises conducted in class. |
| 4 | Cross- cultural Negotiation and Meeting Facilitation Skills | This unit will cover some of the challenges involved in negotiating and conducting meetings abroad. Exercises will be conducted in class. |
| 5 | A Comparison of Japan and the US / other English speaking countries | This unit will cover the dominant values that are held by the people from these countries and how they affect the way you would interact with them in business situations. Critical incidents will be used as exercises for this class. |
| 6 | Managing People from Russia and Eastern Europe | This unit will cover the dominant values that are held by the people from these countries and how they affect the way you would interact with them in business situations. Critical incidents will be used as exercises for this class. |
| 7 | Managing People from China, Korea and Singapore | This unit will cover the dominant values that are held by the people from these countries and how they affect the way you would interact with them in business situations. Critical incidents will be used as exercises for this class. |

| | | |
|---|---|---|
| 8 | Managing People from Thailand, Indonesia and Malaysia | This unit will cover the dominant values that are held by the people from these countries and how they affect the way you would interact with them in business situations. Critical incidents will be used as exercises for this class. |
| 9 | Managing People from Latin America | This unit will cover the dominant values that are held by the people from these countries and how they affect the way you would interact with them in business situations. Critical incidents will be used as exercises for this class. |
| 10 | Managing People from Southern Europe | This unit will cover the dominant values that are held by the people from these countries and how they affect the way you would interact with them in business situations. Critical incidents will be used as exercises for this class. |
| 11 | Managing People from Northern Europe | This unit will cover the dominant values that are held by the people from these countries and how they affect the way you would interact with them in business situations. Critical incidents will be used as exercises for this class. |
| 12 | Managing People from India and Central Asia | This unit will cover the dominant values that are held by the people from these countries and how they affect the way you would interact with them in business situations. Critical incidents will be used as exercises for this class. |
| 13 | Managing People from the Middle East | This unit will cover the dominant values that are held by the people from these countries and how they affect the way you would interact with them in business situations. Critical incidents will be used as exercises for this class. |
| 14 | Managing People from Africa | This unit will cover the dominant values that are held by the people from these countries and how they affect the way you would interact with them in business situations. Critical incidents will be used as exercises for this class. |
| 15 | Student Presentations | Students will pick a topic on multicultural team management, research it, and make a short presentation to the class on key findings. This presentation can be in Powerpoint format, but can also be in audio-visual format such as a short documentary or Podcast. |

履修上の注意・準備学習の内容（Remarks）

教科書（Textbook）

Reference documents will be distributed at each class.

参考書（Reference books）

成績評価の方法（Evaluation）

Class attendance and participation （40%）, groupwork （30%）, final report （30%）

その他（Other）

| 科　目　名<br>(Course Name) | | | 単位<br>(Units) | 担当教員名<br>(Instructor) |
|---|---|---|---|---|
| ビジネス・プレゼンテーション・スキル<br>Business Presentation Skill | | | 2単位 | 佐　藤　由　紀<br>Yuki Sato |
| 開講区分（Semester） | 後期<br>Fall | 配当年次（Year） | | 1・2年<br>First of Second |

授　業　の　概　要　・　目　的（Course Overview）

Presentation is a critical form of communication in business. Increased presentation competency gives you more competitive advantages. According to the executive survey results, 80% or more of people answered that competency directly impacts their careers for several reasons. First, leaders are often called upon to make presentations to large numbers of people. Second, storytelling is the key to leadership and communication in business. Finally, whatever the situation, products are purchased, deals are closed, and corporate visions are admired, all with the help of presentations.

Course objectives: This course is designed to （1） provide you with essential strategy and competency to make winning and competitive presentations by logically convincing and emotionally moving other people, （2） help you to continue developing yourself after the course, and （3） increase your competitive advantage. Meanwhile the course will focus on development of story, design, and delivery. In particular, the emphasis is on the development of story as business presentations require utmost proficiency in outlining. The lectures are in English, however, Japanese can be used in small group discussions. The emphasis is on doing rather than learning. In several steps, psychological perspectives will also be added to better understand an audience's reaction.

| 授　業　内　容（Class Outline） | | |
|---|---|---|
| 1 | Overview of Business Presentation Skills | Overview of the course. |
| 2 | Preparation | This class will commence with the most critical process to make a successful presentation: Audience analysis and identification of a consistent key message. |
| 3 | Development of a Story – （1） Simplify | Simple but powerful techniques of coming up with ideas, grouping them, and identifying the core messages will be practiced. |
| 4 | Development of a Story – （2） Outline | This session will cover the quintessence of winning and competitive presentations: how to place messages in an order that it creates most impact to develop a winning story with motivating words. |
| 5 | Development of a Story – （3） Finalize | In this session, we will add supporting data, review it from a logical viewpoint, and visualize slides. Effective logical thinking methods will also be referred to. |
| 6 | Cross-cultural Mindset | This session will focus on how crucial a shift in mindset is when non-native speakers make a presentation in English to people of other cultures. Best ways to further develop English skills and to set right role models and goals will also be covered. |
| 7 | Student Presentations （1） | The interim deliverable for the course is a short presentation to the class. Details will be provided in the first class. |

| | | |
|---|---|---|
| 8 | Design – （1） Quantitative | To make a presentation very convincing, data and facts are most significant. This session will cover how to simplify to appeal most by showing multitudes of best examples. |
| 9 | Design – （2） Qualitative | Very essential components to a professional presentation will also be studied, which include using images and videos to tell stories, communicating with color, and presenting with type. |
| 10 | Integrity | This session will also cover perceptions important to global leaders, which include integrity, compliance, and business ethics. The case “do not use presentation for evil” will also be studied. |
| 11 | Delivery – Verbal Communication | As key to a successful presentation, overview of public speech, choice of better positive words, and key English expressions and phrases will be covered in this session. |
| 12 | Delivery – Non-verbal Communication | This session will focus on very critical non-verbal techniques to help you maximize performance by establishing a rapport with the audience. |
| 13 | Student Presentations （2） | The key deliverable for the course is a presentation to the class in English. Details will be provided in the first class. Presentations can be made either in PowerPoint or other formats. |
| 14 | | |
| 15 | Summary | Course conclusion and next steps |

**履修上の注意・準備学習の内容（Remarks）**

◇ The course is designed for non-native speakers to make business presentations in English for a global business environment. ◇ Throughout the course, PowerPoint will be used for the lecture.

**教科書（Textbook）**

**参考書（Reference books）**

（1）Making Business Presentations- Financial Times Essential Guide （by Phillip Khan-Panni, Pearson Education Ltd） （2） Prezentation Zen 2nd Edition （by Garr Reynolds, New Riders） Students are not obligated to purchase. Applicable pages will be distributed in each class as required.

**成績評価の方法（Evaluation）**

（1） Class attendance and participation 60% （2） Student presenations 40% （3） Short report 10%

**その他（Other）**

◇ According to the class size, each session may spare more slots for student presentations. ◇ The syllabus is also subject to accommodate adjustments according to the students’needs.

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 不動産金融工学 | | | 2単位 | 山　村　能　郎 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

本講義では，不動産投資・ファイナンスにおけるリスク分析，投資価値評価に関する定量的な問題を中心に取り扱う。金融市場に比較して情報制約の多い不動産市場に金融工学の手法を取り入れながら，モデルの利用法などについて学習していく。主な内容は，不動産投資のリスクとその評価，リスクプレミアム計算，不動産ビジネスのリスク計測とリスク管理，リアルオプションを利用した不動産評価などである。

## 授　業　内　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 概要 | 不動産金融工学とは？　金利・利回りと現在価値計算について学習する。 |
| 2 | 不動産のリスク | 不動産投資リスクの分類，リスクと超過リターンについて学習する。 |
| 3 | リスクとリスクプレミアム（1） | 賃料変動・空室リスクとリスクプレミアム・利回りとの関係。 |
| 4 | リスクとリスクプレミアム（2） | 資産価格変動とリスクプレミアム。 |
| 5 | 分散投資とポートフォリオ | 不動産投資と CAPM，不動産のポートフォリオ分析について学習する。 |
| 6 | 不動産の価値評価（1） | Cap-Rate モデルによる不動産価値評価法について学習する。 |
| 7 | 不動産の価値評価（2） | CAPM と Cap-Rate モデルの関係について解説。 |
| 8 | リアルオプションによる不動産評価（2） | 金融オプション評価法の解説。 |
| 9 | リアルオプションによる不動産評価（2） | 賃貸契約とリアルオプション，選択の価値，不確実性とオプション価値について学習する。 |
| 10 | リアルオプションによる不動産評価（3） | リアルオプション法による保有不動産の価値評価について学習する。 |
| 11 | 不動産ビジネスとリスク管理（1） | 企業としての不動産ビジネスとリスク計測について解説する。 |
| 12 | 不動産ビジネスとリスク管理（2） | リスクと資本コスト，収益管理とリスク管理について解説する。 |
| 13 | 不動産ビジネスとリスク管理（3） | 企業不動産の保有・利用と資本コスト・リスク管理について解説する。 |
| 14 | 不動産証券化 | REIT などの不動産証券化の仕組み・評価法について解説する。 |
| 15 | まとめ | |

## 履修上の注意・準備学習の内容

特になし。

## 教　科　書

特にしてしない。適宜，配布する講義資料に基づいて進める。

## 参　考　書

特に指定しないが，必要な図書については授業中に適宜指示する。

| 成　績　評　価　の　方　法 |
| --- |
| 出席点 40%，中間・期末レポート 60%で評価する |
| そ　の　他 |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 不動産ファイナンス論 | | | 2単位 | 山　村　能　郎 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

不動産の証券化市場の登場は不動産投資の形態を大きく変えるだけではなく，不動産の保有形態の変化を通して，企業経営そのものの変革をも促す大きな変革と位置づけられる。本講義では不動産の証券化市場の概要と不動産投資における資金調達の金利に関連する様々なリスクについて理解することを目的とする。

具体的には，住宅向けの Mortgage を中心に金利の決定要因と期限前償還リスクなどファイナンスに伴うリスク，固定金利ローンと変動金利ローンそれぞれにおける金利とバランスシートとの関係，ローンの市場価値について講義する。事業用不動産ではオフィス，店舗，工場施設など様々な不動産の生み出すキャッシュフローと投資価値，不動産価値の評価方法について考えるとともに，新規開発プロジェクト，既存不動産購入など投資タイプ別のファイナンス方法について事例を取り入れながら解説する。さらに，不動産の証券化や不動産ローン証券（Mortgage Backed Securities）になど不動産市場の証券化の方法について講義する。不動産の証券化では REIT（Real Estate Investment Trust）など証券化方法など，日本の証券化の仕組みについて解説する。また，不動産ローン証券市場では住宅ローンによる証券と事業用不動産を対象とした CMBS（Commercial Mortgage Backed Securities）の概要を説明するとともに，証券の価格評価や期限前償還リスクなど証券のもつリスクの評価について考える。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 不動産市場の構造（1） | 不動産の所有権市場，賃貸市場，不動産投資との関連について資本―コストアプローチによって整理する。 |
| 2 | 不動産市場の構造（2） | 不動産所有権市場，賃貸市場，建設市場の循環について静学的に考察する。 |
| 3 | 不動産事業におけるファイナンス | 不動産投資におけるファイナンスの特徴について概説する。 |
| 4 | ローン金利とリスク（1） | 固定金利ローン仕組みと分類，期限前償還リスクなどローンのリスクについて整理する。 |
| 5 | ローン金利とリスク（2） | 固定金利ローンにおけるインフレリスクなどリスクの回避方法について解説する。 |
| 6 | ローン金利とリスク（3） | 固定金利と変動金利の違いによるローン価値とリスクの関係について整理する。 |
| 7 | ローン金利とリスク（4） | ローンの組替えと資本コスト，ローンの市場価値，リスクの回避方法について考察する。 |
| 8 | 不動産の証券化 | 不動産事業リスクと不動産証券化の目的について解説する。また，投資家，オリジネーターにとっての証券化の意義についても説明する。 |
| 9 | SPC と証券化の制度 | SPC（特定目的会社）と証券化の関連など制度的な側面について説明する。 |
| 10 | 住宅ローン証券化（1） | 住宅ローン証券化の制度と特徴、発行された証券のリスク等について解説する。 |
| 11 | 住宅ローン証券化（2） | パススルー証券の他、トランチング構造とその特性、リスクコントロールの方法について解説する。 |

| | | |
|---|---|---|
| 12 | CMBS | CMBS（Commercial Mortgage Backed Security）の仕組みと効果について解説する。 |
| 13 | REIT | REIT の基本的な仕組みとその目的について解説するとともに，REIT マーケットについて解説する。 |
| 14 | 証券化の展望と課題 | 投資ヴィークルや不動産流通市場の課題など証券化市場の発展のための課題について整理する。 |
| 15 | まとめ | |

**履修上の注意・準備学習の内容**

講義前に講義資料を配付するので，必ず講義までに内容を把握することが求められる。
さらに，下記の参考図書をもとに各自で講義内容を自習することを強く勧める。

**教科書**

本講義では特に教科書を指定しない。適宜，講義用資料を配布し，それに基づき講義を進める。また，下記参考図書などを参考資料として使用する場合がある。

**参考書**

W.B. Brueggenman and J.D. Fisher, Real Estate Finance and Investment, McGraw-Hill/Irwin, 2002.
D. Geltner and N. G. Miller, Commercial Real Estate Analysis and Investment, South-Western, 2001.
G.R. Brown and G. A. Matysiak, Real Estate Investment: A Capital Markets Approach, Time-Prentice Hall, 2000

**成績評価の方法**

（1）　出席・課題の提出状況（40％）
（2）　期末レポート（60％）

**その他**

不動産投資における資金調達方法と不動産の証券化市場を解説しているので，関連する応用ファイナンスに関する授業科目を履修することが望ましい。

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| ストラクチャード・プロジェクト・ファイナンス | | | 2単位 | 山　下　明　男 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

本講座では，プロジェクトファイナンス及び不動産ファイナンスの分野で事業リスク評価，契約技術，ストラクチャーリング技術，税務会計分析等定量的・定性的な事業分析手法を解説するとともに，ケーススタディや演習を交え，実践的専門能力の養成を目的とする。 1．プロジェクトファイナンス

プロジェクトリスク評価，キャッシュフロー分析，技術評価，法制度分析，契約構造，建設リスク，操業リスク，担保権などプロジェクトファイナンスの基本要素について演習を交えながら解説する。ケーススタディとして風力発電事業，卸電力事業，廃棄物発電事業などの典型的プロジェクトファイナンスを取り上げ，演習を中心にして理解を深める。

わが国のプロジェクトファイナンス市場の中で中心となる PFI（Private Finance Initiatives）や PPP（Public Private Partnership）についてまずは公共側として法制度分析，VFM（Value for Money）分析，コンセッションプロセス構築を学び，次に民間側視点からの事業構築や事業評価のポイントを解説する。ケーススタディとして公立病院及び有料道路を取り上げ，官民の PPP のあり方を学ぶ。 2．不動産ファイナンス

DCF, cap rate, DSCR, LTV 等の不動産投資のキャッシュフロー分析手法，不動産投資の特質を解説し，開発型不動産ファイナンスの分析に必要な基礎知識を習得する。次に，開発型不動産ファイナンスにおける開発計画，建設リスク，市場（賃料変動）リスク等の分析とノンリコースファイナンスにおける契約技術やストラクチャーリング技術，税務会計，法制度技術（SPC 法，匿名組合，ケイマン SPC 等）について解説する。コンストラクションローンとパーマネントローンの各々のリスク分析と契約上のポイントを解説する。ケーススタディとしてオフィスビル，店舗，ホテルの複合開発を取り上げ，当該施設の収益力や賃料負担力の分析手法と当該不動産の価値分析を学ぶとともに，キャッシュフローモデルの作成を通じて金融・ストラクチャリング構築技術を習得する。

商業用不動産証券化（CMBS）についてもキャッシュフロー分析手法（LTV, DSCR），ストラクチャーリング上のポイント（出口戦略，真正譲渡性，税務会計等）市場分析などケーススタディを中心にしながら投資家，アレンジャーサイドに立った実践的専門知識を養成する。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | プロジェクトファイナンス概論 | プロジェクトファイナンスの基本的な考え方について講義し，それについての各自の認識について議論し，確認する。 |
| 2 | プロジェクトリスク評価，キャッシュフロー分析，契約構造（1） | プロジェクトファイナンスの基本要素であるプロジェクトリスク評価，キャッシュフロー分析，契約構造について解説する。投資分析についてはコーポレートファイナンス理論のレビューを行う。 |
| 3 | プロジェクトリスク評価，キャッシュフロー分析，契約構造（2） | プロジェクトファイナンスの基本要素であるプロジェクトリスク評価，キャッシュフロー分析，契約構造について解説する。投資分析についてはコーポレートファイナンス理論のレビューを行う。 |
| 4 | PFI・PPP 概論 | PFI（Private Finance Initiatives）及び PPP について公共側として法制度分析，VFM（Value for Money）分析，コンセッションプロセス構築を学び，次に民間側視点からの事業構築や事業評価のポイントを解説する。 |

| | | |
|---|---|---|
| 5 | ケーススタディ１，２（風力発電，廃棄物発電） | 典型的プロジェクトファイナンスの事例として風力発電と廃棄物発電を取り上げ，キャッシュフロー分析とともにリスク評価を行い，リスクマトリックスを作成し，議論する。 |
| 6 | ケーススタディ３，４（病院，有料道路） | PFI/PPP の代表事例として公立病院と有料道路事業を取り上げ，キャッシュフロー分析を通じて，リスク評価し，議論する。 |
| 7 | 不動産ノンリコースファイナンス概論 | 不動産ノンリコースファイナンス市場の現状及び特徴を解説する。 |
| 8 | 投資リスク評価，バリュエーション，税務会計分析 | 不動産ノンリコースファイナンス投資分析のための必要なバリュエーション，税務会計分析，ストラクチャー上のポイントにつき開発するとともに，理解を深めるための演習を行う。 |
| 9 | メザニンファイナンス/ディストレスインベストメント | メザニンファイナンス及びディストレスインベストメントにつき、市場環境プライシングにつき解説する。 |
| 10 | ケーススタディ５（複合開発） | オフィス，店舗，ホテルより構成される複合開発事例を取り上げ，キャッシュフロー分析，バリュエーションを行うと共に，ファイナンス条件を議論する。 |
| 11 | 不動産証券化概論 | 商業用不動産証券化（CMBS）についてキャッシュフロー分析手法（LTV, DSCR），ストラクチャーリング上のポイント（出口戦略，真正譲渡性，税務会計等）を解説し，議論をする。 |
| 12 | 商業用不動産証券化 | CMBS の個別事例としてオフィスビル，商業施設（店舗）を取り上げるとともに，倒産隔離問題を詳説し，議論を通じて理解を深める。 |
| 13 | 演習（不動産証券化） | 本社ビル証券化をテーマにアレンジャーとしてのオリジネーターへの提案書を作成し，チーム毎に発表し，議論する。 |

## 履修上の注意・準備学習の内容

Corporate Finance の基礎的知識をもっていること

## 教科書

特段なし

## 参考書

（1） Avinash K. Dixit & Robert S. Pyndyck ``Investment Under Uncertainty''（Princeton） （2） David Geltner & Norman G. Miller ``Commercial Real Estate Analysis and Investment''（South-western） （3） Richard A. Brealey and Stewart C. Myers ``Priciples of Corporate Finance''（McGraw-Hill） （4） 各種専門誌記事，論文他

## 成績評価の方法

成績の評価は以下のとおりとする。（1） 授業出席点（30%） （2） Take-home exam 成績点（50%） （3） 授業中での議論への参加および宿題（20%）

## その他

特段なし

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 不動産開発論 | | | 2単位 | 信　田　直　昭 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 1・2年 |

| 授　業　の　概　要　・　目　的 |
|---|
| 不動産開発、とりわけ東京ミッドタウンや六本木ヒルズ等に代表される大規模な都市開発事業は、豊かな国土形成の一翼を担う戦略拠点ですが、それらを単につくり続けるだけでは、身近な地域社会ですら豊かなものにすることはできません。また、そのような大規模プロジェクトの実現には、国土形成の上位計画との整合性はもとより、資金調達、用地取得、開発企画、近隣調整、設計・建設、経営管理・運営に至る多様なプロセスを経るため、膨大な時間と労力が必要となります。本講義では、不動産開発の実現過程を学ぶとともに、投資マネーで直結され世界同時多発的な乱高下要因を内在するグローバル経済下における不動産開発の将来展望を考えていきます。 |

| 授　　業　　内　　容 | | |
|---|---|---|
| 1<br>2 | 国土形成における上位計画と都市開発プロジェクトの役割（有効性と限界・課題） | 今回の一連の講義を始めるにあたり、豊かな国土形成に対する不動産開発とりわけ都市開発プロジェクトの役割・効用とその限界・課題を確認します。 |
| 3<br>4 | 都市開発プロジェクトの実現プロセスと時代変化への対応 | 都市開発プロジェクトの実現プロセスは極めて多様で重層的であるため膨大な時間と労力が必要となります。また一端竣工しても、社会経済環境等の変化に応じて常にダイナミックに変容していくことが求められます。本講義では、都市開発プロジェクトの実現・運用のダイナミズムに関して、六本木ヒルズ・アークヒルズを事例としてみていきます。 |
| 5 | 不動産会社・ディベロッパーの業態フレーム（公的組織、民間企業） | 不動産業界は、参入障壁が比較的低いため企業数は約 32 万社にも及びますが、大規模な都市開発プロジェクトを主導できる企業体は極一部に限られます。本講義では、「開発」、「流通」、「賃貸」、「管理」等の多様な業態で都市開発プロジェクトの実現を支える不動産業界の全体像を概観します。 |
| 6<br>7 | 都市開発プロジェクト事例研究（開発の経緯・コンセプト・手法・波及効果） | 都市開発プロジェクトは「敷地共同化の程度」と「開発用途の複合度合い」に応じて 4 つのカテゴリーに分類することができます。本講義では、東京を中心とした主要な大規模都市開発プロジェクト 20 事例を取り上げ、その実態、存在意義、今後の課題等について考えます。 |
| 8<br>9 | グローバル経済下における . 都市開発プロジェクトを巡る環境変化と諸問題 | 投資マネーで直結されたグローバル経済下における自国の実態経済は、世界各国の様々な状況変化により極めて大きな影響を受けてしまいます。そのため、このような変動しやすい環境下では、膨大な時間と労力が必要となる都市開発プロジェクトの実現難易度は大きく高まっているのです。本講義では、今後の国土形成に不可欠な都市開発プロジェクトを、誰がどのようにして担っていくのかに関して総合的視点から考えます。 |

| | | |
|---|---|---|
| 10<br>11 | 不動産の証券化・ファンドビジネスの現状・課題・将来展望 | バブル経済崩壊に伴う一連の金融制度改革を背景として、日本の不動産証券化が幕を開けました。しかし日本の不動産が金融商品化をつうじてグローバルマネーの投資対象になったことは、不動産価格の形成要因・サイクルに大きな変化を生じさせ、その影響は、日本経済の「潤滑油・底力」であった不動産担保価値に対する認識にも抜本的な見直しを迫っています。本講義では、このような環境激変に伴う「日本不動産の将来展望」に関して、専門外の素朴な疑問・視点から根本的に議論してみたいと思います。 |
| 12 | 不動産マネジメントビジネスの現状・課題・将来展望 | 豊かな国土形成の一翼を担う都市開発プロジェクトは、不動産投資としての安定したキャッシュフローが存在して始めてその役割を果たすことができます。そのキャッシュフローの安定・極大化を、賃貸管理、ビル管理、修繕改修工事等の経営管理業務をつうじて実現していくのが不動産マネジメントビジネスです。本講義では、竣工後の都市開発事業がその役割を果たすための原動力である不動産マネジメントビジネスを概観します。 |
| 13 | 不動産再生・リノベーションビジネスの現状・課題・将来展望 | 戦後 60 年間で、日本の住宅政策は量的充足を達成し「質」の時代に突入しています。成熟経済下の住宅政策は、従来のスクラップ＆ビルド型からリノベーション型に移行していきますが、約 30 年前の新耐震基準を満たす集合住宅の多くが阪神大震災に遭遇しても大きな被害を免れた事実は、地震国・日本における不動産再生・リノベーションビジネスの可能性を飛躍的に高めたといえるでしょう。本講義では、日本で漸く始ったばかりの不動産再生・リノベーションビジネスの最前線を概観します。 |
| 14<br>15 | グループ討論「：50 年後の日本」と都市開発・不動産業界はどのような変貌を遂げているか？ | 豊かな国土形成の一翼を担う都市開発・不動産事業は、産業経済・社会の「受け皿（サブシステム）」です。そのため、日本の都市開発・不動産業界は、今後の日本がどのような「型」を目指すのかによって規定されていきます。今回の一連の講義を締め括るにあたり、50 年後の日本と都市開発・不動産業界の姿を、2 回連続の討論形式で炙りだしてみたいと思います |

**履修上の注意・準備学習の内容**

レポート課題は、「50 年後の日本が現状の停滞から抜け出し大きく飛躍するためには、不動産・ディベロッパー業界は今から何をすべきなのか？」です。この課題を念頭に置き毎回の授業に参加してください。

**教　　科　　書**

なし（授業内容に沿った資料を毎回提示します）

| 参　　考　　書 |
| --- |
| ■「新しい時代のビルマネジメント/PART2（2002.7）」（日本ビルヂング協会連合会ほか）<br>■不動産投資ゲーム（ウィリアム・ポルブー/ジェフリー・クルクシャンク/社団法人不動産証券化協会 日経 BP 社）<br>■「ヒルズ　挑戦する都市」（森稔　朝日新部出版）<br>■「不動産白書」（CBRE）<br>■「キャッシュフロー時代のビル経営/プロパティマネジメントの実務と証券化不動産の利回り向上策」（信田直昭　住宅新報社）<br>■「オンリーワン時代の不動産マネジメントビジネス～デフレ克服のキャッシュフロー管理～」（信田直昭/不動産マネジメントビジネス研究会　住宅新報社）<br>■「不動産経営管理業務 出納・会計項目一覧及び解説（2004.9）」（日本ビルジング協会連合会ほか） |
| 成　績　評　価　の　方　法 |
| 出席・平常点：50%、レポート：50%（課題：50 年後の日本が現状の停滞から抜け出し大きく飛躍するためには、不動産・ディベロッパー業界は今から何をすべきなのか？） |
| そ　　の　　他 |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 都市計画論 | | | 2単位 | 山　村　能　郎 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

都市計画制度および地域計画制度は不動産市場・不動産価格に多大な影響を及ぼしている。都市計画制度は土地・不動産に対する規制の側面を有しているが，その根拠は不動産という財が相互に空間的な影響を及ぼしあう「外部性」に起因している。本講義では，都市計画制度の各論を解説するとともに，広く実施されている具体的な政策・計画と不動産価値との関係について議論する。また，家計や企業の価値観，行動が大きく変化する中でより各主体の意思を直接制度に反映させる仕組みである住民参加の制度などについてもそのプロセスや不動産価値との関連について考察する。

## 授　業　内　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 都市計画制度の背景 | 都市の発達と計画制度 |
| 2 | 都市問題 | 景観問題，住環境問題など計画制度関連する課題について概観する |
| 3 | 都市計画制度（1） | 全体計画の枠組み・立案，土地利用計画 |
| 4 | 都市計画制度（2） | 土地利用計画，交通計画 |
| 5 | 都市計画制度（3） | 環境計画，景観計画および各計画のための需要予測モデル |
| 6 | 都市計画制度（4） | 計画の財源と法制度 |
| 7 | 都市計画制度（5） | 土地利用規制（用途規制と形態規制）と不動産価格 |
| 8 | 都市計画事業と不動産価格 | 再開発、区画整理等の都市計画事業の効果と不動産価値に与える影響について解説 |
| 9 | 土地区画整理事業 | 土地区画整理事業のプロセスとその効果 |
| 10 | 市街地再開発事業（1） | 市街地再開発事業の概要 |
| 11 | 市街地再開発事業（2） | 市街地開発事業の効果 |
| 12 | 開発利益の還元 | 都市計画事業の必要性と不動産価格への影響，キャピタルゲインの還元論について解説する。 |
| 13 | コンパクト化 | コンパクトシティについての概説 |
| 14 | 都市再生 | まちづくり三法（大店法、中心市街地活性化法、都市計画法）と都市再生について解説 |
| 15 | まとめ | |

## 履修上の注意・準備学習の内容

## 教　科　書

特に指定しない。適宜，資料等を配布しながら講義を進める。

## 参　考　書

講義中に適宜紹介する。

## 成　績　評　価　の　方　法

（1）　出席（40%）　（2）　報告・レポート（60%）

## そ　の　他

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 不動産私法・税制 | | | 2単位 | 村　木　信　爾 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

**授　業　の　概　要　・　目　的**

不動産はわれわれの生活と活動の基盤であり，また企業にとって貴重な経営資源である。
本講義では，不動産に関する理解を深めるために，不動産の法律的側面のうち，おもに私法および税法に焦点を合わせて基本的な概念につき解説する。前半は民法を中心とし、不動産取引において基礎となる、民法総則、物権法、債権法および借地借家法、建物の区分所有に関する法律等を取り上げる。後半は、不動産に関する税法を横断的に取り上げ、実際に身近な特例の計算をできるようにする。また、不動産と税に関する判例、審判例を取り上げる。
　不動産の基本的知識を持たない受講者にもわかりやすい講義を心掛けたい。

**授　　業　　内　　容**

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 不動産関連私法（1） | 不動産概説および不動産に関する民法の基礎<br>不動産売買契約や賃貸借契約の基礎になる民法総則、物権法、債権法について、制限能力者制度、代理、登記、所有権、担保物権、債務不履行、危険負担、瑕疵担保責任など。（判例にも多く言及） |
| 2 | 不動産関連私法（2） | 同上 |
| 3 | 不動産関連私法（3） | 同上 |
| 4 | 不動産関連私法（4） | 借地借家法、借地非訟事件等について学習し , 借地権、底地、賃料の本質にもついて議論する。 |
| 5 | 不動産関連私法（5） | マンション法（建物の区分所有に関する法律）を中心に、所有権の集団所有的、共有的側面に焦点をあてて学習する。 |
| 6 | 不動産関連公法 | 不動産取引の基礎である宅地建物取引業法等公法についての概略 |
| 7 | 不動産売買契約・不動産賃貸借契約 | 典型的な不動産売買契約、不動産賃貸借契約における条項を逐条的に検討し、学習した法概念の具体的活用を目指す。 |
| 8 | 判例研究（1） | 不動産売買関連，借地借家法関連，境界線，私道の問題等 |
| 9 | 不動産の税（1） | 不動産に関する税、購入、売却時の税（居住用資産譲渡の特例等） |
| | 不動産の税（2） | 保有時の税（固定資産税等） |
| 10 | 不動産の税（3） | 借地権に関する税 |
| 11 | 不動産の税（4） | 相続時の税、等価交換時の税他　および相続税路線価による不動産評価 |
| 12 | 不動産の税（5） | 同上 |
| 13 | 不動産の税（6） | 中小企業の事業承継と税（事業承継時における税務と不動産コンサルティング） |
| 14 | 判例研究（2） | 租税関連判決，裁決研究 |
| 15 | まとめ | 税と不動産に係る諸問題<br>（実務者による講演に替える場合あり） |

| 履修上の注意・準備学習の内容 |
| --- |
| 不動産に関して初心者でも基礎知識が得られるように配慮する。特に前提とする知識は要求しない。 |
| 教　　科　　書 |
| 特に指定せず随時プリント等を配布する。 |
| 参　　考　　書 |
| 「不動産の評価　権利調整と税務」鵜野和夫（清文社）テーマに応じて適宜授業にて紹介する。 |
| 成　績　評　価　の　方　法 |
| (1)　出席（30%）　(2)　期末レポート等（70%） |
| そ　　の　　他 |
| 「不動産基礎」の内容とオーバーラップするテーマが若干あるが、本講座ではより深く掘り下げる。 |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 不動産投資論 | | | 2単位 | 山　村　能　郎 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

不動産投資にも金融投資と同様に，合理的な判断基準に基づく投資判断が求められている。

本講義の目的は，投資対象としての不動産市場の概要と不動産投資基準および投資に伴うリスク分析についての理解を深めることにある。まずはじめに，不動産市場と他の金融市場との比較から不動産市場の特性について議論する。不動産のリスク分析として CAPM （Capital Asset Pricing Model）を中心にポートフォリオ理論におけるリスクの概念とリスク―リターンの関係を解説するとともに，不動産投資への適用方法について考察していく。また，不動産投資から生じるキャッシュフローの評価と税制など政策の影響分析とともに，IRR （Internal Rate of Return）, DCF（Discounted Cash Flow）法，シミュレーション分析に基づくダイナミック DCF 法などの不動産価値の評価手法とその問題点について解説を加える。さらに，分譲事業と賃貸事業を対象に投資収益を最大化するような最適戦略について，事業収益と事業リスクを考慮に入れた投資の最適時点問題についても解説を行う。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 不動産投資と不動産市場 | 不動産投資を行う目的，および他の金融資産との比較から不動産投資の特性を整理する。 |
| 2 | 不動産の価値と価格 | 不動産の保有から生じる収益に基づく不動産価値と市場での取引価格である不動産価格との違いについて解説する。 |
| 3 | 投資の決定基準 | 収益性指標，安全性指標など不動産投資における投資決定基準の分類について解説する。 |
| 4 | DCF 分析（1） | 正味現在価値法や内部収益率法など不動産投資における DCF（Discount Cash Flow）法の基本構造について解説する。 |
| 5 | DCF 分析（2） | DCF 分析を適用した分析事例を採り上げ，DCF 法の理解を深める。 |
| 6 | ダイナミック DCF 分析（1） | DCF 法の問題点について整理するとともに，DDCF（Dynamic Discount Cash Flow）法の必要性および基本構造を解説する。 |
| 7 | 投資リスクの分類 | 不動産投資におけるリスクを整理するとともにリスクマネジメントの方法について解説する。 |
| 8 | 投資のリスクとリターン | 投資リスクとリターンの関連性、投資家の選好について解説する。 |
| 9 | CAPM（1） | CAPM（Capital Asset Pricing Model）の概略について解説する。 |
| 10 | CAPM（2） | CAPM の利用法について概説する。 |
| 11 | 投資の最適時点 | 投資の最適時点問題について，決定論的アプローチ基づいて開発時点と不動産価格，不動産価格の時間経路について議論する。 |
| 12 | 分譲事業の投資戦略 | 不動産分譲事業を対象に分譲事業による企業収益，ならびに事業リスクについて整理する。<br>さらに，用地購入および分譲時期の最適戦略について考える。 |
| 13 | 賃貸事業の投資戦略 | 不動産賃貸事業を対象とした開発戦略について，事業リスクおよび最適開発時点などについて考察する。 |

| | | |
|---|---|---|
| 14 | 不確実性下における投資戦略 | 投資時点の待機オプションなど不確実性下における投資を考える。 |
| 15 | まとめ | |

| 履修上の注意・準備学習の内容 |
|---|
| 講義前に講義資料を配付するので，必ず講義までに内容を把握することが求められる。<br>さらに，下記の参考図書をもとに各自で講義内容を自習することを強く勧める。 |
| **教　　科　　書** |
| 本講義では特に教科書を指定しない。適宜，講義用資料を配布し，それに基づき講義を進める。また，下記参考図書などを参考資料として使用する場合がある。 |
| **参　　考　　書** |
| W.B. Brueggenman and J. D. Fisher, Real Estate Finance and Investment, McGraw-Hill/Irwin, 2002.<br>D. Geltner and N. G. Miller, Commercial Real Estate Analysis and Investment, South-Western, 2001. |
| **成　績　評　価　の　方　法** |
| （1） 出席状況（40%） （2） レポート（60%） |
| **そ　　の　　他** |
| 関連する応用ファイナンスに関する授業科目を履修することが望ましい。 |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| プロパティ・マネジメント論 | | | 2単位 | 村　木　信　爾 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

バブル崩壊後，不動産証券化の普及に伴い，不動産の所有と経営の分離が現象として顕著になった。本講義では，主にＪリート等の資産の現場における運営を専門的に担うプロパティマネジメント，およびより広い概念で一般事業会社が保有する不動産のマネジメントを含むファシリティマネジメントについて概説する、基本的には、管理の質とコストが最適な組み合わせになるためにはどのようにすればよいか、その結果、財務、経営にどう影響を与えるか、ということが本講義のテーマである。これらはCRE 戦略においても重要な概念である。適宜ゲストスピーカーを迎える予定。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 概説（1） | 不動産事業環境の変化，アセットマネジメント，プロパティマネジメントの意義 |
| 2 | 概説（2） | リスクマネジメント，ライフサイクルマネジメント，プロパティマネージャーの役割等 |
| 3 | ビルメンテナンス（１） | 清掃，設備，保安警備，環境衛生業務等<br>ビル管理に関する法律 |
| 4 | ビルメンテナンス（２） | 同上 |
| 5 | コンストラクションマネジメント | 大・中規模修繕計画の策定，実施等 |
| 6 | リーシングマネジメント | テナント誘致，契約管理等 |
| 7 | ファシリティマネジメント（FM）概説 | 意義，体系，統括マネジメント等 |
| 8 | FM 各論（1） | FM 目標管理 |
| 9 | FM 各論（2） | FM 財務評価 |
| 10 | FM 各論（3） | FM 品質評価、利用者満足度評価、FM 供給評価<br>FM 戦略、プロジェクト管理、運営管理等 |
| 11 | FM 各論（4） | 同上 |
| 12 | 建物の価値 | 建物の価値にＰＭ，ＦＭがどう影響するかについて |
| 13 | 実務家による講演 | |
| 14 | アウトソーシング概論 | どこまでアウトソーシングするか、内製化するか、どのような業務がアウトソーシングに適しているか等を議論する。 |
| 15 | まとめ（今後の PM/FM） | CRE 戦略と PM，FM 等，サービス業としての PM，FM 業務のありかた等 |

## 履修上の注意・準備学習の内容

不動産に関して初心者でも基礎知識が得られるように配慮する。特に前提とする知識は要求しない。

## 教　　科　　書

特に指定せず随時プリント等を配布する。

| 参　　考　　書 |
| --- |
| 『総解説ファシリティマネジメント』FM 推進連絡協議会編　日本経済新聞社<br>『総解説ファシリティマネジメント（追補版）』FM 推進連絡協議会編　日本経済新聞社<br>『不動産管理工学』石塚義高　清文社，その他適宜授業にて指定する。 |
| 成　績　評　価　の　方　法 |
| （1）　出席（30%）　（2）　期末レポート等（70%） |
| そ　　の　　他 |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 不動産鑑定評価 | | | 2単位 | 奥　田　かつ枝 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

所有不動産の実態を把握し，その経済価値を分析・判断することが企業の経営戦略上，不可欠のものとなっている。一方で，不動産は個別性が極めて高い資産であり，価値評価にあたっては，個々の不動産に起因する各種の問題への対応が必要となる。

本講義においては，不動産の経済価値を把握するための公的な基準として位置づけられている不動産鑑定評価基準を参考に，評価手法について解説を行うとともに，実務的に直面する様々な価値評価上の論点をとりあげ，不動産評価にかかる評価実務力を身につけることを目指す。社会経済の中で不動産の評価が求められる具体的局面について例をあげ，当該局面における鑑定評価の法的，実務的意義についてもとりあげる。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 全体講義ガイダンス | 不動産の経済価値を把握するにあたっての基本的考え方について概説。また，講義全体の概要及び鑑定評価制度について説明する。 |
| 2 | 不動産の種別及び類型 | 不動産の種別及び類型にかかる基本について |
| 3 | 不動産の価格を形成する要因と不動産の価格に関する諸原則 | 不動産の価格形成要因が不動産の価格に与える影響と価格に関する諸原則の理解及び意見交換 |
| 4 | 鑑定評価の基本的事項 | 評価にあたって基本的に確定すべき事項と条件設定にあたっての論点 |
| 5 | 地域分析及び個別分析 | 不動産の市場分析に相当する地域分析及び個別分析のあり方について |
| 6 | 鑑定評価手法（1）原価法 | 不動産の価格を求める鑑定評価の手法のうち原価法について，手法の特性と，昨今の市場における位置づけにかかる論点 |
| 7 | 鑑定評価手法（2）取引事例比較法 | 取引事例比較法について，その概要と，当該手法の考え方の他の評価手法への活用について |
| 8 | 鑑定評価手法（3）収益還元法 | 収益還元法について，その基本的概念と実務上の様々の論点について |
| 9 | 鑑定評価手法（4）収益還元法 | 評価ニーズと課題についての意見交換 |
| 10 | 賃料を求める鑑定評価 | 賃料評価における基本的手法について |
| 11 | 市場環境の変化に対応する鑑定評価（1） | 投資用不動産の評価，あるいは倒産法制における評価等市場環境に応じて必要とされる鑑定評価ニーズと評価の特性等について |
| 12 | 市場環境の変化に対応する鑑定評価（2） | 前回とりあげたテーマに関し，実務上の問題としての指摘事項及びそれらの対応における論点について |
| 13 | 地価公示，地価調査，相続税路線価評価，固定資産税評価など | 土地の取引にあたっての指標となる価格として，また課税上の評価額の基礎となる価格として，地価公示，地価調査，相続税路線価，固定資産税評価が行われている。これらにかかる評価概要について |
| 14 | 評価演習 | 評価事例について、必要に応じて現地調査を行い、価格形成要因の分析を行う |

| | | |
|---|---|---|
| 15 | 評価演習 | 評価事例について、価格評価を行う |

| 履修上の注意・準備学習の内容 |
|---|
| 不動産にかかる実務経験は特に必要としないが，不動産にかかる基礎的知識のある者の受講が望ましい |
| **教科書** |
| 新・要説不動産鑑定評価基準<br>監修：（社）日本不動産鑑定協会<br>編著：調査研究委員会鑑定評価理論研究会<br>発行：（株）住宅新報社 |
| **参考書** |
| 補助資料は，必要に応じ，授業において配布する |
| **成績評価の方法** |
| 学期末のレポート（50%），出席状況（30%），授業への取り組み状況（20%）により評価を行う |
| **その他** |
| 特になし |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 空間経済分析 | | | 2単位 | 山　村　能　郎 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

不動産市場の構造をミクロ経済学的な観点から解説する。市場メカニズムによって都市の中心部における不動産市場が密度が高く高度利用される理由や土地利用のメカニズムについて考察する。不動産の価格（地価やレント）は家計・企業などの競争の結果であり，その価格が都市の構造を規定していることを理解することが目的のひとつである。その構造を理解すれば，経済成長がもたらす不動産市場への影響，あるいは公共事業や土地利用規制などの政策が市場にもたらす影響をより深く理解することができる。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | ミクロ経済的な視点 | ミクロ経済学的な視点から不動産市場の参加者の行動を考える。 |
| 2 | 効用最大化と不動産価値（1） | 家計や企業の行動様式からこれらの主体の不動産に対する bit price（付け値）を考える。 |
| 3 | 効用最大化と不動産価値（2） | 経済環境などの外的要因が変化した場合の bit price の変化について考察する。 |
| 4 | 不動産の市場価格 | 各主体の不動産の付値価格と市場価格の関係について考察する。 |
| 5 | 不動産価格と土地利用（1） | 不動産の価格と土地利用が同時決定されるメカニズムについて考察する。 |
| 6 | 不動産価格と土地利用（1） | 多様な主体が立地する都市内での不動産の価格と土地の占有主体との関係について考察する。 |
| 7 | 経済成長と不動産市場 | 経済成長によって企業利益や家計所得変化が不動産市場に与える影響について考察する。 |
| 8 | 公共投資と不動産市場 | 公共投資や土地利用規制が不動産市場に与える影響について考察する。 |
| 9 | 企業行動と不動産市場 | 企業立地と企業の不動産に対する付け値の関係について解説する。 |
| 10 | 産業構造の変化と不動産市場 | 企業の土地利用形態の変化と不動産市場の変化について考える。 |
| 11 | 都市集積と都市規模（1） | 大都市へ人・モノ・カネが集積する要因について考察する。 |
| 12 | 都市集積と都市規模（2） | 都市に立地する企業や住民にとっての望ましい都市サイズについて理論的に考察する。 |
| 13 | 都市集積と都市規模（3） | 現実の都市のサイズと望ましい都市サイズの差について考察する。 |
| 14 | 都市政策 | 望ましい土地利用（都市空間）と都市規模を目指すための種々の政策について議論する。 |
| 15 | まとめ | |

## 履修上の注意・準備学習の内容

書籍，論文等の資料等適宜配布し，輪読することも予定している。

| 教　　科　　書 |
| --- |
| 「都市と不動産の経済学」，Denise DiPasquale, William C. Wheaton，創文社 |
| 参　　考　　書 |
| 適宜，紹介する。 |
| 成　績　評　価　の　方　法 |
| （1）　出席状況（40%）　（2）　報告・レポート（60%） |
| そ　　の　　他 |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 不動産市場分析 | | | 2単位 | 山　村　能　郎 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

不動産市場を都市・地域全体のミクロ経済学・マクロ経済学的な観点から解説する。地域で集計化された不動産市場の指標を利用して，住宅市場あるいはオフィス市場における経済成長と不動産市場の循環，家計・企業といった経済主体と不動産との関係，住宅やオフィスの需要予測についてのモデル分析・方法を解説する。また、政府など公的主体の市場への影響を規制、公共投資といった観点から解説する。

## 授　業　内　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | マクロ的視点からみた不動産市場 | 個別の不動産ではなく集計化された不動産市場を概観する。 |
| 2 | 企業立地と不動産価格 | 様々な企業の立地活動とその結果としての不動産価格との関係について解説する。 |
| 3 | 住宅立地 | 家計の立地行動と不動産価格との関係について解説する。 |
| 4 | 不動産市場とマクロ経済 | マクロ的な経済変動と不動産市場関係について解説する。 |
| 5 | 不動産市場と金融制度 | 不動産市場と不動産金融の制度との関連について考察する。 |
| 6 | 住宅市場 | 住宅市場の特性と傾向について理解する。 |
| 7 | 住宅市場と景気変動（1） | 住宅市場の循環メカニズムを説明するモデルを解説する。 |
| 8 | 住宅市場と景気循環（2） | 具体的な市場循環モデルをシミュレーションを通して，市場参加者の期待形成と市場の循環が連動していることを確認する。 |
| 9 | オフィス市場 | オフィス市場の特性と傾向について説明する。 |
| 10 | オフィス市場と景気循環（1） | オフィス市場の循環メカニズムを説明するモデルを解説する。 |
| 10 | オフィス市場と景気循環（2） | オフィス市場の循環と不動産価格変動の関連について解説する。 |
| 12 | 工業用不動産市場 | 工業用不動産市場の特性と傾向について説明する。 |
| 13 | 政府・自治体と不動産市場 | 自治体などの公的部門が公共支出・規制によって直接・間接に不動産市場に与える影響について考える。 |
| 14 | 開発規制と外部性 | 不動産の価格は近隣の不動産と相互に影響を与えているが，その外部性と自治体あるいは住民間で制定される開発規制と不動産価格との関係について解説する。 |
| 15 | まとめ | |

## 履修上の注意・準備学習の内容

書籍，論文等の資料等事前配布し，授業中において内容を議論する。受講生には配布した資料の担当部分の報告を義務づける。「空間経済分析」を履修していることが望ましい（もちろん，履修していなくてもよい）。

## 教　科　書

「都市と不動産の経済学」，Denise DiPasquale, William C. Wheaton，創文社

## 参　考　書

適宜紹介する。

| 成　績　評　価　の　方　法 |
| --- |
| （1） 出席状況（40%） （2） 報告・レポート（60%） |
| そ　　の　　他 |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 不動産価格分析論 | | | 2単位 | 村　木　信　爾 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

本講座の前半では，不動産鑑定評価の基礎に加え，ＤＣＦ法、統計分析の基礎など，受講者が不動産の投資価値を分析する際に使用する不動産価格分析手法を学習する。

後半は限定価格、共同ビル、賃料、借地権、底地等の評価や、事業評価と不動産評価（ホテル、商業施設），環境配慮型不動産の価値などを取り上げる。

以上の学習を受講者自ら適宜演習問題を解きながら深めていき、実務においても使えるようになることを目的とする。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 不動産評価概論 , 不動産マクロ市場分析 | 不動産評価の基礎理論や評価手法を不動産鑑定評価基準に従って学習するとともに、需要面、供給面からの不動産マーケット分析の基礎を学ぶ。 |
| 2 | 対象不動産の個別分析 | 対象不動産の個別的要因の分析、デュ-ディリジェンス（土地建物の物的・法的・経済的調査）など |
| 3 | 投資用不動産の価格分析（１） | 不動産鑑定評価基準における原価法・取引事例比較法。特に建物価値の評価 |
| 4 | 投資用不動産の価格分析（２） | 鑑定評価基準による収益還元法（直接還元法と DCF 法） |
| 5 | 投資用不動産の価格分析（３） | 開発業者の商業開発における土地の素地価格についての開発法およびＤＣＦ法（開発賃貸型） |
| 6 | 投資用不動産の価格分析（４） | DCF 法小演習（自らエクセルシートでＤＣＦ法の表を作成し、簡単な感度分析ができるようになる） |
| 7 | ヘドニックアプローチ（１） | 統計分析の基礎（最低限必要な統計分析手法の基礎を学び、次回の回帰分析の演習の基礎とする） |
| 8 | ヘドニックアプローチ（２） | 価格形成要因の統計分析小演習（エクセルシートの回帰分析ツールを用いマンションの価格や賃料評価の分析を行う） |
| 9 | 限定価格、共同ビル等 | 限定価格（隣地買収や借地人による底地買収時等における評価）、共同ビルの評価（小演習） |
| 10 | 賃料評価等 | 新規賃料、継続賃料の評価（小演習） |
| 11 | 借地権、底地 | 借地権、底地の評価等 |
| 12 | 環境関連不動産評価 | 環境配慮型不動産の評価（環境配慮した不動産は価値が上がるかどうか検討） |
| 13 | 事業評価と不動産評価（1） | 事業評価と不動産評価（ホテル、商業施設、物流施設） |
| 14 | 事業評価と不動産評価（2） | 同上（有料老人ホーム、病院） |
| 15 | まとめ | まとめおよび不動産鑑定評価基準の改定における論点整理 |

## 履修上の注意・準備学習の内容

## 教　　科　　書

特に指定せず随時プリント等を配布する。

| 参　　考　　書 |
| --- |
| テーマに応じて適宜授業にて紹介する。 |
| 成　績　評　価　の　方　法 |
| （1）　出席（30%）　（2）　討論への参加（20%）　（3）　期末レポート等（50%） |
| そ　　の　　他 |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 不動産プロフェッショナルサービス論 | | | 2単位 | 村　木　信　爾 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 1・2年 |

授　業　の　概　要　・　目　的

バブル崩壊後の不良債権処理，不動産証券化の始まり，J-REIT の登場等，不動産を取り巻く劇的な環境変化により，不動産に関連するビジネスにおいても真のプロフェッショナルが求められる時代になった。

不動産関係業務に携わるプロフェッショナルには，宅地建物取引主任者，不動産鑑定士，ファシリティマネージャー，土地家屋調査士，マンション管理士などの不動産関連の資格保有者のほか，不動産を扱う税理士，公認会計士，弁護士，中小企業診断士などの資格保有者も含まれると考える。また専門資格はなくても企業，公共団体などの組織内において，CRE 戦略，PRE 戦略や不動産管理，売買等に携わる経営層，担当者も不動産プロフェッショナルの一員であるといえる。

本講義では，これらの不動産プロフェッショナルおよびそれを目指す人，あるいは不動産プロフェッショナルに業務を依頼する立場になる人を対象に，サービスの基礎から，求められる専門サービスのありかたについて，サービスマーケティングや専門職業家としての法的義務と責任等の観点から，具体例を交えながら議論する。

| 授　業　内　容 | | |
|---|---|---|
| 1 | 総論 | 講義全体の概説，サービス概論 |
| 2 | サービス概論（1） | サービスの性質，サービス品質，顧客価値，サービスリカバリー等 |
| 3 | サービス概論（2） | 同上 |
| 4 | プロフェッショナルサービス | プロフェッショナルサービスの特徴，分類 |
| 5 | 不動産仲介（流通）サービス（1） | 主に宅地建物取引主任者のプロフェッショナルサービスにつき，サービスマーケティングの観点と専門家責任の観点から議論する。 |
| 6 | 不動産仲介（流通）サービス（2） | 同上 |
| 7 | 不動産評価，不動産管理，建築関係サービス等 | 主に不動産鑑定士，ファシリティマネージャーのプロフェッショナルサービスにつき，サービスマーケティング的観点と専門家責任の観点から議論する。 |
| 8 | 中間発表会 | 中間のプレゼンテーション，ディスカッション |
| 9 | 税務・会計サービス・法務サービス | 税理士，会計士，弁護士のサービスとは何か。主に税理士のプロフェッショナルサービスにつき，サービスマーケティングの観点と専門家責任の観点から議論する。 |
| 10 | 組織内プロフェッショナル（1） | 不動産に関連する業務に携わる組織内のプロフェッショナルのサービス等 |
| 11 | 組織内プロフェッショナル（2） | 同上 |
| 12 | ＣＲＥ戦略に係るサービス | ＣＲＥ戦略に関わる多くのプロフェッショナルに係るサービスについて |
| 13 | 最終課題発表会 | 最終課題のプレゼンテーション，ディスカッション |
| 14 | 最終課題発表会 | 同上 |
| 15 | まとめ | まとめまたは実務家外部講師による講演 |

| 履修上の注意・準備学習の内容 |
| --- |
| 特になし |
| 教　　科　　書 |
| 特に指定せず。随時プリント等を配布。 |
| 参　　考　　書 |
| 『専門家責任訴訟法』（青林書院）川井，塩崎 「プロフェッショナルサービスファーム」（東洋経済新報社）デービット・マイスター著<br>随時指定 |
| 成　績　評　価　の　方　法 |
| 出席（20%）<br>討論への参加（20%）<br>期末レポート等（60%） |
| そ　　の　　他 |
| |

| 科　目　名 | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|
| CRE（企業不動産）マネジメント | | 2単位 | 村　木　信　爾 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

CRE（企業不動産）マネジメント（CRE 戦略）とは，「企業の事業継続に用いる事業用不動産を，全社的経営戦略に沿って総合的，戦略的に再構築することによって，不動産の潜在価値を引き出し，企業価値の増大の実現を図るための戦略」である。言い換えれば，企業の事業用不動産や投資用不動産について，〈1〉全社的経営戦略，財務戦略，マーケティング戦略等との整合性を考え，〈2〉その戦略に適合するように売買，有効利用，ファイナンスなどの不動産ソリューションを実行し，〈3〉実際に利用，保有する不動産の管理，利用の合理性，効率性を高めることである。CRE 戦略は経営戦略の一部であり，企業は何らかの形でこれに関わっている。

本講義は，各企業の経営者，財務担当者，不動産担当者等が，その保有する不動産の重要性を認識し、重要な経営資源として活用できるように，また不動産のプロフェッショナルが顧客である企業の経営層等に対して，企業経営の視点をもって不動産のコンサルティングができるように，その基礎知識を提供し、受講者が自ら所属する組織にとっての CRE 戦略を考えられるようになることを目指す。なお、経営主体が私企業ではなく公共団体等になった場合の PRE（公共不動産）マネジメント（PRE 戦略）、や関連する街づくり、商店街活性化にも言及する。授業にはケーススタディを含む。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | ＣＲＥ戦略総論１ | ＣＲＥが求められる背景と共にＣＲＥマネジメントの全体像を解説する。企業経営において不動産が重要視されるようになってきた背景として、国際財務報告基準による時価会計化の影響やバブル崩壊、不動産証券化の発達などの影響について言及する。 |
| 2 | ＣＲＥ戦略総論２ | 不動産の売買、賃貸借あるいはファシリティマネジメント等を実施した場合の経営への影響を分析するツール等を紹介する。またＣＲＥ戦略の先進事例として日産自動車、東芝等国土交通省の CRE ガイドラインにあり例を中心に検討する。 |
| 3 | 経営戦略レベルのＣＲＥ戦略１ | ＣＲＥ戦略の実施による財務・会計関係の分析指標、国際財務報告基準及びその影響、金融商品取引法等が規定する内部統制等について学習する。（ＰＲＥ戦略概説） |
| 4 | 経営戦略レベルのＣＲＥ戦略２ | ＣＲＥ戦略を実施するにあたりその基盤として重要な、経営情報システム情報システムの充実、組織体制のありかた、アウトソーシングなどを取り上げ、その発展段階と共に、ＣＲＥ戦略との関係に言及する。 |
| 5 | 経営戦略レベルのＣＲＥ戦略３ | 企業の立地戦略はどのような観点で実施されているか、工場立地、商業施設の立地について検討する。また企業の社会的責任（ＣＳＲ）が問われる中、環境を配慮した不動産の概要、および社会的責任投資（SRI）に言及する。 |
| 6 | ケーススタディ１ | 財務問題を含むＣＲＥ戦略の課題をＣＲＥコンサルタントの立場に立って総合的に検討し、経営者に提案するケースを出題 |

| | | |
|---|---|---|
| 7 | ＰＲＥ戦略、街づくり、商店街活性化 | ＣＲＥ戦略における経営戦略に相当するものは、公共団体の場合、公共の福祉、教育などであるが、ＣＲＥ戦略と基本構造は同じである。街づくり、商店街活性化の場合も同様である。 国交省ＰＲＥガイドライン等を用い、事例を交えてこれらを概説する。 |
| 8 | 不動産ソリューションレベルのＣＲＥ戦略１ | 経営戦略との整合性を検討した結果、不動産に関連するニーズが出てくるが、その不動産ソリューションとして、共同ビル事業を実施する場合を取り上げる。 |
| 9 | 管理、利用レベルのＣＲＥ戦略１ | 保有することが決まった不動産のプロパティマネジメント、ファシリティマネジメントを取り上げ、管理に関する財務分析、ワークプレイスマネジメント、環境関連マネジメント等に言及する。 |
| 10 | ゲスト講師によるケーススタディ | ＣＲＥ戦略に携わる実務家のゲスト講師による講座 |
| 11 | 中小企業のＣＲＥ戦略１ | 中小企業におけるＣＲＥ戦略の課題の例としては、借地借家関係の税務対策が挙げられる。その究極の応用編が事業承継における不動産戦略である。税理士等が中心になり不動産の専門家と協働して取り組む中小企業特有のＣＲＥについて検討する |
| 12 | 中小企業のＣＲＥ戦略２ | ＣＲＥ戦略と事業継続計画（ＢＣＰ）との関係、グローバル企業にとってのＣＲＥ戦略等<br>（またはゲスト講師によるケーススタディ実務講座） |
| 13 | ケーススタディ２ | （プレゼンテーション）<br>出題済みのケースにつき、グループに分かれて、その解決策につき発表してディスカッションを行う。 |
| 14 | ケーススタディ３ | （プレゼンテーション）同上 |
| 15 | ＣＲＥ戦略従事者のためのサービスマーケティング | ＣＲＥ戦略における企業外部のアドバイザー、ＩＴベンダー、不動産仲介業者等や、企業内部の組織内ＣＲＥ担当者業務につき、主にサービスマーケティングの観点で概説する。 |

**履修上の注意・準備学習の内容**

不動産に少しでもかかわるすべてのプロフェッショナル（税理士、会計士、弁護士等）にとって、自分自身の専門分野と不動産分野との接点となる授業。

**教　　科　　書**

特に指定せず随時プリント等を配布する。

**参　　考　　書**

・「CRE 戦略実践のために　ガイドラインとてびき」合理的な CRE 戦略の推進に関する研究会（住宅新報社）　・「CRE 戦略と企業経営」CRE 研究会（東洋経済新報社）等

**成　績　評　価　の　方　法**

（1）　出席（30％）　（2）　討論への参加（20％）　（3）　期末レポート等（50％）

**そ　　の　　他**

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 不動産価値評価の諸問題 | | | 2単位 | 村　木　信　爾 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

市街地のオフィスや住宅の典型的な不動産の価格や新規賃料の評価は評価手法が比較的わかりやすいが，ホテル、商業施設、物流施設、ゴルフ場、有料老人ホーム、病院などの事業不動産や借地権、借家権、底地および継続賃料の評価においては常にその価値の本質に立ち戻って検討すべきものである。講義の前半は、これらのテーマと税務関係評価、公共用地取得や担保評価の特徴を学ぶ。後半は、過小画地、過大画地、不整形地など平面的な特殊性や区分地上権など立体面での特殊性等を扱う。
本講義の目的は，受講者がこのようなテーマの課題を認識し，解決策を検討することにより，どのような種類の不動産や権利の価値も評価できるような、基本的な視点を身につけることである。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 不動産鑑定評価の基礎 | 不動産鑑定評価（証券化対象不動産の評価も含む）<br>最近の鑑定評価基準の改正の動きについて等、不動産鑑定評価の基礎 |
| 2 | 公的評価 | 税務関係評価、競売評価、公共用地取得、補償等公的評価について |
| 3 | 事業用不動産の評価 | ホテル、商業施設、物流施設、ゴルフ場等事業用不動産。不動産の評価か事業の評価かについて議論する。 |
| 4 | 事業用不動産の評価 | 同上 |
| 5 | 借地権、借家権、底地（1） | 借地借家法概説と、借地権、借家権の価値、および借地権割合と底地割合の考え方につき概説。公的評価の簡略な評価考え方と本質的な考え方を学ぶ |
| 6 | 借地権、借家権、底地（2） | 更新料、建替え承諾料等、定期借地権、その底地等、現行の鑑定評価基準に明確な規定の少ない権利等の考え方 |
| 7 | 地代・家賃 | 新規契約後の環境変化や当事者の事情の変化により経済合理性に合わなくなった継続賃料に係る課題 |
| 8 | 担保評価 | 金融機関における担保目的の評価の留意点につき、金融検査マニュアルとの関係等を含めて取り上げる。 |
| 9 | 特殊な画地の評価（1） | 不整形地、過大画地、過小画地、高架下地、農地等など、平面的な空間の分断の仕方による土地の価値の考え方 |
| 10 | 特殊な画地の評価（2） | 同上 |
| 11 | 特殊な権利の評価（1） | 区分地上権、土地使用借権、空中権等空間的な土地の分断に係る問題点 |
| 12 | 特殊な権利の評価（2） | 同上 |
| 13 | 環境不動産と土壌汚染地の評価 | 環境付加価値不動産の評価<br>土壌汚染調査の概要と土壌汚染地の評価 |
| 14 | 評価のグローバル化 | ＲＩＣＳ評価基準等（国際会計基準の影響等） |
| 15 | まとめ | まとめ |

## 履修上の注意・準備学習の内容

不動産鑑定評価の基礎につきある程度学習済，あるいは学習予定の人が望ましい。

| 教　　科　　書 |
| --- |
| 特に指定せず随時プリント等を配布する。 |
| 参　　考　　書 |
| 「不動産の評価　権利調整と税務」鵜野和夫（清文社）<br>その他適宜授業にて紹介する。 |
| 成　績　評　価　の　方　法 |
| （1）　出席（30％）　（2）　討論への参加（20％）　（3）　期末レポート等（50％） |
| そ　　の　　他 |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| ケース・スタディ（リアルエステート） | | | 2単位 | 深　井　聡　明 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

| 授　業　の　概　要　・　目　的 |
|---|
| 本講義は、「不動産」と「金融」が融合した「不動産ファイナンス」と「不動産投資（インベストメント）」について、入門レベルから始め、基本的な理論と実務知識を身につけることを目的とする。<br>「投資（インベストメント）」を行うためには、「資金調達（ファイナンス）」が必要であり、「不動産インベストメント」は「不動産ファイナンス」と一体不可分である。このため、まず、前半8回（基礎講義）では、初心者でも段階的に知識を習得できるよう、「不動産、インベストメント、ファイナンス」の基礎的な講義を中心に行う。また、「不動産証券化」、「不動産ファンド」、「不動産投資信託（REIT）」 の最新情報も講義に盛り込む。<br>そして、後半7回では、不動産投資と意思決定についてケーススタディを行う。ケーススタディは、「オリジナルケース」及び「エクセルファイル」をあらかじめ配布し、「キャッシュフロー分析」を行うとともに、「どのように不動産投資の意思決定を行うか」を分析する。<br>クラスディスカッションでは、担当教員だけでなく、バックグラウンドの異なる受講生のさまざまな考え方の意見交換を行うことにより、米国の大学院のようなインターラクティブなクラスを体験してもらう。 |

| 授　　業　　内　　容 | | |
|---|---|---|
| 1 | 基礎講義1 | イントロダクション、最近の不動産市場、不動産ビジネスの基礎知識 |
| 2 | 基礎講義2 | 不動産ビジネスの基礎知識2、不動産ビジネスで使う基礎英語、 |
| 3 | 基礎講義3 | 不動産信託受益権、不動産の証券化 |
| 4 | 基礎講義4（インベストメント&ファイナンス） | キャッシュフローの将来価値と現在価値とは何か、DCF法と直接還元法とは何か、リスクと利回りの関係、様々な複利計算 |
| 5 | 基礎講義5（インベストメント&ファイナンス） | 投資指標、バリュエーションと投資採算分析との違い、内部収益率（IRR）とは何か、 |
| 6 | 基礎講義6（インベストメント&ファイナンス） | 資金調達、なぜ借入金を活用するのか（レバレッジ効果） |
| 7 | 基礎講義7（インベストメント&ファイナンス） | 不動産証券化、不動産投資信託（REIT）の特徴、 |
| 8 | 基礎講義8（インベストメント&ファイナンス） | 不動産インベストメントとファイナンスのまとめ |
| 9 | ケーススタディ1 | ケーススタディの基礎 |
| 10 | ケーススタディ2（アパート） | 渋谷のアパートに投資する場合の意思決定と留意点を検討 |
| 11 | ケーススタディ3（商業施設） | 三つの異なる施設（ファッション物販店、総合スーパー、家電量販店）への投資の意思決定と留意点 |
| 12 | ケーススタディ4（本社ビルのセール&リースバック） | 新橋の本社ビルを貸しビルに転換するときの意思決定と留意点 |
| 13 | ケーススタディ5（借地権） | 原宿の借地権付事務所ビルに投資する場合の意思決定と留意点、借地権は所有権よりもリスクが高いのか |

| | | |
|---|---|---|
| 14 | ケーススタディ 6（隣地買収） | 隣地買収を理論的に検討する場合の意思決定と留意点、なぜ隣地買収価格は市場相場の価格よりも高いのか |
| 15 | ケーススタディ 7 | まとめ |

**履修上の注意・準備学習の内容**

不動産及びファイナンスの知識の有無は履修要件としない。ただし、エクセルを使ってケーススタディを行うため、エクセルの基本的な操作が出来ること。

**教科書**

講師作成の「レジュメ」、及び、脇本和也・ジョンサリアード『図解事典・英語で学ぶ不動産ビジネス』（秀和システム）

**参考書**

深井聡明『商業施設評価と不動産ファイナンス』（住宅新報社）

**成績評価の方法**

（1）授業出席・授業中の議論参加 30％
（2）レポート 70％（期中のレポート提出はあるが、期末試験はない）

**その他**

ケーススタディは、不動産ファイナンスの理論的な知識だけでなく、担当教員の実務上の知識・経験、不動産の最新トレンド・トピックを織り交ぜながら講義する予定である。

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| ケース・スタディ（リアルエステート） | | | 2単位 | 村　木　信　爾 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 1・2年 |

| 授　業　の　概　要　・　目　的 |
|---|
| 本講座の目的は、不動産が経営にいかに大きな影響を与えるかに関して、A. 企業、B. 公共団体、C. 街、商店街などの経営主体毎に、〈1〉経営戦略と不動産保有の整合性，〈2〉売買，有効利用，不動産ファイナンスなど不動産に関するニーズのソリューション，および〈3〉保有することが決まった不動産の管理の効率性や職場としての快適性について、ケースを通じて理解を深めることである。経営主体毎に、それぞれのテーマは「CRE 戦略（コーポレート・リアルエステート・マネジメント)」,「PRE 戦略（パブリック・リアルエステート・マネジメント)」,「まちづくり」「中心市街地活性化」と呼ばれている。本講義ではこれらのテーマに関する事例研究を行うとともに、受講者自ら関連するケースを作成し、かつ受講者全体で議論する。 |

| 授　　業　　内　　容 | | |
|---|---|---|
| 1 | ＣＲＥ戦略（1） | ＣＲＥ戦略概論および課題設定<br>企業活動と不動産の関係について、ＣＲＥ戦略の基礎を学ぶとともに、受講者が取り上げるテーマ、課題について議論する。 |
| 2 | ＣＲＥ戦略（2） | 同上（国土交通省「ＣＲＥガイドライン」等） |
| 3 | ＰＲＥ戦略（1） | ＰＲＥ戦略概論、ケーススタディ<br>経営主体が公共団体である場合の不動産戦略について（国土交通省「ＰＲＥガイドライン」等） |
| 4 | ＰＲＥ戦略（2） | 同上 |
| 5 | 街づくり等（1） | 街づくり概論<br>経営主体が街、商店街である場合の不動産戦略で、街づくり、中心市街地活性化等のケーススタディを行う（盛岡市等の事例)。 |
| 6 | 街づくり等（2） | 同上（長野市等） |
| 7 | 中間発表会（1） | 受講者作成のケースについてのディスカッション |
| 8 | 中間発表会（2） | 同上 |
| 9 | ＣＲＥ戦略（3） | 中小企業の事業承継におけるＣＲＥ戦略<br>保有不動産を活用して、事業承継を成功させる方策（税務との関係） |
| 10 | ＣＲＥ戦略（4） | 不動産有効利用、共同ビル事業などのケーススタディ（秋葉原ケース） |
| 11 | ゲスト講師 | ゲスト講師（ＣＲＥ戦略等　） |
| 12 | ＣＲＥ戦略（5） | ファシリティマネジメントのケーススタディ（大学ケース）ほか |
| 13 | 最終発表会（1） | 受講者が作成したケースについてのディスカッション |
| 14 | 最終発表会（2） | 受講者が作成したケースについてのディスカッション |
| 15 | まとめ | 講義全体についての補足<br>または、実務家ゲスト講師による講義 |

| 履修上の注意・準備学習の内容 |
| --- |
| |
| 教　　科　　書 |
| 特に指定せず随時プリント等を配布する。 |
| 参　　考　　書 |
| 特になし |
| 成　績　評　価　の　方　法 |
| （1） 出席（20%） （2） 討論への参加（30%） （3） 発表内容，レポート等（50%） |
| そ　　の　　他 |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 経営戦略Ⅰ | | | 2単位 | 大　月　博　司 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 1・2年 |

授　業　の　概　要　・　目　的

グローバル化やネットワーク化が進展し，企業間の競争はますます激化している。そうした中で企業が生き残るために，競争戦略や経営戦略といった戦略の重要性がますます認識され，ビジネスの世界ではあたかも戦略論ブームの様相である。本講義では，こうした時代背景をふまえながら，単なる流行現象としての経営戦略論ではなく，実践にも通じる戦略の本質を捉える経営戦略論の展開を目的とする。そのために，戦略論の基本的モデルを理解しながら，さまざま戦略の策定や実施という現象の分析を通じて明らかになってきた戦略のロジック探求が学習の焦点となる。

| 授　業　内　容 | | |
|---|---|---|
| 1 | 戦略とは何か，なぜ戦略のロジックが求められるのか | 戦略というコンセプトがビジネスにおいて重要になってきた背景を探るとともに，戦略の本質を多面的に学習する。<br>すばらしい戦略を策定しても上手くいくとは限らないのはなぜなのだろうか。戦略のロジックを知らないと戦略は単なる絵に描いた餅になってしまうことを理解する。 |
| 2 | PPM | 戦略の理論的モデルの構築とその実践的適応可能性を示唆し，戦略論ブームの火付け役をはたしたPPMについて事例研究に依拠しながら理解する。 |
| 3 | 環境・業績分析 | SWOT分析におけるOTに焦点をあて，戦略策定をする際に環境分析がなぜ重要なのかについて検討する。そして，戦略を考える際の業績問題について理解を深める。 |
| 4 | M. ポーター・モデル | 競争戦略論の発展に大きな影響を与えたのはなぜかという点に着目し，5つの競争要因モデルや価値連鎖といった新しいコンセプトを創出して，戦略論の研究を飛躍的に発展させたポーター・モデルについて学習する。 |
| 5 | 経営資源・能力分析 | SWOT分析におけるSWに焦点をあて，競争優位性を確保するのに経営資源・能力分析がなぜ重要なのかについて検討する。 |
| 6 | J. バーニー・モデル | 競争優位性を持続的に確保するには，ポーター流の戦略では不十分だというバーニー・モデルについてVRIO分析を中心に学習する。 |
| 7 | 多様な戦略モデル | ポーター流のポジション学派やバーニー流の資源ベース学派など，ますます多様化してきた戦略モデルについてその動向を明らかにする。 |
| 8 | 垂直統合戦略 | これまでの学習をベースに，垂直的統合戦略について理論的な研究と事例研究を行い，戦略の理論と実践の関係について考える。 |
| 9 | コスト・リーダーシップ戦略 | もっとも身近に見られるコスト・リーダーシップ戦略について，理論的な研究と事例研究を行い，戦略の理論と実践の関係について理解する。 |

| | | |
|---|---|---|
| 10 | 製品差別化戦略 | 製品差別化戦略がなぜ必要となってくるのか，その限界はどこにあるかなどについて，事例を取り上げながら，戦略のロジックを明らかにする。 |
| 11 | 多角化戦略・戦略的提携 | 全社レベルの戦略である技術提携やアウトソーシングなど，戦略的提携のあり方と多角化戦略について，コスト戦略や差別化戦略のロジックが使えるかを検討する。 |
| 12 | 戦略的経営 | 策定された戦略が実現できるかどうかは，その戦略を実施する組織に依存する。そこで，単なる戦略と組織の関係性を超えた戦略的組織モデルの可能性について考える。 |
| 13 | 戦略と組織の関係 | 戦略策定ができても，それを実現する組織がなければ，戦略は絵に描いた餅になってしまう。戦略を実現する組織の在り方について考えることが必要である。 |
| 14 | 実践としての戦略 | 戦略はトップ主導のものと考えられてきたが，戦略を実行するミドル層とロワー層は，戦略策定とどのような関わりがあるのだろうか。近年，ヨーロッパを中心に研究が進んでいる実践としての戦略について検討する。 |
| 15 | 総まとめとテスト | |

**履修上の注意・準備学習の内容**

予習を前提とした質疑応答中心の授業展開なので，必ず予習をして授業に参加すること。

**教科書**

青島矢一・加藤俊彦『競争戦略論』東洋経済新報社，2012 年
B. グリーンウォルド& J. カーン『競争戦略の謎を解く』ダイヤモンド社，2012 年

**参考書**

J. バーニー『企業戦略論』（上）（中）（下），ダイヤモンド社，2003 年
沼上 幹編『戦略分析ケースブック　Vol.2』東洋経済新報社，2012 年
楠木　建『ストーリーとしての競争戦略』東洋経済新報社，2010 年

**成績評価の方法**

（1）　出席（25%）
（2）　討論への参加度（クイズ含む）（25%）
（3）　課題レポート（50%）（提出資格は 3 分の 2 以上の出席）

**その他**

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 経営戦略Ⅱ | | | 2単位 | 青　井　倫　一 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

この科目では市場における競争に分析の焦点を当てる。これまでの競争戦略の考え方の枠組みについて，産業組織論，マーケティング，ゲーム理論などの諸分野からの競争戦略への貢献を整理する。そして現在の日本での企業の直面する“競争”への対応を検討する。 また，競争とともに，協調という考え方も重要なので，“競争と協調”のマネジメントについても触れていく。

注意するべきことは，現在の競争戦略への関心はそんなに古いものでない，したがってこれからの20年を考えれば，どのような競争戦略の概念が適切かも議論したい。 履修者は，現在の競争のルールのもとで，どのようにして有効な競争戦略をデザインするかという視点と，競争ルール自体の“競争”にどう対応するべきかという視点，この２つの視点を常に考える能力を身に着けることを目標とする。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 戦略思考の歴史 | 米国のビジネススクールにおける，戦略という概念・科目の展開を“歴史的”に振り返り，なぜ，そのような“戦略という製品”への需要，供給サイドの分析を行う。 |
| 2 | 競争戦略へのニーズ | 履修者の実務経験から“競争戦略”という考え方に対しどのようなニーズが存在するのか，またどのような領域のニーズが満たされていないかを議論する。 |
| 3 | 産業組織論から展開する競争戦略 | ポーターに代表される 1980 年代の競争戦略の有効性と限界を討議する。 |
| 4 | マーケティングの視点から見た競争戦略 | コトラー・嶋口に代表される，競争地位に応じた競争戦略の有効性を吟味する。 |
| 5 | コアコンピタンスから見た競争戦略 | 経営資源というストック変数を重視する立場からの競争戦略の展開を検討する。 |
| 6 | コミットメントと競争優位性 | ゲマワットの提唱するコミットメント（シェリングが米国で使い始めた概念）と競争優位性について検討し，時間軸の上での競争戦略について討議する。 |
| 7 | ゲーム理論からの示唆 1 | 非協力ゲーム，協力ゲームという分野での研究の成果を競争戦略の領域にどう活用できるかを模索する。 |
| 8 | ゲーム理論からの示唆２ | 実際の競争状況をどのようにしてゲーム理論の次元で表現できるか，そしてそこで得られた“解”を実際の戦略デザインにどう転用できるかを考える。 |
| 9 | 競争と協調のマネジメント | 協力ゲーム理論に基づくＡ．ブランデンバーガーらの“コーペティション経営”を理解して，競争概念とともに補完という概念をどう活用するかを考える。 |
| 10 | ダイナミック戦略論 | 時間軸のうえでの競争という視点に立って，資源の蓄積と有効活用という２大目標を視野に入れた競争を考える。 |
| 11 | 競争とイノベーション | 既存の戦略とは異なる戦略デザインで成功している市場戦略をスライウオツキーなどの分析から，デマンドイノベーションとして展開する。 |

| | | |
|---|---|---|
| 12 | エコシステムと競争戦略 | 企業間の競争関係を，エコシステムの一部として再定式化することによって競争戦略の新しい裾野を模索する。 |
| 13 | 新しい競争ルール | アジアにおける競争戦略、ことに韓国勢、将来的には ASEAN, 中国勢との競争についての枠組みを検討する。 |
| 14 | 独禁法と競争 | 独占禁止法等に対する市場戦略の位置づけを議論する。 |
| 15 | 将来の競争戦略はどうなるか？ | 1〜14 の議論を踏まえて，これから 10 年の競争戦略の基本がどうなるかを議論する。 |

| 履修上の注意・準備学習の内容 |
|---|
| 講義もあるが，原則は討議を基本とするので積極的な準備と発言が必須である。 |
| **教科書** |
| |
| **参考書** |
| 参考書は授業の展開に応じて指示する。 |
| **成績評価の方法** |
| クラス参加 20% クラス討議貢献度 40% レポート 40% |
| **その他** |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 経営戦略Ⅲ | | | 2単位 | 青　井　倫　一 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 1・2年 |

授　業　の　概　要　・　目　的

事業環境の変化が加速する中で企業は自社の事業の競争優位性を確立させるための戦略を遂行するとともに，矛盾するようだが次のステージにおける新しい事業戦略のビジネスモデルをデザインしなければならない。ひとつのビジネスモデルへの投資で１０年間リターンを期待できるような状況は期待しても確率的には非常に低いと判断できる。ビジネスモデルの“破壊と創造”ということは容易だが，実際に実行するためには，事業モデルのデザインという作業と成功してきたモデルを“捨てる”というトップマネジメントのリーダーシップが必要条件と考えている。

この科目では，競争優位性の源泉とは何か，事業モデルのデザインをどうすべきか，そして事業モデルの再構築のマネジメントをどう進めるべきかを，討議・講義，そしてケース討議を通じて考える。

将来において事業モデルの再デザインを精神的に“スムーズ”にできるよう，履修者自身の中にそのような資質を見出すようにもっていく。

| 授　業　内　容 | | |
|---|---|---|
| 1 | 環境変化と企業 | ・事業戦略課題の推移 企業・事業の環境が推移すれば，当然のことながら企業が直面する経営課題の優先順位は変化する。戦後の環境変化を踏まえて経営課題がどのように推移してきたかを分析することによって，これからの日本企業の経営課題を摘出する。 |
| 2 | 競争優位性の源泉 1 | 競争優位性とは何かを，ポーター・バーニー・ケイ・ゲマワットなどのフレームワークを通じて考える。そしてそれらの応用として日本企業の優位性の源泉とは，あるとしたら何かを討議する。 |
| 3 | 競争優位性の源泉 2 | ２回につづいての討議。個々の日本企業について分析する。 |
| 4 | 事業再構築とトップの事業デザイン 1 | 事業再構築のプロセスを日本ゼオンという会社とトップの中野社長の意思決定を軸に考察する。 |
| 5 | 事業再構築とトップの事業デザイン 2 | エプソンの企業戦略の再構築を花岡社長の視点で考察し，次の社長である碓井社長の直面する経営課題が何であるかを討議する。 |
| 6 | 事業再構築とトップの事業デザイン 3 | パナソニックにおける中村社長の“破壊と創造”のプロセスをマネジメントコントロールシステムの変革という視点で議論する。 |
| 7 | （続） | パナソニックの 2006～2012 の経営変革の入手記事をベースにグローバル・ディジタル時代の企業変革を検討する。 |
| 8 | 事業の再構築とトップの事業デザイン 4 | 星野リゾートの成長過程と直面する経営課題を，星野社長の追求するビジネスモデルの視点で検討する。 |
| 9 | 事業の再構築とトップの事業デザイン 5 | ラグジュアリーブランドをマネジするグッチ社の事業再構築のプロセスを分析して，企業の競争優位性とマルティブランドの概念の関係を討議する。 |
| 10 | 事業の再構築とトップの事業デザイン 6 | 日産におけるゴーン変革を議論する |

| | | |
|---|---|---|
| 11 | 事業デザインの演習（1） | GE のウェルチ変革を例にして事業・企業デザインを検討する。 |
| 12 | 事業デザインの演習（2） | IBM の変革をベースにして企業デザインを分析する。 |
| 13 | 事業デザインの演習（3） | 履修者は各自選択した企業・事業の現在の戦略を描き，それをどう再デザインすべきかを演習問題として行う。 |
| 14 | 事業デザインの演習（4） | 履修者は各自選択した企業・事業の現在の戦略を描き，それをどう再デザインすべきかを演習問題として行う。 |
| 15 | 短期間での企業変革の功罪について検討する。 | |

| 履修上の注意・準備学習の内容 |
|---|
| 経営戦略 I，II を履修することが望ましい。11〜14 は履修者のグループ研究・発表とする。 |
| **教科書** |
| |
| **参考書** |
| 参考書は授業の展開に応じて指示する。 |
| **成績評価の方法** |
| クラス参加 20% クラス討議貢献度 40% レポート 40% |
| **その他** |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 戦略マネジメント | | | 2単位 | 歌　代　　豊 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

本授業のテーマは「戦略の創造と実行をいかにマネジメントするか」であり，そのための理論，フレームワークを学び，マネジメント・システム（経営管理制度），組織能力のあり方を検討する。したがって，経営戦略，組織論，マネジメント・コントロール等と密接に関連する領域である。

経営戦略論では，ポーターらによるポジショニング・アプローチが一世を風靡したが，その後新たな戦略論としてプロセス型戦略論，リソース・ベースト・ビュー（RBV）等が注目されてきた。その転換の契機の一つとして，1980 年代における日本型経営システムの台頭が指摘できる。戦略の創造と実行は車の両輪であり，そのような認識のもと米国企業では 1990 年代以降経営革新が加速され，多くの成果がもたらされた。これに対して，日本企業では戦略自体に対する認識が必ずしも十分ではなく，戦略の創造と実行のマネジメントが多くの企業で重要な課題になっている。

そこで，本科目では，戦略の創造と実行の整合を図るためのプロセスと仕組みを学ぶことにする。具体的には，戦略創造においてはポジショニング・アプローチと RBV の両視点から戦略課題を浮き彫りにし，戦略の実行においてはプロセス型戦略論を踏まえつつバランス・スコアカードをベースに戦略の展開とメンテナンスを行うマネジメント・システムのあり方を検討する。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 戦略とマネジメント | 戦略マネジメントを検討する上で必要となる理論，基礎概念，そして戦略の創造と実行のマネジメントの全体プロセスを把握する。 |
| 2〜3 | 事業環境分析<br>（1）外部環境分析 | 外部環境分析の必要性と考え方を理解し，マクロ環境分析（PEST 分析），ミクロ環境分析（５つの競争要因等）を学ぶ。 |
| 4 | 事業環境分析<br>（2）内部資源分析 | 内部資源分析の必要性と考え方を理解し，7S，価値連鎖分析，VRIO 等のフレームワーク，手法を学ぶ。 |
| 5 | SWOT 分析と戦略課題の抽出と評価 | 外部環境分析と内部資源分析によって得られる機会と脅威，強みと弱みを突き合わせ，対応すべき戦略課題抽出の考え方を学ぶ。また，事業の基本戦略の観点から，戦略課題の効果とリスク，そして戦略課題間の連関を評価し，戦略の体系化を検討する。 |
| 6 | 戦略のセオリー | 抽出された戦略課題オプションを方向付ける規範を与えるのが，戦略のセオリーである。ポーターの基本戦略，トレーシー& ウィアセーマの価値提案等を学ぶ。 |
| 7 | 戦略課題抽出とそのプロセスに関する討議 | これまでに学んだ点を事例について検討し，討議を通じて理解を深める。 |
| 8 | バランススコアカード（BSC）概論 | 戦略の展開と実行の基本システムであるバランススコアカード（BSC）の概要を学ぶ。 |
| 9 | 戦略セオリーのテンプレート | BSC では戦略マップにより戦略のロジックを具体化する。既出の戦略セオリー別に戦略ロジックのテンプレートを題材に，顧客価値―業務プロセス―無形資産の関係を検討する。 |

| | | |
|---|---|---|
| 10 | 戦略課題のカスケードとプロジェクト指向 BSC | BSC ではスコアカードのカスケードにより戦略課題を展開する。一般的なカスケードの問題を議論し，プロジェクト指向のカスケードの考え方を検討する。 |
| 11 | モニタリングと戦略実行管理 | BSC では戦略実行において KPI に基づくモニタリングを行う。モニタリングの戦略マネジメントにおける役割を検討する。 |
| 12 | マネジメント・システムと組織能力の課題と展望 | 本授業のポイントを整理するとともに，戦略マネジメントの観点から今後のマネジメント・システム（経営管理制度），組織能力のあり方を展望する。 |
| 13 | 戦略の展開と実行マネジメントに関する討議 | これまでに学んだ点を具体例について適用し，討議を通じて理解を深める。<br>※授業の進展状況により，順序・時間配分を変更することがある。 |

**履修上の注意・準備学習の内容**

レクチャーが基本であるが，討議等では積極的な貢献を求める。

**教科書**

教科書は用いない。講義資料に基づいて授業を行う。

**参考書**

下記に加え，授業の中で適宜参考図書を推薦する。

・キャプラン＆ノートン（櫻井通晴監訳）『戦略バランスト・スコアカード』東洋経済新報社，2001年。

・キャプラン＆ノートン（櫻井通晴監訳）『戦略マップ』ランダムハウス講談社，2005 年。

・小原重信・浅田孝幸・鈴木研一編『プロジェクト・バランス・スコアカード』生産性出版，2004年。

・バランススコアカードフォーラム編『バランス・スコアカード経営実践マニュアル―効果が上がるBSC プロジェクトの進め方』中央経済社，2004 年。

**成績評価の方法**

（1） レポート（２回）（50％） （2） 授業への貢献（出席・討議・プレゼン等）（50％）

**その他**

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| マネジリアル・エコノミックス | | | 2単位 | 青　井　倫　一 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

授　業　の　概　要　・　目　的

この科目では，情報と論理的思考を駆使して経営課題の解決や意思決定の質を高める方法について検討する。具体的には，合理的な意思決定の方法としてのデシジョンツリー分析，不確実性を評価する統計・確率の分野の経営への応用，不確実性を見える形にするシミュレーション手法など，マネジャーの決める能力を磨く定量的手法を会得することを目標にしている。
また行動経済学の議論を、カーネマンの本を教科書にして議論し、デシジョンツリー分析との”統合”を図る。

授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 決めるということ | 羽生の“決断力”と赤瀬川の“優柔不断の勧め”を対比しながら，決めるということがどのようなことかを考える。これまでは“知る”ということが重要視されたが，これからは“決める能力”の相対的地位は高まると判断できる。 |
| 2 | 不確実性の評価 | “知らない”ということをどのようにして表現するべきかに対しては“確率分布”と答える。では，どのようにして確率分布を“決め”，経営において確率分布をいかに活用していくべきかを講義する。 |
| 3 | デシジョンツリー分析　初歩 | 不確実性のもとでの意思決定のツールとしてのデシジョンツリー分析の入門的解説を行う。 |
| 4 | 最終値の評価：複数の目標間のトレードオフ分析 | 評価項目が複数存在する際に，どのようなトレードオフ分析を意思決定者がおこなうべきかについて考察する。 |
| 5 | 選好曲線という概念 | リスクという感覚に対応するために選好曲線という概念がある。この概念について解説する。経済学では期待効用仮説として紹介されている。 |
| 6 | 設備投資意思決定 | 設備投資の意思決定へのデシジョンツリー分析の応用を試みる。 |
| 7 | 情報の価値，コスト，量 | 不確実性に関する情報について量，コスト，価値という視点をデシジョンツリー分析の枠組みで展開する。 |
| 8 | シミュレーション手法1 | シミュレーションという手法の利点・欠点を理解する。 |
| 9 | シミュレーション手法2 | シミュレーション手法の応用例を経営意思決定の視点から評価する。 |
| 10 | 行動経済学　1 | 教科書のカーネマンの本（上下）を章ごとに発表者を決めて、議論検討する。 |
| 11 | 行動経済学　2 | 同上 |
| 12 | 行動経済学　3 | 同上 |
| 13 | 新製品導入の意思決定 | 需要・競争の不確実性に対してどのような意思決定をするべきか，またどのような定量的手法に重きを置くべきかを検討・議論する。 |
| 14 | 行動経済学　4 | 不確実な環境の下での経営戦略の枠組み・手法・解釈を議論する。 |

| | | |
|---|---|---|
| 15 | まとめ | 行動経済学の成果と規範的意思決定分析の、経営問題での統合を議論する。 |

| 履修上の注意・準備学習の内容 |
|---|
| マネジリアル・エコノミックス（演習）の履修を必須とする。 |
| **教科書** |
| 『ファスト＆スロー　あなたの意思はどのように決まるのか？』上下　ダニエル・カーネマン　著　早川書房 |
| **参考書** |
| 「政策分析入門」ゼックハウザーその他著，勁草書房 |
| **成績評価の方法** |
| クラス参加 20% クラス討議貢献度 40% レポート 40% |
| **その他** |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| マネジリアル・エコノミックス（演習） | | | 2単位 | 青　井　倫　一 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

この科目では，マネジリアル・エコノミックスという科目に対応して，デシジョンツリー分析，シミュレーション手法の経営意思決定に活用する能力を会得するためのケース分析を通じた実習科目である。

したがって履修者は授業の前に各自で意思決定の結論を出し，その理由を他人にコミュニケートできるように準備しなければならない。使用されるケースはどのような分野を対象にしているかによって段階的に位置づけられているので授業の参加は継続的であることを強く希望する。履修者の分析に対する助言を重視するためシラバスどおりに行くかは“不確実”である。

行動経済学の教科書との平行路線で演習を行う。

## 授　業　内　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | デシジョンツリー入門 | 使用ケース　ウオーレン不動産会社 |
| 2 | デシジョンツリー分析の基本 | 使用ケース　ウエストン製造会社 |
| 3 | 非金銭的な価値の評価 | 使用ケース　エドガータウン漁業会社（A） |
| 4 | リスクの分析 | 使用ケース　ナショナルマシーン（A） |
| 5 | 完全情報の価値 | 使用ケース　同上 |
| 6 | 不完全情報の価値 | 使用ケース　コンソリデッテド　コンストラクション |
| 7 | シミュレーション手法と価格選択 | 使用ケース　ＲＯＮ化粧せっけん |
| 8 | シミュレーション手法と保険プログラム選択 | 使用ケース　マーシュ＆マクレナン |
| 9 | デシジョンツリー分析の経営課題への応用１ | 履修者の直面する課題への応用演習 |
| 10 | デシジョンツリー分析の経営課題への応用２ | ９．の続き |
| 11 | シミュレーション手法の経営課題への応用 | 履修者の直面する経営課題への応用演習 |
| 12 | 総合演習 | 競争分析と需要分析の統合：使用ケース　アメリカングローサリー |
| 13 | デシジョンツリー・シミュレーション分析の限界 | 定量分析への履修者の不信を,"定量的に"討議する。 |
| 14 | | 経営の場における不確実性の処理をサーベイして、それらのプラス・マイナスを検討する。 |
| 15 | 心理学者の実験を”体験”することにより、行動経済学の活用方法を考える。 | カーネマンの本を中心として議論する |

## 履修上の注意・準備学習の内容

マネジリアル・エコノミックスの履修を必須とする。

| 教　　科　　書 |
| --- |
| マネジリアル・エコノミックス　の教科書を参照すること |
| 参　　考　　書 |
| 授業の進行に応じて指示する |
| 成　績　評　価　の　方　法 |
| クラス参加　50%，クラス貢献　50% |
| そ　　の　　他 |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| ファミリービジネス | | | 2単位 | 青　井　倫　一 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 1・2年 |

**授　業　の　概　要　・　目　的**

ファミリービジネスに対する関心はリーマンショック以来米国で高まりつつある。また欧州では伝統的にファミリービジネスの経営についての分析は盛んであった。

日本では長寿企業という視点にファミリービジネスへの関心が集中しすぎである。

この科目では，“長寿”，“robust”という側面に焦点を当てるとともに，ファミリービジネスにおける事業承継マネジメントに重点を置く。欧米では，経営・所有・家族という３次元におけるパワーの承継と考えるが，日本企業において事業承継というプロセスの課題を履修者と分析 ・討議する。

**授　　業　　内　　容**

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 長寿企業とは？ | 何百年同じファミリーの経営のもとで続いている企業について，企業・ファミリーの２つの軸からその理由を考察する。 |
| 2 | ｒｏｂｕｓｔ経営の追求 | 環境変化に敏感な組織という概念から距離を置いて，環境に良い意味で“鈍感”経営の価値を検討する。“ぶれない”とはどのようなことか，それは現状維持バイアスではないのか、俊敏さの功罪を考える。 |
| 3 | 事業承継マネジメントの枠組（1） | 事業承継のプロセスで生起するマネジメント課題を，企業・ファミリー・社会の３次元で考察する。 |
| 4 | 事業承継マネジメントの枠組（2） | 同上 |
| 5 | 事業承継のケース　分析１ | ファミリービジネス研究所のケースを使用して事業承継の経営課題について討議する。 |
| 6 | 事業承継のケース分析２ | ファミリービジネス研究所のケースを使用して事業承継の経営課題について討議する。 |
| 7 | 事業承継のケース分析３ | ファミリービジネス研究所のケースを使用して事業承継の経営課題について討議する。 |
| 8 | 事業承継のケース分析４ | ファミリービジネス研究所のケースを使用して事業承継の経営課題について討議する。 |
| 9 | 事業承継のケース分析５ | ファミリービジネス研究所のケースを使用して事業承継の経営課題について討議する。 |
| 10 | 事業承継のケース分析６ | ファミリービジネス研究所のケースを使用して事業承継の経営課題について討議する。 |
| 11 | ファミリーオフィスという概念 | ファミリーオフィスという概念，そしてそのような組織のファミリービジネスへの付加価値を検討する（外部から講師を招く予定)。 |
| 12 | 社会的側面１：養子という制度 | 養子という制度に関して，その有効性をグループで分析して討議する。 |
| 13 | 社会的側面２：番頭の功罪 | 番頭というファミリーにロイヤルなプロフェッショナルマネジャーの日本企業での位置を分析する。 |
| 14 | ファミリービジネスとは | ファミリービジネスの経営者（所有者）を招いて講演・討議を行う . |

| | | |
|---|---|---|
| 15 | ファミリービジネスにおけるガバナンスを議論する。 | |

| 履修上の注意・準備学習の内容 |
|---|
| 学習において自分自身が親，もしくは子として事業承継の意識を持って取り組むことを強く希望。また多くの日本企業が FB なので、FB としての強みを強化・弱みを克服するにはどうすべきかをクラスごとに考察することを勧める。 |
| **教　　科　　書** |
| |
| **参　　考　　書** |
| 参考書は授業の展開に応じて指示する。 |
| **成　績　評　価　の　方　法** |
| クラス参加 20% クラス討議貢献度 40% レポート 40% |
| **そ　　の　　他** |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 交 渉 分 析 | | | 2単位 | 青　井　倫　一 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

**授　業　の　概　要　・　目　的**

利害が相互依存的な状況は多く存在している。パワーによる解決もあれば，市場という解決もある。裁判・慣習というのも有効な解決方法であろう。

この科目においては“交渉”という“技法”によって相互依存的状況の効率的な解決方法について，実際の交渉ゲームに参加することにより，履修者の交渉というプロセスへの理解を深めるとともに，交渉に臨む人々への有効な助言をする能力を養う。また，公平という視点もこれから重要になるので，効率的対　公平性　という次元で，裁定・仲裁の問題を研究する。

**授　　業　　内　　容**

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 交渉における“情報の非対称性” | 交渉ゲームを観察することにより，情報の対称性と非対称性の違いが交渉戦略にどのような影響を与えるのかを実感・考察する。 |
| 2 | 相互依存的意思定：ゲーム理論の応用 | 規範的な相互依存的意思決定ということ，をマトリクス・ゲームという簡単な情報の対称なゲームで学ぶ。またゲーム理論における均衡という概念の有効性を検討する。 |
| 3 | 行動経済学の示唆 | 実験心理学の分野において成果が出ている，“不確実性の下で人々はどのような意思決定をしているか”というアプローチが交渉分析においてどのような示唆を提供するかを考える。 |
| 4 | デシジョンツリー分析 | 不確実性の下の意思決定とその交渉分析への応用を期待効用理論の立場から検討する規範的アプローチの習熟を深める。 |
| 5 | 分配的交渉ゲーム | 分配的な交渉を履修者間の交渉ゲームの結果・プロセスを通じて学習する。 |
| 6 | 脅迫・約束そしてコミットメント | Ｔ．シェリングの提唱したコンセプトの理解を通じて，分配的交渉における確率的に有効な戦略の是非について討議する。 |
| 7 | 統合的交渉 | ２つ以上の交渉項目が存在するときに，いかにして協調して成果を大きくできるかの技法について議論をする。ことにどのようなプロトコールが望ましいかを考える。 |
| 8 | 交渉における公平性 | 複数の人に分割不能なもの（換金できない）をいかに配分するか（遺産相続などの場合）という課題を効率性，公平性，実効容易性の視点で考える。 |
| 9 | ネット上の交渉（1） | ネット上で，しかも３人の間での交渉ゲームを行う。対面ではないことの利点，欠点について分析，秘密交渉の可能性が交渉プロセスにどのような影響を与えるかを考える。 |
| 10 | ネット上の交渉（2） | 前回の交渉結果を発表して，どのような交渉をすべきであったかをクラスで検討する。 |
| 11 | 裁定・仲裁 | 裁定・仲裁者として利害対立の状況に関わるとき，どのような付加価値を第三者として提供できるかを考える。 |
| 12 | 参加者が多数のもとでの交渉とは？ | これまでは交渉者の数が２もしくは３であったが，それが多数になったときの交渉戦略のありかたを検討する。 |

| | | |
|---|---|---|
| 13 | 交渉戦略のよき助言者とは？ | 交渉において，規範的分析，記述的分析は豊富だが，有効な助言者としてどのような提案をすべきか，どのような処方を交渉担当者に与えるべきかを模索する。 |
| 14 | 交渉と異文化 | 異文化間の交渉の課題を検討する。講師を招待することもオプション。 |
| 15 | 交渉における分析の価値について議論し、まとめる。 | |

**履修上の注意・準備学習の内容**

交渉ゲームを通じて学ぶという科目の設計なので履修者はクラス参加が必須である。またそれぞれの交渉ゲームにおける各人の分析を提出する（軽いレポート）。
クラスでは、どのような交渉プロセスが予想通り（反して）"実現"したかの報告と、相互が何を考えて、どう行動したかの検討を行いたい。したがってそれらへの協力を強く望む。

**教科書**

**参考書**

参考書は授業の展開に応じて指示する。

**成績評価の方法**

レポート 50%　交渉結果の評価　50%（交渉ゲームごとのレポートも含む）

**その他**

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| ベンチャー・ビジネス | | | 2単位 | 増　田　一　之 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

**授　業　の　概　要　・　目　的**

日本に停滞感が漂う中で、革新的なベンチャーによる経済の活性化に対する期待が高い。
Timmons（1994）は「アントレプレナーは国家経済の燃料であり、エンジンであり、スロットルである。」と述べている。
本授業は、ベンチャーの起業を志す方、ベンチャー経営者志望の方、ベンチャーキャピタリスト志望の方を対象とする。 前半で「大企業のビジネスと異なるベンチャービジネス」について、後半では「リスクマネーの供給チャネルとしてのベンチャーファイナンス」について学ぶ。 特に、理論と実践的な知識の両面を身に付けてもらうことを目標とする。

**授　　業　　内　　容**

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 起業のきっかけ | 起業家がアイデア、事業コンセプトを見つけ、資源を得て起業機会を追求する流れと枠組を説明する。 起業家の資質特性と経営チームのあり方を考える。 |
| 2 | 日本のベンチャーの現状 | 起業状況を説明する要因モデルを提示する。 日本の起業の現状と利用可能なインキュベーション制度を説明する。 |
| 3 | ビジネスモデルとビジネスプラン | タイプにより異なるビジネス・モデルの考え方を学ぶ。 ビジネスプランの構成項目を理解し、作成する上での留意点を学ぶ。 |
| 4 | マーケティングの難しさ | マーケットのタイプ、キャズムまで行きつかない悩み、ビジョナリーカスタマー獲得の重要さを学ぶ。 |
| 5 | リスクの所在 | ベンチャーは障害物競走で、短距離走や走り高跳びではない。思いもかけぬ落とし穴が待っている。 人によってリスクは異なる。無用なリスクを避ける。 |
| 6 | 実務 | 起業の実務を説明する。日常業務と上場準備の実務を説明する。 |
| 7 | 特許の有効な活用法 | 知的財産権に焦点をあてる。発明の帰属、実施権等の留意点を説明する。 |
| 8 | 資金繰り | ベンチャーの資金繰りを考える。 銀行借入と出資による資金調達方法の差を検討する。 |
| 9 | エンジェルとベンチャーキャピタル | リスクマネーを提供する出資者について学ぶ。 エンジェルはどんな人か、ベンチャーキャピタルの種類と現状を学ぶ。 |
| 10 | ベンチャーキャピタルとの関係性 | 情報の非対称、エージェンシー理論を学ぶ。 不完全市場を前提としたベンチャーキャピタルとベンチャー経営者の関係性を理解する。 |
| 11 | 資本政策 | 不可逆性のある資本政策の微妙さを理解し、資本政策作成を試みる。 ストックオプションと株価算定方法を学ぶ。 |
| 12 | アントレプレナーの観点からのMBO | 既存企業からの独立としての MBO の仕組みと事例を説明する。 |

| | | |
|---|---|---|
| 13 | まとめ | ベンチャーはリスキーか、ベンチャーは儲かるか、リスクテイカーがベンチャーに向くか、資本金は大きいほうがよいか等の常識について議論する。 |

| 履修上の注意・準備学習の内容 |
|---|
| ベンチャービジネスとベンチャーファイナンスの学術的側面と実践的側面を学ぶ目的で、レポートを2回予定している。（1） ベンチャー関連の学術論文を読みレポートを作成する。（2） 興味あるベンチャー関連の実務的分野に関するレポートを作成する。 |
| 教　　科　　書 |
| 増田一之（2007）『ハイテクベンチャーと創業支援型キャピタル』（学文社） |
| 参　　考　　書 |
| |
| 成　績　評　価　の　方　法 |
| （1） 授業出席点（30%） （2） 授業中の議論への参加（10%） （3） 宿題・レポート（60%） |
| そ　　の　　他 |
| 会計・ファイナンスの基礎知識があることが望ましいが，要件としない。 |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 企業法務 | | | 2単位 | 石　上　麟太郎 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

企業法務において大切なことは，リスクマネジメントでありコンプライアンス（法令遵守）である。今日においてはいずれも企業の存続を左右する重要事項である。だが，リスクマネジメント，コンプライアンスと言っても，そのような法律があるのではなく，多くの法律（民法，商法，刑法，労働法，独占禁止法等）によるものであり，多様な法知識を必要とする。そこで本講座では，各講義のテーマごとに具体的な事例に基づき，経営者（法務担当者）としては，法的な問題にどのような判断をすべきかを問いかけながら，企業法務に必要な基礎的知識の取得と法的思考（リーガルマインド）の養成を行いたい。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 企業法務総論 | リスクマネジメントやコンプライアンスなど企業法務の基本的理念について学ぶ。 |
| 2 | 契約の法務 1 | 契約に関する民法の財産法の基本的仕組みを学ぶ。 |
| 3 | 契約の法務 2 | 契約に関する民法の財産法の基本的仕組みを学ぶ。 |
| 4 | 契約の法務 3 | 契約に関する民法の財産法の基本的仕組みを学ぶ。 |
| 5 | 契約の法務 4 | 契約書の作成，管理についての実践的な知識を学ぶ。 |
| 6 | 会社法 1 | 会社法の概説及び会社の設立の仕方について学習する。 |
| 7 | 会社法 2 | 会社の業務の執行及び株主総会の運営について学習する。 |
| 8 | 決済・取引先の不払い・倒産対策 | 手形・小切手の知識，債権回収の方法，破産，民事再生等倒産法の仕組みについて学習する。 |
| 9 | 労務に関する法務 | 企業における人事等に必要な労働法の内容，雇用契約，さらには雇用によらず外部に業務を委託する場合の業務委託契約のポイントについて学習する。 |
| 10 | 情報管理の法務 | 企業が有する情報の管理についての法務を学習する。具体的には個人情報保護法，不正競争防止法，守秘義務契約など。 |
| 11 | 知的財産権 | 著作権，商標，商号，特許などの知的財産権についての基礎知識を学ぶ。 |
| 12 | 適正な取引 1 | 独占禁止法についての基礎知識を習得し適正な取引について学ぶ。 |
| 13 | 適正な取引 2 | 消費者保護の法律（消費者契約法、特定商取引法、景表法等）について基礎知識を習得し適正な取引について学ぶ。 |
| 14 | 紛争の解決 1 | 訴訟，調停，民事保全，民事執行，クレーム処理等についての基礎知識を学ぶ。 |
| 15 | 紛争の解決 2 | 訴訟，調停，民事保全，民事執行，クレーム処理等についての基礎知識を学ぶ。 |

| 履修上の注意・準備学習の内容 |
| --- |
| 企業法務は多様な法律を勉強するため一冊の教科書を読むことで講義に代えることができないので出席を重視します。教科書としては一冊にまとまっているものとして「ビジネス法務の基礎知識」を指定しますが、実際の授業ではオリジナルのレジュメをテキストとして使用します。したがって以下の教科書も位置づけとしては参考書に近いものになります。 |
| 教　　科　　書 |
| 山川一陽・根田正樹『ビジネス法務の基礎知識』弘文堂 |
| 参　　考　　書 |
| 内田貴『民法１～３』東京大学出版会<br>岸田雅雄『ゼミナール会社法入門第６版』日本経済新聞社<br>角田政芳・辰巳直彦『知的財産法第５版』有斐閣<br>森井英雄『いまさら人に聞けない「契約・契約書」の実務』セルバ出版 |
| 成　績　評　価　の　方　法 |
| (1)　出席（50%）　(2)　討論への参加度（20%）　(3)　レポートの内容（30%） |
| そ　　の　　他 |
| 法律というと堅苦しくて難しいものというイメージを抱きがちだが、本講座では具体的ケースをもとに、事例の形で、法的問題のポイントを問いかける形式で行う。抽象的理屈を演繹的に講義して公式を覚えるのではなく、生きた物語としての紛争事例を紹介し、その具体的解決法を考えることから始めて、法的思考とビジネスに必要な法律の基礎知識が自然と身についてゆくように指導する方針である。 |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 経営組織論 | | | 2単位 | 野　田　　稔 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

組織論は大きく「マクロ組織論」と「ミクロ組織論」の二つに分類することが出来る。
経営組織論はこのうちの「マクロ組織論」を取り扱う。（ちなみに「ミクロ組織論」は組織行動論で扱う）マクロ組織論は組織の形態を考察する「組織構造論」と分業と調整を以下に果たしていくかを考察する「組織過程論」から主に成り立つ。本講義ではこの二つの領域を主として扱い，マクロ組織論の基本的な理論を学ぶ。加えて，近年語られることの多いグループ経営の問題や，ネットワーク組織論の概念についても議論を進めたい。経営組織論において，組織構造論と組織過程論の研究を通じて我々が目指すべきところは，組織デザイン力を向上させることである。組織をデザインするとはいかなることか，効果的な組織を構築するために考慮すべき点は一体何か，など理論だけにとどまらず理論の実践を念頭において講義を行う。講義は主として野田からのレクチャーを中心に行うが，学生同志のグループディスカッションや全体での討議も適宜織り交ぜる予定である。受講者に組織論に関する知識・へ要求しないが，自らの今までの組織体験を重視し，概念・理論と実体験との対比を行いながら議論を進める方法をとりたい。ゆえに，講義中の議論への積極的な参加が前提となることを銘記されたい。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | イントロダクション～マクロ組織論を学ぶ | 組織とは何か？マクロ組織論とミクロ組織論の全体を概観する。 |
| 2 | 組織構造論（1）　組織構造論の歩み | マックス・ウェーバーから始まる公式的組織に関する諸説を概観する。組織論の流れを感覚的につかんで欲しい。 |
| 3 | 組織構造論（2）　コンティンジェンシー理論 | 組織構造論の代表的な考え方であるコンティンジェンシー理論の成立とその内容について考察する。 |
| 4 | 組織デザイン（1）　戦略と組織 | 戦略は環境に従い，組織は戦略に従う。故に組織は環境に従う。環境と組織の対応関係はコンティンジェンシー理論で述べる通りだが環境と組織の媒介変数である戦略について組織論的に考察したい。 |
| 5 | 組織デザイン（2）　組織デザインの実際 | 分業と調整機能。組織デザインの２大要素を具体的に小組織を設計するにはどう扱うのか。<br>具体的な方法論を解説する。 |
| 6 | 組織デザイン（3）　組織の基本形 | 組織をまったく白紙からデザインする人は少なかろう。手本とするプロトタイプがあって，これを手本に設計するのが通例だ。組織デザインの基本形をここでは学ぶ。 |
| 7 | 組織デザイン（4）　分業の理論 | 分業には垂直分業，水平分業，機能別分業，並行分業などのタイプがある。分業の基本理論について理解する。 |
| 8 | 組織過程論（1）　調整の理論 | 組織デザインの次なるステップは分業した機能の相互調整である。事前調整としての標準化，事後調整としての階層化，直接的調整の可能性などの調整の理論を学ぶ。 |
| 9 | 組織過程論（2）　コンフリクトの調整 | 組織を運営する上でコンフリクトは悪意のありなしに関わらず想定せざるを得ない大きな問題である。組織内のコンフリクトはいかにして解消されるべきであろうか。基本的な考え方を学ぶ。 |

| | | |
|---|---|---|
| 10 | 組織能力（1） 創造性を育む組織 | 組織にある機能を持たせるために特有の組織構造・組織過程を設計することが大切である。<br>際立った組織能力を得るためにいかなる組織デザイン的な工夫がなされるか考察する。 |
| 11 | 組織能力（2） グローバル調整組織 | 同上 |
| 12 | ネットワーク組織 | マクロ組織論の最後のテーマは組織間連携の問題である。親会社・子会社のグループ組織問題，企業間ネットワークの成功例など，組織と組織の関連性の問題に焦点を当てる。 |
| 13 | マクロ組織論の総括 | 講義全体を通じて学んだマクロ組織論の諸問題について包括的に議論する。学生各自は本コースで学んだ組織デザインの知見についてシェアリングすると共に疑問点を十分解消して欲しい。 |

**履修上の注意・準備学習の内容**

特になし。

**教科書**

特に設定しない。

**参考書**

「組織論再入門（野田稔著，ダイアモンド社）」

**成績評価の方法**

（1） 講義出席点（40%） （2） 最終レポート成績点（60%） とする。

**その他**

組織論の知識は必要としないが今までの経験から組織についての興味は高めておいて欲しい。日常的に組織問題に興味を持ち疑問，意見を持つように努めて欲しい。

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 組織行動論 | | | 2単位 | 野　田　　稔 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

組織論は大きく「マクロ組織論」と「ミクロ組織論」の二つに分類することが出来る。
組織行動論はこのうちの「ミクロ組織論」を取り扱う。（ちなみに「マクロ組織論」は経営組織論で扱う）ミクロ組織論は組織の中で個人がいかに行動するかを分析・・コントロールする学問である。人は組織の中で高貴かつ知的な振る舞いもする反面，卑しくおろかな振る舞いもする存在である。組織の中の人というものを，客観的ではあるが温かい目で観察してみたい。組織の中の人の振る舞いを当事者感覚で捉える視点を大切にしつつ講義を進めたい。講義は主として野田からのレクチャーを中心に行うが，学生同志のグループディスカッションや全体での討議も適宜織り交ぜる予定である。受講者に組織論に関する知識は要求しないが，自らの今までの組織体験を重視し，概念・理論と実体験との対比を行いながら議論を進める方法をとりたい。ゆえに，講義中の議論への積極的な参加が前提となることを銘記されたい。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | イントロダクション　～ミクロ組織論の位置付けと本コースの概要 | マクロ組織論とミクロ組織論の関係性を明らかにする。ミクロ組織論が今日なぜ隆盛を極めているかの議論にも触れる。 |
| 2 | 組織行動論の流れ | ホーソン工場実験に端を発する組織行動論はいかなる経緯を経て今に至るのであろうか。<br>人を中心とする経営論の系譜を概観する。 |
| 3 | 動機付けの理論（1） | 人の動機とは何か？人と組織の係わり合いの基本はどう変化したか？人の動機付けの基本を理解する。 |
| 4 | 動機付けの理論（2） | 内発的動機付けを中心に，人が自立的に動機付くメカニズムについて考察する。 |
| 5 | リーダーシップ論（1） | 人をリードするとはいかなる行為であろうか。リーダーシップの本質に迫り，その基本的概念を理解する。本コースのメイン講義である。 |
| 6 | リーダーシップ論（2） | リーダーシップの基本理論を踏まえたうえで，人の心を根本から動かす“新のリーダーシップ”は何を源泉として生まれるのだろうか。心を動かすリーダーシップの事例を参考に，コミットメントを引き出すリーダーシップについて考える。 |
| 7 | 組織変革と組織学習 | 組織はどのようにして自らの変革の必要性を認知するのであろうか？また，必要とされる新しい知をいかにして学ぶのであろうか？学んで変われる組織とそうでない組がある。その差を考察する。 |
| 8 | 組織活性化と意識改革 | 我々はよく組織が活性化しているという表現をするが，これは何を意味するのだろうか。組織を活性化させるには意識を変える必要があるが，いかにすれば意識は変わるのだろうか。実践的に考察する。 |

| | | |
|---|---|---|
| 9 | 集団における意思決定 | 人は数多くの意思決定上のミスを犯す。後から考えれば理解しかねるようなミスも多い。<br>また集団になると一人の時とは異なる意思決定上の問題も生じる。そのメカニズムを考える。 |
| 10 | 知識創造の理論 | 企業は新たな価値を創造するために，そのベースである“知”を作り出さなければならない。いかにして組織は知をつむぎだすのであろうか。知識創造のプロセスを考察する。 |
| 11 | 組織感情のマネジメント（1） | 人は感情の生き物である。冷静さが要求されるビジネス社会においても感情を捨て去ることは出来ない。我々は職場で人の感情とどう向き合えばよいのだろうか。組織と感情の問題を概観する。 |
| 12 | 組織感情のマネジメント（2） | 組織の中における感情をいかにして測定し，これを正しく導くか。組織感情のコントロールの問題を考える。 |
| 13 | ミクロ組織論の総括 | 講義全体を通じて学んだミクロ組織論の諸問題について包括的に議論する。学生各自は本コースで学んだ組織行動論の知見についてシェアリングすると共に疑問点を十分解消して欲しい。 |

**履修上の注意・準備学習の内容**

可能な限り人材育成論も履修すること。ただし必須ではない。

**教科書**

特になし。

**参考書**

「組織論再入門（野田稔著，ダイヤモンド社）」他適宜講義中に指示する。

**成績評価の方法**

（1） 講義出席点（40%） （2） 最終レポート成績点（60%）とする。

**その他**

組織論の知識は必要としないが今までの経験から組織についての興味は高めておいて欲しい。日常的に組織問題に興味を持ち疑問，意見を持つように努めて欲しい。

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| ヒューマン・リソース・マネジメント | | | 2単位 | 野　田　　稔 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

「会社勤めをしている人の最大関心事は人事。自分に関する人事はもちろんのこと他人の人事も気にかかる。」－こういった表現で言われる“人事”とは一般には人事異動と評価・処遇に関する一連の人材マネジメントの結果をさすのであろう。社員に関心の高い人事ではあるが，（それ故にと言うべきか）必ずしも社員から好意的に受け止められているとは限らない。自社の人事に関して不満を抱く社員がまったくいない会社はおそらく会務であろう。人事の問題は難しい。みんなが関心を持っていて，しかもみんなに配分できる原資（人件費やポスト）が圧倒的に不足しているとなれば当然であろう。しかし，人的資源（ヒューマン・リソーシス）を適切に管理できないと企業は競争力を見る見るうちに失っていく。

本コースでは数あるマネジメントの領域の中でも最も社員の関心が高く，最もタブーが多く，最も闇に包まれた感の強い，すなわち最も難しいヒューマン・リソース・マネジメント（以降，HRM と表記する）にまつわる諸問題を正面から取り上げる。HRM には人材調達（採用），人・開発（育成），人材活用（異動），人材評価・処遇，福利厚生，人材ポートフォリオなど実に様々な分野が含まれる。本コースではどこかのファンクションに偏ることなく，広く扱っていきたい。なお，このうち人材育成に関する問題は「人材育成論」として取り出して別途議論するが，可能な限り両コースを受講してもらいたい（年度は異なっても構わない）。また，ヒューマン・リソース・マネジメント（演習）とはセットで講義を進めるため，両コースを同時受講してもらいたい。講義は主として野田からのレクチャーを中心に行うが，学生同志のグループディスカッションや全体での討議も適宜織り交ぜる予定である。受講者に HRM 論に関する知識は要求しないが，自らの今までの職務体験を重視し，概念・理論と実体験との対比を行いながら議論を進める方法をとりたい。ゆえに，講義中の議論への積極的な参加が前提となることを銘記されたい。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | イントロダクション～ヒューマンリソースマネジメントの全体像 | HRM で取り扱う領域の全体像を確認する。あわせて，受講者各人の人事問題に関する問題意識の共有を行う。 |
| 2 | HRM と企業戦略 | 戦略的人材マネジメントということが言われて久しいが，具体的には何を行うことなのか。<br>また，戦略的人材マネジメントを行う上での問題点は何かを議論する。人事部の組織的役割についても言及する。 |
| 3 | 評価と処遇（1） | HRM の最も重要な機能である人材の評価と処遇の問題から講義をスタートする。人事評価の考え方はどのように変化してきたのか，評価処遇の基本的な考え方を理解する。 |
| 4 | 評価と処遇（2） | 成果主義，MBO といった最近の人事評価・処遇のシステムについて理解する。あわせてその限界と変革の方向性について議論する。 |
| 5 | 人材調達（1） | 人材調達は高度化している。就職氷河期が終わり，一転して求人氷河期に突入した現在，各社は人材到達に悩んでいる。人材を調達するとはいかなることか。そのプロセスと問題点を明らかにする。 |

| | | |
|---|---|---|
| 6 | 人材調達（2） | 最新の人材調達戦略の考え方を理解する。A & R（attraction & retention）の考え方を紹介し，人材調達はいかにあるべきかを探る。 |
| 7 | 人材活用 | 人材の適材適所は言われつくしているが，これほど難しいものもない。人材フローの考え方を理解し，“会社都合”と“本人の希望，キャリア開発”のマッチングの仕組みについて考える。 |
| 8 | 人材ポートフォリオ | かつて社員といえば正社員のことを指していた。しかし今では他余蘊雇用形態の人材がひとつ組織に集っている。雇用形態の多様化について理解し，今後の日本の労働環境を展望する。 |
| 9 | ダイバーシティ | 男女共同参画社会の実現は来るべき少子高齢化下における最も現実的な労働問題解決策のひとつである。しかし，男女雇用機会均等法成立後 23 年，未だに不完全である。今後を議論したい。 |
| 10 | 人間尊重のマネジメント | 人材マネジメントは人間性尊重の方向で進化をしなくてはならない。福利厚生，休暇制度，健康管理，生涯キャリア開発など社員が健康で気持ちよく働ける支援策について議論する。 |
| 11 | メンタルヘルス | 急増する，メンタルヘルス問題にどう向き合うか。なぜ，職場・仕事を原因としてメンタルヘルス問題は起こるのか。理論と実際をあわせて理解する。 |
| 12 | HRM の諸問題 | HRM には時々に応じて色々なトピックスが現れる。まさに HRM はダイナミックに動き続けている。現在押さえておくべき HRM の最新トピックスについて確認し，議論する。 |
| 13 | HRM の総括 | 講義全体を通じて学んだ HRM の諸問題について包括的に議論する。学生各自は本コースで学んだ組織行動論の知見についてシェアリングすると共に疑問点を十分解消して欲しい。 |

**履修上の注意・準備学習の内容**

ヒューマン・リソース・マネジメント（演習）と同時受講すること。また，人材育成論とあわせて受講して欲しい（年度が異なってもかまわない）。ただし，人材育成論の受講に関しては必須ではない。

**教科書**

特になし

**参考書**

特になし。講義の中で適宜指示する。

**成績評価の方法**

（1） 授業出席点（40%） （2） 最終レポート成績点（60%）とする。

**その他**

HRM 論に関する知識は必要としないが，企業における人事問題に興味を持ち，自社の人事問題に関しては理解を深め，問題意識を持って欲しい。

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| ヒューマン・リソース・マネジメント（演習） | | | 2単位 | 野　田　　稔 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

ヒューマン・リソース・マネジメント（演習）（以降，HRM 演習と呼ぶ）は，ヒューマンリソースマネジメント（以降 HRM）と平行して開講される。HRM 演習は HRM の講義内容を受けて，この続きとして議論を行う場合と，独立して議論を進める場合の二通りの進め方を行う。したがって，可能な限り両コースを受講してもらいたい。演習は主として学生同志のグループディスカッションや全体での討議で進められる。受講者に HRM 論に関する知識は要求しないが，自らの今までの職務体験を重視し，概念・理論と実体験との対比を行いながら議論を進める方法をとりたい。ゆえに，演習中の議論への積極的な参加が前提となることを銘記されたい。

## 授　業　内　容

演習は HRM 講義各回の延長線上での議論を行う。たとえば人材の評価の回では成果主義人事の問題点とその克服についてグループディスカッションする，といった形である。また，これと平行していくつかの課題ごとに分かれて，課題研究を行う。課題に用に関しては受講生の興味関心に応じて設定するが，人材調達，評価と処遇，人間性損著王人事，ダイバーシティなどの領域から選択されることとなろう。課題研究に関しては演習最終日に各グループごとに発表を行う。

## 履修上の注意・準備学習の内容

ヒューマンリソース（演習）はヒューマンリソース論と必ずセットで受講すること。

## 教　科　書

特になし。

## 参　考　書

講義の中で適宜指示する。

## 成　績　評　価　の　方　法

(1)　授業出席ならびに発言点（50%）　(2)　最終レポート成績点（50%）とする。

## そ　の　他

特になし。

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 人材育成論 | | | 2単位 | 野　田　　稔 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

企業において人材育成は最も重要なもののひとつである。欧米では人材の採用と育成は競争戦略上の最重要課題と位置づけられ，“Warfortalent（人材獲得育成戦争)”なる言葉も聴かれる。わが国においても多くの経営者が人材の重要性を語り，「人は石垣人は城」なる言葉を引用する例も多い。しかし，企業としてみた場合，人材育成に対して十分な努力が払われているとは言いがたい。従業員一人当たりの人材育成費は欧米先進国と比較してもかなり低い。もちろんこれに対して，わが国では現場におけるOJT が充実しているので，表立たない育成コストが十分にかけられている，といわれてきたがバブル崩壊後のリセッションの過程で現場に余力がなくなり，多くの企業で OJT が機能しなくなっているのが現状だ。我々は人材育成に関してもっと理解を深めなくてはならない。本コースでは人材育成の基本的な概念を理解すると共に，実際の企業の人材育成プログラム開発までを体験する。講義は主として野田からのレクチャーを中心に行うが，学生同志のグループディスカッション・全体・ナの討議も適宜織り交ぜる予定である。受講者に組織論に関する知識は要求しないが，自らの今までの組織体験を重視し，概念・理論と実体験との対比を行いながら議論を進める方法をとりたい。ゆえに，講義中の議論への積極的な参加が前提となることを銘記されたい。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | イントロダクション　～人材育成の意義 | 広義の人材マネジメントの一分野である人材育成がマネジメント全体においてどのような意味を持っているかを理解する。コース全体を概観し，各人の問題意識を共有する。 |
| 2 | キャリアデザインと人材育成 | 企業における人材育成は競争戦略の一環であると同時に，個にとっては生涯教育の一環であり，社会における人的資源開発の意味もある。企業の人材育成の持つ意味を異なる側面から意味づける。 |
| 3 | 人材育成プロセス（1） | 企業戦略と人材育成のマッチング，HRM との整合化など人材育成は他のマネジメント機能と整合性を持たなければならない。企業が人材育成体系を立案するプロセスを考察する。 |
| 4 | 人材育成プロセス（2） | 人材育成は年間スケジュールに沿って計画的に進められる。典型的な人材育成スケジュールを学び，その理想形を考察を考察する。 |
| 5 | 人材育成プログラムの検討（1） | 新入社員研修，導入時研修，同年時研修，新任管理職研修といった階層別研修の意味と進め方について考察する。 |
| 6 | 人材育成プログラムの検討（2） | リーダーシップ研修について学ぶ。リーダーシップ研修がなぜ必要か，意義と限界について学ぶ。 |
| 7 | 人材育成プログラムの検討（3） | 職能別研修，技能研修などの技術習得型研修はどうあるべきかについて考察する。また，社員に対する教養講座などの新しい動きに関してもここで触れる。 |
| 8 | 人材育成プログラムの検討（4） | 次世代リーダー研修などの選抜型研修について学ぶ。社内大学の意義と限界，外部専門機関の取り組みなどについても触れる。 |

| | | |
|---|---|---|
| 9 | 人材育成プログラムの検討（5） | 異業種交流研修，意識改革研修など従来とは異なる人材育成への取り組みについて考察する。 |
| 10 | OJT の理論と実際 | 人材育成の主戦場は現場である。Off-JT を中心に考察してきたが，本当に人材が育つ場としての現場における OJT の問題をここで扱う。いかにして効果的な OJT を進めるかを考察する。 |
| 11 | 人材育成と人事制度 | OJT，Off-JT，人事ローテーションはそれぞれが関連しあいながら相補的に人材育成につながらなくてはならない。ここでは基本的な考え方を学ぶと共に，現状の企業の人材育成上の問題点を議論する。 |
| 12 | 社会的課題としての人材育成 | 有為な人材を育成することは学校や家庭だけの責務ではない。企業も社会的責任の一環として人材育成に努めなくてはならない。社会的機能としての人材育成について考察する。 |
| 13 | 人材育成論の総括 | 講義全体を通じて学んだ人材育成論の諸問題について包括的に議論する。学生各自は本コースで学んだ組織行動論の知見についてシェアリングすると共に疑問点を十分解消して欲しい。 |

**履修上の注意・準備学習の内容**

可能な限り組織行動論も履修をすること。ただし必須ではない。

**教科書**

特になし。

**参考書**

特になし。講義の中で適宜指示する。

**成績評価の方法**

（1） 講義出席点（40%） （2） 最終レポート成績点（60%） とする。

**その他**

人材育成論に関する知識は必要としないが，企業における人材育成の問題に興味を持ち，自社の人材育成に関しては理解を深め，問題意識を持って欲しい。

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| キャリア開発 | | | 2単位 | 中　西　　晶 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

本講義では，現在大きな転換期にある「個と組織の関係」について「キャリア」という視点から検討する。本講義の第一の目的は，キャリアに関する基本的な理論を理解するとともにキャリアをめぐる現状と課題を認識することである。さらに，その課題解決に向けて，政策レベル，組織レベル，個人レベルで何をすべきかを考えることを第二の目的とする。したがって，受講者は自己のキャリア開発についてはもちろん，所属組織におけるキャリア開発施策についての強い興味を持ち，雇用・労働環境や社会状況などマクロ的な経営環境についても常に目を向けていくことが求められる。

受講者の経歴，人数にもよるが，以下のような内容を考えている。

1．前半はキャリア開発に関する基本的な理論・概念を理解する。

受講者は毎回，理論・概念に関するワークを行う。

概念・理論の確認のあと，事例の提示やディスカッションを行う。

2．後半はキャリア開発に関する事例研究を行う。

講師よりキャリア開発に関する事例を提示し，全員でディスカッションを行う。

人数によっては，グループワークとする。

スケジュールは以下のとおり（予定）。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | ガイダンス | 授業の進め方，学習目標を確認するとともに，キャリアをめぐる問題について概要を紹介する。 |
| 2 | キャリアとは何か | 代表的な研究者のキャリアに関する定義を確認し，「キャリア」の意味について理解する。 |
| 3 | 古典的キャリア論（1）：組織内キャリア | 現在でも理論的・実践的な中核となっているシャインの組織内キャリアの概念についての基本を理解する。 |
| 4 | 古典的キャリア論（2）：キャリア・アンカー | シャインのキャリア・アンカーの概念について確認するとともに，個人的，組織的，政策的にどのように適用できるかを考える。 |
| 5 | 新しいキャリア論（1）：キャリア・ネゴシエーション | 個と組織の関係を「交渉（ネゴシエーション）」として見る見方について紹介し，その意義を考える。 |
| 6 | 新しいキャリア論（2）：弱い絆（ウィーク・タイ） | 社会学者グラノベターの理論を紹介し，社会ネットワークとキャリアの関連性を考える。 |
| 7 | 新しいキャリア論（3）：計画された偶然（プランド・ハプンスタンス） | 心理学者クランボルツらの理論を紹介し，キャリアにおける「偶然」の重要性とそれを利用した事例などを紹介する。 |
| 8 | 中間まとめ | これまでのミクロ的キャリア論を整理し，ディスカッションを行う。 |
| 9 | マクロ的視点から（1）：初期キャリア | フリーター，ニートなどといわれている若年層の問題と組織へのエントリー時に必要な活動について考える。 |
| 10 | マクロ的視点から（2）：中期キャリア | 企業の倒産，M & A などが頻発し，雇用が流動化するなかでの中堅～ミドルのキャリア形成の方向性を考える。 |

| | | |
|---|---|---|
| 11 | マクロ的視点から（3）：後期キャリア | 少子高齢化社会の到来のなかで団塊の世代の大量退職を迎える現在における問題点と解決の方向性を考える。 |
| 12 | 第２回中間まとめ | これまでのマクロ的キャリア論を整理し，ディスカッションを行う。 |
| 13 | 組織におけるキャリア開発施策（1）：事例研究 | 組織におけるキャリア開発施策の事例をこれまで学んできた内容と照合しながら研究する。 |
| 14 | 組織におけるキャリア開発施策（2）：事例研究 | 組織におけるキャリア開発施策の事例をこれまで学んできた内容と照合しながら研究する。 |
| 15 | まとめ | 学習成果を活かして自らのキャリア形成を考えるとともに，組織のキャリア開発施策についての提言を行う。 |

**履修上の注意・準備学習の内容**

本学の教育支援システム Oh-o! Meiji を積極的に活用する予定なので操作には十分に慣れておくこと。
ヒューマンリソース・マネジメントもあわせて受講することが望ましい。

**教科書**

使用しない。
授業にて必要な資料を配布する。

**参考書**

授業中適宜紹介する。

**成績評価の方法**

（1） 出席点（毎回のレジュメ提出含む）（50%）
（2） ディスカッションへの参加度（30%）
（3） 最終レポート（20%）

**その他**

| 科　目　名 | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|
| コーポレート・ガバナンス | 2単位 | 関　　孝　哉 |

| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | 1・2年 |
|---|---|---|---|

## 授　業　の　概　要　・　目　的

コーポレート・ガバナンスとは，会社を統治し，統制するシステムである。このシステムをベースに会社は株主にアカウンタビリティを，従業員など利害関係者に責任を果たして企業価値を高める。コーポレート・ガバナンスでは統治システムの組織，および会社が責任を果たすプロセスの確実な機能が鍵となってその実効性が高められる。

コーポレート・ガバナンスは会社法，会計，経営など多岐にわたり，かつ関連する当事者も会社，株主，従業員，地域社会などの利害関係者をはじめ政府や関係諸団体など幅広い。さらに，議論は世界各国で進められ，国際的な比較も可能であり，ここから日本のコーポレート・ガバナンスの進むべき方向を展望，検討することも可能である。本講義では，コーポレート・ガバナンスの会社制度，株主と取締役の関係，取締役の受託者責任といった基本的事項を確認したうえで，コーポレート・ガバナンスの改革に向けた国内外の取組みを分析するとともに，目指すべき方向を検討する。こういった分析を通じ，授業は企業経営，経営企画，機関投資家，規制当局等を目指すために必要な知識を提供すること，さらには企業と利害関係者の調整，あるいは対峙した場合における対処といった解決策の検討を目的とする。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | コーポレート・ガバナンスの定義と総論 | コーポレート・ガバナンス，アカウンタビリティ，企業価値など様々な用語の定義と考え方を理解する |
| 2 | 歴史的背景と考え方 | 株式会社制度の特徴，歴史的背景，企業経営におけるチェック・アンド・バランスなどコーポレート・ガバナンスの基礎的構造を理解する |
| 3 | アカウンタビリティおよび取締役の責任 | 株主と取締役の関係について信託制度および受託者責任の観点より理解する |
| 4 | 日本のコーポレート・ガバナンスの実態 | 日本企業の株主構造，取締役会組織，監督と執行の明確化など，法規制の観点から最近のコーポレート・ガバナンス改革を分析する |
| 5 | アメリカのコーポレート・ガバナンス | アメリカのコーポレート・ガバナンスへの取組み，その特徴について理解し，日本への示唆を検討する |
| 6 | 証券取引に関する規制とアカウンタビリティ | アカウンタビリティの概念について、証券取引に関する規制および実態とあわせて理解する |
| 7 | EU のコーポレート・ガバナンス | 英独および EU におけるコーポレート・ガバナンスの改革，従業員参加の理解，および日本への示唆を検討する |
| 8 | 株主行動とコーポレート・ガバナンス | 株主と会社のコミュニケーションの場としてのインベスター・リレーションズ活動と株主総会の議決権行使について検討する |
| 9 | 機関投資家の受託者責任と株主行動 | 機関投資家の受託者責任の仕組みと考え方を分析し，コーポレート・ガバナンスにおいて機関投資家が果たす役割を理解する |
| 10〜14 | 日本のコーポレート・ガバナンス改革と諸問題 | 授業内容を振り返りながら，日本のコーポレート・ガバナンスのあり方につき，ケーススタディとともに検討する |

| | | |
|---|---|---|
| 15 | まとめ | 同上，また今後の日本および世界のコーポレート・ガバナンスの将来像について展望する。 |

**履修上の注意・準備学習の内容**

コーポレート・ガバナンスは会社法，会計，経営など多岐にわたる観点からの検討が求められるため，幅広く企業経営に係る諸問題に関する基礎知識を有していることが望ましい。

**教科書**

授業内提示

**参考書**

世界主要国の諸団体によって作成，公表されたコーポレート・ガバナンス原則，ガバナンス関連法制などを参考資料として利用する。大半はインターネットで公開されており，それを活用する。また，時事問題も適宜，授業に取り入れる。

**成績評価の方法**

（1）授業出席点（50%），（2）プレゼンテーションまたはディスカッション（25%），（3）レポート提出（25%）とする。

**その他**

コーポレート・ガバナンスには様々な考え方がある。講義では制度論および経済的分析を中心に進めるが，各受講生は独自の考え方を構築できるようにされたい。

| 科　目　名<br>(Course Name) | | | 単位<br>(Units) | 担当教員名<br>(Instructor) |
|---|---|---|---|---|
| Essentials of Commerce | | | 2単位 | 関　　孝　哉<br>Takaya Seki |
| 開講区分（Semester） | 後期<br>Fall | 配当年次（Year） | | 1・2年<br>First of Second |

**授　業　の　概　要　・　目　的（Course Overview）**

This course is intended to promote students' understanding in business corporations as well as to enhance ability to communicate and present in English. There will be initial lectures on basic aspects and strategies of corporations. Students are expected to participate in discussion and make their presentation in English. The class also includes practice of business translation with homework.

**授　　業　　内　　容（Class Outline）**

| | | |
|---|---|---|
| 1 | Essentials of commerce– an introduction and guidance | |
| 2 | Learn how to obtain information about business corporation | |
| 3 | Understand corporate strategies | |
| 4 | Read balance sheet and income statement | |
| 5 | Business environment and competition | |
| 6 | Financial management and market | |
| 7 | Corporate Governance and organization | |
| 8 | Preparation for a presentation | |
| 9 | Student presentations | |
| 10〜14 | Student presentations | |
| 15 | Summary and preparations for further study | |

**履修上の注意・準備学習の内容（Remarks）**

Class will be conducted in English. Students should have basic ability, including expression and communication in English.

**教　　科　　書（Textbook）**

Grussendorf: “English for Presentations”, Oxford University Press 2007
Other materials will be distributed at each class

**参　　考　　書（Reference books）**

Annual Reports of companies available on corporate websites.
Newspapers and business magazines in English

| 成　績　評　価　の　方　法（Evaluation） |
| --- |
| Preparation and submission of homework （20%）, Presentation and participation in discussion （40%）, Attendance （40%）. |
| そ　の　他（Other） |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 経　営　史 | | | 2単位 | 後　藤　　伸 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

産業革命期から現代までを対象に，英米のビジネスの歴史について大きな流れを把握することを講義目標とする。全体を3つに区分する。最初は産業革命期のイギリスをとりあげ，近代ビジネスの発祥にまつわる問題をみていく。つぎに 19 世紀中葉から 20 世紀前半までのアメリカを対象として，現代企業の成立過程をたどる。最後に同じくアメリカを対象に，20 世紀におけるグローバルかつスタンダードと目されるようになるビジネス・スタイルの確立過程をみていく。それぞれの区分の最後に代表的な企業事例を取り上げ，講義の一般的な説明を補足するとともに，経営者個人がビジネスの歴史にどのような役割を演じたのかを考える，参考事例としたい。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | イントロダクション | 講義プランと運営，テキスト・参考書，評価方法などの説明。「現代企業」の特徴 |
| 2 | イギリス産業革命期のビジネス（1） | 経営者の出自，資金調達，ソシオロジカル・ギャップ |
| 3 | イギリス産業革命期のビジネス（2） | 工場制度の成立，労働力の調達，規律付け，労働者観 |
| 4 | 事例研究 | ボウルトン＆ワット商会 |
| 5 | アメリカ経済のインフラと流通 | 鉄道網の形成とビジネスチャンス |
| 6 | アメリカンシステムから大量生産へ | 互換性部品による大量生産方式の成立 |
| 7 | 量産システムと管理問題 | 内部請負制から職長帝国、テイラーの科学的管理法 |
| 8 | 生産と流通の統合 | 垂直統合戦略 |
| 9 | 経営者企業の成立 | アメリカ大企業の組織と戦略、専門経営者の制覇 |
| 10 | 事例研究 | フォードと GM |
| 11 | 現代企業の展開（1） | 多角化戦略 |
| 12 | 現代企業の展開（2） | 多国籍化 |
| 13 | 現代企業の展開（3） | M ＆ A |
| 14 | 経営者企業のゆらぎ？ | 株主価値と企業価値 |
| 15 | 事例研究 | GE 社 |

## 履修上の注意・準備学習の内容

特に予備的な知識は必要としない。基本的かつ重要な事項についてはそのつど講義で説明を行う予定。

## 教　　科　　書

なし。

| 参　　考　　書 |
| --- |
| 最初の講義で各章の参考書について提示する。さしあたり，最近に出版されたテキストとして，鈴木良隆＋大東英祐＋武田晴人『ビジネスの歴史』有斐閣，2004 年が講義全般にわたり参考になる。専門書としては，アメリカ経営史についてはアルフレッド・D・チャンドラー『経営者の時代（上・下)』東洋経済新報社がもっとも参考になる。 |
| 成　績　評　価　の　方　法 |
| (1)　講義への参加（30％）　(2)　発表（25％）　(3)　課題提出レポート（45％） |
| そ　　の　　他 |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 企業倫理 | | | 2単位 | 山　口　善　昭 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

最近日本企業の反倫理的な行動が特に目立つようになってきた。このような状況は，日本に限ったことではないが，その対応は欧米に比べ遅れている。そこで，欧米での研究や対応をもとに企業倫理についてさまざまな角度から検討する。この授業の目的は以下の５つの点を理解することにある。第１は，企業倫理に関係する諸概念を理解すること。第２は，これらの諸概念が生まれてきた背景を理解すること。第３は，現代における社会と企業の関係について理解すること。第４は，個別事象の議論を通して企業が反倫理的行動をなぜとってしまうのかを理解すること。第５は，以上の４点を通して倫理的行動をとるためには何が重要かを理解するとともに，企業の倫理的行動，反倫理的行動を見極める力を養うことにある。

最終的には，頭で理解するだけではなく，実際の企業行動の場で倫理的な行動を実践してもらうことを目的としている。

授業の進め方は，一方的な講義形式ではなく，教員と学生の間で双方向的にディスカッションしながら進める。学生は，授業中積極的に議論に参加することが求められる。理由は，企業倫理は公式を教える授業ではなく，社会には多様なものの見方，価値観が存在することを知ってもらうための授業だからである。そのためにも多くの学生が意見を言うことにより社会には多様な見方が存在しているのを知ってもらえると考えるからある。このことの効果を高めるために，出席者は学期中数回，企業の（反）倫理的行動について簡単な発表をしなければならない。また数回のレポートを提出しなければならない。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | イントロダクション | 企業倫理とはどのようなものか全体を説明 |
| 2 | 企業倫理，企業の社会的責任，企業の社会即応性とは | 似た概念である左記３概念の違いを説明，個人道徳と企業倫理について説明 |
| 3 | 企業の社会的責任の起源について | 社会的責任がどのような歴史的経緯から生まれてきたのか，社会と倫理の関係について |
| 4 | 企業倫理を教える意味 | なぜ「企業倫理」という授業が今ビジネス・スクールで必要なのか |
| 5 | 企業倫理に対する企業の対応 | 今まで企業はどのように企業倫理に対して対応してきたのか，そしてどのような対応が今求められているのか |
| 6 | 倫理的行動に対する障害 | 企業にとって倫理的行動を実際にとることがいかに難しいか |
| 7 | 企業理念 | いろいろな企業の企業理念を考える |
| 8 | コミュニケーションと暗黙知 | 文字では完全に伝えることのできない理念をいかに従業員に伝達するのか |
| 9 | マイノリティーおよびジェンダー問題について | 偏見，法律，アファーマティブ・アクションについて |
| 10 | 倫理の制度化 | 企業倫理を向上させるにはどのような制度が必要なのか，また運用上の注意点 |
| 11 | 倫理の基準 | 倫理的であるということをどのように判断するのか |
| 12 | 個別事象研究１ | |
| 13 | 個別事象研究２ | |

| 履修上の注意・準備学習の内容 |
| --- |
| 授業での積極的発言を求められる |
| 教　　科　　書 |
| 特に必要としない。プリントを配布します。 |
| 参　　考　　書 |
| 小林俊治・山口善昭訳「アメリカの企業倫理」日本生産性本部，1992 年<br>小林俊治・山口善昭訳「ハーバードで教える企業倫理」生産性出版，1995 年<br>高橋正泰・山口善昭・牛丸　元著「組織とジェンダー」同文舘，1998 年<br>中村瑞穂・風間信隆・角野信夫・出見世信之・梅津光弘訳「企業倫理と経営社会政策過程」文眞堂，1996 年<br>Frederick, Davis, and Post, Business and Society: Corporate strategy, Public Policy, Ethics, McGraw-Hill.<br>藤本哲也監訳「ホワイトカラーの犯罪法律学―現代社会における信用ある人人の犯罪」シュプリンガー・フェアラーク東京，1999 年 |
| 成　績　評　価　の　方　法 |
| （1）　授業参加度（40%）　（2）　発表（30%）　（3）　レポート（30%） |
| そ　　の　　他 |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| ナレッジ・マネジメント | | | 2単位 | 杉　野　　周 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

職人，技術者のノウハウを継承に，普通の人でも同じような判断・行動が行えるようにしようとする試みが繰り返し行われている。認知科学におけるエキスパートのノウハウをデータベース化しようとした「エキスパート・システム」，過去の技術的資料のデータベース化の試みた。その多くの試みは失敗に終わっている。最大の問題点はそうしたデータベースには名人のノウハウの源泉であるそのノウハウを生み出す仕組みが組み込まれていない点である。名人が作成した工業製品を元にして同じモノを大量に生産（複製）することは出来るかもしれない。しかし，名人の能力が発揮されるのは，特注品の作成である。

ベルトコンベアー方式の大量生産の現場で仕事を行っていた時代から，一人の作業員が一つの製品を最初から最後まで組み立てる「屋台」方式に変わりつつある現在，相対的な技術水準を引き上げる事が求められている。また高度に知的な職業人（ナレッジ・ワーカー）の存在意義も重要になっている。しかし，問題は「知識」を重要視するあまり，名人が持っている一般人とは異なる身体および身体感覚を軽視している事である。

知的な活動分野でもプロジェクト上のトラブル発生の気配を事前に感じ取れる能力，複雑な現象を分析しモデル化する能力等，その能力の高度化が要求されている。しかし，現実はこうした高度なノウハウを持っている人は偶然の産物そてい育っているのであり，そうしたノウハウを持たない人は誰に聞いたらよいか知っていることが重要視されている（Know How）

しかし，それでは偶然存在する名人が居なくなれば，そのノウハウは失われています。
ノウハウを理解する為には，受取側にもある水準の能力が備わっていなければ教えられた事を理解することはできない。本講座では，他人のノウハウを利用するだけではなく，高度な能力を持った人を育てるための教育システムを持つ古典芸能，職人，芸術分野等を参考にし，企業で生かせるノウハウを体得する。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | オリエンテーション | 授業スケジュールの説明を行った後，問題提起として職人芸のビデオを見ながら何が行われているかを観察する。 |
| 2 | 言語と身体 | 言語と意味は一対一に対応するか？この問題に対する言語学上のターニングポイントであるウィトゲンシュタインから認知意味論のレイコフまでの主張を概観する。 デカルト以来の「主知主義」に対して「身体」に光を当てた最初の人であるメルロ＝ポンティ身体論を本講座の出発点として位置づけ，その問題意識と後継者達について検討する。 |
| 3 | 創造性 | 知能が高い人が高い創造性を持っているのかという問いの検討を行う。小さい頃高い知能指数を持っていた天才児と，創造的な天才の才能がどう違うのか，知恵遅れの自閉症患者が示す特異な才能などを検討する。 |
| 4 | 思考中心の技能 | ゲームのようにルールを駆使して行う思考中心のわざの例として，「囲碁」や「チェス」などがある。今回は，「囲碁」の修得課程で現れるプロ棋士の卵とアマチュアにおける訓練方法の差を例に，その能力差とわざの特徴を分析する。 |

| | | |
|---|---|---|
| 5 | 体を使う技能 | 水泳や体操のように道具を使わず自己の体のみを使って高度な演技をするタイプのわざについて検討する。例としてスポーツ選手や武道家の訓練を検討する。 |
| 6 | 体と言語を駆使する技能 | 演劇等では身体表現能力と言語表現能力の向上が要求される。「狂言」または「演劇」を例に彼らはどのような訓練を行いプロとしての「身体」を作っているかを検証する。 |
| 7 | 道具を駆使する技能 | 職人に代表される「道具」を自由に操る能力を駆使することにより，優れた作品や商品を作り上げる職人のわざについて検証する。例としては外科医の手技を取り上げる。 |
| 8 | 「知識」と「わざ」 | 「知識」を脳神経学の視点から再考する。「知識」は「陳述記憶」として記憶されるが，「わざ」は「手続き型記憶」として記憶され動作として再現される。２つが記憶のシステムも記憶場所も異なる事を明らかにする。 |
| 9 | 「型」構造を生む構造 | 禅僧の修行を中心に，過去に行った実例を「型」の視点から再考する。また，教育システムとしての家元制度をピエール・ブルデューの言う文化を再生産する仕組み，構造を生み出す構造として見ていく。 |
| 10 | アクションラーニングⅠ | グループメンバーで意識を共有し，新しいアイデアを出すための手法を使って，意識改革，組織改革，ビジネス・プランの立案を行うトレーニングを体験する。 |
| 11 | アクションラーニングⅡ | 同上 |
| 12 | アクションラーニングⅢ | 同上 |
| 13 | アクションラーニングⅣ | 同上 |
| 14 | アクションラーニングⅤ | 同上 |
| 15 | アクションラーニングⅥ | 同上 |

## 履修上の注意・準備学習の内容

体験を通して，「頭」も「身体」の一部であることを理解する。その上で，知識の獲得ではなく，「わざ」を体得し，再現する方法をアクションラーニングを通して身に付ける。 注意事項

授業日程については，ゲスト講師のスケジュールにより日程変更します。

## 教科書

## 参考書

(1) レイコフ，ジョンソン『レトリックと人生』 (2) ウィットゲンシュタイン『哲学的探求』 (3) ヴァレラ，トンプソン，ロッシュ『身体化された心』 (4) ディマジオ『生存する脳』 (5) レイヴ，ウェンガー『状況に埋め込まれた学習』

## 成績評価の方法

(1) 出席およびクラスへの貢献（60%） (2) レポート（40%）

最終的に，アクションラーニングで行うディスカッションおよび資料作成への貢献度

## その他

授業スケジュールに関しては，ゲストの都合で順番が前後する可能性がある。

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| ナレッジ・マネジメント（演習） | | | 2単位 | 杉　野　　周 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

| 授　業　の　概　要　・　目　的 |
|---|
| 「ナレッジ・マネジメント」とワンセットで行う。演習では，「ナレッジマネジメント」の授業で紹介した各タイプの技能を観察した結果何が分かったか，何がその技能の特徴かをディスカッションする。<br>1．オリエンテーション　ディスカッション 2．言語と身体　ディスカッション 3．創造性　ディスカッション 4．思考の技能　ディスカッション 5．体を使う技能　ディスカッション 6．体と言語を駆使する技能　ディスカッション 7．道具を駆使する技能　ディスカッション 8．「知識」と「わざ」ディスカッション 9．「型」構造を生む構造　ディスカッション 10．アクションラーニングⅠ　トレーニング 11．アクションラーニングⅡ　トレーニング 12．アクションラーニングⅢ　トレーニング 13．アクションラーニングⅣ　トレーニング |

| 授　　業　　内　　容 | | |
|---|---|---|
| 1 | オリエンテーション | 授業スケジュールの説明を行った後，問題提起として職人芸のビデオを見ながら何が行われているかを観察する。 |
| 2 | 言語学と身体論 | 言語と意味は一対一に対応するか？この問題に対する言語学上のターニングポイントであるウィトゲンシュタインから認知意味論のレイコフまでの主張を概観する。 デカルト以来の「主知主義」に対して「身体」に光を当てた最初の人であるメルロ＝ポンティ身体論を本講座の出発点として位置づけ，その問題意識と後継者達について検討する。 |
| 3 | 脳神経学の現在 | 「知識」を脳神経学の視点から再考する。「知識」は「陳述記憶」として記憶されるが，「わざ」は「手続き型記憶」として記憶され動作として再現される。２つが記憶のシステムも記憶場所も異なる事を明らかにする。 |
| 4 | 思考中心のパターン | ゲームのようにルールを駆使して行う思考中心のわざの例として，「囲碁」や「チェス」などがある。今回は，「囲碁」の修得課程で現れるプロ棋士の卵とアマチュアにおける訓練方法の差を例に，その能力差とわざの特徴を分析する。 |
| 5 | 体中心のパターン | 水泳や体操のように道具を使わず自己の体のみを使って高度な演技をするタイプのわざについて検討する。例としてスポーツ選手や武道家の訓練を検討する。 |
| 6 | 体と言語を駆使するパターン | 演劇等では身体表現能力と言語表現能力の向上が要求される。「狂言」または「演劇」を例に彼らはどのような訓練を行いプロとしての「身体」を作っているかを検証する。 |
| 7 | 道具を駆使するパターン | 職人に代表される「道具」を自由に操る能力を駆使することにより，優れた作品や商品を作り上げる職人のわざについて検証する。例としては外科医の手技を取り上げる。 |
| 8 | 既存のナレッジマネジメントの検討 | 現実に行われているわざの修得と実行を前提に，ポラニーの「暗黙知」と野中/竹内の「知識創造」の主張を検討する |

| | | |
|---|---|---|
| 9 | 「型」構造を生む構造 | 茶道を中心に，過去に行った実例を「型」の視点から再考する。また，教育システムとしての家元制度をピエール・ブルデューの言う文化を再生産する仕組み，構造を生み出す構造として見ていく。 |
| 10 | アクションラーニングⅠ | グループメンバーで意識を共有し，新しいアイデアを出すための手法を使って，意識改革，組織改革，ビジネス・プランの立案を行うトレーニングを体験する。 |
| 11 | アクションラーニングⅡ | 同上 |
| 12 | アクションラーニングⅢ | 同上 |
| 13 | アクションラーニングⅣ | 同上 |
| 14 | アクションラーニングⅤ | 同上 |
| 15 | アクションラーニングⅥ | 同上 |

**履修上の注意・準備学習の内容**

「ナレッジマネジメント」で紹介する技法についてその特徴を観察しメモを取っておくこと。

ナレッジマネジメントとナレッジマネジメント（演習）はセットで行うため，一方だけの履修では履修する意味が殆ど無いことを理解しておいて下さい。 ・注意事項

授業日程は，ゲスト講師のスケジュールにより変動する可能性があります。

**教科書**

**参考書**

**成績評価の方法**

（1） 出席及びクラスへの貢献（60%） （2） レポート（40%）

**その他**

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 自己表現 | | | 2単位 | 三　輪　えり花 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

この授業はビジネスを進めるにあたり必要不可欠な基本的および総合的コミュニケーション能力を現場において最大限に発揮できるレベルまで高めることを第一の目的とする。

プレゼンテーションや交渉の場では，その中身がどんなに魅力的であろうとも，また，どんなに伝えたいことがあろうとも，それを表現する人間その人が魅力的であらねば効果は半減する。素晴らしい台本やレジュメも，それを読み上げる人の表情や声が硬ければ，味気ないものに思えるし、喋り方がはっきりしていなければ、却ってつまらない印象を与えてしまう。逆に言えば，その人に魅力的な表現ができれば，予想以上の効果を上げることもできるのである。そしてその魅力の元は，視線や声，腕の動きひとつだったりもするのだ。

我々は相手の人物を，微妙な顔の表情やボディランゲージ，声の質感などから判断している。一方で，自分自身も，シーンに応じて様々な自分を演じ分けている。しかし，肝心なときに限って緊張や焦燥で，理想の自分を表現できなくなることが多い。そうした場でも生き生きと活動するためには，自分自身を自由な状態へ解放していけばよいのである。同時に，表現の武器としての声・表情筋ほか，身体が微細に放つ意思表示や深層心理表示の能力を使いこなす技（わざ）が必要となる。

この授業では，表現者としての自己を身体の根本レベルから見つめ直し，如何なる場に於いても魅力ある自分を演出できるような，ゆとりある心身を保ち，且つ向上させるために演劇的ワークショップの手法を用いる。発声訓練を使用して声の表現能力を高め，身体と心理の双方を解放する訓練を通して意図したとおりの自分を表現したり，コントロールしたりする能力を育てる。また，激務からのストレス解消のために，俳優のリラクゼーションや激しい心理変化に対する対応なども学ぶ。

わずか 13 回の授業で全てが完璧になるなら誰もがスタアになれるのだが，こうした事柄は一朝一夕で叶うものではない。しかしながら，この 13 回を利用して，自己表現の何たるかと，それに必要なことは何かを学ぶことはできる。後は場面に即して実践を通し，一生をかけて培ってゆかねばならない。世界の舞台に出ても立派に通用するリーダーとして振舞える人間を育てることが，この授業の究極の目的である。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 立ち姿・歩き姿 | 会議の壇上で演題に向かうまできっちり歩けるか。これは一声発する前の第一印象である。そして話をしているとき、しっかり立っているか。これまで身につけてしまった癖を知り、そこから堂々としたプレゼンスへ向かう身体の使い方を知る。 |
| 2 | 首、腕、指先の示すもの | 指先などの繊細な箇所，腰や背骨などの大きな箇所，それぞれに意思表示がある。それを認識しながら，自らの意思で動かせるようにする。 自分の癖は「心の癖」でもあるから、自分と向き合う必要がある。 |
| 3 | 視線 | 威圧的な視線と信頼のもてる視線。ただの低姿勢を表す視線と立場をわきまえつつ主張する視線。視線を保つ時間で人間関係が変わる。様々な視線を実験する。 |
| 4 | 発声 | 人間的な表現の最大の武器，声について学ぶ。俳優の発声方法と訓練方法を紹介する。 |

| | | |
|---|---|---|
| 5 | 滑舌 | 言葉をはっきり喋るための練習を行なう。希望者は英語を選択しても良い。 |
| 6 | 文を読む（短文） | 学んだ発声と滑舌を元にし、短い文を使って、音色や音の高低の面から表現について考察する。 |
| 7 | 文章を読む（段落） | ひとつずつの文が読めてきたら、段落の中でどのように文章を音にして表現するかを考え、練習する。 |
| 8 | 感情表現（独白の心理） | 戯曲の独白（独り言の場面）を用い、その登場人物が何を言わんとしているかを掴む。他者の心理を読み取るのはコミュニケーションの始まりである。隠されている深層心理にも触れる。 |
| 9 | 感情表現（独白の表現） | ８回めに掴んだ心理を、音声と表情に表現していく方法を試す。 |
| 10 | 演説 | これまでに学んだ技術を使い、用意された原稿を手に、多勢を説得できる演説を試す。 |
| 11 | 演説とパフォーマンス | 10 回めにおこなったことを元に、さらに必要なこと、観客の反応、自らの行動への反省などを考察する。 |
| 12 | 対話 | 独白と演説が一段落したところで、対話術を学ぶ。即興を練習しながら、即興時の視線と姿勢がいかに癖に戻るかを認識し、即興でも堂々と行なえるようにする。 |
| 13 | まとめ | 言葉とボディランゲージの双方を駆使したコミュニケーションについて考察する。今後の課題について話し合う。 |

## 履修上の注意・準備学習の内容

動きやすい格好と靴で参加すること。スカート不可。服装と靴，化粧などによる変化もみるので，その都度，指示する。また，上記シラバスはあくまでも進行の目安で，履修生のニーズと進行具合により，変更の可能性がある。

## 教科書

1.『インプロ：自由自在な行動表現』キース・ジョンストン著　三輪えり花訳　而立書房
2.『英国の演技術　British Style Acting』三輪えり花著　玉川大学出版
上記二冊を使用して、演劇の台詞を用いて行動表現を学びます。
各自で購入し、授業第 1 回目までに目を通しておくこと。

## 参考書

（1） 近代劇・現代劇の台本各種（資料配布）T
（2） The Use of The Self, by F.M Alexander, Victor Golancz, London, ed. 1995;
（3） Your Voice and How To Use It, by Cicely Berry, Virgin Books, ed. 1994;

## 成績評価の方法

（1） 授業出席点（30%） （2） 授業中での議論への参加（40%） （3） 最終レポート成績点（20%） （4） 宿題（10%）

## その他

世界を視野に入れたリーダーをめざす人から，自分を変えたい人まで，幅広く受け入れる。プレゼンテーションや，人前での発表といった実践を研究と併せた授業である。 英語は多用する。

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| オペレーション | | | ２単位 | 竹之内　　隆 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | １・２年 |

授　業　の　概　要　・　目　的

『測定の対象にならないものはマネジメントできない』近年におけるデジタルデータの爆発的増大がなぜ重要な意味を持つのか？その理由は明白だ。
ビッグデータを活用すれば従来とは比較にならないほど多くの事項を測定のうえ理解し、その知見をより良い判断とオペレーションに直に繋げられるからだ。
リアル書店は、どの本が売れてどの本か売れなかったかを POS データを使い把握できた。しかしネット書店では“何を閲覧したか”、“どのページをどの順番で訪れたか”、“顧客間の類似性は何か”を追跡できるようになってしまった。次にどんな本に関心を持ちそうか予測するアルゴリズムが開発され、推奨した本への反応や購入の有無をもとに毎回精度を高めていくことになった。
従来の小売店はこのような情報を入手していないし、それをもとに時宜にかなった対応を取ることもできなかった。このことはデータに基づいたオペレーションが企業の勝敗を決するということを意味する。
本講では、「データで考える力」を強化する。これを短絡的に「統計学」や「Excel 関数」の知識をイメージしてはいけない。
あなたは
①『文字や言葉』で考えるタイプだろうか？
②『数式やグラフ、論理モデル』で考えるタイプか？
③『図解やフローチャート』で考えるタイプか？
これらは、すべて「データで考える力」である。
目の前の問題をよりよく解決するために『勘と経験と洞察力』が必要だ。
ご自身の「データで考える力」が言語タイプか、数式モデルタイプか、図解タイプかを知り、どのタイプがリアルタイム商談に強いデータ分析力を持つか？予算達成に必要な意思決定を正しく導くか、新たなビジネスモデルを立ち上げる際に力を発揮するのかご一緒に学ぼう。

| 授　業　内　容 | | |
|---|---|---|
| 1 | 消費税の引上げはあなたの会社の売上を引き下げるか？ | 総務省の家計調査データによって 1 世帯あたりの食費、衣類などへの支出がわかる。会社の決算情報との相関を調べてみよう、知りたい“問題”の全体像を推定する洞察力の働かせ方について学ぶ。 |
| 2 | アベノミクスに見る政策と景気の因果関係 | 原因と結果の関係を推定する洞察力が本講のポイント。株安、円高が景気を停滞させる因果ツリーを作ってみよう。そのツリーをデータ分析で裏付けることができれば株高、円安は景気浮上に必要十分だ。 |
| 3 | 3.11 以降の自動車メーカーの回復スピードは何が決めてだったか？ | 結果から見ると日産が№1 の回復スピードであった。混乱期にブレークスルーを見いだした洞察力はどこからきたのか？ |
| 4 | データ・インサイト | リーマンショック以降は過去の成功よりクリエイティブな思考が現場を再活性化し、経営を支えている。ロジカルシンキングとデータ分析について考える。 |
| 5 | データ・インサイト 2 | ロジカルシンキングとデータ・インサイトの 5 ステップについてディスカッションする。 |

| | | |
|---|---|---|
| 6 | 海外進出による“予測”の必然性 | 2020 年にむけて企業の ASEAN に進出が本格化する。物理的な距離はビジネスに予測を不可欠にする。予測の基本を知ろう。 |
| 7 | 需要予測と意思決定 | Excel で指数平滑法、重回帰予測について実習する。実企業のデータ分析を演習してみよう。 |
| 8 | 商品開発のデータ分析 | Excel でコンジョイント分析を演習してみる。新しい“お茶”の製品コンセプトを価格、茶葉、水、沸かし時間で分析する。 |
| 9 | データで現場をマネジメント（1）TOC-DBR | 生産スケジュールをデータでマネジメントする基本を知る。ホワイトカラー生産性を上げるために「データで考え」、マネジメントするコツをあわせて理解する。 |
| 10 | データで現場をマネジメント（2）TOC 思考プロセス | 問題解決の思考方法をチームで議論する方法と自分の論理と思考に自問自答する方法論のふたつについて学ぶ。 |
| 11 | データで現場をマネジメント（3）TOC スループット会計 | 時間速度を利益にかえる管理会計について学ぶ。 |
| 12 | データで現場をマネジメント（4）プロジェクト管理基礎 | 全体最適が絵空事ではなく、クリティカルパスを防御することで達成することを理解する。 |
| 13 | データで現場をマネジメント（5）TOC プロジェクト管理 | PERT 計算の進化系計算であるクリティカルチェーンプロジェクトマネジメントについて学ぶ。 |
| 14 | 個人演習（1） | ご自身の所属する組織の問題について整理し、データ分析を利用してブレークスルーを考えてみる。 |
| 15 | 個人演習（2） | ご自身の所属する組織の問題について整理し、発表し、相互にディスカッションする。 |

| 履修上の注意・準備学習の内容 |
|---|
| ノート PC を使用する講義がある。 |
| **教　　科　　書** |
| データで考える力　竹之内　隆　著（2013 年 05 月出版予定） |
| **参　　考　　書** |
| イッシューからはじめよ　安宅和人　著 |
| **成　績　評　価　の　方　法** |
| 出席４０％＋授業参画３０％＋個人演習３０％で決まる。 |
| **そ　　の　　他** |
| 企業での実務経験が 3 年以上有することが望ましい。 |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 情報システム | | | 2単位 | 杉　野　　周 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

自社独自で情報システムを開発する時代から ERP 等のパッケージや ASP を利用して情報システムを構築する時代になった。つまり開発から構築の時代になっている。それと共に，情報システム部門のアウトソーシングの余波として，システム要員の削減が行われ，情報システム部門の能力の低下という現象が起こってきた。こうした状況下で ERP という自分たちのノウハウが生かせないブラック・ボックスとしてのパッケージ導入が始まり，企業の情報システム部門は為すすべもなく外部コンサルタントにお任せするしかないという状態が発生した。

こうした状態に追い打ちをかけるように，業界再編成の波が押し寄せ合併に伴う情報システム統合という難問が発生し，情報システム部門の弱体化が社会的な問題になって来た。

特に，みずほ銀行の合併に伴うトラブルが表面化したことにより，銀行の信用が揺らいだという事件があり，「合併」が問題中心であるかのごとくマスコミでは話題にされてしまったが，それは情報システム構築の特殊例に過ぎず，一企業内でのシステム統合がうまくいかなくなったという現象の余波であるに過ぎない。

こうした社会変化の中で，状況変化に対応しやすい柔軟な構造の情報システム（継ぎ接ぎだらけの上辺だけ連携したシステムではない）を構築するために，情報システムの企画部門の要員として自社のビジネスを分析し，システムを企画するための視点を得ることが重要になっている。本講座ではシステム・アナリストが情報システムの分析を行うという立場をとらず，コンサルタントまたは，情報システム部門が現場のユーザーに手法を提供し，現場の人自らがモデリングを行う「プロセス・コンサルティング」を前提として，モデリング手法の体験学習を行う。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 情報システム部門が抱える問題 | 今や，情報システムの統合が障害になって企業の合併スケジュールに支障がでるという問題が発生している。この問題の根本的な原因について検討する。 |
| 2 | ビジネス・プロセス | 職能型組織を前提にしたシステムから，ビジネス・プロセスという見方へ変化した背景を検討する。 |
| 3 | ソフトウェア工学と開発方法論とプロセス・コンサルテーション | 企業固有のデータモデルは，ビジネスのドメインが変わらなければ変化することはない。<br>その安定したモデルを分析するための手法をソフトウェア工学に求め，それをじつげんするための開発方法論についても検討を行う。 |
| 4 | ケース・スタディー「鈴鹿富士ゼロックス」 | プロセス・コンサルテーションの実際と考え方を理解するために，ケースを読む。 |
| 5 | 概念データモデル | 現場主導で安定した企業のビジネスモデルを作成するための手法の解説と初歩的な練習を行う。 |
| 6 | モデリング（航空会社）I | モデリングの手始めとして，航空会社の時刻表を手掛かりにしモデリングの方法を学ぶ。 |
| 7 | モデリング（航空会社）II | 同上 |
| 8 | モデリング（サービス業）I | モデルの書き方が理解できた上で，企業の基幹業務を対象にデータモデルを書く。 |

| | | |
|---|---|---|
| 9 | モデリング（サービス業）II | 同上 |
| 10 | モデリング（携帯電話会社）I | サービス業とは異なるモデルとして，携帯電話会社を取り上げる。 |
| 11 | モデリング（携帯電話会社）II | 同上 |
| 12 | モデリング（企業）I | |
| 13 | モデリング（企業）II | |
| 14 | モデリング（コンビニ）I | コンビニの既存のモデルを描く |
| 15 | モ デリング（コンビニ）II | 14 モデリング（コンビニ）I ベースに新規ビジネスを検討する。 |

**履修上の注意・準備学習の内容**

情報システムをテーマにした授業であるが，最終的に作成するデータモデルも現場の従業員が業務構造を理解するための手法としてトレーニングを行う。

実習中心の授業なので，欠席が続くと付いていけなくなるので注意すること。

**教　　科　　書**

**参　　考　　書**

**成　績　評　価　の　方　法**

（1） クラスへの貢献（100％）

**そ　　の　　他**

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 情報システム（演習） | | | 2単位 | 杉　野　　周 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

自社独自で情報システムを開発する時代から ERP 等のパッケージや ASP を利用して情報システムを構築する時代になった。つまり開発から構築の時代になっている。それと共に，情報システム部門のアウトソーシングの余波として，システム要員の削減が行われ，情報システム部門の能力の低下という現象が起こってきた。こうした状況下で ERP という自分たちのノウハウが生かせないブラック・ボックスとしてのパッケージ導入が始まり，企業の情報システム部門は為すすべもなく外部コンサルタントにお任せするしかないという状態が発生した。

こうした状態に追い打ちをかけるように，業界再編成の波が押し寄せ合併に伴う情報システム統合という難問が発生し，情報システム部門の弱体化が社会的な問題になって来た。

特に，みずほ銀行の合併に伴うトラブルが表面化したことにより，銀行の信用が揺らいだという事件があり，「合併」が問題中心であるかのごとくマスコミでは話題にされてしまったが，それは情報システム構築の特殊例に過ぎず，一企業内でのシステム統合がうまくいかなくなったという現象の余波であるに過ぎない。

こうした社会変化の中で，状況変化に対応しやすい柔軟な構造の情報システム（継ぎ接ぎだらけの上辺だけ連携したシステムではない）を構築するために，情報システムの企画部門の要員として自社のビジネスを分析し，システムを企画するための視点を得ることが重要になっている。本講座ではシステム・アナリストが情報システムの分析を行うという立場をとらず，コンサルタントまたは，情報システム部門が現場のユーザーに手法を提供し，現場の人自らがモデリングを行う「プロセス・コンサルティング」を前提として，モデリング手法の体験学習を行う。

## 授　　業　　内　　容

「情報システム」とワンセットで行い，「情報システム」で行った講義または問題提起に対してディスカッションを行う。後半は，「情報システム」と同期を取り「データモデリング」のトレーニングを行う。

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 情報システム部門が抱える問題 | 今や，情報システムの統合が障害になって企業の合併スケジュールに支障がでるという問題が発生している。この問題の根本的な原因について検討する。 |
| 2 | ビジネス・プロセス | 職能型組織を前提にしたシステムから，ビジネス・プロセスという見方へ変化した背景を検討する。 |
| 3 | ソフトウェア工学と開発方法論とプロセス・コンサルテーション | 企業固有のデータモデルは，ビジネスのドメインが変わらなければ変化することはない。<br>その安定したモデルを分析するための手法をソフトウェア工学に求め，それをじつげんするための開発方法論についても検討を行う。 |
| 4 | ケース・スタディー「鈴鹿富士ゼロックス」 | プロセス・コンサルテーションの実際と考え方を理解するために，ケースを読む。 |
| 5 | 概念データモデル | 現場主導で安定した企業のビジネスモデルを作成するための手法の解説と初歩的な練習を行う。 |
| 6 | モデリング（航空会社）I | モデリングの手始めとして，航空会社の時刻表を手掛かりにしモデリングの方法を学ぶ。 |
| 7 | モデリング（航空会社）II | 同上 |

| | | |
|---|---|---|
| 8 | モデリング（サービス業）I | モデルの書き方が理解できた上で，企業の基幹業務を対象にデータモデルを書く。 |
| 9 | モデリング（サービス業）II | 同上 |
| 10 | モデリング（携帯電話会社）I | サービス業とは異なるモデルとして，携帯電話会社を取り上げる。 |
| 11 | モデリング（携帯電話会社）II | 同上 |
| 12 | モデリング（企業）I | |
| 13 | モデリング（企業）II | |
| 14 | モデリング（コンビニ）I | コンビニの既存のモデルを描く |
| 15 | モデリング（コンビニ）II | コンビニをベースに新規ビジネスを検討する |

**履修上の注意・準備学習の内容**

「情報システム」で行った講義内容について実習を行うため，「情報システム」の履修が前提となる。欠席が続くと，全く付いていけなくなるので，注意すること。

**教科書**

**参考書**

**成績評価の方法**

（1） クラスへの貢献（100%）

**その他**

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| ネットビジネス | | | 2単位 | 高　橋　一　貢 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

インターネットは，企業活動にとって，かかせないものになっている。しかし，インターネットは企業活動の支援ではなく，普及と共にインターネットならではのビジネスが多く登場してきた。この授業では，既存ビジネスの置き換えでなく，インターネットの特徴を生かした独自のビジネスの考察を行う。そのため，この授業では，インターネットの成立から web2.0 を経て，現在にいたる過程の中で，どのようなビジネスが登場してきたかを講義，ケース分析，文献考察の講義から構成される。文献考察は，書籍，論文，記事などを履修者に割り当て，それを授業中に発表してもらい，ディスカッションを行う。

## 授　業　内　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | イントロダクション | ネットビジネスが扱う範囲と授業形態の説明 |
| 2 | インターネット 1 | コンピュータの歴史とインターネット |
| 3 | インターネット 2 | コンピュータの歴史とインターネット 2 |
| 4 | マーケティングリサーチの新しい潮流 | インターネット・リサーチ |
| 5 | インターネット 3 | web2.0 |
| 6 | 文献考察 | 情報化白書 |
| 7 | ヒューマンネットワークとネットビジネス | SNS |
| 8 | ケース分析 | 社内新規事業（社内ベンチャー） |
| 9 | 文献考察 | 音楽配信 |
| 10 | 小売業とネットビジネス | インターネット・ショッピング |
| 11 | 文献考察 | ネットワークゲーム |
| 12 | 文献考察 | 携帯電話など |
| 13 | 最近の技術動向 1 | ネットビジネスに影響を与える技術 1 |
| 14 | 最近の技術動向 2 | ネットビジネスに影響を与える技術 2 |
| 15 | まとめ | 講義 |

## 履修上の注意・準備学習の内容

特になし

## 教　科　書

特になし

## 参　考　書

特になし

## 成　績　評　価　の　方　法

出席　30%　発言　40%　テストないしはレポート　30%　文献考察の発表　プラス α %

## そ　の　他

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| プロジェクト・マネジメント | | | ２単位 | 光　藤　昭　男 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | １・２年 |

授　業　の　概　要　・　目　的

・　通産省（当時の名称）が、１９９９年に”失われた１０年”を克服するために日本発の“産業力強化の手法開発プロジェクト”をスタートさせ、世界のプロジェクトマネジメント（PM）の手法を調査した。 その結果、日本人が得意とする独自の仕事術（下記）を組み合わせ、欧米的手法と日本的手法のハイブリッドな仕組みを創り上げた。すなわち、欧米発のプロジェクトマネジメント手法、MBA 的数値中心マネジメント論、システムズアプローチと、日本のプラントエンジニアリングの EPC 力と「ものつくり日本」のユニークなマネジメント手法を融合して、「日本の競争力強化を支援する」PM ガイドブックを開発した。それが２００１年に世にでた P2M（Project & Program Management）です。P2M には、随所に日本の企業文化である三現主義、QC サークル、組織の上部・下部を知り尽くしたミドルが PgM の企画立案するミドルアップ&ダウン、擦り合わせなど現場重視の進め方を織り込んでいる。また、その知的所有権は日本国に属す。

・　P2M は、上位概念としてプログラムマネジメント（PgM）をその方法論の根幹に据えた。課題解決のために目標を設定し、その目標達成の為にミッションとビジョンを定め、複数プロジェクトを立上げ、それらを有機的で独立でない関係と捉え、常に全体最適を目指すよう個々のプロジェクトを運営し、当初目標を達成させる。一方、PM は、PgM の下位概念とし、与えられた個々のプロジェクトの目標を達成させるための重要手法とした。この結果、P2M は、PM 単独の活用に留まらず、あいまい性と不確実性が高い大規模な問題解決にも適しているとされる。業務改革、事業戦略はもとより、社会基盤、行政、国際協力など、広い分野への適用が期待されている。

・　現実のプロジェクト・プログラムに関与したことのない、あるいは、その方法論・知識体系を充分に習得してない者を対象に、この日本発「Ｐ２Ｍ」を中心に、２０１２年９月に発行された「ＩＳＯ２１５００　プロジェクトマネジメントの手引き」を参照しながら、一部ワークショップを含めて、プロジェクトマネジメントとプログラムマネジメントの知識体系を修得する。

| 授　業　内　容 | | |
|---|---|---|
| 1 | プロジェクトとプロジェクトマネジメント（ＰＭ）①　全般　Ⅰ | ・　プロジェクトとプロジェクトマネジメントの基本用語の理解<br>・　歴史的背景とその発展 |
| 2 | プロジェクトとプロジェクトマネジメント（ＰＭ）②　全般　Ⅱ | ・　プログラムマネジメントの概念と理解<br>・　システムズアプローチ |
| 3 | プロジェクトとプロジェクトマネジメント（ＰＭ）③　資源マネジメント | ・　プロジェクト資源の確保と資源マネジメント |
| 4 | プロジェクトとプロジェクトマネジメント（ＰＭ）④　組織マネジメント | ・　プロジェクトの組織と管理 |
| 5 | プロジェクトとプロジェクトマネジメント（ＰＭ）⑤　コミュニケーション | ・　プロジェクトとコミュニケーション<br>・　情報資源と情報マネジメント |
| 6 | プログラムとプログラムマネジメント（ＰｇＭ）① | ・　プログラムマネジメント　Ⅰ |

| | | |
|---|---|---|
| 7 | プログラムとプログラムマネジメント（ＰｇＭ）② | ・　プログラムマネジメント　Ⅱ |
| 8 | プロジェクトとプロジェクトマネジメント（ＰＭ）⑥　プロジェクト活動 | ・　グループウエアとプロジェクト活動 |
| 9 | プロジェクトとプロジェクトマネジメント（ＰＭ）⑦　目標マネジメント | ・　プロジェクトの目標と管理　Ⅰ |
| 10 | プロジェクトとプロジェクトマネジメント（ＰＭ）⑧　演習 | ・　プロジェクトの目標と管理　Ⅱ　（ＥＶＭ） |
| 11 | プロジェクトとプロジェクトマネジメント（ＰＭ）⑨　リスクマネジメント | ・　リスクの分析と評価 |
| 12 | プロジェクトとプロジェクトマネジメント（ＰＭ）⑩　関係性マネジメント | ・　プロジェクトの多面性と関係分析 |
| 13 | プロジェクトとプロジェクトマネジメント（ＰＭ）⑪　関係性マネジメント | ・　価値の認識と評価 |
| 14 | プログラムとプログラムマネジメント（ＰｇＭ）③ | ・　プロジェクト＆プログラムの評価 |
| 15 | ワークショップ（応用事例研究） | ・　ワークショップ（事例演習） |

**履修上の注意・準備学習の内容**

特になし

**教　　科　　書**

（1）　神沼靖子監修　「プロジェクトの概念」　近代科学社
（2）　日本プロジェクトマネジメント協会編集　Ｐ２Ｍ教材：再編集版

**参　　考　　書**

（1）　日本プロジェクトマネジメント協会企画　「新版 P2M 標準ガイドブック」　日本能率協会マネジメントセンター　　（2）　日本プロジェクトマネジメント協会　「IT 分野のための P2M ハンドブック」　日本能率協会マネジメントセンター　　（3）　清水基夫　「実践プロジェクト＆プログラムマネジメント」　日本能率協会マネジメントセンター　　（4）　小原重信、浅田孝幸、鈴木研一　「プロジェクト・バランス・スコアカード」　生産性出版

**成　績　評　価　の　方　法**

（1）　授業出席点-30％　　（2）　授業中での議論への参加-20％
（3）　宿題-20％　　（4）　最終レポート成績点-30％

**そ　　の　　他**

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| サプライチェーン・マネジメント | | | 2単位 | 橋　本　雅　隆 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

サプライチェーンは企業間をまたがる業務の連鎖プロセスを指す。業務プロセスは，企画・開発・設計・生産準備・構築・使用・保全・廃棄・回収・再利用といったライフサイクル・サポートのプロセスと，調達・生産・販売・物流・返品・（代金回収）といった基幹業務プロセスからなる。サプライチェーン・マネジメント（SCM）とは，この企業間をまたがる業務プロセス全体を視野に入れたマネジメントのことである。この2つのプロセスを統合した全体プロセスを設計・構築・運用・改善することがSCMの主たる内容である。個別企業のマネジメントとは異なり，企業間の調整と連携を基盤として全体の業務プロセスを望ましい方向へと革新・改善を行う必要がある。本講義では，ロジスティクス論を履修していることが前提となる。

## 授　業　内　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | イントロダクション | 講義の趣旨，受講上の注意等を説明する。 |
| 2 | SCMの概念・背景と定義 | SCMに関する基本的な概念とそれが成立した背景，SCMの定義，経営におけるSCM導入の意義や問題点等について説明する。 |
| 3 | サプライチェーン・ネットワーク概念 | サプライチェーンの基盤となる拠点ネットワークと業務ネットワークの概念について論じる。 |
| 4 | 在庫理論とSCM（1） | ロジスティクス論で学んだ在庫理論を基礎として，企業間の業務連携に起因する在庫問題を取り上げる。 |
| 5 | 在庫理論とSCM（2） | VMI，CPFRなど，SCMにおける在庫マネジメントの手法について説明する。また，マーケティングと在庫の関係についても論じる。 |
| 6 | SCMのダイナミズム（1） | サプライチェーンの中核となるビジネスプロセスの構造化要因と，ビジネスモデルの関係について論じる。 |
| 7 | SCMのダイナミズム（2） | SCMの概念は，市場の変化に応じて多様なプレーヤーが機能補完を行いながら複雑に協働するネットワークの形態へと進化している。 |
| 8 | 製造業を中心としたSCM（1） | 一般消費財や耐久消費財の製造業を中心としたSCMについて，事例を用いて論じる。 |
| 9 | 製造業を中心としたSCM（2） | 大型の装置型産業におけるライフサイクル・サポート・ロジスティクスとSCMの関係について論じる。 |
| 10 | 流通業を中心としたSCM（1） | 流通業におけるストアフォーマットとSCMの関係を構造的に論じる。また，国内外の事例について検討する。 |
| 11 | 流通業を中心としたSCM（2） | アパレル，食品などの流通業の事例を取り上げ，川下起点のSCMについて論じる。 |
| 12 | SCMと3PL（1） | 3PLの概念を整理し，SCMにおける3PLの役割について論じる。特に，3PLのビジネスモデルについて整理する。 |

| | | |
|---|---|---|
| 13 | SCM と 3PL（2） | 3PL の事例を紹介し，3PL の高度化について論じる。14 グローバル SCM（1） グローバルロジスティクスと SCM について，その課題と解決策について事例を用いて説明する。15 グローバル SCM（2）およびまとめ グローバル SCM の事例と本講義のまとめを行う。 |

| 履修上の注意・準備学習の内容 |
|---|
| 数回の課題提出および発表を課す。ロジスティクス論を履修していることが望ましい。 |
| **教科書** |
| 中田信哉・橋本雅隆・湯浅和夫・長峰太郎著『現代物流システム論』有斐閣 |
| **参考書** |
| 必要に応じて授業中に指示する。 |
| **成績評価の方法** |
| 出席点 30%，発言点 30%，課題点 40%とする。 |
| **その他** |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| ヘルスケア経営戦略論 | | | ２単位 | 松　田　　淳 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | １・２年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

日本のヘルスケア領域は大きな変革期を迎えており、特にヘルスケア・サービス・プロバイダー（以下「ヘルスケア・サービス事業者」といい、ここでは医療機関と介護事業者を指す。）は、その在り方を大きく変化させる必要性に迫られている。 すなわち、全世界的にみても例を見ない超高齢化を迎えた我が国は、医療機関の統合による機能強化と介護サービス（シニアリビング事業を含む）の拡大によって、ヘルスケア・サービスの質と効率性の向上を共に達成する必要がある。そのためには、ヘルスケア・サービス事業者は、事業再編・統合を含めた経営戦略を立案するとともに、金融・投資家がこれらの動きをバックアップしていかなければならない。

本講義においては、日本のヘルスケア・サービス事業者の現状と、これらの事業者が直面している経営課題とファイナンス環境についての基礎的な理解を深めるとともに、今後のヘルスケア・サービス事業者の経営戦略の方向性についての議論を行うことを目的としている。特に、ヘルスケア・サービス事業者の事業・財務の実態を把握するためのデューディリジェンスを中心とした分析手法については、一般企業との共通点、相違点に着目した解説に注力する。なお、グローバルな観点からは、KPMG のヘルスケアプラクティスが取り組んでいる、先進各国でのケアシステムリデザインへの取り組み、アジアにおけるクロスボーダーでの医療機関進出支援などのトピックスについて解説する。

本講義の受講者には、ヘルスケア・サービス・プロバイダーの事業、財務のついての基礎知識の有無は問わず、幅広い観点からヘルスケア・サービス事業者の今後の経営戦略の在り方について洞察を深めていただくことを期待している。したがって、想定される受講者は、ヘルスケア・サービス・プロバイダーのマネジメント・管理者、ヘルスケア・サービス事業者に関連する事業者、ヘルスケア関連分野への新規参入者、同分野への事業投資家ないしは不動産投資家などとして、現在ないしは将来的に医療・介護業界への関与を企図する幅広い層の受講を想定している。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | ヘルスケア・サービス事業者を取り巻く環境 | 高齢化の進展、社会保障費の動向などの日本国内の情勢、欧米諸国と日本の状況の違いなどから、地域包括ケアなどの制度動向の背景とヘルスケア・サービス事業者の事業環境についての解説を行う。 |
| 2 | 医療機関の経営戦略①（外部環境と事業の方向性） | 医療機関を取り巻く事業環境について、制度動向、医療技術のイノベーションなどの観点から考察するとともに、事業規模、人的・物的資源調達力などの点から、事業体としての特徴と今後の方向性を分析する。 |
| 3 | 医療機関の経営戦略②（事業モデルと経営課題） | 多様化する医療機関の事業モデルを分類し、事業および財務上の特徴を分析する。また、それぞれの事業体がおかれた経営課題について解説する。 |
| 4 | 医療機関の経営戦略③（民間医療機関のファイナンス、M&A） | 民間医療機関の資金調達市場、資金調達方法およびＭ＆Ａについて解説をする。また、民間医療機関のガバナンス上の特徴とその経営と財務に与える影響（非営利原則や関連する法令、指導を含む）を整理する。 |
| 5 | 医療機関の経営戦略④（事業・財務の分析手法） | 民間医療機関を例として、医療機関の事業、財務の実態把握をするためのデューディリジェンスを中心とした分析方法について、解説を行う。 |

| | | |
|---|---|---|
| 6 | 医療機関の経営戦略⑤（実務者講演） | 民間医療機関のマネジメントによる経営環境についての講義（予定） |
| 7 | 海外情勢の紹介① | KPMG ヘルスケア・プラクティスの海外調査からの事例紹介（予定） |
| 8 | 介護サービス事業者の経営戦略①（外部環境と事業の方向性） | 介護サービス事業者を取り巻く事業環境について、介護保険サービス市場の状況や制度動向から解説するとともに、事業者について、事業規模、人的資源の調達環境や収益性の観点から理解を深める。 |
| 9 | 介護サービス事業者の経営戦略②（事業モデルと経営課題） | 介護サービス事業者の事業モデル、経営課題について、主要事業者の戦略を参考にしながら理解を深める。また、事業特性としての地域密着性についての理解を深め、地域企業の重要性についても解説する。 |
| 10 | 介護サービス事業者の経営戦略③（シニアリビング事業） | 急成長するシニアリビング事業（高齢者施設・住宅事業）について解説する。今後の事業の方向性については、介護事業を超えたコミュニティ・ビジネスとしての観点からの解説を行うとともに、欧米の事業者の状況についても概説する。 |
| 11 | 介護サービス事業者の経営戦略④（ファイナンス、不動産流動化、M&A） | 介護サービス事業者の資金調達環境、M&A について解説をする。特に、シニアリビング事業において拡大している不動産流動化市場の実態とヘルスケア REIT へ向けた動きについては、欧米の事例も交えた解説を行う。 |
| 12 | 介護サービス事業者の経営戦略⑤（事業・財務の分析手法） | 介護サービス事業者の事業・財務の実態把握のためのデューディリジェンスを中心とした分析方法について、解説を行う。 |
| 13 | 介護サービス事業者の経営戦略⑥（実務者講演） | 介護サービス事業者のマネジメントによる経営環境についての講義（予定） |
| 14 | 地域医療・介護再編（ケアシステム・リデザイン）について | 地域における医療・介護サービス提供体制の再編（ケアシステム・リデザイン）の必要性について、地域の事例をベースに解説を行うとともに、海外における実例を解説する。 |
| 15 | 海外情勢の紹介②、および総括 | KPMG ヘルスケア・プラクティスの海外調査からの事例紹介（予定）と講義総括 |

**履修上の注意・準備学習の内容**

基本的には事前知識は必要ないが、医療、介護業界のみならず、財務、ファイナンスに対する基礎的学習が必要となる点に留意が必要である。

**教　　科　　書**

KPMG の講演、講義テキストを参考に準備した資料を利用。（各回配付）

**参　　考　　書**

（1）講義に際して執筆物のコピーを配付予定
（2）上記以外には、「金融機関のための介護業界の基本と取引のポイント」KPMG ヘルスケアジャパン株式会社（経済法令研究会）

| 成　績　評　価　の　方　法 |
| --- |
| （1）授業出席点（30％）<br>（2）最終レポート成績点 40％<br>（3）授業中での議論への参加 10%<br>（4）宿題 20％とする。 |
| そ　　の　　他 |
| 医療・介護領域を含むヘルスケア分野は、ヘルスケア事業を営む企業のみならず、国家戦略的にも、様々な業界に属する企業の戦略としても、極めて注目度の高い領域である。したがって、本講義には、幅広い分野に属する受講者の参加を得て、様々な観点から洞察を深めていくことを期待している。 |

| 科　目　名 | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|
| ケース・スタディⅠ（マネジメント） | | 2単位 | 杉　野　　周 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

ケース・スタディでは「プロダクト・イノベーション」と「プロセス・イノベーション」および「組織改革」のケースを中心にしてディスカッションを行う。今回取り上げるケースは様々な領域の問題解決を図る事を求めている場合があるが，今回は「プロダクト・イノベーション」と「プロセス・イノベーション」に焦点を当て，「イノベーション」がどのようにして起きたか，またそれを発展させるために必要な「組織改革」はどうしたら良いかという点についてディスカッションを行う。

最後の数回は，応用編として最近の事例についてディスカッションを行う。

## 授　業　内　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | オリエンテーション | 「聖路加国際病院　―地下鉄サリン事件への対応―」 混乱した状態からどのように正しい答えを導き題したかを検討する。 |
| 2 | 「3M の製品開発」 | 画期的な新製品を相次いで生み出し，財務的にも安定した大企業である 3M の製品開発のしくみに関するケース。 39153 下記の特徴あるケースを選択しディスカッションを行う。 ・フェデラル・エクスプレス ・タコ・ベル ・サウスウエスト航空 ・スターバックス ・AES 蜂の巣システム これ以外に，現在進行中の事例を取り上げてディスカッションすることもある。 |

## 履修上の注意・準備学習の内容

積極的に参加する事。

## 教　科　書

## 参　考　書

ケースは指示したものを購入する事。

## 成　績　評　価　の　方　法

（1） 出席（40%） （2） クラスへの貢献（60%）
（出席しても，グループディスカッションに貢献しないと評価の対象とならない）

## そ　の　他

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| ケース・スタディⅡ（マネジメント） | | | 2単位 | 杉　野　　周 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 1・2年 |

| 授　業　の　概　要　・　目　的 |
|---|
| ケース・スタディⅡは，ケースⅠとワンセットで行い，ケースⅠで行った状況認識を元に，より深いディスカッションを行う。 |

| 授　　業　　内　　容 | | |
|---|---|---|
| 1 | オリエンテーション | 「聖路加国際病院　―地下鉄サリン事件への対応―」 混乱した状態からどのように正しい答えを導き題したかを検討する。 |
| 2 | 「3M の製品開発」 | 画期的な新製品を相次いで生み出し，財務的にも安定した大企業である 3M の製品開発のしくみに関するケース。 39153 下記の特徴あるケースを選択しディスカッションを行う。 ・フェデラル・エクスプレス ・タコ・ベル ・サウスウエスト航空 ・スターバックス ・AES 蜂の巣システム これ以外に，現在進行中の事例を取り上げてディスカッションすることもある。 |

| 履修上の注意・準備学習の内容 |
|---|
| 積極的に参加する事。 |

| 教　　科　　書 |
|---|
| |

| 参　　考　　書 |
|---|
| ケースは指示したものを購入する事。 |

| 成　績　評　価　の　方　法 |
|---|
| （1） 出席（40%） （2） クラスへの貢献（60%）<br>（出席しても，グループディスカッションに貢献しないと評価の対象とならない） |

| そ　　の　　他 |
|---|
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| ケース・スタディⅢ（マネジメント） | | | 2単位 | 野　田　　稔 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 1・2年 |

| 授　業　の　概　要　・　目　的 |
|---|
| ケーススタディは，マネジメント上の問題解決を疑似体験できるツールである。実際の企業に起きたことを題材に，問題解決に疑似体験を行いたい。ケーススタディ III，IV は経営戦略と組織論を中心としたケースを選び議論する。経営組織論（マクロ組織論），組織行動論（ミクロ組織論），人材育成論，ヒューマンリソース論など一連の人事・組織系各講座との連携を考えながら講義は進める。独立した講義として位置づけるが，場合によっては各講義の延長線上の議論を行うこともあることを含んでいただきたい。従って，可能な限り上記各講義も受講することが望ましい。ただし，必須ではない。また，年度をまたがっての受講でもかまわない。ただし，ケーススタディ IV はケーススタディ III と連続して行われるので，受講の際は同じ期に同時に受講すること。 |

| 授　　業　　内　　容 | | |
|---|---|---|
| 1 | イントロダクション | ケーススタディの進め方について理解する。効率的な議論が出来るように，ミーティングマネジメントの基礎を講義する。併せて受講者同士の相互理解を深める。 |
| 2 | 事業と組織（1） | 「組織は戦略に従う」とは課のアルフレッド・チャンドラーの言葉だが，組織と戦略，組織と事業の適合は極めて重要なマネジメントのテーマである。何回かに分けてこの問題を扱う。（続く） |
| 3 | 事業と組織（2） | 事業と組織では，P & G のグローバル化と組織再編問題，グラクソとスミスクラインビーチャムの合併に伴う組織問題，メルクの環境変化対応などをケースとして扱う予定である。（続く） |
| 4 | 事業と組織（3） | なお，扱うケースは講義の進捗状況などにより随時変更されるものであることをあらかじめ理解いただきたい。 |
| 5 | 組織変革（1） | 組織変革は企業が生き残る上において避けて通れない道である。しかし，組織を構成する生身の人間は，とかく変革を恐れ，面倒くさがり，効果を疑うものである。組織変革の問題を数回に分けて扱う。（続く） |
| 6 | 組織変革（2） | ここで扱うケースとしては，新生銀行の企業文化統合と再生，GE ジャックウエルチの企業変革，アサヒビールの組織変革などを取り上げる。（続く） |
| 7 | 組織変革（3） | なお，扱うケースは講義の進捗状況などにより随時変更されるものであることをあらかじめ理解いただきたい。 |
| 8 | HRM （1） | 精緻にくみ上げられた組織もこれを運用する人材の能力と意欲が伴わなければ，絵に描いた餅となる。いかにして人材の能力を高め，意欲を掻き立てるか，各社の取り組みを数回に分けて取り扱う。（続く） |
| 9 | HRM （2） | ここで取り扱うケースとしては，ABB の人材マネジメント，マッキンゼーのコンピタンスマネジメント，マブチモーターのグローバル人材マネジメントなどを取り上げる。（続く） |

| | | |
|---|---|---|
| 10 | HRM （3） | なお，扱うケースは講義の進捗状況などにより随時変更されるものであることをあらかじめ理解いただきたい。 |
| 11 | リアルケース（1） | ケーススタディの最終テーマとして，実際の企業が現在取り組んでいる課題を取り上げ，チームとしてのソリューションを考える。（続く） |
| 12 | リアルケース（2） | 実際に企業変革担当者を呼び，リアルに問題意識を語ってもらうことを想定している。 |
| 13 | ケーススタディの総括 | リアルケースのソリューションをチームごとに発表し，相互に意見交換する。この発表をコース全体の評価の対象とする。 |

**履修上の注意・準備学習の内容**

このコースは組織・人事系講義の一環として位置づけられる。従って，経営組織論，組織行動論，ヒューマンリソース論，人材育成論などの講義をあらかじめ受講する，もしくは同時履修していることが望ましい。ただし，これを必須条件とはしない。なお，ケーススタディ III，IV は必ずセットで受講すること。

**教科書**

各回ケースを各自入手すること。ケース入手法に関しては第一回の講義時に指示する。

**参考書**

講義の中で適宜指示する。

**成績評価の方法**

（1） 授業出席点（40%） （2） リアルケースの成績点（30%（チーム得点＋個人貢献加点（チーム内相互評価）） （3） 授業中での議論への参加（30%（野田の主観評価。加点法を用いる。）

**その他**

ケーススタディ法は正解がない講義である。自らの頭で論理的に考え，これを適切な方法で伝えることが求められる。講義への積極的な参加が大前提となることを認識していただきたい。

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| ケース・スタディⅣ（マネジメント） | | | 2単位 | 野　田　　稔 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 1・2年 |

| 授　業　の　概　要　・　目　的 |
|---|
| ケーススタディは，マネジメント上の問題解決を疑似体験できるツールである。実際の企業に起きたことを題材に，問題解決に疑似体験を行いたい。ケーススタディ III，IV は経営戦略と組織論を中心としたケースを選び議論する。経営組織論（マクロ組織論），組織行動論（ミクロ組織論），人材育成論，ヒューマンリソース論など一連の人事・組織系各講座との連携を考えながら講義は進める。独立した講義として位置づけるが，場合によっては各講義の延長線上の議論を行うこともあることを含んでいただきたい。従って，可能な限り上記各講義も受講することが望ましい。ただし，必須ではない。また，年度をまたがっての受講でもかまわない。ただし，ケーススタディ IV はケーススタディ III と連続して行われるので，受講の際は同じ期に同時に受講すること。 |

| 授　　業　　内　　容 | | |
|---|---|---|
| 1 | イントロダクション | ケーススタディの進め方について理解する。効率的な議論が出来るように，ミーティングマネジメントの基礎を講義する。併せて受講者同士の相互理解を深める。 |
| 2 | 事業と組織（1） | 「組織は戦略に従う」とはかのアルフレッド・チャンドラーの言葉だが，組織と戦略，組織と事業の適合は極めて重要なマネジメントのテーマである。何回かに分けてこの問題を扱う。（続く） |
| 3 | 事業と組織（2） | 事業と組織では，P & G のグローバル化と組織再編問題，グラクソとスミスクラインビーチャムの合併に伴う組織問題，メルクの環境変化対応などをケースとして扱う予定である。（続く） |
| 4 | 事業と組織（3） | なお，扱うケースは講義の進捗状況などにより随時変更されるものであることをあらかじめ理解いただきたい。 |
| 5 | 組織変革（1） | 組織変革は企業が生き残る上において避けて通れない道である。しかし，組織を構成する生身の人間は，とかく変革を恐れ，面倒くさがり，効果を疑うものである。組織変革の問題を数回に分けて扱う。（続く） |
| 6 | 組織変革（2） | ここで扱うケースとしては，新生銀行の企業文化統合と再生，GE ジャックウエルチの企業変革，アサヒビールの組織変革などを取り上げる。（続く） |
| 7 | 組織変革（3） | なお，扱うケースは講義の進捗状況などにより随時変更されるものであることをあらかじめ理解いただきたい。 |
| 8 | HRM （1） | 精緻にくみ上げられた組織もこれを運用する人材の能力と意欲が伴わなければ，絵に描いた餅となる。いかにして人材の能力を高め，意欲を掻き立てるか，各社の取り組みを数回に分けて取り扱う。（続く） |
| 9 | HRM （2） | ここで取り扱うケースとしては，ABB の人材マネジメント，マッキンゼーのコンピタンスマネジメント，マブチモーターのグローバル人材マネジメントなどを取り上げる。（続く） |

| | | |
|---|---|---|
| 10 | HRM （3） | なお，扱うケースは講義の進捗状況などにより随時変更されるものであることをあらかじめ理解いただきたい。 |
| 11 | リアルケース（1） | ケーススタディの最終テーマとして，実際の企業が現在取り組んでいる課題を取り上げ，チームとしてのソリューションを考える。（続く） |
| 12 | リアルケース（2） | 実際に企業変革担当者を呼び，リアルに問題意識を語ってもらうことを想定している。 |
| 13 | ケーススタディの総括 | リアルケースのソリューションをチームごとに発表し，相互に意見交換する。この発表をコース全体の評価の対象とする。 |

**履修上の注意・準備学習の内容**

このコースは組織・人事系講義の一環として位置づけられる。従って，経営組織論，組織行動論，ヒューマンリソース論，人材育成論などの講義をあらかじめ受講する，もしくは同時履修していることが望ましい。ただし，これを必須条件とはしない。なお，ケーススタディ III，IV は必ずセットで受講すること。

**教科書**

各回ケースを各自入手すること。ケース入手法に関しては第一回の講義時に指示する。

**参考書**

講義の中で適宜指示する。

**成績評価の方法**

（1） 授業出席点（40%） （2） リアルケースの成績点（30%（チーム得点＋個人貢献加点（チーム内相互評価）） （3） 授業中での議論への参加（30%（野田の主観評価。加点法を用いる。）

**その他**

ケーススタディ法は正解がない講義である。自らの頭で論理的に考え，これを適切な方法で伝えることが求められる。講義への積極的な参加が大前提となることを認識していただきたい。

| 科目名 | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|
| 企業分析 | 2単位 | 山口 不二夫 |

| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | 1・2年 |
|---|---|---|---|

## 授業の概要・目的

本講義は企業分析の理論を学習し，データを用いて実際の企業の分析が可能となることを目的とする。企業分析の方法を大きく2つに分類すると，定性分析と定量分析に分けることが可能である。定量分析とはおもに財務（会計）データを用いて，企業を分析する方法であり，定性分析とは非財務データを用いて企業を分析する方法である。現在最も，確度の高い企業評価は社債の格付けであると呼ばれている。社債の格付けに際しては，定量分析と定性分析とはほぼ半々の割合をしめている。

本講義では財務データを用いた定量分析を初歩から学習する。定量分析を中心とする理由は，財務データという抽象度の高いデータを用いることで，定性分析よりも業界や時代，地域性に左右されない，普遍性の高い分析方法を習得することができるからである。もちろん定性分析での着眼点も学習するが，定性分析については主にIIの課題である。

授業の前半は，企業分析の理論を学習する。さらに資料収集の方法，ケースを用いての趨勢分析，比率分析，企業評価，標準的企業についてのコンサルティングレポートの作成ができるように学習を行う。

授業で使用するケースは，全日空，日本航空，日産自動車，阪急電鉄，楽天，ソフトバンク，JT，ライブドア，オリンパス，Apple，シャープ，Panasonicなどが候補ですでに準備済みである。皆さんの一番興味をもてる企業をとりあげたい。

## 授業内容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 講義の概要説明と企業分析とは何か | 履修方法の説明および企業分析とは何か（テキスト山口『企業分析』白桃書房，第I章） |
| 2 | 企業分析の前提1 | 資料収集の方法と比較データ集の入手方法（山口『企業分析』第II章） |
| 3 | 企業分析の前提2 | 企業の簿記と会計の復習（III章） |
| 4 | 財務資料の見方 | ケースを用いた損益計算書，貸借対照表，キャッシュフロー計算書の見方（以下，ケース資料を用いる） |
| 5 | 趨勢分析1 | 経営基本指標と損益計算書の趨勢分析（VII章） |
| 6 | 趨勢分析2 | 貸借対照表の趨勢分析（VII章） |
| 7 | 収益力の分析 | 収益力の指標，売上高諸費用比率（VIII章） |
| 8 | 活動性の分析 | 回転率の指標による分析（VIII章） |
| 9 | 生産性の分析 | 付加価値と生産性の指標による分析（IX章） |
| 10 | 損益分岐点分析 | 損益分岐点分析の方法と限界，問題点（IX章） |
| 11 | 企業評価の方法 | 総合評価，企業評価，格付け，コンサルティングレポートの書き方（XI章） |
| 12 | ケースによる分析 | （資料配布） |
| 13 | 英文財務諸表の分析 | （　〃　） |
| 14 | 粉飾と企業倫理 | O社の3例などとりあげる。 |
| 15 | まとめ，質疑応答 | |

## 履修上の注意・準備学習の内容

財務会計論の履修，並行履修，あるいは財務会計についての基礎的な知識を必要とする。

| 教　　科　　書 |
| --- |
| 山口『企業分析：増補版』白桃書房（改訂中）改訂がおわらなければ資料配布 |
| 参　　考　　書 |
| 現在、執筆中。会計学については，齋藤静樹『企業会計とディスクロージャー』東京大学出版会，パレプ他著，斉藤訳『企業分析入門』東京大学出版会（「入門」とあるが中・上級者向け，統計，ファイナンスの知識を必要とするが良書） |
| 成　績　評　価　の　方　法 |
| (1)　出席・平常点（20%）（2)　レポート（クラスサイズが大きければ試験）（80%） |
| そ　　の　　他 |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 企業分析（演習） | | | 2単位 | 山　口　不二夫 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

企業分析の基礎的方法を習得することを目的とする。各自対象企業を選定し，財務データを中心にした企業の分析・評価・提言の実践をおこなう。企業分析に必要な業界分析についても適宜学習する。

具体的には各自，分析対象企業を決め，データ収集し，配布した経営分析ソフトに入力して，趨勢分析，比率分析，企業評価をおこなう。さらにその企業の所属する業界の分析，ライバル企業の分析をおこなう。個別企業の分析にあたってはプレゼンテーションをおこない，そのあとの討論を経て，課題を発見し分析を進める。何回かこのような作業をおこない分析を深める。

## 授　　業　　内　　容

授業は以下のサイクルで進行する。

1　対象企業の選定と資料収集
2　データ入力と企業分析報告資料（表）作成
3　報告資料を授業の構成員に配布（原則として発表の前週）
4　経営分析の報告。コメントを受け改善点を発見
5　さらなる資料収集と改良された資料の作成
6　改善された報告資料を授業の構成員に配布（原則として発表の前週）

以下，繰り返し

他のクラスメートから受け取った報告資料には，次週までに必ず A 4，1 枚のコメントを作成し提出する。

## 履修上の注意・準備学習の内容

財務会計論，企業分析の並行履修もしくは同等の学力を必要とする。経営分析のソフトを使用するので，表計算ソフト excel を扱えること。

## 教　　科　　書

講義時に指示する

## 参　　考　　書

企業分析の授業を参照されたい

## 成　績　評　価　の　方　法

(1)　出席・平常点（クラスメートの資料へのコメントを含む）（40%）
(2)　各自選定企業の経営分析レポート（60%）

## そ　　の　　他

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 非営利組織の会計 | | | 2単位 | 山　口　不二夫 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

本講義は企業分析論Ⅰで扱うことのできのできなかった，金融機関，第３セクター，公社・公団など標準的でない財務諸表の分析技法と定性要因についての分析を学習する。そのなかで最も特殊な財務諸表の一つである学校法人など非営利組織を含む経営分析の方法を，ケースを用いて学習する。これらについては財務諸表自体が，標準的なものと異なることから，まず会計理論と財務諸表の様式を学習し，データを用いて実際の組織の分析ができるようになることを目的とする。

さらに，非営利組織の評価のためにはサービスの評価が必要なことから，市場化されていない（市場で評価されていない）サービスの評価方法，非貨幣による組織の評価方法を考える。このことは結局，組織の無形資産の認識と無形資産の評価の問題であることを確認し，無形資産の会計処理さらには物量会計，Non Monetary Accounting を考える。これらの無形資産や物量会計は営利企業においても重要な課題となりつつあるからである。

今年度は同科目の演習が未開講のため、従来演習で行ってきた、参加者自身による分析をサポートする。すなわち参加者が自ら選定した企業の自身による分析の手助けと、検討を行う。

## 授　業　内　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 講義の概要説明履 | 修・評価方法の説明およびテキスト資料の説明 |
| 2 | 金融機関の経営分析 | ケースによる銀行業の経営 |
| 3 | 第３セクターの経営分析 | 第３セクターの経営分析とコーポレートガバナンス |
| 4 | 公社・公団・独立行政法人の経営分析１ | 都市公団・都市再生機構などのケースを用いた公社公団，独立行政法人の会計と分析方法 |
| 5 | 公社・公団・独立行政法人の経営分析２ | 道路公団などケースを用いた公社公団，独立行政法人の会計と分析方法 |
| 6 | 学校法人の経営分析 | ケースによる学校法人の経営分析 |
| 7 | 国立大学法人の経営分析 | 国立大学法人の財務諸表の分析 参加者の希望によって、他の組織に変更することがありえる（NHK など） |
| 8 | 公益法人の経営分析１ | 公益法人会計基準の検討（老人ホーム・保育園など） |
| 9 | 公益法人の経営分析２ | 公益法人の経営分析方法 （老人ホーム・保育園など） |
| 10 | 病院の経営分析 | ケースあるいはゲストレクチャー |
| 11 | NHK と民放の分析 | NHK と民放の財務分析 |
| 12 | 自治体のバランスシートの分析 | 自治体のバランスシートと行革コスト計算書の分析方法 |
| 13 | 参加者とケースを用いての分析 | 参加者の希望組織について分析する |
| 14 | 参加者とケースを用いての分析 | 同上 |
| 15 | まとめ質疑応答 | |

## 履修上の注意・準備学習の内容

財務会計論の履修，並行履修，あるいは財務会計についての基礎的な知識を必要とする

## 教　科　書

現在のところなし

| 参　　考　　書 |
| --- |
| 山口他『私立大学の財政分析ができる本』大月書店，授業時に指示する。 |
| 成　績　評　価　の　方　法 |
| （1）　出席・平常点（20％）　（2）　レポート（80％） |
| そ　　の　　他 |
| 授業内容は，各年次の参加者の興味によって一部分が深く掘り下げられることがある，その分他の面が省略されることがありえるのでご承知いただきたい。 |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 非営利組織の会計（演習） | | | 2単位 | 山　口　不二夫 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

企業分析能力の向上と研究論文執筆の指導を目的とする。各自Ⅰでのテーマを受けてデータによる企業分析の深化と課題の発見をおこなう。そのうえで文献研究を交えた研究論文の書き方も指導する。

「非営利組織の会計（演習）」では，「企業分析」での各自，個別企業の分析をうけて，さらに上級の分析技法の開発，研究をおこなう。それらには業界分析，将来キャシュフローの予測，無形資産の評価，非営利組織の評価，非貨幣による組織の評価方法などが含まれる。

## 授　業　内　容

本演習は非営利組織あるいは営利組織の経営分析のアドバンストな時間であり，原則として参加者が各自個別の分析を行い，ケースを開発する。

各自，テーマを定め，定期的に報告，プレゼンテーションを行い，討論を通じての相互の問題意識の理解と学習の深化に努める。そのうえで，研究論文作成のための準備論文を作成することを試みる。出席者の扱うテーマが営利組織（株式会社）であってもさしつかえないことを付記する。

授業は企業分析（演習）山口担当と同じサイクルで進行するので参照されたい。毎回ケースデータによる分析実践と討論を行う。

報告者がいない時は，教員の準備したケースの検討あるいは，ゲストによるレクチャーを考えている。

## 履修上の注意・準備学習の内容

財務会計論，企業分析と同演習を既修していること，非営利組織の会計の並行履修もしくは同等の学力が必要。

## 教　科　書

授業時に指示する。

## 参　考　書

授業時に指示する。

## 成　績　評　価　の　方　法

(1)　出席・平常点（50%）
(2)　レポート（50%）

## そ　の　他

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 経営戦略会計Ⅰ | | | 2単位 | 落　合　　稔 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

経営戦略会計Ⅰは，会計基礎を学び財務諸表のロジックを理解する。財務諸表の理解を通して、財務諸表の読解力や財務分析力を高め、経営の大局観をつかむ。これはマネジメント力を高める実践的な会計である。

具体的には、初めて会計を学ぶ者も理解できるように、会計の基礎理論を公表財務諸表と関連づけながら学習を進め、会社の経営成績、財政状態、キャッシュフロー状況を理解する。個別財務諸表の基礎的構造等を理解した上で、連結財務諸表の仕組みを習得する。また、この過程でアカウンタビリティ（経営者の説明責任）としての財務報告や会計と意思決定の関わりを学び、会計リテラシー能力を高める。会計と経営の有機的結合が企業経営には不可欠であることを学習する。講義、ケーススタディ、演習の組み合わせにより学習効果を高めたい。また重要な新会計基準も学習する。

履修の注意点としては，経営戦略会計Ⅰは，経営戦略会計Ⅰ（演習）とセット履修となっているため，両方を一緒に選択することが原則である。２つの授業内容は関連性が深い。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 経営戦略会計１の概要 | ガイダンス，会計の役割，アカウンタビリティ |
| 2 | 会計で経営の大局観をつかむ | ケーススタディ |
| 3 | 会計ルールの基礎 | 会計原則、会計基準 |
| 4 | 損益計算書 | 発生基準、費用収益対応、費用配分原理など |
| 5 | 貸借対照表 | 資産・負債・資本項目の会計 |
| 6 | 財務分析 | 収益性、流動性、成長性等の分析 |
| 7 | 連結財務諸表の仕組み | 連結と持分法、内部取引消去、未実現損益消去等 |
| 8 | 決算方針と期間業績（１） | ケースステディ（個別会計基準の検討） |
| 9 | 決算方針と期間業績（２） | ケーススタディ（コンプライアンスと経営判断） |
| 10 | 個別会計 | 法人税等、税効果会計 |
| 11 | 個別会計 | 退職給付会計 |
| 12 | 財務デューデリジェンス | ケーススタディ |
| 13 | 内部統制制度 | 外部講師による内部統制の現状 |
| 14 | 新会計基準 | 新会計基準の最新動向 |
| 15 | 前期まとめ | 復習と解説 |

## 履修上の注意・準備学習の内容

・原則として，経営戦略会計Ⅰ（演習）とセット履修である。
・準備学習としては、授業内容に関わる教科書・参考書が手引となる。

## 教　　科　　書

『財務諸表の分析入門』 落合稔　千倉書房　2010 年
『CFO の戦略会計』落合稔　中央経済社　2004 年
なお、必要な参考資料等のコピーはその都度配付します

| 参　　考　　書 |
| --- |
| 「ビジネス・アカウンティング」 山根　節　中央経済社　2007（中級）<br>「CFO ハンドブック」 落合稔　中央経済社　2006（上級） |
| 成　績　評　価　の　方　法 |
| （1）授業出席点（4 0%）<br>（2）期末試験（40%）<br>（3）クラスでの貢献度（2 0%） |
| そ　　の　　他 |
| 関連テーマに関するゲスト講師の招聘を計画しているため、一部授業内容や講義の順序等 変更になることがあります。 |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 経営戦略会計Ⅰ（演習） | | | 2単位 | 落　合　　稔 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

この演習Ⅰは，経営戦略会計Ⅰの各回の授業内容を継続・補完する。
演習では２つの方式を採用する。一つは、「ケーススタディ」方式であり、より現実的、多面的に学習する。ケーススタディでは，講義内容に関連が深いテーマのケースモデルを使う。講義では分かりづらい多様な側面や，自分が企業のマネジメントとして当事者に立った場合に，その知識をいかに経営上有効に生かすかという視点で理解を深める。ケースでは，何をどのように考えて意思決定をするかを重視する。
二つ目は，「少人数グループ研究」である。学生が選好する研究テーマを一つ取り上げ、グループ別に研究や討議を重ね、その成果を相互に発表し理解を深める。

## 授　　業　　内　　容

「ケーススタディ」に関しては，経営戦略会計Ⅰの理解を更に深めるため、講義と関連するケースモデルを事前の学習課題とともにその都度配付する。教室では改めてスモール・グループで討議を重ねソリューションに迫る。
成果の確認のためグループ相互に発表したり、全体ディスカッションなどを行う。最後には教師はソリューションの解説を行う。
ケーススタディは「演習」の２回に１回を目安に実施する。
「少人数グループ研究」に関しては、重要な新会計基準等に関連したテーマから学生が自由選好し、少人数のグループ研究、発表、評価を行なう。
各回の授業テーマに関しては，経営戦略会計Ⅰの授業内容と関連しているので、参考になる。

## 履修上の注意・準備学習の内容

（1）経営戦略会計Ⅰ（講義）と原則的にセット履修です。
（2）ケーススタディに関しては、原則として、予習課題が事前に与えられる。

## 教　　科　　書

１．「財務諸表の分析入門」 落合稔　千倉書房　2010 年
２．「CFO の戦略会計」 落合稔 中央経済社　2004 年
　　なお、必要な資料はその都度配付する

## 参　　考　　書

「ビジネス・アカウンティング」 山根　節　中央経済社　2007（中級）
「CFO ハンドブック」 落合稔　中央経済社　2006（上級）

## 成　績　評　価　の　方　法

(1)　授業出席点（40%）
(2)　レポートおよびテスト評価（30%）
(3)　クラスでの貢献度（30%）

## そ　　の　　他

　演習ではケーススタディ，ディスカッション，学生の研究発表，関係テーマのゲスト講師など多面的な授業運営を図る予定。

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 経営戦略会計Ⅱ | | | ２単位 | 落　合　　稔 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | １・２年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

経営戦略会計Ⅱでは、会計および財務を基礎に、業績や事業構造の改革・改善を行うという戦略的なアプローチをとる、いわば最高財務責任者（CFO）の視点から戦略的な経営を学ぶ。

経営は総合的かつ複雑系、柔軟な思考と経験が求められる。また経営は破壊と創造の非連続の連続と考えられ、ダイナミズムと意思決定の世界でもある。このなかで、マネジメントは、常に、顧客満足や社員のモチベーション向上のリーダーシップが問われる。加えて、業績向上・改善をおこない利益配当や企業価値向上等により投資家の要望に応え、説明責任を果たすことが求められる。今日の経営では、会計・財務の裏付けのないマネジメントや経営戦略では通用しない。

そこで、経営戦略会計Ⅱでは、企業のCFOの視点から、経営変革と企業価値を高める幾つかの戦略的な経営行動を取上げる。具体的テーマとしては，CFOの役割りを明確にした上で，キャッシュフロー分析，グローバル財務戦略、IPO、ターンアラウンド（事業再生），バリュエーション（企業価値評価），ファンドの活用、戦略的Ｍ＆Ａなど今日的テーマを広く講義の対象とする。

履修の注意点としては，経営戦略会計IIは、経営戦略会計II（演習）と原則的にセット履修である。演習では，講義で学習したテーマの深掘りや、ケーススタディ方式をとり講義ではカバーできない実践的な側面を補う。また，学生の個別研究テーマの発表機会も設ける。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | CFOの役割り | 会計・財務・マネジメント、基本的機能の確認 |
| 2 | キャッシュフロー分析（１） | ケーススタディ：営業キャッシュフロー、投資キャッシュフロー、財務キャッシュフロー、与信判断等の基本 |
| 3 | キャッシュフロー分析（２） | ケーススタディ：各種キャッシュフロー分析、企業評価法 |
| 4 | トレジャリー機能 | グループ企業のキャッシュ・マネジメント |
| 5 | . 企業価値の基礎 | バリュエーションの基礎的手法 |
| 6 | 企業価値の算定 | DCFによるバリュエーション算定の解説 |
| 7 | 事業再生（１） | 基礎的方法論、再生ファンド |
| 8 | 事業再生（２） | 事業再生に有効な会計戦略のフレームワーク |
| 9 | 事業再生（３） | 再生事例（任意再生）の解説 |
| 10 | ファンドの機能・役割り | ファンドの目的、種類、役割、メカニズムの解説 |
| 11 | 新規株式公開 | IPOの目的、方法、市場の現状等 |
| 12 | Ｍ＆Ａ（1） | M&A目的，M&Aプロセス，PMI等 |
| 13 | Ｍ＆Ａ（２） | Ｍ＆Ａの事例研究 |
| 14 | Ｍ＆Ａ（３） | Ｍ＆Ａの事例研究 |
| 15 | 後期まとめ | 確認テストとまとめ |

## 履修上の注意・準備学習の内容

経営戦略会計II（演習）と原則的にセット履修となります

## 教　　科　　書

必要に応じてその都度資料を配付する

| 参　　考　　書 |
| --- |
| 「CFO ハンドブック」落合稔編著　中央経済社<br>その他、必要に応じて教室で推薦します |
| 成　績　評　価　の　方　法 |
| （1）授業出席点（40%）<br>（2）期末試験（40%）<br>（3）クラスでの貢献度（20%） |
| そ　　の　　他 |
| その他：<br>演習ではケーススタディ，ディスカッション，学生の発表，ゲスト講師の事例紹介など多面的な授業運営を図る |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 経営戦略会計 II（演習） | | | ２単位 | 落　合　　稔 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | １・２年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

この演習 II は、経営戦略会計 II の各回の講義の授業内容を継続・補完する。そのために、「ケーススタディ」方式および「スモールグループ研究」の２つの方法を採用し、実践性を習得する。２つとも、学生参加型の方式であり、討論や QA を重視する。

「ケーススタディ」では，講義内容に関連が深いテーマを用意する。講義では分かりづらい実務上の側面や，自分が企業のマネジメントとして当事者に立った場合に，その知識をいかに経営上有効に生かすかという視点で理解を深める。併せて、意思決定力を涵養する。

「スモールグループ研究」では、上場企業の有価証券報告書の読解力を付け、これをベースに「企業価値評価」を実際に行って、その計算構造、価値の源泉、価値増大のドライバー等を理解する。個人別に研究成果の発表機会も設ける。

## 授　　業　　内　　容

演習では、「ケーススタディ方式」と「スモールグループによる討議・研究」の２つの進め方を採用する。

一つは、「ケーススタディ方式」であるが、キャッシュフロー分析の基本を学ぶ。事前に予習課題と本教材が提供され、概要の説明がある。授業では、予習済みとなった予習課題に関して討論を行う。教師は、最終的なソリューションの解説をおこなう。

二つは、「スモールグループ研究」で、グループ別に任意の上場会社を 1 社選択し，有価証券報告書を入手し分析する。また、関連する必要情報を同社の HP、その他から収集し企業の業績動向や将来成長性などを調査・研究し、バリュエーション（企業価値評価）を実施する。インカムアプローチからＤＣＦ法、マーケットアプローチから倍率法、それにコストアプローチなどを学ぶ。初めに、グループ研究に必要なガイダンスを行い、サポーティブな資料やワークシートを全員に提供する。グループ別の研究成果を実際の株価と比較し，バリュエーション・プロセスにかかわる問題，企業の強み弱み分析、成長ドライバーの検討などをとおして長期経営見通しを推量する。最後に、総合的な理論値としての企業価値評価を検討する。加えて、シモールグループ別に、研究成果を全員が発表する機会を設ける。演習中には、各グループ・メンバーと教師間との意見交換の機会を出来るだけ多く設けたい。

授業内容については，経営戦略会計 II の授業内容を参照されたい。

## 履修上の注意・準備学習の内容

原則として、経営戦略会計 II（講義）とセット履修です。 事前に必要な資料提供と説明がある。

## 教　　科　　書

必要に応じてその都度資料を配付する

## 参　　考　　書

『CFO ハンドブック』落合稔編著　中央経済社　その他、必要に応じて教室で推薦します。

## 成　績　評　価　の　方　法

（1）授業出席点（40%）（2）レポート評価（30%）（3）クラスでの貢献度（30%）

## そ　　の　　他

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 国内租税法 | | | ２単位 | 下　村　英　紀 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | １・２年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

租税法の基本的な考え方である租税法律主義及び租税公平主義を理解し，租税法の解釈・適用について学習する。この講義においては，ビジネスマンにとって最も密接な関係のある法人税及び消費税を取り上げ，各租税法の趣旨，背景と基本的な仕組みをできる限り分かりやすく解説する。租税法の基本的な考え方を理解することにより，事業活動に密接な関係のある各租税法のあり方とその解釈・適用について，自ら考え判断ができる基礎的能力を習得する。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | イントロダクション | 授業の目的，進め方，学習の方法，参考文献等を説明する。 |
| 2 | 租税法の基本原則 | 租税の意義・根拠，租税法の基本原則の租税法律主義と租税公平主義、租税法の解釈・適用を解説する。 |
| 3 | 法人税（1） | 法人税の意義，納税義務者，課税所得の範囲を解説する。 |
| 4 | 法人税（2） | 所得の概念，所得の計算原理を解説する。 |
| 5 | 法人税（3） | 収益費用の認識基準及び受取配当等を解説する。 |
| 6 | 法人税（4） | 棚卸資産の売上原価，減価償却，繰延資産の償却を解説する。 |
| 7 | 法人税（5） | 役員等の給与，交際費等，寄附金を解説する。 |
| 8 | 法人税（6） | 税額の計算，申告・納付を解説する。 |
| 9 | 消費税（1） | 消費税の意義及び仕組みを解説する。 |
| 10 | 消費税（2） | 課税の対象，納税義務者，免税事業者制度を解説する。 |
| 11 | 消費税（3） | 課税標準と税率，仕入税額控除，簡易課税制度，課税期間，申告・納付を解説する。 |
| 12 | 消費税（4） | 酒税の根拠，納税義務者，製造・販売免許，課税標準と税率，申告・納付を解説する。 |
| 13 | 権利救済制度 | 納税者の権利を救済する租税不服申立、租税訴訟を解説する。 |
| 14 | 税務の執行と税理士制度 | 国税庁の使命・業務，各税の申告・課税状況，税務調査，税理士の使命・業務を解説する。 |
| 15 | まとめ | 講義で取り上げた内容のまとめ，今後の課題等を解説する。 |

## 履修上の注意・準備学習の内容

本科目は，基礎科目で履修する租税法概論の知識を踏まえつつ，解説を行う。会社法及び会計学の基礎知識があることが望ましい。

## 教　　科　　書

随時プリントを配布する。

## 参　　考　　書

川田剛 『租税法入門』 大蔵財務協会
金子宏 『租税法』 弘文堂
租税関係法令集（どこの出版社でも可）

| 成　績　評　価　の　方　法 |
| --- |
| （1） 出席　30%　（2） レポート　70% |
| そ　の　他 |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 国内租税法（演習） | | | ２単位 | 下　村　英　紀 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | １・２年 |

**授　業　の　概　要　・　目　的**

本科目は，国内租税法とセットの履修科目である。

ここでは，国内租税法における問題や課題について調査・分析・検討を行い，国内租税法の内容のより深い理解に資することを目的とする。

**授　　業　　内　　容**

国内租税法の各制度・法令の仕組みにおける又はその解釈・適用等の執行における問題や課題を取り上げ，それに関する学説や判決事例等を調査・分析し，対応策を検討する。課題についての報告とディスカッションを行い，理解を深める。

**履修上の注意・準備学習の内容**

国内租税法とセットで履修のこと。

**教　　科　　書**

**参　　考　　書**

**成　績　評　価　の　方　法**

（１）　出席　30％　（２）　課題の発表　40％　（３）　討論への参加　30％

**そ　　の　　他**

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 国際租税法 | | | ２単位 | 下　村　英　紀 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | １・２年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

企業が海外の企業と物，サービス，金融の取引を行ったり，海外に支店・工場や子会社などを設けて事業活動を行うことが増加している。このような国際間の取引により生じる所得ついて、二重課税，所得の帰属・配分，租税回避等の国際的な課税上の問題が生じ，国際課税における共通のルール，法整備が重要な課題となっている。この講義では，国際課税分野における主要な問題を取り上げ，国内法及び租税条約の基本的な考え方を分かりやすく解説する。また直面する最近の課税上の問題について考察を行う。これらを通じて，グローバルなビジネス，企業の事業活動・経営において，適切な判断と対応ができる実務能力を習得する。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | イントロダクション | 授業の目的，進め方，学習の方法，参考文献等を説明する。 |
| 2 | 課税権 | 課税権の考え方，課税権の範囲を解説し、在外選挙権と納税義務の関係を考察する。 |
| 3 | 国際的二重課税 | 国際的二重課税の発生の態様，排除の方法の外国税額控除方式と外国所得免除方式を解説する。 |
| 4 | 外国税額控除（1） | 外国税額控除の仕組み，外国法人税の範囲，控除限度額及び外国子会社受取配当益金不算入制度を解説する。 |
| 5 | 外国税額控除（2） | 外国税額控除に関する問題点を考察する。 |
| 6 | 非居住者及び外国法人課税 | 非居住者及び外国法人の課税の考え方、仕組み，課税の方法を解説する。 |
| 7 | 外国子会社合算税制（１） | 外国子会社合算税制（タックス・ヘイブン対策税制）の意義，仕組みを解説する。 |
| 8 | 外国子会社合算税制（2） | 外国子会社合算税制に関する問題点を考察する。 |
| 9 | 移転価格税制（１） | 移転価格税制の意義，仕組み，独立企業間価格の算定方法を解説する。 |
| 10 | 移転価格税制（2） | 移転価格課税に関する相互協議，対応的調整，事前確認制度を解説する。 |
| 11 | 過少資本税制 | 過少資本税制の意義，仕組みを解説する。 |
| 12 | 租税条約（1） | 租税条約の目的・意義、租税条約と国内法の関係，租税条約の解釈を解説する。 |
| 13 | 租税条約（2） | 租税条約の所得に対する課税の考え方を解説する。 |
| 14 | 租税条約（3） | 租税条約の濫用，国際的租税回避を解説する。 |
| 15 | まとめ | 講義で取り上げた内容のまとめ，今後の課題等を解説する。 |

## 履修上の注意・準備学習の内容

租税法の基礎知識があることが望ましい。

## 教　　科　　書

随時プリントを配布する。

| 参　　考　　書 |
| --- |
| 川田剛 『国際課税の基礎知識』 税務経理協会<br>金子宏 『租税法』 弘文堂<br>租税関係法令集，租税条約関係法規集 |
| 成　績　評　価　の　方　法 |
| （1） 出席　30％ （2） レポート　70％ |
| そ　　の　　他 |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 国際租税法（演習） | | | ２単位 | 下　村　英　紀 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | １・２年 |

| 授　業　の　概　要　・　目　的 |
|---|
| 本科目は，国際租税法とセットの履修科目である。<br>ここでは，国際租税法における問題や課題について調査・分析・検討を行い，国際租税法の内容のより深い理解に資することを目的とする。 |
| **授　　業　　内　　容** |
| 国際租税法の制度・法令の仕組みにおける又はその解釈・適用等の執行における問題や課題を取り上げ，それに関する学説，判決事例，各国・OECD の取組み状況等を調査・分析し，対応策を検討する。課題についての報告とディスカッションを行い，理解を深める。 |
| **履修上の注意・準備学習の内容** |
| 国際租税法とセットで履修のこと。 |
| **教　　科　　書** |
| |
| **参　　考　　書** |
| |
| **成　績　評　価　の　方　法** |
| （１）　出席　30％　（２）　課題の発表　40％　（３）　討論への参加　30％ |
| **そ　　の　　他** |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 法人税法 | | | 2単位 | 下　村　英　紀 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

会社などの法人が事業活動や経営において直面する法人税法上の重要な課題を取り上げる。租税回避，金融取引・金融商品，企業組織の再編，グループ法人・連結納税法人などに対する法人税法の考え方，仕組みを解説し，判決事例等を通じてその解釈・適用について考察を行う。法人税法の考え方を理解することにより，ビジネスや税務の実務において長く対応できる専門的知識・能力を習得する。

## 授　業　内　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | イントロダクション | 授業の目的，進め方，学習の方法，参考文献等を説明する。 |
| 2 | 法人税の所得の金額 | 法人税の意義，所得の概念及び納税義務者，所得金額の計算原理等の基本構造を解説する。 |
| 3 | 同族会社と租税回避（1） | 税法上の実質主義，租税回避，同族会社の意義，判定，課税上の特別規定を解説する。 |
| 4 | 同族会社と租税回避（2） | 租税回避の否認を解説し，租税回避に関する判決事例を考察する。 |
| 5 | 無償による資産の譲渡・役務の提供 | 無償による資産の譲渡・役務の提供にかかる収益の額を益金の額に算入する考え方を解説し、その判決事例を考察する。 |
| 6 | 貸倒損失及び圧縮記帳 | 貸倒損失の判定基準及び圧縮記帳の意義，仕組みを解説する。 |
| 7 | 有価証券 | 有価証券の意義，譲渡損益，期末評価を解説する。 |
| 8 | リース取引 | リース取引の意義，売買取引とされるリース取引，金融取引とされるリース取引，リース取引を利用した組合事業の利益等の帰属について解説する。 |
| 9 | デリバティブ取引 | デリバティブ取引の意義，税務処理，ヘッジ処理，外国為替証拠金取引（FX）の課税について解説する。 |
| 10 | 借地権 | 借地権課税の考え方，借地権利金の認定課税，相当の地代の収受，借地権の譲渡・返還を解説する。 |
| 11 | 外貨建取引の換算等 | 外貨建取引等の換算の必要性，外貨建取引の換算，外貨建資産等の期末換算，為替予約差額の配分を解説する。 |
| 12 | 組織再編税制（1） | 企業の組織再編の方法，組織再編税制の意義，基本構造を解説する。 |
| 13 | 組織再編税制（2） | 適格組織再編の意義，課税関係を解説する。 |
| 14 | グループ法人税制及び連結納税制度 | グループ法人税制の意義，基本的仕組み及び連結納税制度の意義、納税義務者、連結所得金額，連結法人税額，申告・納付を解説する。 |
| 15 | まとめ | 講義で取り上げた内容のまとめ，今後の課題等を解説する。 |

## 履修上の注意・準備学習の内容

租税法及び会社法，会計学の基礎知識があることが望ましい。

## 教　科　書

随時プリントを配布する。

| 参　　考　　書 |
| --- |
| 本庄資・藤井保憲 『法人税法（実務と理論)』 弘文堂<br>金子宏 『租税法』 弘文堂<br>租税関係法令集（どこの出版社でも可） |
| 成　績　評　価　の　方　法 |
| （1） 出席　30％ （2） レポート　70％ |
| そ　　の　　他 |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 法人税法（演習） | | | ２単位 | 下　村　英　紀 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | １・２年 |

| 授　業　の　概　要　・　目　的 |
|---|
| 本科目は，法人税法とセットの履修科目である。<br>ここでは，法人税法における問題や課題について調査・分析・検討を行い，法人税法の内容のより深い理解に資することを目的とする。 |
| **授　業　内　容** |
| 法人税法の制度・法令の仕組みにおける又はその解釈・適用等の執行における問題や課題を取り上げ，それに関する学説や判決事例等を調査・分析し，対応策を検討する。課題についての報告とディスカッションを行い，理解を深める。 |
| **履修上の注意・準備学習の内容** |
| 法人税法とセットで履修のこと。 |
| **教　科　書** |
| |
| **参　考　書** |
| |
| **成　績　評　価　の　方　法** |
| （1） 出席　30%　（2） 課題の発表　40%　（3） 討論への参加　30% |
| **そ　の　他** |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 会計実務 | | | 2単位 | 渡　邉　　智 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

≪授業の目的及びテーマ≫

この授業は，簿記・会計をこれから学ぼうとする人達が基本的な知識や技能を修得することを目標としている。

≪授業の概要≫

この授業は，簿記・会計の基礎をこれから学習しようとする初学者向けの入門科目として位置付けられるものである。したがって，これまで簿記や会計について学んだことがなく，また，職場でもあまり触れる機会が少なかった受講者を対象として，会計実務の根幹をなす複式簿記の基礎を習得しながら会計に関する様々な問題を検討することを目標とする。また，プリントなどの資料を随時配布して可能な限り最新の情報を提供するとともに，理解しやすく説明することを心がけたいと考えている。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 簿記・会計とは何か | 本講義の学習事項である簿記・会計の概要について説明を行なうとともに，履修上の注意・準備学習の内容などについても伝達する。 |
| 2 | 複式簿記の基礎 1 仕訳と勘定記入法 | 複式簿記の基礎となる仕訳と勘定記入について学習する。 |
| 3 | 複式簿記の基礎 2　試算表・精算表の作成 | 試算表、6 桁・8 桁精算表の作成について学習する。 |
| 4 | 複式簿記の基礎 3　貸借対照表・損益計算書 | 財務諸表の基本について、貸借対照表と損益計算書を中心に学習する。 |
| 5 | 現代社会と会計 | 過去の事例などを検討しながら、現代社会において会計が果たすべき役割について学習する。 |
| 6 | 意思決定有用性と会計責任 | 財務諸表の利用者と利用目的・ニーズ、会計情報の有用性・概念フレームワーク、会計監査および内部統制について学習する。 |
| 7 | 会計情報の利用 | 基本的な財務諸表分析方法について学習する。 |
| 8 | 貸借対照表 | 貸借対照表の意義、役割および主要項目について学習する。 |
| 9 | 損益計算書 | 損益計算書の意義、役割および主要項目について学習する。 |
| 10 | キャッシュフロー計算書 | キャッシュの定義、キャッシュフロー計算書の役割およびキャッシュフロー経営について学習する。 |
| 11 | 連結財務諸表 | 連結会計制度、連結財務諸表の体系、セグメント情報など連結情報の開示および持株会社の活用など連結経営について学習する。 |
| 12 | 企業評価と会計情報 | フリーキャッシュフロー、EVA、複利計算・割引計算および企業価値について学習する。 |
| 13 | 資本市場と会計基準 | 資本市場のインフラとして必要とされる会計制度（会計基準）について学習する。 |
| 14 | 国際会計基準と会計ビッグバン・会計基準の社会的影響 | 国際会計の進化、会計ビックバンの概要および国際会計基準への対応（コンバージェンスなど）について学習する。 |

| | | |
|---|---|---|
| 15 | まとめ | 最後に，学習した全事項についての再確認を行なう。 |

## 履修上の注意・準備学習の内容

履修の前提条件として簿記・会計に関する知識・経験は必要としないが，比較的短い期間中に一通りの事項を学習するため，予習・復習・授業中の練習問題および宿題など，受講者が多くの課題に取り組まなければならないという点についてはご了解頂きたい。

## 教科書

小樽商科大学ビジネススクール編 『MBA のための財務会計　改訂版』 同文舘出版　定価 2,300 円＋税。

## 参考書

新井清光著　川村義則補訂 『現代会計学』第 12 版　中央経済社　定価 2,600 円＋税。
渡部裕亘・片山覚・北村敬子編著 『新検定　簿記ワークブック　3 級商業簿記』中央経済社　定価 700 円＋税。

## 成績評価の方法

期末レポートの内容（50%）、授業への貢献度・討論への参加度（30%）および平常点（ミニレポートなどの内容）（20%）の割合で総合的に評価する。

## その他

履修希望者は初回ガイダンスに出席のこと。
講義における 30 分以上の遅刻、中途退出および早退については、欠席扱いとなる場合もある。

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 中小企業の会計 | | | 2単位 | 松　崎　堅太朗 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 1・2年 |

授　業　の　概　要　・　目　的

中小企業の会計は、今まで上場企業における会計を一部取り入れつつも、実務としては法人税法に基づく、いわゆる「税法基準」によっていることが実務慣行とされており、大学等の会計学の講義で習得した内容が、必ずしも実務とは連携していなかった。このことが、中小企業経営者が経営数値の重要性を理解できない大きな理由のひとつとされていた。一方、日本の企業数の 99％を占める中小企業はその 7 割が赤字経営であると言われており、このことから中小企業にとって会計の重要性を理解し、黒字経営を実現していくことが日本経済の先行きを大きく左右することから、わが国おいても 2005 年に「中小企業の会計に関する指針」が，2012 年には「中小企業の会計に関する基本要領」が公表された。特に、2012 年に公表された「中小企業の会計に関する基本要領」においては、中小企業の経営者に役立つ会計、利害関係者への情報提供に資する会計、会計と税制の調和を図る会計、中小企業に過重な負担を課さない会計。という 4 つの視点が総論において示され、中小企業にとってより使い勝手の良い会計ルールが出来上がっている。

このことから、中小企業でも，会計による管理，会計情報の公開を通じ，「会社を強くする」時代が到来したといえよう。そこで，本授業では、中小企業における最新の会計ルールである「中小企業の会計に関する基本要領」を中心に据え、「中小企業の会計に関する指針」ならびに中小企業向け国際会計基準である「IFRS for SMEs」とも比較することで、日本における中小企業の会計の特徴を学び、会計ルールの内容だけでなく、中小企業を取り巻く環境を理解するとともに，中小企業の会計を戦略的に活用する方法を講義する。

授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 中小企業を取り巻く現状と課題 | 各種公表データ等により、中小企業の現状と課題を明らかにし、中小企業の会計のあり方を研究する参考にする。 |
| 2 | ステイクホルダーから見た中小企業会計（1） | 中小企業を取り巻くステイクホルダーである金融機関が中小企業会計をどのように見ているか、活用しているかを解説する。 |
| 3 | ステイクホルダーから見た中小企業会計（2） | 中小企業を取り巻くステイクホルダーである国税当局が中小企業会計をどのように見ているか、活用しているかを解説する。 |
| 4 | ステイクホルダーから見た中小企業会計（3） | 中小企業を取り巻くステイクホルダーである経営者が中小企業会計をどのように見ているか、活用しているかを解説する。 |
| 5 | 中小企業会計の信頼性確保 | 中小企業会計の信頼性確保の手段として公表された「会計指針」、会社法で新設された「会計参与」と「適時性」概念を明らかにする。 |
| 6 | 中小企業会計の特徴（1） | 「中小企業の会計指針」「基本要領」を会計基準・税法基準と比較しながら、その特徴を明らかにし、実務での導入の留意点を解説する。 |
| 7 | 中小企業会計の特徴（2） | 「中小企業の会計指針」「基本要領」を会計基準・税法基準と比較しながら、その特徴を明らかにし、実務での導入の留意点を解説する。 |

| | | |
|---|---|---|
| 8 | 中小企業会計の特徴（3） | 「中小企業の会計指針」「基本要領」を会計基準・税法基準と比較しながら、その特徴を明らかにし、実務での導入の留意点を解説する。 |
| 9 | 中小企業会計の特徴（4） | 「中小企業の会計指針」「基本要領」を会計基準・税法基準と比較しながら、その特徴を明らかにし、実務での導入の留意点を解説する。 |
| 10 | 中小企業会計の特徴（5） | 「中小企業の会計指針」「基本要領」を会計基準・税法基準と比較しながら、その特徴を明らかにし、実務での導入の留意点を解説する。 |
| 11 | 中小企業会計の特徴（6） | 「中小企業の会計指針」「基本要領」を会計基準・税法基準と比較しながら、その特徴を明らかにし、実務での導入の留意点を解説する。 |
| 12 | 我が国における中小企業会計の特徴 | IFRS for SMEs の内容を簡単に紹介し、日本の中小企業の会計と比較し、その特徴を明らかにし、日本の中小企業の会計ルールの特徴を理解する。 |
| 13 | 中小企業の管理会計（1） | 中小企業でも活用できる実践的管理会計手法を紹介する。 |
| 14 | 中小企業の管理会計（2） | 中小企業でも活用できる実践的管理会計手法を紹介する。 |
| 15 | 中小企業の会計・管理会計のまとめ | 中小企業でも活用できる会計ルールの内容、管理会計手法を講義の最後にまとめる。 |

**履修上の注意・準備学習の内容**

税務・会計に関する基本知識があることが望まれますが、初心者でも理解できるように授業は進めていきます。

**教科書**

・河﨑照行・万代勝信【編著】「詳解　中小会社の会計要領」中央経済社　2012 年

**参考書**

・ブルース・マッケンジー他【著】河﨑　照行【監訳】「シンプル IFRS」中央経済社　2011 年
・武田隆二【編著】「中小会社の会計」中央経済社　2003 年
・武田隆二【編著】「中小会社の会計指針」中央経済社　2006 年

**成績評価の方法**

（1）授業出席点（40%）　（2）最終レポート成績点（50%）　（3）授業中での議論への参加（10%）

**その他**

いわゆる会計学の知識の習得ではなく、実務に直結した、仕事に活かせる会計の習得を主目的としています。例えば、管理職となった場合にぶつかる様々な疑問（取引先の財務諸表の見方、自社のプロジェクトの採算性の吟味、効果的な部門別損益管理手法など）を意識しながら、講義を受けて頂ければより理解が進むものと思います。

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 会計監査論 | | | 2単位 | 長　吉　眞　一 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

本講義では公認会計士や監査法人が行う財務諸表監査について，金融商品取引法監査と会社法監査を中心に理論的考察と実務的検討を行う。そして，今日の会計不信を払拭するには専門能力および知識の涵養とその底辺をなす基本的職業倫理がまさに求められていることを強調する。

本講義では監査基準を中心に，とくに次の点について取り上げる。

【財務諸表監査の基礎的思考】

●リスク・アプローチ
●監査計画
●内部統制

【監査基準の重要なテーマ】

●財務諸表の重要な虚偽の表示
●不正・誤謬と違法行為
●継続企業の前提

また，監査基準に関連する日本公認会計士協会（JICPA）監査基準委員会報告書と倫理規則もあわせて検討する。監査基準委員会報告書は，監査実施上の実務的解釈指針であり，これを理解していないと監査を行うことができない。倫理規則は，監査人としての役割と責任を果たす基本的職業倫理に基づいて，職業専門家に要求される高い知性と倫理規範の達成につながっていくものである。

## 授　　業　　内　　容

| | |
|---|---|
| 1 | 財務諸表監査の基礎概念（意義，法定監査，限界，監査と職業倫理） |
| 2 | 金融商品取引法監査制度（証券取引法監査制度の発足，組織的監査，対象，判断基準） |
| 3 | 会社法監査制度（商法監査制度の発足，会計監査制度，判断基準，会計監査報告） |
| 4 | 監査基準（意義，変遷，構成） |
| 5 | 監査人（公認会計士，監査法人，専門能力と知識，CPAAOB, JICPA） |
| 6 | 監査人の職業倫理（独立性，大会社等に対する規制，正当な注意，守秘義務） |
| 7 | 不正・誤謬と違法行為（意義，異同，監査論上の意義） |
| 8 | リスク・アプローチ（構造，監査リスクの構成） |
| 9 | 監査計画（意義，効果，２種類の監査計画，策定要件，修正） |
| 10 | 内部統制の構造（AICPA，企業会計審議会） |
| 11 | 品質管理（品質管理，品質管理レビュー，モニタリング） |
| 12 | 継続企業の前提（意義，内容，21 年改訂監査基準） |
| 13 | 監査意見と監査報告書（意義，形成過程，内容） |
| 14 | 除外事項付意見（限定付適正意見，不適正意見，不表明） |
| 15 | 四半期レビューとまとめ |

## 履修上の注意・準備学習の内容

（1）　監査論の既習者，未習者を問わない。
（2）　ただし，会計（とくに財務会計）の基礎的な知識が必要である。
（3）　講義の進展が早いので，とくに予習と復習が重要である。

| 教　　科　　書 |
| --- |
| ●長吉眞一『監査基準論（第 2 版）』，中央経済社，2012 年 |
| 参　　考　　書 |
| （1）　長吉眞一他『よくわかる 監査入門』，中央経済社，2013 年<br>（2）　中央経済社編『監査法規集（2012 年版）』中央経済社，2012 年 |
| 成　績　評　価　の　方　法 |
| （1）　授業への出席（20％）<br>（2）　最終レポートの成績（80％） |
| そ　　の　　他 |
| なし |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 業績評価会計 | | | 2単位 | 石　井　宏　宗 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

経営戦略はどのように測定し，評価すべきであろうか。R.Simons（2003）は「戦略の提案者による言葉巧みな説明は聞いて心地がよいかもしれないが，実際にどのようにして価値を生むのかを吟味するためには，戦略を会計数値に落とし込む必要がある」と論じている。

経営戦略に会計数値を適用し，効果を測定・評価する手法に業績評価会計がある。業績評価会計とは，経営戦略に連動させた経営計画と統制に関する管理会計のことである。経営戦略は経営計画に展開され，各組織の責任単位で効果を測定し評価がおこなわれる。

つまり業績評価会計は，責任単位で計画がきちんと実行されているかを統制するためのものである。授業では管理会計の基礎からはじめ，業績評価会計についての理論のみならず，最新のトピックなどディスカッションにも多くの時間を割り当てる。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | イントロダクション | |
| 2 | 管理会計の基礎 1 | |
| 3 | 管理会計の基礎 2 | |
| 4 | 管理会計の基礎 3 | |
| 5 | 経営戦略の構築 1 | 経営戦略と管理会計の関係 |
| 6 | 経営戦略の構築 2 | 経営戦略のための組織構築 |
| 7 | 業績評価システム 1 | 利益計画の策定 |
| 8 | 業績評価システム 2 | 戦略収益性の測定 |
| 9 | 業績評価システム 3 | 投資の意思決定と測定 |
| 10 | 業績評価システム 4 | 外部市場と内部市場の理解 |
| 11 | バランス・スコアカード | 財務データと非財務データの測定 |
| 12 | 業績指標と戦略リスク 1 | 統制システムとインセンティブ |
| 13 | 業績指標と戦略リスク 2 | 戦略リスクの測定 |
| 14 | 業績指標と戦略リスク 3 | 戦略リスクの回避 |
| 15 | 業績指標と戦略リスク 4 | 業績評価の課題 |

## 履修上の注意・準備学習の内容

次回の授業範囲を予習し，専門用語を理解すること。

## 教　　科　　書

関利恵子・石井宏宗『ゼロからの経営分析ワークブック』(2012)，創成社.

ロバート・サイモンズ『戦略評価の経営学　－戦略の実行を支える業績評価と会計システム－』(2003)，ダイヤモンド社.

## 参　　考　　書

| 成　績　評　価　の　方　法 |
| --- |
| 毎回のコメントシート 50%，レポート 50%の結果にもとづき，総合的に評価する。 |
| そ　　の　　他 |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 企業評価論 | | | 2単位 | 小　西　昭　博 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

企業評価論というと株式価値の評価を中心に企業価値の算定を行うというイメージが強いと思いますが、この講義では債権者の立場に立った評価方法、すなわち企業の債務償還能力の検討を中心とする企業評価の方法を学んで頂きます。また、机上の評価に留まらず、企業が実際に活用している資金調達方法を紹介するなど、より実務的な内容を予定しています。
したがって、企業のＩＲ担当者や財務担当者（目指す人）あるいは起業を目指す人を意識した講義内容になります。

講義ではまず、企業評価を行う上で基礎となる財務分析を紹介し、企業評価は分析者の立場や目的によって使用するツールが異なること実感してもらいます。

講師の実務経験を基に、財務分析を中心とした格付機関や銀行の貸出審査の方法を説明し、実務の現場で必要となる金融知識を講義全体を通して学んで頂き、講義終了時には、金融機関と互角に渡り合える程度の実務能力が身につくことを目標にします。

シラバスには各回の講義の予定を記載していますが、受講者のバックグラウンド、履修状況や講義の進み具合などに応じて変更する場合がある点はご留意頂きたい。

成績はレポートに加え、出席状況を勘案します。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 金融機関の特徴 | まず、初回講義では、講義の目標を説明し、これからの講義で行う内容を概観します。続いて、金融機関の特徴を業態別に紹介します。 |
| 2 | 財務分析の基礎（1） | 分析者の立場の違いから生じる財務分析上の違いや分析者としての心構えなど基礎的な事柄を説明します。また、3回にわたり基本的な財務分析の知識を紹介します。 |
| 3 | 財務分析の基礎（2） | 「安全性の分析」を中心に財務分析を行います。 |
| 4 | 財務分析の基礎（3） | 「収益性の分析」を中心に財務分析を行います。 |
| 5 | 定性要因の分析 | 定量的な分析以外にも非財務情報を用いて評価対象企業を理解することは重要です。沿革・経営者・仕入れ・販売・生産の状況など企業をとりまく周辺情報を実務の現場でどのように分析しているかを紹介しながら定性要因の分析について理解を深めます。 |
| 6 | 外部環境の重要性および環境活動への評価 | 企業の信用力を評価する上で景気の動向などマクロ経済や業界事情といった企業をとりまく状況を理解することは極めて重要です。外部環境の変化を織り込むことに加え、近時話題の環境金融について考えます。また、どのような点を評価しているのか考えます。 |
| 7 | 日本のシンジケートローン市場 | この10年で大きな発展をみせたシンジケートローン市場について説明し、その活用方法を考えていきます。シンジケートローンは市場型間接金融の一種ともいわれておりますが、金融市場について皆さんと一緒に考えます。 |

| | | |
|---|---|---|
| 8 | 企業評価と事業評価 | 企業全体を漠然と評価するのではなく、企業が行う個別事業の評価方法について考えます。また、企業が設備投資を行う際に、どのような資金調達方法が良いのか検討します。（講義の性格上、負債による調達を前提にしております） |
| 9 | 債務償還能力の分析 | 債権者にとって、もっとも基本かつ重要な債務の償還能力について考えます。 |
| 10 | 総合評価（1） | ひととおり定量分析、定性分析を理解した後、分析した結果をどのように統合し、総合的な企業評価につなげていくのかを考えます。銀行の行内格付け、格付機関による信用格付けについて説明します。 |
| 11 | 総合評価（2） | 格付機関が発表するレポートの読み方、現在の格付機関が抱える問題について考えます。また、格付機関のアナリストにはどのように対応すればよいか考えて頂きます。 |
| 12 | 銀行との付き合い方 | 銀行が行っている信用格付け制度（行内格付け）を理解した上で、個別融資事案の貸出判断がどのように行われるのか考えます。そして、銀行等に対して資金調達者（借入人）としては何を準備すべきか、銀行との日ごろの付き合い方を含めて考えて頂きます。 |
| 13 | さまざまな資金調達方法 | 負債性の調達方法を中心に状況に応じた資金調達方法を検討します。社債かローンか？シニアかメザニンか？借入かリースか？現実には様々な調達方法がありますので、皆さんと一緒にどのような資金調達方法があるのかどうか考えていきます。 |
| 14 | ケーススタディ | これまでの講義で得たものを利用し、ケース企業が何故そのような資金調達手段を選択したのかを考えます。 |
| 15 | 証券化商品の評価 | 証券化商品をはじめとするストラクチャード商品の評価方法について簡単に解説します。<br>企業が発行するハイブリッド証券（劣後債など）が企業評価に与える影響を考えます。 |

## 履修上の注意・準備学習の内容

講義内容は日頃、金融とはあまり関係のない方々を中心に構成しておりますので、既に財務分析の知識や経験のある方は、前半数回の講義は物足りないと感じられると思います。

金融市場や金融機関について関心のある方であれば特に問題はありません。

## 教科書

特に教科書を購入する必要はありません。

適宜，プリントを配布します。

## 参考書

初回講義に紹介します。

## 成績評価の方法

（1） 出席状況（50%） （2） 最終講義にレポートを提出して頂きます（50%）

## その他

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| キャッシュ・フロー・マネジメント会計 | | | 2単位 | 石　井　　誠 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

キャシュフローは，企業活動における投下資本と活動成果を資金面から捉えるものである。過去数年における右上がりの生産経済・金融経済のなかでは，投下資本すなわち有形資本・金融資本・知的資本を如何にマネジメントするかがキャシュフローを高め企業価値を向上させる上で重要なキーファクターであった。一方，金融危機を端緒とした実態経済の低迷期においては，投下資本の源泉となるキャシュフローの確保は企業にとって最重要な課題であり，とりわけ事業そのものが生み出すキャッシュフローを高めるマネジメントが重要となる。企業実務において，キャシュフローに対する事業活動の有効性・効率性を評価しマネジメントする実務力をつけるためにキャシュフローの構造を理解し，その改善プロセスと分析力を習得する必要ある。

本講義では，企業実務の事例をベースに，キャシュフローよる企業価値向上のためのマネジメント手法を（1）ビジネスモデルを例にしたキャッシュフロー講義＆演習（2）キャシュフローを高めるためのビジネスプロセスチェンジ講義＆演習（3）事例演習の３つの側面でキャシュフローマネジメントの実務スキルの習得を目標とする。

なお本授業は，本講義はファイナンス領域，マネジメント領域，アカウンティング領域の基礎知識を有していなくとも理解ができるようにできる限り事例を中心に授業を行うが，座学ではなく事例における課題や方法論を積極的に討議を行う形式を行う。また、企業経営で経営企画，財務企画，IR，コンサルテイング，インベストメントバンキング，ベンチャーキャピタル，プロジェクトファイナンスなどの仕事を目指す人には必要な基礎知識となるので受講を強く推奨する。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | キャッシュフロー（CF）マネジメント概論 | 本講義の狙い，キャッシュフローと企業価値の関係を理解し，キャシュフロー・マネジメントの本質を理解する。 |
| 2 | キャシュフロー構造（1） | キャッシュフローを，財務情報との関係を通じて学び，キャシュフロー作成の基礎を理解し、演習により実践力を習得する。 |
| 3 | キャシュフロー構造（2） | キャッシュフローの作成方法を事例を通じて学び，企業価値向上の視点にたったキャシュフロー構造の理解を深め、演習により実践力を習得する。 |
| 4 | キャシュフロー構造（3） | キャッシュフローの作成方法を事例を通じて学び，企業価値向上の視点にたったキャシュフロー構造の理解を深め、演習により実践力を習得する。 |
| 5 | キャシュフロー構造（4） | キャッシュフローの作成方法を事例を通じて学び，企業価値向上の視点にたったキャシュフロー構造の理解を深め、演習により実践力を習得する。 |
| 6 | 演習　キャシュフロー構造 | 企業事例を通じてキャシュフロー構造の分析を行う |
| 7 | CF マネジメント実務（1） | キャッシュフローのマネジメント実務を事例を通じて学ぶ。第１回は利益マネジメント（事業計画プロセス） |
| 8 | CF マネジメント実務（2） | キャッシュフローの活用実務を事例を通じて学ぶ。第２回は業務プロセスマネジメント（販売プロセス 1）。 |

| | | |
|---|---|---|
| 9 | CF マネジメント実務（3） | キャッシュフローの活用実務を事例を通じて学ぶ。第 3 回は業務プロセスマネジメント（販売プロセス 2）。 |
| 10 | CF マネジメント実務（4） | キャッシュフローの活用実務を事例を通じて学ぶ。第 3 回は業務プロセスマネジメント（販売プロセス 3）。 |
| 11 | CF マネジメント実務（5） | キャッシュフローの活用実務を事例を通じて学ぶ。第 4 回は業務プロセスマネジメント（購買プロセス）。 |
| 12 | CF マネジメント実務（6） | キャッシュフローの活用実務を事例を通じて学ぶ。第 5 回は業務プロセスマネジメント（在庫プロセス）。 |
| 13 | CF マネジメント実務（7） | キャッシュフローの活用実務を事例を通じて学ぶ。第 6 回は業務プロセスマネジメント（研究開発・知的財産プロセス）。 |
| 14 | 演習　CF マネジメント（1） | 企業事例を通じて，キャシュフローによる企業価値分析を行い，キャッシュフローによる企業価値向上のためのマネジメントを学ぶ |
| 15 | 演習　CF マネジメント（2） | 企業事例を通じて，キャシュフローによる企業価値分析を行い，キャッシュフローによる企業価値向上のためのマネジメントを学ぶ |

**履修上の注意・準備学習の内容**

原則として，各回に次回のレジュメ・資料を配布する。また演習を行うので PC ないし電卓を持参して欲しい。

**教科書**

全体を通じた統一的な教科書の指定はしない。講義の中で参考となる文献を事前に推奨する，履修者は積極的に学習してほしい。

**参考書**

原則として，事前に推薦参考書を指定する。

**成績評価の方法**

出席（40%），授業への議論への参加（30%），レポート（30%）

**その他**

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 株式公開と会計 | | | ２単位 | 井　上　寅　喜 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | １・２年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

近年、東証マザーズ市場、ジャスダック市場など、新興企業向けの市場も整備されたが、経済環境の低迷を反映して、新規公開（ＩＰＯ）社数は振るわない。また、経済環境の低迷に加え、ＩＰＯ銘柄の会計不祥事もＩＰＯの陰りを生んでいる。

他方、日本企業のアジア地域への本格的な進出に伴い、アジア各国の証券市場への上場を検討する企業も増えている。現地での資金調達や知名度向上を狙った上場という自発的な要素だけではなく、アジア各国の証券取引所が外国籍企業の誘致に積極的なこともその背景にある。最近は、日本企業のアジア証券市場への上場を支援するサービスを提供するための専門部隊を立ち上げた監査法人や弁護士事務所もある。

授業では、最新のＩＰＯ事例やＩＰＯに絡む会計不祥事などの実務事例も織り込む。また、アジアを中心に各国の証券取引所の上場事例も交え、グローバルに展開する日本企業の今後の展開についても付言する予定である。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 日本におけるＩＰＯ市場の歴史 | 過去 10 年程度を中心にその特徴を採り上げ、日本におけるＩＰＯの環境を理解する。 |
| 2 | 証券市場における上場基準について | 東京証券取引所の上場基準をベースに、アジア各国の証券取引所との比較を通して、上場基準が示す指標の要点を理解する。 |
| 3 | ＩＰＯ後に発覚した会計上の問題の検討 | 代表的な事例を採り上げ、問題となった事実・発見の経緯・会計的な検討を通して、本来的な原因を理解する。 |
| 4 | 上場会社に求められる倫理・社会的責任 | 上場会社に求められる倫理・社会的責任とは何か、また、何故それが要請されるのかを理解する。 |
| 5 | 上場会社に必要な制度・コンプライアンス | 上場会社に必要な制度・コンプライアンスは何かを理解する。 |
| 6 | ＩＰＯ準備会社における実務的問題 | その１：会計面　ＩＰＯ準備会社でよく見られる会計処理面での、非公開会社の特徴と問題の所在を理解する。 |
| 7 | ＩＰＯ準備会社における実務的問題 | その２：経営管理面　ＩＰＯ準備会社でよく見られる経営管理面での、非公開会社の特徴と問題の解決法を理解する。 |
| 8 | ＩＰＯ準備会社における内部統制整備 | 上場後の内部統制監査を視野に入れながら、上場準備段階でそれぞれの会社サイズに応じた内部統制の整備の要点を理解する。 |
| 9 | 資本政策と企業価値について | 上場前から上場後に至る資金調達と株主構成等について理解すると共に、企業価値について考察する。 |
| 10 | ＩＰＯ前の会計処理基準の対応について | 税務決算、中小企業会計基準、会社法に基づく会社計算規則、財務諸表等規則・同ガイドラインの相互のギャップを理解する。 |
| 11 | 株式公開と会計システム | 上場会社はどのような会計システムを備えるべきか、外部講師を招き解説してもらい、受講者と共に議論する。 |

| | | |
|---|---|---|
| 12 | ＩＰＯ後の過年度遡及修正 | 不正会計や過去の会計処理の誤りが発覚した場合の過年度決算訂正など、実務的対応を理解する。 |
| 13 | 国際会計基準が日本に導入された場合の対応について | 国際会計基準が導入された場合に、ＩＰＯを目指している会社がどのように対応すべきか、受講者と検討する。 |
| 14 | 補足 | これまでの講義で特に留意すべき点や議論を更に深める必要がある事項について、受講者と共に議論する。 |
| 15 | 総括 | 理解度を深めるための総括を行う。 |

**履修上の注意・準備学習の内容**

ＩＰＯの全体像を理解しながら進めるので、会計的側面に限らず、ＩＰＯ全般について興味のある学生の受講が望ましい。

**教科書**

特になし。毎回レジュメを用いながら講義を進める。

**参考書**

特に指定はしない。

**成績評価の方法**

授業出席点　40％
期末テスト 40％
講義中の議論への参加　20％

**その他**

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 実践Ｍ＆Ａ | | | ２単位 | 岡　　俊　子 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | １・２年 |

授　業　の　概　要　・　目　的

「このディール、いくらまで出せるか」を知っていると、M&A 取引において、買い手は、買収交渉の主導権を握ることができる。
Ｍ＆Ａの交渉における主要論点の１つは言うまでもなく買収価格であり、Ｍ＆Ａ取引は、買収対象会社の企業評価（価値算定）に始まり、企業評価（価値算定）に終わると言っても過言ではない。
M&A のディールでは、買収対象会社の企業評価（価値算定）を買い手・売り手が別々に実施し、それぞれの算定結果に基づき、交渉を通じて、買収額を決定していく。これがプライシングである。
買収額が決まるまで、M&A 取引の交渉の中では、買い手側では、目的が異なる３種類の企業評価（価値算定）を実施する。８回目までの前半戦の講義では、どの時点でどのような目的で価値算定を実施し、どのようなアウトプットが作られるのかについて、価格決定のメカニズムを実務的観点から解説する。また、Ｍ＆Ａの基本的な流れや手法についても解説する。
９回目以降の後半戦の講義では、実際のディールを題材にして、ケーススタディ形式によりディールを疑似体験する。ケースは、対象会社が非上場会社と上場会社である場合の異なる２つの種類のケースをとりあげる。上場会社の非上場化においては、ＴＯＢ（公開買い付け）を実施することになるため、金融商品取引法についても解説する。

| 授　業　内　容 | | |
|---|---|---|
| 1 | 投資とＭ＆Ａをめぐる環境 | Ｍ＆Ａにおける論点は、時代の変化や当事者のＭ＆Ａリテラシーレベルによって変化する。昨今のＭ＆Ａをとりまくマクロ環境について解説する。 |
| 2 | 企業価値の定義１ | 知っているようで、その定義が曖昧な「企業価値」「事業価値」「株主価値」について理解する。この回は基礎論だがもっとも重要な回である。 |
| 3 | 企業価値の定義２ | エクイティには３つの概念がある。「株主価値」「株主資本」「時価総額」。これら３つについても定義が曖昧であることが多い。この回は２回目に引き続き重要な回である。 |
| 4 | Ｍ＆Ａの流れと手法１ | 何がきっかけとなってＭ＆Ａが起こるのか、Ｍ＆Ａをリードするアドバイザーの役割は具体的に何なのかについて解説する。Ｍ＆Ａ業界に興味がある方には興味深い回であろう。 |
| 5 | Ｍ＆Ａの流れと手法２ | 会社をまるごと買収したい場合、一部の事業のみ買収したい場合、さらに現金を使わずに株式を対価とするＭ＆Ａなど、Ｍ＆Ａには様々な手法がある。これらの手法について体系的に解説する。 |
| 6 | ＤＣＦ法 | ＤＣＦ法は我が国で最もよく使われる企業価値の算定手法。これをステップごとに解説する。（穴埋め問題にしてあるため受講者は数字を作りながら理解を深めることができる） |
| 7 | モデリング | ＤＣＦ法の基となる財務３表（ＢＳ．ＰＬ．キャッシュフロー）をいかにエクセルでモデル化するかについて解説する。（受講者にはエクセルでモデリングしてもらう） |
| 8 | マルチプル他 | マルチプル、市場株価法、純資産法等の企業価値算定手法について解説する。 |

| | | |
|---|---|---|
| 9 | プレM＆Ａ～ポストM＆Ａまで１ | アイシス社（仮名）のケースを使った３回シリーズの１回目。どうやってディールを建てつけるのか、さらにだいたいの価格感についてもグループディスカッションする。 |
| 10 | プレM＆Ａ～ポストM＆Ａまで２ | アイシス社２回目。デューデリジェンスでは何を目的に何を実際に実施するかについて、グループディスカッションする。 |
| 11 | プレM＆Ａ～ポストM＆Ａまで３ | アイシス社３回目。実態価値はいくらか、最大いくらまでだせるかについて、グループディスカッションする。 |
| 12 | 上場企業の非上場化１ | 上場企業の非上場化のケース（未定）を使った２回シリーズの１回目。何を考慮して買い手はＴＯＢ価格を設定するのかについて、グループディスカッションする。 |
| 13 | 上場企業の非上場化２ | 非上場化の２回目。ＴＯＢにおける対象会社の経営陣の説明責任は重い。何を根拠に賛同表明をするのかについて、グループディスカッションする。 |
| 14 | プレゼンテーション・ポストM＆Ａ１ | 受講者によるプレゼンテーション（評価対象）、ポストM＆Ａにおける統合委員会を組成する際のコツについて解説する。 |
| 15 | プレゼンテーション・ポストM＆Ａ２ | 受講者によるプレゼンテーション（評価対象）、ポストM＆Ａの経営ガバナンスの考え方について解説する。 |

| 履修上の注意・準備学習の内容 |
|---|
| ＢＳ，ＰＬ，キャッシュフローについて基礎知識があることが望ましいが要件ではない。 |
| **教　　科　　書** |
| 特になし |
| **参　　考　　書** |
| M＆Ａを成功に導くビジネスデューデリジェンスの実務、中央経済社、アビームM＆Ａコンサルティング（マーバルパートナーズ） |
| **成　績　評　価　の　方　法** |
| （1）受講態度（出席、議論への参加等）（50％）<br>（2）最終プレゼンテーション （50％） |
| **そ　　の　　他** |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 社内コンサルティング・トレーニング | | | 2単位 | 小　山　孔　司 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

現下の経営環境は一段と厳しく，かつ変化のスピードは速い。如何なる経営環境であれ，企業は組織や人材を動かし，これらに対応する仕組みを構築しなければ生存は危うい。言い訳など通用はしない。

しかしながら，人などの経営資源は限定されている。外部コンサルタントの活用も活発であるがやはり一長一短である。

多くの企業はこのような実態の中で，現在の経営やシステムを革新し，しかもトップと現場の距離を埋めてくれる人材を社内に求めている。社員なればこそ社内の事情に詳しいのである。社員一人ひとりが問題解決能力を身につけるならば部門の力が高まり，やがては会社全体の力も高まることになる。

しかしながら，このような人材には高い問題解決能力が求められるだけでなく，IT をはじめ多岐に渡る専門的知識，技能が必要である。しかも実践的なものでなければならない。

当該授業の主旨は，このような要請，期待に応えられるコンサルティング能力を身につけた人材を企業内に育成することにある。

様々な基本的な問題解決の視点や手法を学ぶ中で，経営ニーズに対応できる人材育成を目指していく。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 授業概要 | 全１５回分の授業の概要について説明する。 |
| 2 | 問題の本質を見抜く | 演習を通して問題の本質に迫る基本的な分析視点を学ぶ。 |
| 3 | 問題発見の思考と手法（1） | 戦略的問題を的確にとらえ、その重要原因を見出すための思考方法と手法を学ぶ。 |
| 4 | 問題発見の思考と手法（2） | 戦略的問題を構造的に把握し、具体化し、優先順位をつけるための思考方法と手法を学ぶ。 |
| 5 | 問題解決の思考と手法（1） | 戦略的問題を解決するための思考方法と手法を学ぶ。 |
| 6 | 問題解決の思考と手法（2） | 戦略的問題を発見し、解決するための一連の流れについて学ぶ。 |
| 7 | 経営革新の知恵と事例（1） | 経営革新のエンジンとなる考え方である”革新ドライバー”を豊富な事例とともに学ぶ。例：中抜き（Disintermediation）, 先回り（Forestallment）, 先送り（Postponement）など。 |
| 8 | 経営革新の知恵と事例（2） | 同上。例：共同化（Cooperativity）, 集約化（Intensification）、共有化（Sharing）など。 |
| 9 | 経営革新の知恵と事例（3） | 同上。同期化（Synchronization）, 外部化（Outsourcing）、追跡（Tracking）など。 |
| 10 | 経営革新の知恵と事例（4） | 同上。例：囲い込み（Lock In）, 誘導（Guidance）, 時差（Time Difference）など。 |
| 11 | 事業連鎖と異業種間競争 | 異業種参入の事例と構造分析を通して、ビジネスの脅威と機会を見出す視点を学ぶ。 |
| 12 | プロフィット・ゾーン経営戦略 | プロフィットを生み出すビジネスモデルのパターンとその適用事例を学ぶ。 |
| 13 | ロジカル・プレゼンテーション | 自分の考えを効果的に伝える提案のための思考方法及び技術を学ぶ。 |

| | | |
|---|---|---|
| 14 | マネジメントの基本（1） | マネジメントに関する基本的な知識を学ぶ。<br>例：企業の真の目的と企業が持つべき機能について。 |
| 15 | マネジメントの基本（2） | 例：マネジャーは何をなすべきか。 |

| 履修上の注意・準備学習の内容 |
|---|
| 履修者が自己を取り巻く各種の問題に対して強い解決意識を有していることが望ましい。 |
| **教　　科　　書** |
| ・「問題発見プロフェッショナル」ダイヤモンド社　齋藤嘉則・「新版　問題解決プロフェッショナル」ダイヤモンド社　齋藤嘉則・「異業種競争戦略」日本経済新聞出版社　内田和成・「プロフィット・ゾーン経営戦略」ダイヤモンド社　エイドリアン・J・スライウォッキー・「ロジカル・プレゼンテーション」英治出版　高田貴久・「究極のドラッカー」角川書店　國貞克則 |
| **参　　考　　書** |
| 講師が当該科目の履修用に作成した資料を用いる。 |
| **成　績　評　価　の　方　法** |
| 成績の評価は以下の通りとする。（1） 授業出席点（30%） （2） 授業中での議論への参加（40%） （3） 演習問題の回答内容（30%） |
| **そ　　の　　他** |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 国際会計実務 | | | 2単位 | 石　井　　明 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

国際会計実務は，通常，外国企業や日本企業が作成する米国基準あるいは IFRS（国際財務報告基準）に基づく英文財務会計書類を理解したり，あるいは財務会計書類を作成して英語で外部に公表するときに生じる。そこで，講義の前半では英語の力を高めると同時に，IFRS（国際財務報告基準）の考え方，仕組み，体系および専門用語など基礎的な要点を説明する。次いで，講義の後半では，外国の投資家の意思決定資料，あるいはニューヨークやユーロ市場などの外国金融商品市場において資金調達を行うために公表される，日本の上場会社の英語版 Annual Report（および日本語版）を使って国際会計実務の理解を深めると同時に，財務諸表分析の能力も鍛えることを目標とする。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 国際会計実務とは何か | ガイダンスおよび基本概念について説明する。 |
| 2 | 国際会計実務の基礎（1） | 財務会計制度の仕組みを理解する。 |
| 3 | 国際会計実務の基礎（2） | 国際財務報告基準の体系を理解する。 |
| 4 | 国際会計実務の基礎（3） | 同　上 |
| 5 | 国際会計実務の基礎（4） | 主要な会計基準をレビューする。 |
| 6 | 財務分析の基礎（1） | 財務分析の基礎的な知識を確認する。 |
| 7 | 財務分析の基礎（2） | 収益性・安全性の分析。 |
| 8 | 財務分析の基礎（3） | 国際的企業の財務諸表分析の特徴について理解する。 |
| 9 | 財務諸表の見方・読み方（1） | 日本の有名な上場会社の公表財務諸表を使って，その見方・読み方を学ぶ。 |
| 10 | 財務諸表の見方・読み方（2） | 同　上 |
| 11 | 財務諸表の見方・読み方（3） | 同　上 |
| 12 | 財務諸表の見方・読み方（4） | 同　上 |
| 13 | 財務諸表の見方・読み方（5） | IASB/FASB の共同作業プロジェクトの現状を理解する。 |
| 14 | 財務諸表の見方・読み方（6） | 日本の上場会社の会計実務や金融庁等の動きを理解する。 |
| 15 | 日本の財務報告との比較 | 米国と日本との比較を行うことにより理解を深める。 |

## 履修上の注意・準備学習の内容

法律・経済・経営の基礎知識を学習しておくこと。

## 教　　科　　書

日本の有名な上場会社の Annual Report（英文版・日本版）（教員が予め準備する）

## 参　　考　　書

落合稔・石井明『財務諸表の分析入門』千倉書房。

## 成　績　評　価　の　方　法

最終試験成績点（50%）授業中での議論への参加および理解（50%）

## そ　　の　　他

履修者の希望にできるだけ沿う方針である。

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 管理会計実務 | | | 2単位 | 川　野　克　典 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 1・2年 |

授　業　の　概　要　・　目　的

本講座は，実務的な管理会計講座である。管理会計とは，組織体の経営者のために，戦略の策定と実行や経営上の意思決定を支援し，業績評価を行う会計である。財務（制度）会計が企業活動の結果を会計基準に基づいて外部に報告することを目的とするのに対して，管理会計は，内部に対して報告を行い，企業業績の向上を目的とする。

本講座の担当教員は，製造業での実務家，会計コンサルタントであったため，最新のトピックや企業事例を織り込み，企業での実務に役立つ授業を目指す。科目名に「実務」と記載されているが，議論のみの授業ではなく，担当教員が基本理論や企業実務の解説を行って，その上で質疑応答を行って，理解を深めていく。

経営者，CEO（Chief Executive Officer），CFO（Cheif Financial Officer），会計コンサルタント，企業の上級管理職等を目指す人には，必ず役立つ講座である。

| 授　業　内　容 | | |
|---|---|---|
| 1 | 管理会計概論 | 管理会計の概論と基本的用語を学ぶ |
| 2 | 原価計算の実務 | 原価計算の概要と「原価計算基準」の陳腐化，新しい原価計算を学ぶ |
| 3 | 標準原価計算と現場管理の手法 | 製造現場の管理手法である標準原価計算の概要と限界，そして新しい現場管理の手法について学ぶ |
| 4 | 損益分岐点分析と直接原価計算 | 損益分岐点分析，直接原価計算とそれらを活用した利益計画策定の実務を学ぶ |
| 5 | ABC/ABM | ABC（Activity-Based Costing)/ABM（Activity-Based Management）について，事例を踏まえて学ぶ |
| 6 | 原価企画 | 原価企画の意義，企業での運用方法等について学ぶ |
| 7 | 分権化組織の管理会計 | 事業部制，カンパニー制，持株会社制の会計を通じて，責任会計による分権管理の実務を学ぶ |
| 8 | 予算管理 | 伝統的予算管理制度から Beyond budgeting までの概論と予算管理の実務について学ぶ |
| 9 | バランス・スコアカード | 戦略的マネジメントシステムであるバランス（ト）・スコアカードについて事例を含めて学ぶ |
| 10 | 収益の管理 | 明治大学経営学部の鈴木研一教授が提唱した新しい実践的管理会計手法である固定収益マネジメントを中心に収益の管理について学ぶ |
| 11 | 企業価値経営 | 株主重視の指標である EVA（Economic Value Added）を中心に企業価値経営について学ぶ |
| 12 | 業績評価マネジメント | ROE（自己資本利益率），ROA（総資産利益率）等，主要な業績評価指標と実務での活用方法を学ぶ |
| 13 | 意思決定の管理会計（1）業務的意思決定と販売戦略 | 原価改善活動実施に当たっての意思決定の方法や管理会計の観点から販売（価格）戦略について学ぶ |
| 14 | 意思決定の管理会計（2）投資経済性評価 | 設備投資を行う際の重要な意思決定要素である経済性評価の方法について学ぶ |

| | | |
|---|---|---|
| 15 | 会計とコンサルタント | 会計の知識を活かした職業の 1 つであるコンサルタントについて紹介する |

| 履修上の注意・準備学習の内容 |
|---|
| 受講には，最低限の会計知識を有していることが望ましい。 |
| **教　　科　　書** |
| 川野克典著「管理会計の理論と実務」中央経済社をテキストとして用いる。<br>http://books.rakuten.co.jp/rb/%E7%AE%A1%E7%90%86%E4%BC%9A%E8%A8%88%E3%81%AE%E7%90%86%E8%AB%96%E3%81%A8%E5%AE%9F%E5%8B%99-%E5%B7%9D%E9%87%8E%E5%85%8B%E5%85%B8-9784502464201/item/12073696/ |
| **参　　考　　書** |
| ベリングポイント「将来予測重視の予算マネジメント」中央経済社<br>川野克典，藤原雄樹，平賀龍「原価計算見直しの実務」中央経済社<br>浅田孝幸，鈴木研一，川野克典「固定収益マネジメント」中央経済社<br>ベリングポイント「統合的業績評価マネジメント」生産性出版<br>吉川武男，ベリングポイント「バランス・スコアカード導入ハンドブック」東洋経済新報社<br>川野克典，横田康之，ベリンクポイント「経営管理情報マネジメント」生産性出版 |
| **成　績　評　価　の　方　法** |
| 授業出席（40%），期末レポート（50%），授業態度＆質疑応答（10%）とする |
| **そ　　の　　他** |
| 紙での資料配布は行わないので，第 2 回以降は，指定のサイトからダウンロードし，持参すること。なお，パスワードは第 1 回の授業で教えます。（パスワードは随時変更する）<br>履修者が希望すれば , 経営シミュレーションゲーム「戦略 MG」を休日に実施する。<br>http://www.nishiken.jp/mg.htm |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 税務会計 | | | 2単位 | 本　田　光　宏 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

法人税法の課税所得は、各事業年度の収益から費用及び損失を控除して計算される企業会計上の利益に、受取配当の益金不算入等の税法上の調整を加えて計算される。これに税率を乗じ、税額控除等の調整を行って、法人税額が算出される仕組みとなっている。本クラスでは、法人税の納税義務者、法人所得の意義、課税所得の計算構造、益金及び損金の意義とその考え方等について、学習する。また、近年の法人税法の特徴であり、重要性が増している組織再編・企業結合に関する税制、国際課税についても取り上げる。なお、授業においては、できる限り判例やケーススタディ等を用いて実務的な内容とし、ディスカッションを取り入れる予定としている。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 税務会計総論 | 法人税の意義・性質、法人税と所得税の間の負担調整、法人税の課税所得、会社法・企業会計原則との関係 |
| 2 | 法人税の納税義務者 | 法人税の納税義務者と課税対象範囲 |
| 3 | 多様な事業体と課税 | 民法上の組合、匿名組合、信託等の多様な事業体に係る課税 |
| 4 | 法人所得の意義 | 法人所得の算定方式の独自性としての法人税法 22 条の構成 |
| 5 | 無償取引 | 無償取引についての課税、判例等 |
| 6 | 益金の額 | 収益の認識基準、費用収益対応の原則、益金の額の計算 |
| 7 | 損金の意義① | 損金の内容、損金性の認定に当たっての個別的な問題 |
| 8 | 損金の意義② | 資産の評価損、寄附金、交際費、損失等の個別の損金項目 |
| 9 | 同族会社 | 同族会社に関する固有の課税制度（留保金課税、行為計算の否認等） |
| 10 | 組織再編税制 | 法人の設立（現物出資）、合併、分割等に係る課税制度 |
| 11 | グループ企業に関する税制 | グループ法人税制、連結納税制度 |
| 12 | 二重課税の調整 | 国際課税制度の重要課題である国際的二重課税の排除の仕組み |
| 13 | アウトバウンド取引に係る課税 | 内国法人が海外取引を行った場合に関する課税制度 |
| 14 | インバウンド取引に係る課税 | 外国法人が我が国で取引を行った場合に関する課税制度 |
| 15 | 税務会計のまとめ | 税務会計全般についての概観、特定事項についての補足等 |

## 履修上の注意・準備学習の内容

会計学、租税法の基礎知識があることが望ましい。

## 教　　科　　書

中里実他編『租税法概説』（有斐閣、平成 23 年）、なお、授業においてレジュメを配布

## 参　　考　　書

金子宏他編著『ケースブック租税法[第 3 版]』（弘文堂、平成 23 年）

| 成　績　評　価　の　方　法 |
| --- |
| （1）授業への参加（50%）、（2）レポート（50％） |
| そ　　の　　他 |
| |

| 科　目　名 | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|
| ケース・スタディⅠ（アカウンティング） | | ２単位 | 中　井　　稔 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | １・２年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

本講義は、将来、会社の決算実務や納税実務の責任者等を目指す院生や税理士などの専門家を志望する院生を対象とするものである。小職はかって 30 年余に亘り興銀に勤務し決算実務や納税実務の主担当や責任者を務めた経験を有し、特に（取）経理部長の時に所謂『興銀事件』の責任者として国税庁との税務訴訟を指揮した。その後、京都大学経営管理大学院にて“会計と税務の接点”について体系的な研究・教育に従事し今日に至っている。

実際に企業の会計処理それ自体について具体的な研究事例を見出すことは困難であり、結局のところ確定申告を経て税務訴訟として顕現化した処理を基礎としそれに係る争点を検討・分析するのが現実的であり且つ有効である。なお、本講義は、前段が主として収益・費用の年度帰属をめぐる諸問題を対象とし、後段は主として資産の評価をめぐる諸問題を要約しており、レポート試験は二回に分けて実行の予定である。

## 授　業　内　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 会計期間の成立 | 会計理論や税務会計の基礎をなす会計年度ないし事業年度の成立経緯について俯瞰し初期の会社組織についても触れ、年度帰属の骨格に触れる |
| 2 | 行政訴訟制度の概要 | 事例研究の基礎となる判例分析の基礎知識について概括し、我が国の裁判制度と法的三段論法の初歩について俯瞰する |
| 3 | 輸出取引と収益計上時期 | 収益の年度帰属が争点となった具体的事案（大竹貿易事件）を取り上げて検討する |
| 4 | 輸出取引と収益計上時期の続き | 上記事案に関する派生問題の検討 |
| 5 | 未払費用の帰属と計上時期 | 収益と対応する未払費用の年度帰属に関する事例（脱税事件）と債務確定の概念について研究する |
| 6 | 未払費用の帰属と計上時期の続き | 納税者にとって最も過酷な刑事罰にも触れる |
| 7 | 金融取引と未収計上の問題 | 会計上の発生主義の採用と未収収益をめぐる諸問題について具体的事例を踏まえて検討し併せて権利確定主義の限界についても分析する |
| 8 | 損害賠償請求権の資産性 | 不法行為によって会社が損害を被った場合における損失の確定時期と損害賠償請求権の計上時期に関する同時両建説と異時両建説を比較検討し民法・商法に関連する諸問題にも触れる |
| 9 | 損害賠償請求権の資産性（続） | 具体的事例（日本美装事件）をめぐる第一審判決と控訴審判決の食い違いをめぐる争点を検討する |
| 10 | 年金型保険金と二重課税 | 長崎年金事件を題材として偶発的要因による利得の発生と相続税及び所得税の二重賦課の是非をめぐる問題点の研究 |
| 11 | 固定資産の評価と減損会計 | 固定資産の時価評価に関して、税法は交換価値を採用し会計上は使用価値（キャッシュ・フロー）を重視するのと交錯しており、今後の在り方を検討 |

| | | |
|---|---|---|
| 12 | 金銭債権とＣＤＳの援用 | 金融理論として普及したＣＤＳ（クレジット・デフォルト・スワップ）の諸前提と金銭債権の評価に応用する上での諸問題 |
| 13 | 貸倒れと債務免除との関係 | 債務免除が条件付法律行為として行われた場合の具体的事例（大進建設事件と興銀事件）における会計上の取扱いと税法上の乖離にについて分析し、併せて金銭債権の貸倒れに係る要件に触れる |
| 14 | 興銀事件と数値の把握 | 貸倒れは専ら事実認定の問題とされるが、事実認定の前提となる数値の把握と分析について具体的な事案に基づき分析する |
| 15 | 金銭債権の分類と税効果 | 貸倒れの初歩的対応である債権の分類と会計と税務の接点である税効果会計について検討 |

| 履修上の注意・準備学習の内容 |
|---|
| 授業に先立ちレジュメを手交、必要な判決文等は予め指示するので入手し熟読のこと |
| **教科書** |
| |
| **参考書** |
| 伊藤邦雄『現代会計入門』日経新聞社、清永啓次『税法』ミネルヴァ書房、<br>中井稔『企業課税の事例研究』税務経理協会 |
| **成績評価の方法** |
| 出席点30%、5月及び7月の2度のレポート試験（2回の合計）70% |
| **その他** |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| ケース・スタディⅡ（アカウンティング） | | | 2単位 | 下　村　英　紀 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

租税法に関する判決事例等の個別事例を取り上げ，租税法令の具体的な解釈・適用の検討を行う。これまでに学習した租税法の専門的知識・理論を踏まえて，税務における高度の実務能力を習得する。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | イントロダクション | 授業の進め方を説明し，事例研究のための準備を行う。 |
| 2 | 租税法の基礎理論に関する事例研究（1） | 租税法の基本原則，解釈・適用に関する判決事例等を分析し，関係法令の解釈・適用を検討・討議する。 |
| 3 | 租税法の基礎理論に関する事例研究（2） | 租税法の基本原則，解釈・適用に関する判決事例等を分析し，関係法令の解釈・適用を検討・討議する。 |
| 4 | 租税法の基礎理論に関する事例研究（3） | 租税回避に関する判決事例等を分析し，関係法令の解釈・適用を検討・討議する。 |
| 5 | 法人税に関する事例研究（1） | 法人税法に関する判決事例等を分析し，関係法令の解釈・適用を検討・討議する。 |
| 6 | 法人税に関する事例研究（2） | 法人税法に関する判決事例等を分析し，関係法令の解釈・適用を検討・討議する。 |
| 7 | 法人税に関する事例研究（3） | 法人税法に関する判決事例等を分析し，関係法令の解釈・適用を検討・討議する。 |
| 8 | 法人税に関する事例研究（4） | 法人税法に関する判決事例等を分析し，関係法令の解釈・適用を検討・討議する。 |
| 9 | 所得税に関する事例研究（1） | 所得税法に関する判決事例等を分析し，関係法令の解釈・適用を検討・討議する。 |
| 10 | 所得税に関する事例研究（2） | 所得税法に関する判決事例等を分析し，関係法令の解釈・適用を検討・討議する。 |
| 11 | 所得税に関する事例研究（3） | 所得税法に関する判決事例等を分析し，関係法令の解釈・適用を検討・討議する。 |
| 12 | 相続税・贈与税に関する事例研究（1） | 相続税法に関する判決事例等を分析し，関係法令の解釈・適用を検討・討議する。 |
| 13 | 相続税・贈与税に関する事例研究（2） | 相続税法に関する判決事例等を分析し，関係法令の解釈・適用を検討・討議する。 |
| 14 | 国際課税に関する事例研究 | 国際課税に関する判決事例等を分析し，関係法令の解釈・適用を検討・討議する。 |
| 15 | まとめ | 租税法の考え方及びその解釈・適用のまとめを行う。 |

## 履修上の注意・準備学習の内容

租税法の基礎知識があることを前提に授業を行う。

## 教　　科　　書

水野忠恒ほか編 『租税判例百選（第5版）』 有斐閣

| 参　　考　　書 |
| --- |
| 金子宏ほか編 『ケースブック租税法（第３版)』 弘文堂<br>金子宏 『租税法』 弘文堂<br>租税関係法令集 |
| 成　績　評　価　の　方　法 |
| （1） 出席　30％ （2） 発表・レポート　40％ （3） 討議への参加　30％ |
| そ　　の　　他 |
| |

| 科　目　名 | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|
| ケース・スタディⅢ（アカウンティング） | | 2単位 | 落　合　　稔 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

ケース・スタディ III（アカウンティング）は、企業経営の現実に基づくテーマを取り上げ、複雑で切迫した経営環境下でのマネジメントとしての意思決定が求められるケーススタディである。ここでは、戦略性の高い「ケース・モデル」を取扱い経営課題の解決に挑む。参加者は実践性、創造性、社会的責任など総合力発揮が期待される。

毎回、ケース・モデルに取組むことで、会計の実践価値を実感するとともに、代替案の提案力、二律背反状況下での意思決定、リスクとリターン、ガバナンス、リーダーシップ等々、総合力としてのマネジネントの視点を学習する。出席者は事前予習が必要で、ほぼ毎回簡潔なレポート提出が求められる。授業は討議を中心に進行するが、最後に、教師が解説あるいは現実的なソリューションを提供する。

『ここでいう「ケース・モデル」とは、実際の経営活動の一環として起きている事例に伴うストーリー（但し、意図的に仮装や単純化していることもある）を、教育効果を考えて教材にまとめたものである。このケース・モデルと、予習課題を事前に提供する。クラスでは、教師はできるだけファシリテーターの役となり、出席者同士のディスカッションを重視する。ケーススタディの狙いは、参加者が予習で思索したソリューションを主張しあい、

ディスカッションのプロセスを通して各自再検討を加え深化させる。この過程を経て、参加者の思考形成や意思決定プロセスを深化させる事を目的とする。』

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | ガイダンスおよび次回ケース解説 | |
| 2 | 企業文化が異なる企業の M&A（1） | 組織の強み弱み分析/整理 |
| 3 | 企業文化が異なる企業の M&A（2） | 戦略と行動分析/整理 |
| 4 | 企業文化が異なる企業の M&A（3） | ソリューション研究 |
| 5 | 連結と持分法の影響力 | 株主構成の弱点を突かれた乗っ取り防衛 |
| 6 | MBO をいかに成功させるか | 老舗の買収コスト/企業価値/ソリューション研究 |
| 7 | 英国でティールーム開業 | 異文化でのファミリービジネスから何を学ぶか |
| 8 | 環境変化とマネジメントの使命 | 事業再構築・開発マーケティング手法の革新 |
| 9 | 資金繰り表の検証 | 資金繰り表作成とキャッシュフローの改善検討 |
| 10 | 最適資金調達法 | 各種の資金調達法と最適調達法の選択 |
| 11 | コストセンターのプロフィットセンター化（1） | 戦略と行動分析/整理 |
| 12 | コストセンターのプロフィットセンター化（2） | ソリューション研究 |
| 13 | 事業投資の判断（1） | 海外事業投資計画の検討/意思決定 |
| 14 | 事業投資の判断（2） | ソリューション研究 |
| 15 | まとめ | 復習と解説 |

| 履修上の注意・準備学習の内容 |
| --- |
| 参加者には毎回事前予習課題が提供され、簡潔なレポート提出が求められる |
| 教　　科　　書 |
| その都度必要資料を配付する |
| 参　　考　　書 |
| 必要に応じてクラスで発表する |
| 成　績　評　価　の　方　法 |
| (1)　授業出席点（20%）<br>(2)　レポート評価（30%）<br>(3)　クラスでの貢献度（50%） |
| そ　　の　　他 |
| 積極的にディスカッションに参加する人を希望。参加人数は 15 名が限界。 |

| 科　目　名<br>(Course Name) | | | 単位<br>(Units) | 担当教員名<br>(Instructor) |
|---|---|---|---|---|
| ケース・スタディⅣ（アカウンティング）<br>Case Studies 4 （Accounting） | | | 2単位 | 細　川　　健<br>Takeshi Hosokawa |
| 開講区分（Semester） | 前期<br>Spring | 配当年次（Year） | | 1・2年<br>First of Second |

授　業　の　概　要　・　目　的（Course Overview）

International tax cases in Supreme, High & Local Court and tax judgments in National Tax Tribunal are materials in this course. Fact findings and tax avoidance activities, taxation for business entities including silent partnership （TK） & voluntary partnership （NK）, anti-tax haven rules, transfer pricing tax rules, business transfer in corporate division system and secondary tax liabilities etc. will be focused. The purpose of this course is to provide students with practical and applicable skills and knowledge as tax experts in professional works.

| 授　業　内　容（Class Outline） | | |
|---|---|---|
| 1 | Fact findings and tax avoidance activities （case 1 －aircraft lease case ） | Tax avoidance activities by utilizing voluntary partnership （NK） have been denied by tax authorities. However Tokyo High court has upheld tax payers' reasonableness in transactions. |
| 2 | Fact findings and tax avoidance activities （case 2－denial of abuse of consumption tax system for newly established companies） | Tax avoidance activities by abuse of consumption tax exemption system for newly established subsidiary corporations have been denied by tax authorities. Appeals to Tokyo & Osaka National Tax Tribunal are dismissed. |
| 3 | The same as above | The same as above |
| 4 | Fact findings and tax avoidance activities （case 3－tax avoidance activities by utilizing Dutch corporations of investment-in-kind and capital increase） | Tax avoidance activities by utilizing Dutch corporations of investment-in-kind and capital increase have been denied by tax authorities by realized retained earnings under corporation tax law article 22（2） and donation tax under corporation tax law article 37. High Court & Supreme Court upheld fact findings of tax authorities. |
| 5 | The same as above | The same as above |
| 6 | Fact findings and tax avoidance activities （case 4- transfer of know-how and royalties） | Subsidiary corporation of Ichijo Co.,Ltd. in Japan has transferred know-how to subsidiary corporation HRD in Singapore. Tax authorities have made the assessment that know-how belonged to Ichijo Co.,Ltd. and denied transfer of know-how and payments of royalties. However Tokyo High Court has upheld tax payers. |
| 7 | The same as above | The same as above |
| 8 | Fact findings and tax avoidance activities （case 5） | Tax authorities have denied transactions from Aruze to foreign corporation B and transactions from foreign corporation B to Japanese corporation C. However Tokyo High Court has upheld tax payers. |

| | | |
|---|---|---|
| 9 | Anti-tax haven rules（case 1） | Anti-tax haven rules are not applied to deficits of subsidiary corporation in the Republic of Panama and tax authorities have made the assessment of it and Takamatsu High Court has upheld tax authorities. |
| 10 | The same as above | The same as above |
| 11 | Anti-tax haven rules（case 2） | Corporation A in Hong Kong 100% held by Japanese residents has been categorized into not wholesale company but manufacturing company because of the related factory in China. Tax authorities decided that requirements for exemption in anti-tax haven rules are not fulfilled. National Tax Tribunal has upheld tax authorities. |
| 12 | Transfer pricing system （Adobe System Incorporated case in Tokyo High Court ） | Sales company of Adobe Systems' products has been restructured into service provider. Tax authorities have made the assessment of Adobe Systems Incorporated by gross margin of comparative transactions. However Tokyo High Court has upheld tax payers' restructuring and transactions. |
| 13 | The same as above | The same as above |
| 14 | Reform for Japan-India tax treaty re technical service fee and taxation on copyright law re computer software | Reform for Japan-India tax treaty re technical service fee and taxation on copyright law re computer software have been researched by the lecturer. Lecture and discussion are based on the thesis written by the lecturer. |
| 15 | Business transfer by corporate division system and succession of secondary tax liabilities | Secondary tax liabilities have always accrued by business transfer of corporate division system from transferor to transferee or not. And lecture and discussion are based on the thesis written by the lecturer. |

| 履修上の注意・準備学習の内容（Remarks） |
|---|
| |
| 教　　科　　書（Textbook） |
| Tax thesis written by the lecturer will be distributed beforehand<br>"Guide to Japanese Tax " , Go Kawada, Zaikeishohosha |
| 参　　考　　書（Reference books） |
| |
| 成　績　評　価　の　方　法（Evaluation） |
| Attendance 60%（4%×15 sessions）+contribution to sessions 40%（tax cases have been allocated beforehand and 20-minute presentation once or twice are required. ） |
| そ　　の　　他（Other） |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| マーケティング環境分析 | | | 2単位 | 中　島　　聡 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

人口減少，少子超高齢社会の本格到来は，先進諸国においてもいまだかつて経験したことがないことである。従前のマーケティング手法は，右肩上がりの市場環境においては有効であったものの，新たな環境においては，根本的な変化を求められていると言っても過言ではないであろう。経済全体としては，インフレターゲット設定の中で進行する可能性はあるものの，市場縮小・過剰生産の中では，消費財価格のデフレ現象は継続するものと考えられる。

一方，世界全体で見た場合には，人口増加の傾向が続いており，原材料の高騰は避けられないものとなっている。即ち市場の成熟化と同時に低価格及び低収益構造が今後のマーケティング環境の大きなポイントと言っても過言ではない。そうした中での企業の舵取りは大変難しいこととなることが想定される。

従来のマーケティングにおいては，ベーシックな４Ｐや２Ｃの個別の戦略に関し深堀を行うマーケティングマネジメントが中心であったが，今後は全てを統合したマネジリアルマーケティングの概念が強く求められることと考えられる。即ち，「マーケティング＝経営そのもの」の時代が真に訪れたことと言えるであろう。

かかる状況化，本講義では生活者の変化，人口動態変化，価値観の変化，生活者の生活フレームの変化の分析と共に，この事に対応する企業のマーケティング戦略の変化に焦点をあてて行いたいと思う。

元来，市場で取引されるものは，商品であれサービスであれ，そのものではなく機能である。同時に，企業，ビジネスプロフェッショナルは，単なる営利のみではなく，倫理的に，かつ生活者にとって，真に必要とされるものでなければならない。

そこで，特に生活者との接点にある「流通業」というもののあるべき姿，また生活者に対し「存在価値」を提供する事を使命とする「マニュファクチャー」のあるべき姿というものを深堀りしつつ考えてゆきたいと思う。

併せて，講義の中では，日本市場の特質をあぶりだす為に海外（特に米国・中国）の生活者の特徴と日本の生活者の特徴を定量的に比較する中で考えてゆきたいと考える。

マーケティング戦略を立案するにあたっては，定量的・定性的な考えがあるが，データを基礎とした手法に理念的な考え方を付加してゆくこととする。換言すれば，変化を定量的に捉える事によって勝ち組企業の条件，また企業の存在理由の明確化へのアプローチを実施することを主眼目とし，一般コモディティの最たるものである食品における，メーカーと流通業と生活者の関係から浮き彫りにしてゆきたいと思う。

主なアプローチ方法は次の２つの方法を行う。(1) 定量・定性的に日本の生活者の実像を解析し，マーケティングインプリケーションを探索する手法。(2) 企業価値向上とサプライチェーン構造分析との関連による手法。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | マーケティング環境分析の枠組み | マーケティング環境を分析するための必須要綱を明らかにし，企業のマーケティング活動の柔軟性を理解する。 |
| 2 | 人口動態変化とマーケティングの関連 | 人口減少，少子化の中でのマーケティング戦略の方向性を考える。 |
| 3 | 顧客ターゲット戦略の方向性分析（1） | 増大するシニアの実像をあぶりだすと同時に，シニアにターゲットを絞った戦略の研究 |

| | | |
|---|---|---|
| 4 | 顧客ターゲット戦略の方向性分析（2） | 少子化の中での企業のマーケティングベクトルの研究 |
| 5 | 生活者コミュニケーション戦略 | マスコミュニケーションの効果と限界を把握し，コミュニケーション戦略の方向性を考える。 |
| 6 | コミュニケーション活動とプロモーション活動の関連 | コミュニケーション活動と実売を伴うプロモーション活動の関連を分析。 |
| 7 | 新カテゴリー創造手法 | カテゴリーマーケティングとカテゴリーマネジメントの違いを明らかにし新カテゴリー創造の手法を考える。 |
| 8 | 企業価値とブランド戦略 | 個別のプロダクトブランドとコーポレートブランド戦略の関係を理解。 |
| 9 | 競争の概念変化 | 環境変化の中での競争の概念の変化を考える。 |
| 10 | 企業の社会的な役割 | 企業のミッションをグローバル化の中で考える。 |
| 11 | 縮小市場化におけるシェアの概念 | 縮小市場においてシェアを増大させる手法を考える。 |
| 12 | 環境変化に対応するマーケティング戦略（1） | 米国・中国の事例，日本との比較の中で新たなマーケティング戦略を解説。 |
| 13 | 環境変化に対応するマーケティング戦略（2） | 生活者の課題を解決する企業のみが生き残る状況の説明とソリューション構造の解説。 |
| 14 | メディア戦略の変化 | 理解ソーシャルメディアの実像と意義に関し考える。 |
| 15 | マネジリアルマーケティングの理解 | マーケティングインプリケーションを理解する。 |

**履修上の注意・準備学習の内容**

消費財，流通に着目した講義を中心とする。そうした中で基本的な流通の知識とマーケティングの知識を持っている事が望ましい。

**教科書**

特にないが，都度参考文献の中で紹介する。

**参考書**

（1）PF ドラッカー現代の経営（2）クラウゼビッツ戦争論（3）PF ドラッカーチェンジ・リーダーの条件

**成績評価の方法**

（1）授業出席点（30%）（2）最終レポート成績点（70%）

**その他**

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 消費社会論 | | | 2単位 | 福　田　優　二 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 1・2年 |

**授　業　の　概　要　・　目　的**

グローバリゼーションの一側面は「消費社会」の世界化である。この「消費社会」について，多面的な視点からアプローチし，先進社会における消費社会の変容，アジア成長経済における消費市場とビジネスチャンス，「消費社会」をめぐる日本の世界史的役割などを掘り下げて考える。経済発展がもたらす社会の構造的な変化，その帰結としての「消費社会」の形成という視点を基本に置く。2008 年の金融危機で資本主義は危機的状況にあるが，消費社会の世界化は持続する。しかし，解決すべき課題も多い。消費社会の世界化の中での，ビジネスチャンスと問題点について，広い視野からアプローチする。

**授　　業　　内　　容**

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 「消費社会」への視点 | イントロダクション。どのような視点から「消費社会」を捉えるべきか。 |
| 2 | 1920 年代アメリカ経済の発展と消費社会の形成（1） | モータリゼーションなど，アメリカにおける「大衆消費社会」の登場を中心に消費社会形成のプロセスを分析する。 |
| 3 | 1920 年代アメリカ経済の発展と消費社会の形成（2） | 1920 年代アメリカ社会における価値観の変化を分析する。 |
| 4 | 戦後日本社会の特質と消費社会の特徴 | 自由，平等，平和の価値観に基づく経済中心主義の戦後日本が，特異な消費社会であることを解明する。（バブル消費の分析を含む） |
| 5 | 「平安還り」した現代日本の消費文化 | 歴史的視点からみると，現代日本の消費社会が平安貴族のライフスタイルに酷似した一側面を持っていることを分析する。 |
| 6 | マーケティング活動と消費のメカニズム | 実態として，企業のマーケティング活動などが人々の消費活動にどのような影響を与えているか，そのメカニズムを解明する。 |
| 7 | メディアによる価値形成と消費社会 | 人々の価値観に大きな影響を与えるメディアの機能と消費社会の関係を分析し，コミュニケーションと価値形成のメカニズムを探る。 |
| 8 | 流行と消費 | 流行現象，ヒット現象をケースとして取り上げつつ，消費社会における流行のメカニズムを探る。（ブランド論を含む） |
| 9 | 「消費社会」批判とこれからの人間像 | 人間中心主義的な立場からの，様々な「消費社会批判」にふれつつ，先進自由社会における新たなライフスタイルと人間像を探る。 |
| 10 | 文化的特質による消費社会の差異 | アメリカ，スウェーデン，日本など特徴的な社会モデルを軸に，文化の違いが消費社会のあり方にどのような違いをもたらしているかを解明する。 |
| 11 | グローバリゼーションによる「消費社会」の世界化 | 1990 年代以降のグローバリゼーションの本質は「消費社会」の世界化にある。 |
| 12 | グローバリゼーションと消費社会の変化 | グローバリゼーションはどこまで，世界の消費価値観の共通化を進めるのか，アジア文化圏形成の可否も含めて展望する。 |

| | | |
|---|---|---|
| 13 | 消費社会のゆくえと日本の役割 | 全体を総括しつつ，これからの資本主義の変容と社会の構造変化を見据え，「消費社会」の未来像を展望し、日本の役割を探る。 |

**履修上の注意・準備学習の内容**

広い視野と好奇心を基に，自らの目と頭で現実を可能な限り深く洞察することが必要である。「資本主義」の変容と，その中での「消費社会」の劇的な変化がまさに進行しつつあるという現実感をもって臨んでほしい。

**教科書**

「大衆消費社会の登場」常松洋著（山川出版社)。「逆転の日本力」跡見学園マネジメント研究会（イーストプレス)。

**参考書**

「柔らかい個人主義の誕生」山崎正和（中央公論社）
「消費社会の神話と構造」ジャン・ボードリヤール（紀伊国屋書店）
「ジンメル初期社会学論集」ゲオルク・ジンメル（恒星社厚生閣）
「消費文化とポストモダニズム」M. フェザーストン（恒星社厚生閣）

**成績評価の方法**

レポート重視（70%)。緻密に現実を見る努力，独自な視点などを評価。ただし，レポート評価にあたっては，各自のキャリアプランに基づいて努力している姿勢も重視し評価。出席，発言など（30%）も含め，総合判断。

**その他**

「日本社会は消費社会の未来を創る」―その現場でデザインを描いて頂きたいと思います。安倍政権になり、新たな展開も期待できます。

| 科　目　名<br>（Course Name） | | | 単位<br>（Units） | 担当教員名<br>（Instructor） |
|---|---|---|---|---|
| グローバル・マーケティング<br>Global Marketing | | | 2単位 | ヘンリー・アンダーセン<br>Henry Andersen |
| 開講区分（Semester） | 後期<br>Fall | 配当年次（Year） | | 1・2年<br>First or Second |

授　業　の　概　要　・　目　的（Course Overview）

The purpose of this course is to understand marketing management from the viewpoint of the overseas marketing manager of a multinational company as well as that of headquarters. Although previous study of marketing is desirable, it is not necessary. The major topics of marketing management are addressed from the global perspective, and case studies for each topic are used for discussion and to enhance student learning. Students will form teams in the last weeks to develop a marketing strategy for a product in an overseas market.

本科目は、多国籍企業の観点からマーケティング・マネジメントを学ぶことを目的とする。マーケティング、戦略マーケティングなどを以前に履修したことが望ましいが、不可欠ではない。マーケティングのプロセスと業務を個別に取り上げ、そのテーマに関係ある国際的なケース・スタディを活用しながら、学習していく。最後のチームプロジェクトとして、学生達は特定の製品の海外マーケティング戦略を展開する。なお、授業は基本的に英語で実施するが、小グループ・ディスカッションなどでは日本語でも可能。教材は英語や日本語のものが毎回配布される。

| 授　業　内　容（Class Outline） | | |
|---|---|---|
| 1 | Overview | Overview of the course. |
| 2 | Global Macro- Environmental Analysis | This unit will cover the stages of market and economic development, trade patterns, social and cultural, and political and legal environments. |
| 3 | Global Customer Behavior | This unit will cover the main differences in consumer behavior by regions and by some specific countries, for both consumer and industrial markets. |
| 4 | Global Marketing and Competitive Research and Analysis | This unit will cover some of the challenges faced by a firm when conducting market research globally, as well as how to gather intelligence about and analyze competitors abroad. |
| 5 | Global Market Entry Strategies | This unit will cover the major market entry strategies including exporting, licensing, outsourcing, joint ventures, ownership investment and strategic alliances. |
| 6 | Global Segmentation and Targeting | This unit will cover the various options for segmentation（including geographic, demographic, psychographic, behavior and benefit） and targeting on a global level. |
| 7 | Global Product Positioning and Branding | This unit will examine the various options for product positioning and branding on a global scale, including global vs. local branding, product adaptation, and new products. |
| 8 | Global Pricing Strategy | This unit will cover the various influences, objectives and strategies for global pricing decisions, as well as grey markets, dumping, transfer pricing and pricing models. |

| | | |
|---|---|---|
| 9 | Global Communication and E-marketing Strategy | This unit will cover global advertising strategy including budgeting, creative and media mix, as well as other elements of the communication mix: promotion, PR, personal selling, direct marketing, internet marketing, etc. |
| 10 | Global Channel Strategy | This unit will cover distribution channels for both consumer and industrial goods as well as physical distribution and logistics. |
| 11 | Global Sales Force Management | This unit will cover the challenges faced by sales forces and their management in a multinational environment. Topics will include sales through strategic partners, distributors and independent reps, as well as ways to structure, give goals to, monitor and control the sales force. |
| 12 | The Global Marketing of Japanese Companies | This unit will cover various case studies of Japanese companies which have been successful in their global marketing efforts. |
| 13 | Team Global Marketing Project (1) | Student teams will pick a product for which they will develop a global marketing strategy. |
| 14 | Team Global Marketing Project (2) | Continuation of the previous week's work. |
| 15 | Team Global Marketing Project Presentation | Presentation of the teams' work and discussion. |

履修上の注意・準備学習の内容（Remarks）

教科書（Textbook）

Reference documents will be distributed at each class.

参考書（Reference books）

成績評価の方法（Evaluation）

Class attendance and participation （40%）, groupwork （30%）, final report （30%）

その他（Other）

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 戦略マーケティング | | | 2単位 | 上　原　征　彦 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

授　業　の　概　要　・　目　的

ここでいう戦略マーケティングとは，企業と市場とを結び付けるものであり，経営戦略の中枢を担うものである。企業は技術，生産，財務など様々な経営機能を展開しているが，これを市場に結びつけるのが戦略マーケティングである。この戦略マーケティングは，大きくは，戦略市場計画とマーケティング・マネジメント（マーケティング管理）の２つの分野から構成され，双方の相互依存関係を踏まえて，企業の統合的な市場適応戦略を策定していく役割を果たす。

より具体的には，戦略市場計画では企業がどの市場分野にどのように資源を配分するべきかを明らかにし，マーケティング・マネジメントでは，各々の市場において与えられた資源をどのように活用し，どのように顧客に適合していくかを明らかにすることになる。本授業では，こうした戦略マーケティングの理論と技法を身につけることを目的とする。企業がどれほどマーケティング志向であるかは，ここでいう戦略マーケティングがその企業にどれほど仕組みとして定着しているかに依存するが，ケース等を通じてこのことを学んでいこうと考えている。

戦略市場計画は経営戦略そのものとかかわるので、戦略策定能力の向上を目指した授業を行なう。

マーケティング・マネジメントでは、近年の実務的動向を踏まえ、高度な理論を紹介していく。

そして、インターネットの普及を核とする情報化がマーケティングを変えようとしているが，このことも充分に考慮に入れるた授業を行なう。

なお，以下の授業内容は，学習効果等を考慮に入れ，順序等が変更されることもある。

| 授　業　内　容 | | |
|---|---|---|
| 1 | 経営戦略とは何か | 企業倫理を踏まえつつ、経営戦略の基礎概念とその構成要素について明らかにし，戦略策定の基礎理論とその応用を学ぶ。 |
| 2 | コア・コンピタンスの構築 | 企業の競争力の源泉となるコア・コンピタンスの概念とその構築方法について学ぶ。 |
| 3 | 戦略市場計画の基本概念 | 戦略市場計画の概念を明らかにする。各々の市場に経営資源を配分していくための手法体系の概要を学ぶ。 |
| 4 | 経営資源分析 | 経営資源をどう捉えるか。どのような市場にどのような経営資源で強みを構築していくか。 |
| 5 | 経験曲線の論理を活用した資源配分 | 市場でコストリーダーシップを勝ちとるためにはどのような資源配分の考え方が必要とされるか。 |
| 6 | PPM を活用した資源配分 | どの市場にどれだけ多くの資源を投入すべきか。また，これを決める条件は何か。 |
| 7 | 競争地位を考慮した資源配分 | どの市場でどんな競争地位にあるかによって資源配分の論理が異なる、ということを学ぶ。 |
| 8 | 経営資源とマーケティング・マネジメント | その市場にどれだけの資源が与えられたかによって個別製品のマーケティングが異なる、ということを学ぶ。 |
| 9 | 顧客満足とマーケティング | 顧客満足とは何か、これを創出するためにマーケティングは何をすべきか、ということを学ぶ。 |
| 10 | マーケティング・マネジメントと企業経営 | 企業経営と個別製品のマーケティングとの関係がますます重要になってきていることを示し、その関係づくりについて明らかにする。 |

| | | |
|---|---|---|
| 11 | 情報化と戦略マーケティング | 情報化によって個別製品のマーケティングがどのように変革され，それが戦略マーケティングにどう影響するかを学ぶ。 |
| 12 | 経営トップと戦略マーケティング | 経営トップが戦略マーケティングにどう関わるかべきか、その効果を上げるにはどうすべきか、ということについてを学ぶ。 |
| 13 | マーケティングのニューパラダイム | 関係性マーケティングや創発マーケティングなどの新しいパラダイムのを学びつつ、実践的活用について議論する。 |
| 14 | ソーシャルマーケティングの新しい動き | マーケティングの社会性を究明すると同時に、近年の非営利マーケティングについての実状を把握する。 |
| 15 | 貧困層へのマーケティング | 最近、世界の多くを占める貧困層の問題をどう解決すべきかということが議論されている。マーケティングとしてこれをどう捉えるべきか。 |

**履修上の注意・準備学習の内容**

流通論も履修することが望ましい。

**教科書**

基本的には，教師が提供する資料に基づいて授業を行なうが，学生が次を読んでいることを前提とした内容を含んでいる。

上原征彦『マーケティング戦略論』有斐閣，1999 年

**参考書**

井関・山川・新井・上原『創発するマーケティング』日経 BP 企画，2008

嶋口充輝『戦略的マーケティングの論理』誠文堂新光社，1984

上原征彦『経営戦略とマーケティングの新展開』誠文堂新光社、1986

**成績評価の方法**

(1) 2 ～ 5 回のミニテスト（35%） (2) アサインメントの達成度（35%） (3) 出席率（30%） をおおよその目途としている。

**その他**

経営トップになったつもりで，自社の戦略マーケティングをどう展開すべきかを考えながら授業に参加してほしい。

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 戦略マーケティング（演習） | | | 2単位 | 上　原　征　彦 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

本演習は，戦略マーケティングの講義を補強すると同時に，そこで学んだ理論の応用力を高めることを目的とする。ここでは，具体的現象を理論的にどう説明するかを学んでいく。理論や法則で説明できるものは何か，それで説明できないものは何かを識別する能力を要請することに力を入れたい。いまひとつは，与えられた情報に基づいて，問題を解決できる能力を身につけていく。また職業倫理についても学ぶ。

## 授　　業　　内　　容

教師の方から，毎回の戦略マーケティングの講義に基づいて，具体的な事例と問題を提起し，これについてクラスで討議してもらう。この問題提起は授業開始時に行なうこともあるし，1週間前にこれを行ない，それをあらかじめレポートにまとめてから提出してもらうこともある。どちらを主にするかは、課題と受講者の学習進度等によって決める。

## 履修上の注意・準備学習の内容

この演習の参加者は，戦略マーケティング（講義）を履修しなければならない。

## 教　　科　　書

戦略マーケティング（講義）のシラバスで示した教科書をよく読んでほしい。

## 参　　考　　書

戦略マーケティング（講義）のシラバスで示した参考書の理解に努めてほしい。

## 成　績　評　価　の　方　法

(1)　アサインメントの達成度（35%）　(2)　ディスカッションへの参加（35%）　(3)　出席率（30%）　を評価のおおよその目途とする。

## そ　　の　　他

戦略マーケティング（講義）に続いて本演習の授業を行なう。ここでの講義と演習は、教育効果を上げるため、一体化されていると考えてほしい。したがって戦略マーケティング（講義）を履修せずに本演習を履修することは原則として許されない。

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| マーケティング競争 | | | 2単位 | 上　原　征　彦 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 1・2年 |

授　業　の　概　要　・　目　的

競争は，状態と行為の２つの次元で捉えることができる。たとえば，完全競争とか不完全競争という場合，それは競争を状態の次元で捉え，価格競争とか品質差別化競争というときは，行為の次元で競争を捉えたことになる。前者の捉え方をするのが経済学であるが，経営学やマーケティング論では主として後者の捉え方をする。したがって本講義では，行為としての競争を主として学ぶことになる。

学習の焦点は，市場がどのような状況にあるときどのような競争行為が有効か，この有効性を確保するためにはどのような資源が必要か，という点に置かれる。特に，情報化やグローバル化が進むと，個別企業間で競争する他にネットワーク化が競争戦略の一翼を担うようになること，競争力の源泉として知識やスキルなどといった無形資源が重要となることに注目しつつ，授業を進めていく。

意思決定の科学、ゲームの理論などの基礎を踏まえた授業を行なう。さらに，競争の倫理についても学ぶ。

なお，以下で示す授業内容は，学習効果等を考慮に入れ，順序等が変更されることがある。

| 授　業　内　容 | | |
|---|---|---|
| 1 | 競争の捉え方 | 状態と行為の２つの次元で競争が捉えられることを明らかにし，マーケティング競争の特徴とその倫理的側面を把握する。 |
| 2 | 競争行為の概念化 | 競争行為とは何かを明らかにしつつ，これを有効に展開するには、どんな条件が必要かを学ぶ。 |
| 3 | 意思決定の理論 | 競争戦略の展開には意思決定のタイミングが重要な意味をもつ。ここでは意思決定の基礎理論を学ぶ。 |
| 4 | ゲーム理論からみた競争行為 | ゲーム理論をレビューしつつ，競争行為の本質、均衡の概念を学び、その実践的活用を学ぶ。 |
| 5 | 市場シェアの論理と関連法則 | ランチェスター法則、クープマンモデルを視野に入れつつ，市場シェアの概念についても学ぶ。 |
| 6 | 競争地位と戦略 | 市場における競争地位（リーダー，チャレンジャー，フォロワー，ニッチャー）によって戦略が異なることを学ぶ。 |
| 7 | 競争優位の構築と経営資源 | どんな競争優位を構築するのにどんな経営資源が必要とされるか、ということを学ぶ。 |
| 8 | 企業の競争力の源泉としてのコア・コンピタンス | 企業の競争力を長期的に規定するコア・コンピタンスとは何か。また，これを構築するにはどうすればよいか。 |
| 9 | 市場細分化と製品差別化 | 競争への挑戦（製品差別化）と競争の回避（市場細分化）をどのように展開すべきか。 |
| 10 | グローバル化と競争 | グローバル化によって競争戦略はどう変わるか、また、日本企業の競争力をどう捉えるか、ということについて学ぶ。 |
| 11 | 情報化と競争 | 情報化によって競争戦略はどう変わるか、そのコアコンピタンスをどう創り上げるかについて明らかにする。 |
| 12 | ネットワーク化による競争力の構築 | 複数の企業が戦略的に結びつくことによって競争力を強化することができる。この方法論を学ぶ。 |
| 13 | 競争力と顧客リレーションシップ | 顧客との関係性を強化することによって競争力を高めていくことができる。その方法論を学ぶ。 |

| | | |
|---|---|---|
| 14 | マーケティングの変化と競争戦略 | マーケティングは操作型から協働型へと変化していくが，それに応じて競争戦略がどう変わるかを展望する。また、競争の道徳・倫理とその変遷について学ぶ。 |
| 15 | 協働型マーケティングの競争力 | 最近、上原が理論化した協働型マーケティングの概念が注目されてきている。ここでは協働型マーケティングの展開条件を明らかにする他、その競争力について検討する。 |

**履修上の注意・準備学習の内容**

戦略マーケティング（講義）を履修しておくことを勧める。マーケティングにおいては戦略と競争が一体化していることを知っておくべきだ。

**教科書**

基本的には，教師が提供する資料に基づいて授業を行なうが，次を読破してほしい。
上原征彦『マーケティング戦略論』有斐閣，1999 年（第５章　第２−３節）

**参考書**

ミルグラム＆ロバーツ（奥野他訳）『組織の経済学』NTT 出版，1997 年
Porter, M. E., Competitive Strategy, The Free Press, 1980

**成績評価の方法**

（1） ２～５回のミニテスト（35%） （2） アサインメントの達成度（35%） （3） 出席率（30%） をおおよその目途としている。

**その他**

自社，あるいは知っている企業の競争力の源泉は何か，ということを常に考えながら授業に参加してほしい。 また，本講義では，戦略マーケティング（講義）で学んだ概念を基礎として，競争の実務的側面が明らかにされる。

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| マーケティング競争（演習） | | | 2単位 | 上　原　征　彦 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

本演習は，マーケティング競争の講義を補強すると同時に，そこで学んだ理論の応用力を高めることを目的とする。ここでは，具体的現象を理論的にどう説明するかを学んでいく。理論や法則で説明できるものは何か，それで説明できないものは何かを識別する能力を身につけることに力を入れたい。また，競争に求められる倫理についても議論する。いまひとつは，与えられた情報に基づいて，問題を解決できる能力を身につけていく。

## 授　業　内　容

教師の方から，毎回の「マーケティング競争（講義）」に基づいて，具体的な事例と問題を提起し，これについてクラスで討議してもらう。この問題提起は授業開始に行なうこともあるし，1週間前にこれを行い，それをあらかじめレポートにまとめてから授業に臨むこともある。どちらを主とするかは問題内容と受講生の学習進展度等を考慮して決める。

## 履修上の注意・準備学習の内容

この演習の履修者は，マーケティング競争（講義）を履修しなければならない。

## 教　科　書

マーケティング競争（講義）のシラバスで示した教科書を読みこなしてほしい。

## 参　考　書

マーケティング競争（講義）のシラバスで示した参考書の内容をよく理解してほしい。

## 成　績　評　価　の　方　法

(1)　アサインメントの達成度（35%）　(2)　ディスカッションへの参加（35%）　(3)　出席率（30%）　を評価のおおよその目途とする。

## そ　の　他

マーケティング競争の講義に続いて本演習の授業が行なわれる。講義と演習の一体化によって教育効果を上げることを狙っている。したがって、マーケティング競争（講義）を履修せずに本演習に参加することは原則として許されない。

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| サービス・マーケティング | | | 2単位 | 近　藤　隆　雄 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

サービス・マーケティングは，サービスを核とする商品のマーケティングである。ただしサービス商品といっても，サービスだけがその構成要素ではなく，モノ製品も含んでいる場合も少なくない。ある種のサービスではサービスが大部分を占めるが，他のサービスではモノ製品を重要な構成要素としているからだ。つまり，サービス・マーケティングの対象となるビジネスには，サービスが主たる構成要素である教育，金融，医療といったものから，顧客にモノ製品が渡るレストラン，小売り業などや航空業，ホテル業など物的な装置が手段として重要なサービスまで幅広く存在する。サービス・マーケティング論は，物的要素を手段として利用しながらも，サービスが中心的な価値生産の役割を果たし，無形の価値を提供する商品を主たる研究対象とすることになる。サービス・マーケティングは，1950年代から欧米を中心に誕生し，現在ではマーケティング分野の重要なサブ・ディシプリンとなっている。これまではサービス・ビジネスの研究は，サービスの業種ごとの研究が行われていた。例えば，ホテル経営論，金融経営論，医療管理論といった具合である。サービス・マーケテング論は，こうした具体的なビジネスの枠を超えて，サービス提供を中心とするビジネスが，サービス自体の特徴を踏まえて，どのような経営が可能かを論じるものである。現代は，「所有から使用へ」という言葉で表されるように，サービス経済化の時代に入っている。実際，わが国で生産される富の７割はサービス関連であり，就業者についても約７割はサービス関連の仕事をしている。そこでサービスの研究は今後ますますその重要性を増していくと予想される。また，今日のように競争の激しい企業環境では，モノ製品の品質だけでは差別化が困難になり，どのように付加サービスを提供するかが商品の差別化のポイントになりつつある（製造業のサービス化現象)。その意味で製造業にとってもサービスの研究は等閑視できない重要な課題である。
(なお付け加えれば，わが国では残念ながら，いまだサービスの研究は盛んではない。本大学院以外でサービス・マーケティングやサービス・マネジメントの講座が提供されている教育機関は多くはない。)

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | イントロダクション | 本講義の概略，進め方，評価方法などの説明を行い，合わせて「サービス」とは何かについてイメージがつかめるように簡単な説明を行う。 |
| 2 | サービス経済化と社会 | 日本を始め経済先進国のほとんどの経済はサービス化経済の様相を呈している。そうした現状の説明と，現在進行しているサービス経済化の主要な変化の一部である製造業のサービス産業化の傾向についても言及する。 |
| 3 | サービスの本質と特徴 | サービスとはいったい何であり，それはモノ製品と対比した場合，どのような特徴を持つかを明らかにする。サービス・ドミナント・ロジックを重要なアプローチとして取り上げる。 |
| 4 | 商品としてのサービス | サービスそのものと顧客接点にあるサービス商品とを区別しなければ，対象を明確に認識することはできない。この二つの違いと関係を明らかにする。 |
| 5 | ソリューション（モノとサービスの融合） | 実際に顧客に提供されるサービス商品は，サービスと物的要素の混合したものである。それは顧客に対するトータルなソリューションの特徴を備えていなければならない。 |

| | | |
|---|---|---|
| 6 | サービス・マネジメント・システム（I） | 現実のサービス・マーケティングを考える場合，検討しなければならないサービス・システムの要素を取り上がる。 |
| 7 | サービス・マネジメント・システム（II） | 前講の続きである。 |
| 8 | 顧客満足 | サービス消費の一つのアウトプットである顧客満足（CS）について検討する。 |
| 9 | 顧客価値 | 商品は顧客に対して一定の価値を作り出すことに存在意義があるが，サービス商品の顧客価値の特徴を明らかにする。 |
| 10 | サービス・プロフィット・チェーン | 企業活動は最終的には一定の利益を創出しなければならないが，サービス・システムがどのような構造とダイナミックスによって利益を生み出していくか，について検討する。 |
| 11 | リレイションシップ・マネジメント | モノ商品に比べてサービス商品では，顧客との長期的な関係を構築することが，長期的な利益創造に大きく影響を与える。顧客との長期的な関係をどのように構築するかについて検討する。 |
| 12 | サービス・イノベーション | 企業は外部環境の適応のために，新しいサービス商品を次々に生み出すことを求められているが，革新的なサービス商品を開発するにはどんな視点からどのような要素を取り上げたらよいかを検討する。 |
| 13 | サービス・ドミナント・ロジック | サービス交換の基本と考える新しいパースペクティブ。マーケティングの発想に変革を迫る論理を理解する。 |
| 14 | サービスと情報 | ITC がサービスの生産、販売に与えている影響についての考察する。 |
| 15. | まとめ | サービス・マーケティング全般についての疑問に応え、ディスカッションを行うセッション。 |

## 履修上の注意・準備学習の内容

## 教科書

近藤隆雄著『サービス・マーケティング（第２版)』2010 年、生産性出版
近藤隆雄著『サービス・イノベーションの理論と方法』2012 年　生産性出版

## 参考書

田中滋監修・野村清著『サービス産業の発想と戦略』電通、島田陽介訳『カスタマー・ロイヤリティの経営』日本経済新聞社， L.L. ベリー， K.D. セルトマン（古川訳）『メイヨー・クリニック　奇跡のサービス・マネジメント』日経新聞社，2010 年 南方建明、酒井理『サービス産業の構造とマーケティング』平成 18 年、
中央経済社 山本昭二『サービス・マーケティング入門』日経文庫 J. トゥポール小山順子監訳『サービス・ストラテジー』2007 年ファーストプレス、小野穣司『顧客満足{CS}の知識』日経文庫 2010 年

## 成績評価の方法

（1）レポート（50%）（2）ディスカッションへの参加の程度（30%）（3）出席率（20%）

## その他

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| サービス・マーケティング（演習） | | | 2単位 | 近　藤　隆　雄 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

サービス・マーケティングの理論とその適応事例をグループワークを通して学習することが目的である。社会科学の理論とは複数の変数間の関係とそこに発生する法則性を規定するものだが，理論を本当に理解し使えるようにするには，具体的現象に対して演繹的に理論を使って説明すると同時に，その現象を検討して帰納的に理論のカバーできない点や問題点を明らかにする作業が必要である。本演習はそうした知的な作業を行うことを狙っている。

## 授　業　内　容

この演習では PBL（problem based learning）を行う。その進め方は次の通りである。つまり，教師は事前にこの演習のテキストから各章ごとに問題を作り，あらかじめ演習生に配布する。演習生は，その問題の解答をテキストの中から見つけ出し，まとめておく。演習では，学生の中からあらかじめディス化ション・リーダーを決めておきそのリードのもとに参加者は，各々の問題の解答を発表し，発表した後で全員でディスカッションを行う。
教員は，そのディスカッションでの理論や事実についてのリソース・パーソンの役割を果たす。

## 履修上の注意・準備学習の内容

この演習の参加者は，「サービス・マーケティング」の授業を履修することが望ましいが必須ではない。

## 教　科　書

本年度はラブロック＆ライト著『サービス・マーケティング原理』
小宮路雅博監訳　白桃書房 2002 年をテキストとして使用する。
履修希望者は、なるべく事前に購入しておくこと。

## 参　考　書

必要な場合，その都度紹介する。

## 成　績　評　価　の　方　法

アサインメントの達成度（50%），ディスカッションへの参加（30%），出席率（20%）などクラスでのパフォーマンスによる平常点で判定する。

## そ　の　他

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| ヘルスケア・マーケティング | | | 2単位 | 近　藤　隆　雄 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

わが国の医療業界は現在大きな改革を迫られている。一つには今後ますます人口の高齢化と少子化が進展することが予想され，医療サービスが受ける人数が増える一方，その費用を支払う人の層は縮小するからである。そのため医療機関は効果性と効率性を両立させる道を探さねばならない。また情報化の進展にともなって，一般人の医療知識が増大し，また組織の情報公開は普通のことになりつつある。患者の適切な医療への期待は従来とは比較できない水準で高まっているのである。したがって医療機関が生き残っていく道は，高品質の医療サービスを提供することによって患者数の拡大を図り，同時に効率的な運営を実行することである。つまり医療機関は潜在患者によって「選ばれる病院」にならなくては存続することの難しい時代を迎えている。ヘルスケア・マーケティングは，医療機関のマーケティングを取り上げる。マーケティングとは，上手に話をして潜在顧客になにかを売りむことではない。顧客が自ら選択して取引を望み，企業を訪れてくれる仕組みを構築することである。そのためには顧客にとって価値の高い商品を提供しなければならない。こうしたマーケティングとりわけサービス・マーケティングの発想を医療機関の特殊性を踏まえて展開するのがヘルスケア・マーケティングの目的である。なお，従来からある病院管理学や病院経営論と異なるのは，あくまで顧客（患者）視点に立って，顧客が自ら望んで医療サービスを求めて来院してくるような組織的システム的な体制をどう作りあげるかをテーマにする点である。つまり患者満足とコストの削減をともに充たす高品質の医療サービスを提供にするには何をすべきかを検討する。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | イントロダクション | 医療システムを扱う学問分野。商品としての医療サービスの特殊性。 医学の内容と特徴。医療という財の特徴。 |
| 2 | サービス・マネジメントから見た医療経営（1） | 3つの医療サービス観。医療サービスの特徴から見た医療経営。医療サービ スの構成要素。 |
| 3 | サービス・マネジメントから見た医療経営（2） | 医療満足。患者の医療サービス価値。病院のブランド経営。リレイション シップ管理。 |
| 4 | 医療システムと医療産業（1） | 国家の関与。国の統制と医療システム。産業としての医療。 |
| 5 | 医療システムと医療産業（2） | 医療施設。病院の歴史と発展。病院の経営。病院の組織。 |
| 6 | 国民医療費と医療システム | 医療費をめぐる問題。医療の質。病院経営とリスクマネジメント |
| 7 | 医療保険 | 社会保険、国民健康保険、介護保険 |
| 8 | 医師と患者 | 医師の役割と医療システムの変化。医師の職業倫理とパターナリズム。医師 の社会化と訓練。医師ー患者関係。患者役割。変貌する患者。 |
| 9 | 海外の医療事情 | 海外の医療の現状と日本。アメリカの医療事情。イギリスの医療事情。 |
| 10 | 外部講師の講演 | 医療実務担当者による病院経営の改革 |
| 11 | 外部講師の講演 | 看護師の役割 |
| 12 | 介護について（1） | 介護施設の経営とマネジメント |
| 13 | 介護へのアプローチ | 新しい介護の試みや新たな介護マネジメント |

| | | |
|---|---|---|
| 14 | 特定課題についての発表（1） | |
| 15 | 特定課題についての発表（2） | |

**履修上の注意・準備学習の内容**

本講義は主に医療関係の職員（医師，看護師，経営管理職員等）を受講生として想定すると共に、医療に関して興味をもつ一般学生をも対象に考えている。サービス・マーケティングの考え方を医療組織に適応することにより，医療組織を患者の視点から再構成する方法を検討するからである。また、サービス・マーケティングやサービス・マネジメントの視点から特定産業を扱った具体事例として医療サービスを学習することを望む学生も履修することができる。

**教科書**

特に指定しない。

**参考書**

藤村和宏『医療サービスと顧客満足』医療文化社 2009 年。 L.L. ベリー，K.D. セルトマン（古川訳）『メイヨー・クリニック　奇跡のサービスマネジメント、副題：すべてのサービスは患者のために』日経新聞社 2010 年

**成績評価の方法**

(1)　特定課題についての発表（50%）

学生による医療分野での特定問題についての発表。(自分で課題を選ぶ)。 (2)　ディスカッションへの参加（20%） (3)　出席率（30%）

**その他**

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| ヘルスケア・マーケティング（演習） | | | 2単位 | 近　藤　隆　雄 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

この演習は，講義のヘルスケア・マーケティングで取り上げた内容に関連した項目を異なった視点から検討することによって，より理解を深めることを目的としている。

## 授　　業　　内　　容

今学期は，適切な文献を選び，それを熟読することで，講義で学習した内容を実際場面に翻訳して身につけるための演習を行う。そのため，各回ごとに文献の内容を要約し報告する担当と問題提起を行う担当の二人を決め，二人の内容の発表と問題提起を基にディスカッションを行う。

## 履修上の注意・準備学習の内容

この演習の参加者は，平行して「ヘルスケア・マーケティング」の授業を履修しなければならない。

## 教　　科　　書

藤村和宏『医療サービスと顧客満足』医療文化社 2009．および L.L. ベリー，K.D. セルトマン（古川訳『『メイヨー・クリニック　奇跡のサービスマネジメント、副題：すべてのサービスは患者のために』日経新聞社 2010 年を利用する。 履修予定者は、あらかじめ購入しておくこと。

## 参　　考　　書

その都度紹介する。

## 成　績　評　価　の　方　法

(1)　アサインメントの達成度（50%）　(2)　ディスカッションへの参加（30%）　(3)　出席率（20%）　などクラスにおけるパフォーマンスによる平常点で判定する。

## そ　　の　　他

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| e-マーケティング | | | 2単位 | 高　橋　一　貢 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

e-マーケティングは，コンピュータやネットを土台としたマーケティング活動やマーケティングそのものを指す言葉である。しかし，マーケティングの主体は，営利組織だけはなく，非営利組織まで非常に幅広い。そのため，この授業では，まず企業を中心に発展してきたマーケティングが，1990 年代以降，リレーションシップ・マーケティングや非営利組織や社会問題の解決のためのソーシャル・マーケティングと呼ばれるものが注目されてきた背景などを探り，それらにコンピュータやネットがどのようにかかわっているかを考察する。また，それらを支援している技術，ソフトウェアなどの紹介をしていく。この授業は，講義，ケース分析，文献考察によって構成される。

## 授　業　内　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | イントロダクション | e-マーケティングが扱う範囲と授業形態の説明 |
| 2 | マーケティング 1 | マーケティングの定義とその拡張 |
| 3 | マーケティング 2 | 戦略的マーケティング |
| 4 | マーケティング 3 | リレーションシップマーケティング |
| 5 | マーケティング 4 | ソーシャルマーケティング |
| 6 | 非営利組織における e-マーケティング | NPO と e-マーケティング |
| 7 | ケース分析 | B to B 通販企業（具体的なケースは授業で告知） |
| 8 | ケース分析 | 製品開発（予定） |
| 9 | サービス業における e-マーケティング | ホテル（旅館）ビジネスと e-マーケティング |
| 10 | ケース分析 | B to B サービス企業（具体的なケースは授業で告知） |
| 11 | e-マーケティングを支える技術 1 | ブラウザ |
| 12 | e-マーケティングを支える技術 2 | レコメンドエンジン |
| 13 | 最近のトレンド 1 | 行動ターゲティング広告 |
| 14 | 最近のトレンド 2 | ビッグデータとマーケティング |
| 15 | まとめ | 講義 |

## 履修上の注意・準備学習の内容

特になし

## 教　科　書

特になし

## 参　考　書

特になし

## 成　績　評　価　の　方　法

出席　30%　発言　40%　テストないしレポート　30%

## そ　の　他

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 消費者行動論 | | | 2単位 | 冨　狭　　泰 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

・企業のマーケティング施策には必ず消費者がどのように反応するかについての仮定があります。その意味では、消費者行動の仮説や理論、考え方は、戦略立案の基礎をなすものといえます。
・この授業の目的は、企業のマーケティング戦略（製品戦略、価格戦略、小売チャネル戦略、販売促進戦略）の考え方の背後にどのような消費者行動が一般的に想定されているかを考えることです。ここでいう消費者行動とは、主として銘柄選択の意思決定過程を指しています。
・消費者とは授業に参加する皆さん自身に他なりません。消費者行動を考えることは、自分自身の消費行動を振り返って考えること、自分自身の銘柄選好や購買意思決定のプロセスを振り返り、その一般性を批判的に検証確認することでもあります。またそれがこの授業の主な目的でもあります。
・授業はテーマ（下記の授業内容に掲出）ごとに、パワーポイントを使った教師からの講義と学生からの質疑応答によるディスカッションで進行します。
・毎回授業修了時に短い「授業メモ」を提出してもらいます。授業内容に関する質問（授業中に発言できなかった場合）や異論・反論を書くことと、出席の確認が目的です。重要な質問はなるべく次回か次次回の授業中に回答するように努力します。

## 授　　業　　内　　容

授業内容は以下の項目を予定しています。（授業開始までに多少変更や順序入替えをする可能性があるかもしれません。詳細は第1回目のガイダンスで説明します。）

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 授業ガイダンス、マーケティングにおける消費者志向と企業倫理 | |
| 2 | マーケティングと消費者行動概説（1） | マーケティング戦略と消費者行動 |
| 3 | マーケティングと消費者行動概説（2） | 市場セグメントと知覚マップ |
| 4 | 製品と消費者行動（1） | 消費者の製品知識 |
| 5 | 製品と消費者行動（2） | 製品属性と銘柄選好 |
| 6 | 製品と消費者行動（3） | 知覚品質 |
| 7 | 価格と消費者行動（1） | 消費者行動における価格 |
| 8 | 価格と消費者行動（2） | 参照価格について |
| 9 | 価格と消費者行動（3） | 価格と品質について |
| 10 | 小売流通と消費者行動（1） | 計画購買 vs 非計画購買 |
| 11 | 小売流通と消費者行動（2） | 製品カテゴライゼーションと買物ミッション |
| 12 | 販売促進と消費者行動（1） | 消費者情報処理と意思決定 |
| 13 | 販売促進と消費者行動（2） | コミュニケーションと消費者の意思決定 |
| 14 | 販売促進と消費者行動（3） | インターネットと消費者行動 |
| 15 | マーケティングと消費者行動概説（3） | 顧客満足 |

| 履修上の注意・準備学習の内容 |
| --- |
| ・時間の関係上，マーケティングの基本を一から説明できませんので，ベーシック・マーケティングは既修もしくは並行履修を前提として授業を進行しますが，疑問や異論・反論があれば積極的に質問してください。 |
| 教　　科　　書 |
| ・教科書は特に定めません。<br>・授業で使う資料（PPT）はクラスウェブの「資料」から事前にダウンロードできるようにします。 |
| 参　　考　　書 |
| 基本的な参考資料は以下の通りです。<br>・池尾、青木、南、井上 『マーケティング』有斐閣　2010<br>・杉本徹雄編著『消費者理解のための心理学』福村出版　1997<br>・J.P.Peter，J.C.Olson“Consumer Behavior & Marketing Strategy”8th ed. 2008<br>・清水聰『戦略的消費者行動論』千倉書房　2006<br>・田中洋『消費者行動論体系』中央経済社　2008<br>・青木幸弘『消費者行動の知識』日本経済新聞出版社　2010<br>これ以外の参考資料は授業中に掲示します。 |
| 成　績　評　価　の　方　法 |
| ・評価点の配分は、満点を 100 として以下のウェイトとします。<br>（1）出席（20） 下記参照のこと。<br>（2）授業への参加度－質問やディスカッションへの参加（20）<br>（3）期末レポート（60）<br>・出席については、履修登録期間中の 2 回分を除き、3 回目から 15 回目までの 13 回の授業について、8 回以上の出席を履修の必要条件とします。 |
| そ　　の　　他 |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 広　告　論 | | | 2単位 | 冨　狭　　泰 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

・この授業では、企業のマーケティング・コミュニケーション活動のうち主に広告活動とそれに密接に関連する活動の計画立案および効果管理に重点を置いた講義とディスカッションを行います。
・計画立案に関しては、市場における競争戦略をコミュニケーション計画にどう反映させるか、また効果管理に関しては、効果把握の考え方と方法を中心に内容を構成しています。
・授業参加者は、マーケティングコミュニケーション活動の管理者としての立場から、業務全体を体系的に理解するよう努力してください。
・マーケティングコミュニケーション活動は市場競争手段の一環として計画実施されます。したがって、コミュニケーション手段の選択（メディアの選択や広告表現の立案）の背景には、競争をいかに優位に導くかという企業の意思があります。自分の身の回りにはマーケティングコミュニケーションの事例がたくさんあります。それらによく注意を払い、背後にある企業の競争戦略の意思を想像しながら授業に参加されるよう期待します。
・授業はテーマ（下記の授業内容に掲出）ごとに、教師からのパワーポイントを使った講義と学生からの質疑によるディスカッションで進行します。
・毎回授業修了時に短い「授業メモ」を提出してもらいます。授業内容に関する質問（授業中に発言できなかった場合）や異論反論を書くことと、出席の確認が目的です。重要な質問はなるべく次回か次次回の授業中に回答するように努力します。

## 授　　業　　内　　容

授業内容は以下の項目を予定しています。ただし授業開始までに多少変更や順序入替の可能性があるかもしれません。詳細は第1回目のガイダンスで説明します。

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 授業ガイダンス | 授業の全体像、消費者志向と企業倫理 |
| 2 | マーケティングコミュニケーションの全体像とコミュニケーションミックス | マーケティングの考え方とマーケティング・コミュニケーションの役割 |
| 3 | コミュニケーション手法各論1 | 広告の目的と方法 |
| 4 | コミュニケーション手法各論2 | 広告戦略立案とターゲティング、ポジショニング |
| 5 | コミュニケーション手法各論3 | 広告メディアの特徴と役割 |
| 6 | コミュニケーション手法各論4 | ＧＲＰについて |
| 7 | コミュニケーション手法各論5 | インターネットコミュニケーションの目的と方法 |
| 8 | コミュニケーション手法各論6 | インターネットとクロスメディアについて |
| 9 | コミュニケーション手法各論7 | 広告制作計画 |
| 10 | コミュニケーション手法各論8 | 広告作品（テレビ広告）の類型と目的 |
| 11 | コミュニケーション手法各論9 | マーケティングＰＲの目的と方法 |
| 12 | コミュニケーション手法各論10 | 店頭プロモーションの目的と方法 |
| 13 | 統合マーケティング・コミュニケーション（ＩＭＣ）について | IMCとの考え方の背景にあるもの |
| 14 | ブランド戦略とコンタクトポイント・マネジメントについて | ブランド戦略とブランド・コミュニケーション |

| | | |
|---|---|---|
| 15 | コミュニケーション効果の測定と分析 | 効果測定の考え方と実際 |

**履修上の注意・準備学習の内容**

・時間の関係上、マーケティングの基本を一から説明できませんので、ベーシック・マーケティングは既修もしくは並行履修を前提として授業を進行しますが、疑問や異論反論があれば積極的に質問してください。

**教科書**

・教科書は特に定めません。
・講義資料（PPT）は事前にクラスウェブの「資料」からダウンロードできるようにします。

**参考書**

・基本的な参考資料は以下の通りです。
（1）岸志津江，田中洋，嶋村和恵『現代広告論（新版）』有斐閣　2008
（2）田中洋，清水聰編著『消費者・コミュニケーション戦略』有斐閣　2006
（3）嶋村和恵監修『新しい広告』電通　2007
（4）仁科貞文 , 田中洋 , 丸岡吉人『広告心理』電通　2007

**成績評価の方法**

・評価点の配分は、満点を 100 として以下のウェイトとします。
（1）出席（20）（下記参照）
（2）授業への参加度－質問やディスカッションへの参加度（20）
（3）期末レポート（60）
・出席については、履修登録期間である最初の 2 回分を除き、3 回目から 15 回目までの 13 回の授業について 8 回以上の出席を履修の必要条件とします。

**その他**

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| ブランド・マーケティング | | | ２単位 | 岩　佐　英　史 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | １・２年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

1989 年ベルリンの壁崩壊をきっかけに冷戦が終結し、まさに経済的には西側、東側といった概念が消滅して巨大なグローバル経済が出現した。一方日本は少子高齢化による国内需要の低迷があり、企業は生き残りをかけてグローバル化に対応すべく、事業構造の再構築及び海外投資の迅速化を行っている。生き残るために忘れてならないのがブランド力の強化である。特に低関与度型商品製造・販売を中心とする企業はまさにブランドが生命線である。強いブランドを多数持っている企業が圧倒的に有利である。現実の市場環境のリアリティの中で如何に既存ブランドを強化し、新ブランドを創造するか、まさにマーケティング課題というよりも経営の課題そのものと考える。私が属していたキリンビールはまさに低関与度型商品製造・販売の典型的企業であり、私自身マーケティング経験（メディア・クリエイティブ・企画・商品）17 年、営業 17 年（エリア・流通・販推業務用）、SCM 3 年という経験をしてきた。特にマーケティング・営業は担当・課長・部長・本部長そして経営の中枢を担当し意思決定の中枢にも加わってきた。まさにビール戦争の真っただ中にいたといえる。従ってこの授業はブランド理論の解説は必要最小限に止め、市場環境のリアリティの中で実践的なブランド経営戦略をいかに実行していくかという所に力点をおいて、キリンの戦略をケーススタディの核としつつ、講義したいと思っている。その過程で私の持っている知識・経験を受講生に伝えたいと考えている。企業ブランドと商品ブランド、NB と PB、グローバルブランドとローカルブランドといったテーマも取り上げていく予定である。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | イントロダクション | 私のキャリア、キリン、ビール・酒類業界等講義の前提部分を論じつつ、ブランド戦略の実務的側面を明らかにする。 |
| 2 | ブランドの本質 | 歴史、消費者、企業、時代といった観点からブランドの本質的性格を学びたい。 |
| 3 | ブランド論の構成要素 | ブランド知名、ブランドイメージ・・・・といったブランド戦略に必要な構成要素について論じる。 |
| 4 | ブランド力強化の為のコミニュケーション戦略 | 戦略、クリエイティブ、メディア、イベント、PR をブランド力強化にどう結び付けるか。 |
| 5 | ブランド力強化の為の営業戦略 | マーケティングサイドと営業サイドの連携は永遠のアポリアである。如何に営業と連携してブランド力を高めていくか。 |
| 6 | ブランド力強化の為の SP 戦略 | ブランドにとって店頭は消費者との接点であり、極めて重要である。効果的かつ効率なプローモションを如何に展開し、ブランド力を高めていくか。 |
| 7 | ブランドの再構築 | ロングセラーブランドを如何に維持強化するかは、どの企業も大変頭を悩ませている問題である。その前提であるブランド管理、そしてリニューアル方法、ブランディングについて学びたい。 |
| 8 | ケーススタディ | キリンビールのマーケティングの変遷を論じ、そこから得られる示唆や教訓について考察していく。 |
| 9 | 新ブランドの創造 | コンセプト、ネーミング、パッケージ、広告、PR、リサーチ等具体的なブランド開発手法を学ぶ。 |

| | | |
|---|---|---|
| 10 | ケーススタディ | 後発にもかかわらず新ジャンルのトップブランドに成長した‘のどごし‘の開発過程及び市場導入戦略を論じ、そこから得られる示唆について考える。 |
| 11 | 新商品開発体制 | 新ブランド創造に成功するかどうかは、企業の命運がかかっていると言っても過言ではない。ベストな組織はどのようなものか。併せて人材育成にまで及んで学びたい。 |
| 12 | 企業ブランドと商品ブランド | 消費者ニーズが多様化している現在、どの企業も多数のブランドを抱えている。企業ブランドと商品ブランドどのように整理すべきか、キリンとトヨタを例に考察する。 |
| 13 | ナショナルブランドとプライベートブランド | NB と PB との相違及びその関係をどのように考え、巨大小売業とどう連携していくべきかを学びたい。 |
| 14 | グローバルブランドとローカルブランド | 世界のグローバル企業は、競争市場においてどのように棲み分けているのか。ハイネケン社を例に考察していく。 |
| 15 | ブランドと経営 | ゲストスピーカーとして大企業トップ経験者に経営とブランドの本質について語ってもらい、受講者のこれからのビジネス人生についての示唆を得る。 |

**履修上の注意・準備学習の内容**

受講者にとっても身近な商品がテーマになる。スーパー／ CVS ／ DS の店頭及び棚、飲食店の取り扱い商品、TVCF のどれにも普段から注意を払って欲しい。ブランド実務にも関心も深くなり、示唆も得られる。

**教科書**

特になし

**参考書**

ブランド戦略の実際　小川孔輔著　日経文庫　2011 年 2 版新広告心理　仁科貞文監修　田中洋・丸岡吉人著　1991 年　電通

**成績評価の方法**

授業出席 30%　議論参加 30%　レポート 40%

**その他**

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| グローバル・マーケティング・コミュニケーション | | | 2単位 | 山　口　生　史 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

このクラスでは、売り手（企業など）と顕在・潜在顧客・買い手（企業や個人などの消費側・者）との間の、一方的でなはない、相互作用・双方向的な情報交換や意味の流れであるマーケティング・コミュニケーションの機能に関して研究する。コミュニケーションのあり方として、買い手からの情報をいかに得、それを有効に活用するかという双方向コミュニケーション戦略を考える。特にグローバルという状況では、異文化という要因が加わるため、状況は複雑になる。文化や価値観が異なることによって、売り手と買い手の製品やサービスに対する価値判断も異なるからである。このクラスでは、買い手の文化的価値観やパーセプションなどの異文化心理学の理論・コミュニケーション学の理論の理論、普及学の理論、また、ネットワーク理論に基づいて、マーケティングに有効なグローバル・マーケティング・コミュニケーション戦略を研究する。また、市場の調査や潜在的・顕在的顧客情報の統計処理のための分析の仕方を、統計ソフトを利用し、受講生も操作しながら，講義することもある。

このクラスでは，上記のおのおのの理論に重点を置きながら，それぞれがいかに関連しているのかを，文献のリーディング，これまでの調査データ，ケースを通して研究する。本クラスの目標は，受講生が新商品・新サービスを想定 , あるいは既存製品・サービスを新たな（国外・異文化）市場で普及させることを想定し、クラスで議論した各理論を反映させたグローバル・マーケティング・コミュニケーション戦略を策定できるようにすることである。また、それを事例形式にして，ペーパ―として提出してもらう予定である。

## 授　　業　　内　　容

異文化コミュニケーション、マーケティング・コミュニケーション、ネットワーク理論、マーケティング調査（統計解析）を柱に授業をすすめる。以下は各回の授業内容であるが、諸般の事情により多少の変更の可能性はある。

| | |
|---|---|
| 第1回 | グローバル・マーケティング・コミュニケーションとは |
| 第2回 | 異文化およびグローバル・マーケティングに影響を与える文化的価値観（1）-トロンペナールス/ウーリアムズの価値基準（1） |
| 第3回 | 異文化およびグローバル・マーケティングに影響を与える文化的価値観（2）-トロンペナールス/ウーリアムズの価値基準（2） |
| 第4回 | ローカル、グローバル、トランスナショナルマーケティング・コミュニケーション戦略の違い |
| 第5回 | マーケティングのためのコミュニケーション（1）：情報処理理論とマーケティングコミュニケーション |
| 第6回 | マーケティングのためのコミュニケーション（2）：マスコミュニケーションの機能 |
| 第7回 | マーケティングのためのコミュニケーション（3）：対人コミュニケーションの機能 |
| 第8回 | マーケティングのためのコミュニケーション（4）：普及学とネットワーク理論 |
| 第9回 | マーケティングのためのコミュニケーション（5）：IT の機能 |
| 第 10 回 | マーケティング・コミュニケーションにおけるメディアとメッセージ |
| 第 11 回 | SPSS によるマーケティング調査と分析手法（1）：基本操作 |
| 第 12 回 | SPSS によるマーケティング調査と分析手法（2）：コレスポンデンス分析、クラスター分析、多次元尺度法など |
| 第 13 回 | SPSS によるマーケティング調査と分析手法（3）：その他の多変量解析 |

| | |
|---|---|
| 第 14 回 | Woods, Gail Baker（1995）のケース・スタディ（1） |
| 第 15 回 | Woods, Gail Baker（1995）のケース・スタディ（2） |

## 履修上の注意・準備学習の内容

リーディング・アサイメントに基づくディスカッションへの積極的参加が望まれる。ペーパーの提出の期日を守ることが望まれる。ファイナルペーパーは、受講生が新商品・新サービスを想定 , あるいは既存製品・サービスを新たな（国外・異文化）市場で普及させることを想定し、クラスで議論した各理論を反映させたグローバル・マーケティング・コミュニケーション戦略を策定してみる。

## 教科書

＜１＞フォンス・トロンペナールス＆ピーター・ウーリアムズ/古屋紀人『異文化間のビジネス-多様性のビジネスマネジメント』白桃書房＜２＞田中洋・清水聰[編] 『消費者・コミュニケーション戦略：現代のマーケティング戦略４』（有斐閣）このほかに、参考書欄（２）、（５）、（６）、（７）、（８）、（９）も適宜使用する予定。

## 参考書

（１）武井寿『現代マーケッティング・コミュニケーション』白桃書房，2000（２）Woods, Gail Baker（1995）Advertising and marketing to the new majority: A case study approach. Wadsworth.（３）三宅隆之『現代マーケティング・コミュニケーション入門』慶應義塾大学出版会，2004（４）柏木重秋（編著）『マーケティング・コミュニケーション』同文館，1998（５）E.M. ロジャーズ・青池慎一・宇野善康『イノベーション普及学』産能大学出版部，1990（６）石村貞夫・石村光資朗『SPSS でやさしく学ぶ統計解析第３版』東京図書，2007（７）石村貞夫『SPSS による多変量データ解析の手順』東京図書，2005（８）岡太・守口著『マーケティングのデータ分析：分析手法と適用事例』朝倉書店、2010（９）田中洋編著・リサーチ・ナレッジ研究会著『マーケティング・リサーチ入門』ダイヤモンド社、2010

## 成績評価の方法

・課題: ４０％
・ファイナルペーパー：４０％
・ディスカッション参加：２０％

## その他

授業の進め方は、以下の通りである。
（1）課題のスケジュールに従い、課題の提出をすること。リーディング・アサイメントの課題のペーパーは、要点だけでなく、自分の分析や意見を入れることが必要である。提出は、Oh-O! Meiji にアップしてほしい。
(2) リーディングの章に関して講義とディスカッションを行う予定である。
(3) 学期中，２～３回くらい，統計ソフト SPSS を利用し，マーケティングの調査・分析の基本を教授する予定である。
(4) 発表がある場合は，かならずハンドアウトを用意してほしい。
(5) ファイナルペーパーの提出が求められる。

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| ビジネス・マーケティング | | | 2単位 | 大　友　　純 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

**授　業　の　概　要　・　目　的**

本講義の主たる考察対象は産業財企業のマーケティング問題についてである。一般にマーケティング論は消費財に関する市場問題を扱うことを前提に考えられているが，産業財の生産や販売にかかわっている企業にとっても非常に重要な示唆を提供しうる論理体系を有している。したがって，ここでは産業財企業のマーケティング現象を説明するための理論的考察とその応用としての実践的な市場戦略を構築するための方法について検討することを目的としたい。

また，産業財企業の市場活動においては，特に対人間，対組織とのコミュニケーションの創造にこそ問題解決の本質が見出されるので，組織間取引において生じるさまざまなマーケティング現象の分析視点を，売り手買い手間での戦略的なコミュニケーション問題として捉えながら議論を進めていきたい。

| 授　業　内　容 | | |
|---|---|---|
| 1 | 産業財の特質 | 産業財の特質とマーケティングにおける財認識とは何かについて論じる。 |
| 2 | 組織購買者行動の特質 | 産業財の購買プロセスに関する一般的な特質について概観する。 |
| 3 | 産業財マーケティングと消費財マーケティングの認識方法 | 産業財と消費財の取引現象の相違性について考察する。 |
| 4 | 購買センター概念の考え方 | 組織購買者に関する購買センター概念の重要性と問題点について論じる。 |
| 5 | ビジネス・コミュニケーションの基本視点 | マーケティングにおけるコミュニケーション概念の導入とその重要性について論じる。 |
| 6 | 取引行為における意味関係の創造 | 企業間コミュニケーションにおける意味関係の創造とはなにかについて検討する。 |
| 7 | 市場の欲望探索の重要性 | 産業財企業における市場の欲望探索とは何かについて論じる。 |
| 8 | 欲望探索における情報の所在 | 市場の欲望を探索するための情報をどこに求めればよいのかについて考える。 |
| 9 | 財の効用と顧客探索 | 財の効用とは何かについて論じ，その効用を求める顧客をどのように探索すればよいのかについて検討する。 |
| 10 | 産業財企業における技術問題 | 産業財マーケティングにおける技術開発の基本視点について論じる。 |
| 11 | 技術の市場価値について | 産業財企業における技術がいかなる市場価値と結びつけばよいのかについての方法を考える。 |
| 12 | 情報優位性概念の重要性 | 産業財取引における情報優位概念と交渉優位性の関係について論じる。 |
| 13 | 戦略提案の論理 | 戦略提案のための基本視点とその具体的な手法について検討する。 |

| 履修上の注意・準備学習の内容 |
| --- |
| 本授業の基本目的である組織間取引問題に関する実践的な課題解決につながるような議論を効果的に進めていくためには，受講生諸氏のビジネス経験に基づく意見交換が不可欠となるので，積極的な議論への参加が望まれる。 |
| 教　　科　　書 |
| 特に指定しない。 |
| 参　　考　　書 |
| 基本的な参考文献については授業において随時紹介していく。 |
| 成　績　評　価　の　方　法 |
| 事例演習などをレポートにより提出。成績の評価は以下のとおりとする。（1） 授業出席点（60%） （2） 最終レポート成績点（20%） （3） 授業中での議論への参加（20%） |
| そ　　の　　他 |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 流通マネジメント | | | 2単位 | 上　原　征　彦 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 1・2年 |

授　業　の　概　要　・　目　的

本講義では，メーカーの流通チャネル戦略，卸売業者と小売業者の流通戦略について学ぶ。
ここでは，情報化やグローバル化によって個々の流通機関の戦略が大きく変わりつつあること，また，各々が最終消費者との結びつきを強めようとしていること，さらに，有力メーカーと有力流通業者とで戦略的同盟を形成する動きが盛んになりつつあることに注目しつつ，未来志向的な授業を行なう。そして，「流通の正義（主として取引の倫理）」を実現するマネジメントのあり方についても学習していく。
なお，以下の授業内容は，学習効果を考慮に入れ，順序等の変更もあり得ることに留意してほしい。

| 授　業　内　容 | | |
|---|---|---|
| 1 | 小売戦略の基本特性 | 小売業態や品揃えの決定，立地戦略，チェーンオペレーション，顧客対応戦略，その倫理などに関する基本知識を学ぶ。 |
| 2 | 小売戦略の変化 | 小売業者の戦略が，情報化やグローバル化などによって，どう変わってきているかを考察する。また、この点に関する事例にも言及する。 |
| 3 | 卸売戦略の基本特性 | 小売組織化戦略，品揃え戦略，物流戦略，取引の倫理などについての基本知識と実例を学ぶ。 |
| 4 | 卸売戦略の変化 | 卸売業者の戦略が，情報化やグローバル化などによって，どう変わってきているかを考察する。また、この点に関する事例にも言及する。 |
| 5 | メーカーの流通チャネル戦略の基本特性 | メーカーの流通チャネルの選択と管理，およびその倫理的側面について基本知識を学ぶ。 |
| 6 | メーカーの流通チャネル戦略の変化 | メーカーの流通チャネル戦略が，情報化やグローバル化などによってどう変わってきているかを考察する。また、この点に関する事例にも言及する。 |
| 7 | 垂直的流通システムの構築 | 複数の流通機関が垂直的に結びつく戦略とその仕組みについて学ぶ。特に垂直統合が成り立つ根拠に注目する。 |
| 8 | チェーンオペレーションの戦略的論理 | 流通におけるチェーンオペレーションの重要性とその戦略について学ぶ。ここではチェーンオペレーションの進化に注目する。 |
| 9 | 物流戦略の論理 | メーカーや卸売業者の物流戦略をどう展開すべきかについて学ぶ。ここではロジスティクス理論の近年の進展を踏まえた議論をする。 |
| 10 | 製販同盟と流通情報システム戦略 | 有力メーカーと有力流通業者との製販同盟について学び、メーカー，流通業者の各々がどのような流通情報システムの構築を目指すべきかを考える。 |
| 11 | 流通業者のグローバル戦略 | 流通外資の日本への参入戦略，日本の流通業者の海外進出戦略について学び、これらの違いについて考える。 |
| 12 | インターネットによる最終消費者への接近 | インターネットによる消費者直販についての論理と戦略について学ぶ。ここでダイレクトマーケティングについての理論を身につける。 |

| | | |
|---|---|---|
| 13 | サプライチェーンの構築と管理 | 近年、生産と流通を一体化した効率性を求めるサプライチェーンの構築とその管理が注目されている。ここではその構築事例を踏まえた議論をする。 |
| 14 | 流通マネジメントの未来 | 流通マネジメントが、今後、どの部分で大きく変わるか，その要因は何か、ということについてやや大胆な予測を試みる。 |
| 15 | 流通マネジメントと社会貢献 | トレーサビリティ（商品流通での成分追跡)、カーボンフットプリント（二酸化炭素排出を極小化する商品流通)、エコロジカルフットプリント（環境負荷を極小化する流通活動）などについて学ぶ。 |

**履修上の注意・準備学習の内容**

流通論を履修した程度の知識を受講生が既に有していることを前提として授業を進めるので、初歩者は、流通論を履修しておいてほしい。

**教　　科　　書**

基本的には，教師が提供する資料に基づいて授業を行なうが，以下の教科書の内容を含んでいる。
上原征彦『マーケティング戦略論』有斐閣，1999 年（第 4 章　第 6 － 8 節，第 5 章　第 4 － 5 節，第 6 章　第 2 節）

**参　　考　　書**

経済産業省『新流通ビジョン』（財）経済産業調査会　2008
今泉・上原・菊池『中間流通のダイナミックス』創風社　2010

**成　績　評　価　の　方　法**

(1)　2 ～ 5 回のミニテスト（35%）　(2)　アサインメントの達成度（35%）　(3)　出席率（30%）　をおおよその目途としている。

**そ　　の　　他**

本講義は，流通論をより高度化したもの，流通論の応用編として位置づけられるものであることを理解してほしい。

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| サービス・マネジメント | | | 2単位 | 近　藤　隆　雄 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

サービス・マネジメントは，サービス商品の提供を主たるオファーとするビジネスのマネジメントを取り上げる。サービスは，生産と消費の同時性という基本的な特徴を持っているが，このためにサービスの場合，生産と販売と消費が同時に同じ場所で起こることになる。したがって，サービスの販売を主たるテーマとする「サービス・マーケティング」とサービス生産組織のマネジメントを扱う「サービス・マネジメント」は重なってくる。

実際，この二つの学問領域は相互互換的に使われることも少なくない。（普通，サービス経営の研究を米国ではサービス・マーケティングと呼び，ヨーロッパではサービス・マネジメントと呼ぶことが一般化している）。しかし，重なっているとしても，企業の外部適応をサービス・マーケティングとし，内部適応をサービス・マネジメントとすることは可能であり，本講義ではこの分類にしたがってトピックを分類している。つまり組織構造や従業員管理，サービス品質の問題などを内部適応の課題として区分している。つまり，サービス経営の研究は、ほとんどの決定が外部適応と内部適応の両方を視野にした議論を必要とする。しかし本講では比較的変化の少ない構造的要素を主なサービス・マネジメントのトピックとして扱うこととする。それ故，受講生諸君は，本講義と平行してサービス・マーケティングの講義も受講することを強く薦める。そうでなければ，全体的なサービス経営を把握することは難しいと考えられるからである。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | イントロダクション | 授業の進め方，サービスの定義，特徴などの説明 |
| 2 | サービスの分類 | サービスの本質は価値創造的な活動であるためさまざまの分類が可能だが， 各分類を紹介すると共に，そのマネジメント的なインプリケーションも検討 する。 |
| 3 | サービス・マーケティング・ミックス | 製品，立地，価格，プロモーションの４Ｐ以外にサービス経営では，人材， 過程，物的要素の３つのＰも含まれる。 |
| 4 | サービス品質 | サービスの品質はモノ製品の品質評価とは異なる特徴を持っている。その対 比やサービス品質の評価の手法など。 |
| 5 | サービス・デリバリー・システム | サービス・オペレイションとデリバリー・システムとの違いや関係。サービス・デリバリーでの時間や場所の問題を検討する。 |
| 6 | サービスの価格 | サービスとモノ製品の価格設定の違い。価格の機能。サービスの価格設定の 基本。価格設定戦略。 |
| 7 | サービス・コミュニケーション | サービス経営における宣伝，広告の特殊性。コミュニケーション・ミック ス。購買行動とコミュニケーション。サービス・コミュニケーションのガイ ドライン。専門職のサービス・コミュニケーション。 |
| 8 | エンパワメント | エンパワメントとはなにか。コンティンジェンシー理論。エンパワメントの コスト・ベネフィット。リレイショナルなエンパワメントとモティベーショ ナルなエンパワメント。セフル・エフィカシーのエンパワメント。 |
| 9 | 苦情対応 | 苦情マネジメント。顧客の苦情行動。苦情対応のステップ。 |

| | | |
|---|---|---|
| 10 | キャパシティ・マネジメント | キャパシティ・マネジメントはサービス・オペレイション上の重要な課題で ある。サービスでは需要と供給が一致しないことが多いが，どのようにキャ パシティ・マネジメントを行って，この不一致を少なくするか考える。 |
| 11 | カスタマー・エクティ | カスタマー・エクイティとは顧客資産のこと。顧客資産は現有の顧客が生む であろう利益をどのよう い確保するかがテーマである。 |
| 12 | サービス・エンカウンター | 接客場面での望ましい顧客対応はどんなものか、従来の精神論だけでなく、科学的に価値を生む顧客対応を検討する |
| 13 | サービス・デザインとイノベーション | サービス・イノベーションの意味，モノ・イノベーションとの違い，その方 法などを論ずる。 |
| 14 | サービス経営の課題 | サービス企業の経営でどんなことが問題になり<br>その解決方法とは。 |
| 15 | まとめ | 残された問題。新しい方向の検討 , 質問とディスカッション |

**履修上の注意・準備学習の内容**

前期のサービス・マーケティングの講義を履修することが望ましい。

**教科書**

近藤隆雄著『サービス・マネジメント入門（第３版)』生産性出版，2007 年
近藤隆雄著『サービス・イノベーションの理論と方法』生産性出版　2012 年

**参考書**

**成績評価の方法**

（1） レポート（50%） （2） ディスカッションへの参加（20%） （3） 出席率（30%）

**その他**

| 科　目　名<br>（Course Name） | | | 単位<br>（Units） | 担当教員名<br>（Instructor） |
|---|---|---|---|---|
| サービス・マネジメント（演習）<br>Service Management（Seminar） | | | 2単位 | 近　藤　隆　雄<br>Takao Kondo |
| 開講区分（Semester） | 後期<br>Fall | 配当年次（Year） | | 1・2年<br>First or Second |

**授　業　の　概　要　・　目　的（Course Overview）**

In this seminar we take R.Johnston 's Service Operation Management as a text and students of this class will learn how to manage the operation of service practices in business. Johnston was the leader of the operation group in Warwick Business School in England which has been one of the best business schools in the world. He has been the leader of service research in the world and the teacher of many students and managers in British business world.（He passed away in the last year.） This book published in 2001 first and now 4th edition was distributed and deemed one of the best textbook of this field. Service operation contains ideas of how to make the service production systems and how to run them based on service management theories. It offers not only theory but also various hints of actual service operation practices. This seminar offers indispensable knowledge and skill resources to business persons who are doing any kinds of service business. In the seminar half of the time will be used for the report of the assigned text contents by students and the later half is for the discussion of the content reported. We will take each one chapter for every class. Most of the case, each chapter has about ten pages.

**授　　業　　内　　容（Class Outline）**

| | | |
|---|---|---|
| 1 | Introduction | How to run the seminar. |
| 2 | Chapter 1 | Understanding service operation |
| 3 | Chapter 2 | Challenge to the operation manager |
| 4 | Chapter 3 | Service concept development |
| 5 | Chapter 4 | Understanding customer and customer relationships |
| 6 | Chapter 5 | Customer's expectation and recognition |
| 7 | Chapter 6 | Management of supplier and supplier relationships |
| 8 | Chapter 7 | Design of customer experiences. |
| 9 | Chapter 8 | Design of service processes |
| 10 | Chapter 9 | Measurement, control and management |
| 11 | Chapter 10 | Management of customer and employee |
| 12 | Chapter 11 | Management of service resources |
| 13 | Chapter 12 | Implanting the drives of contenious immprovement |
| 14 | Chapter 13 | Learning form problems |
| 15 | Conclusion | Re-assurance of what we learned and discussion of remained problems. |

**履修上の注意・準備学習の内容（Remarks）**

If possible, the completion of service marketing or service management courses are preferable.

**教　　科　　書（Textbook）**

Robert Johnston. Clark & M.Shulver *Service Operations Management*, Fourth edition Pearson 2012

| 参　　考　　書（Reference books） |
| --- |
| 近藤隆雄　『サービス・イノベーションの理論と方法』　２０１２　生産性出版 |
| 成　績　評　価　の　方　法（Evaluation） |
| Class attendance ５０％、Level of assingment achieved　５０％ |
| そ　　の　　他（Other） |
| You can buy the text from Amazon.com and the university bookstore. 4th editon is required. |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| CRM（データマイニング） | | | ２単位 | 山　川　義　介 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | １．２年 |

授　業　の　概　要　・　目　的

ビッグデータの時代、「データサイエンティスト」と呼ばれる職業に注目が集まっています。データサイエンスとは、データの取得、蓄積、解析、モデル構築、検証、課題解決までを一気通貫で科学することですが、これが実現できている企業はほとんどないといっても過言ではありません。

また、CRM（Customer Relationship Management）とは「顧客との関係を深め継続的に売り上げ利益をアップさせる経営手法」といった説明が多いのですが、単純に顧客の事を良く知りその顧客に合ったマーケティング手法を用いるだけであれば，地元密着型の八百屋さんや電気屋さんと変わりません。1990 年代前半で米国で誕生し、1990 年後半に日本で大ブームを起こした CRM は、「情報システムを利用する」ということと「大量の顧客を対象にしている」ということが、大きな特徴であり、データマイニングという解析手法が使われるようになったわけです。しかし、多くの企業は収集したデータの「集計」しか見ておらず、「分析」のレベルには達していません。

ビッグデータの活用とか分析力という言葉がさかんに使われるようになっていますがその本質は何なのか。本講義では、そのあたりの背景を探るとともに、具体的に CRM で用いられる手法を最新の事例を通して学び、最新のネットビジネス、One to one web マーケティングにどう活かされているのか，また今後はどういう方向に向かうのかを明らかにします。

講義内では、エンジニアやデータマイニングのソフト開発者を招いて、実際のデータ取得、収集の技術的話を聞いたり、分析のデモンストレーションを見たり、活用事例のご紹介をしたりしたいと思います。また受講者からアンケートを取り、解析した結果を見ながら，クラスター分析や自分のポジショニングなどを体感していただきます。

| 授　業　内　容 | | |
|---|---|---|
| 1 | 講義の進め方、全体の俯瞰 | ビッグデータ時代の CRM、データマイニングとデータサイエンス、トリプルメディア、最新のネット広告 |
| 2 | CRM の基礎 | マスマーケティングから One to one マーケティングへ<br>顧客の進化と技術の進化、購買データ分析（ABC 分析） |
| 3 | 顧客理解と顧客分析 | マーケティングの進化と顧客理解、顧客分析の手法<br>デシル分析、RFM 分析とその限界 |
| 4 | データ処理の基礎 | 【ゲスト講師】ビッグデータの取得、保存、抽出、集計<br>並列処理、Hadoop、AmazonEMR |
| 5 | 統計の基礎 | 4 つの尺度、平均、正規分布、標準偏差、分散、偏差値 |
| 6 | データマイニングの手法 1 | 単変量解析（外れ値問題）、２変量解析（相関関係）<br>様々な多変量解析の手法とその分類 |
| 7 | データマイニングの手法 2 | 類似性問題、階層クラスター分析<br>非階層クラスター分析、需要予測モデル |
| 8 | データマイニングの手法 3 | 【ゲスト講師】テキストマイニングとは何か<br>形態素解析、係り受け、頻度分析、事例紹介 |
| 9 | マーケティングリサーチの基礎 | 訪問調査からインターネットリサーチまで<br>顧客の心理を読み解く様々な手法 |
| 10 | グループワーク | 評価グリッド法を用いた問題解決 |

| | | |
|---|---|---|
| 11 | レコメンデーションとは何か | レコメンデーションの分類<br>協調フィルタリング、アソシエーション分析 |
| 12 | レコメンドエンジンのロジック | 共起性と共起分析、パーソナライゼーション<br>amazon の研究 |
| 13 | まとめ、トピック | 最強の意志決定方法、定性データの定量化<br>最新のネットビジネス事情 |

## 履修上の注意・準備学習の内容

講義終了後 24 時間以内に毎回簡単なレポートをエクセルで提出していただきます。
＜1＞印象、記憶に残った話、ためになった話
＜2＞よくわかった話、上手な説明
＜3＞わかりにくかった話、下手な説明、再度わかりやすく説明して欲しい話
＜4＞その他意見や要望、感想など何でも
質問に関しては次回講義の中で復習も兼ねて回答します。要望や意見も反映していきたいと考えており、よりインタラクティブな講義を目指します。

## 教科書

使用しません。
資料は毎回配布し、その他参考資料の PDF も指定サーバーに保存します。

## 参考書

(1)『CRM の実際』古林宏（著)、日経文庫、ISBN4-532-10877-2
(2)『顧客を知り尽くし顧客を満足させる法』DAIAMOND ハーバード・ビジネス・レビュー編集部(編・訳)、ダイアモンド社、ISBN4-478-37524-0
(3)『数式を使わないデータマイニング入門』岡嶋裕史（著)、光文社新書
(4)『戦略的データマイニング』池尾恭一、井上哲治（著)、日経 BP 社
(5)『経済・経営・商学のための実践データ分析』奥瀬善之、久保山哲二（著)、講談社

## 成績評価の方法

(1) 授業出席点及び毎回の受講レポート（50%）
(2) 最終レポート成績点（50%）

## その他

講義で難しい数式を使わず、統計や多変量解析の基礎も学びます。「偏差値がどういうものなのか分からない」、「正規分布や標準偏差って何なのかが分からない」、「相関係数がどういうものなのか分からない」といった数学の苦手な文系の方でも理解できる内容を目指しますので安心して受講してください。

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| ロジスティクス論 | | | 2単位 | 橋　本　雅　隆 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

ロジスティクスは，ミクロとマクロの視点から捉えることができるが，本講義では主としてミクロの視点，すなわち企業経営の立場から論じる。ミクロのロジスティクス・マネジメントは，物流の拡張概念であるとする流れと，「物事（事象）に向けた準備」の概念であるとする流れがある。前者の流れのロジスティクス概念は，現在ではサプライチェーン・マネジメント（SCM）の一部であるとされている。また，後者の流れのロジスティクス概念は，ライフサイクル・サポートとしてシステムの開発，運用，保全，廃棄，再利用に至るシステム支援のプロセス体系として確立されている。両者に共通する内容は，ある経営目標に向けての一連の活動プロセスに対するマネジメントの理論・体系とその仕組み（システム）であるという点である。本講義では，これらの両者を統合する拡張ロジスティクス論の立場から講義する。従来の経営学では，主として戦略と組織がその対象になってきた。

ロジスティクス論では，顧客価値の提供を実現する一連の活動とそれを実現する仕組み（これを事業システムという）自体を中心にすえ，これをロジスティクス・プロセスと見る。

ロジスティクス・プロセスには，事業（製品）の企画・開発，設計，生産準備，運用・保全，廃棄・再利用といった事業ライフサイクルサポート・プロセスと，原材料・部品の調達，生産，販売，物流，リバース・ロジスティクスといったSCMのプロセスの２つの軸から成る。このプロセス・アーキテクチャ，戦略にもとづく製品・サービスアーキテクチャ，組織アーキテクチャを統合した事業システム構造全体からロジスティクスの役割について考える。事業システムは，提供される顧客価値と競争優位性，投資採算性の確保，事業環境変化への対応の視点から評価される。

授業においては，事例の検討を通じて，事業システム設計の基本について理解することを目標とする。まず，物流，ロジスティクス，SCMに関する基礎的知識を習得させ，ロジスティクスに関する主要理論について理解させる。次に，事例を用いた参加型の授業によって意欲と関心を高めると共に，演習を通じて思考・判断の能力を高め，事業システム設計の基礎的能力を高める。

## 授　　業　　内　　容

| | | |
|---|---|---|
| 1 | ロジスティクス概念とその枠組み | ロジスティクスの２つの概念と定義およびロジスティクスの経営における位置づけとその意義を理解させる。特に，規模・範囲・ネットワーク・スピードの経済性と戦略および組織・市場との関係を理解させる。 |
| 2 | 物流とロジスティクスの理論Ⅰ | 物流概念の生成について説明し，標準化と活動の統合最適化が物流の基本概念であることを説明する。さらに，マクロとミクロの物流概念についても説明する。 |
| 3 | 物流とロジスティクスの理論Ⅱ | ミクロの物流における諸活動（輸送，保管，荷役，包装，流通加工，物流情報処理）について説明する。また，物流ネットワーク概念について説明する。 |
| 4 | 物流とロジスティクスの理論Ⅲ | 物流サービスと物流の効果性，物流コストと物流効率化，物流組織，流通と在庫管理，取引制度と物流ネットワークの発展について事例を交えて説明し，流通と物流の進化について考察させる。 |
| 5 | ロジスティクス・マネジメントの基礎理論Ⅰ | 企業における基幹業務プロセスについて説明する。特定の顧客提供価値を想定してこれを実現する基幹業務プロセスの構築について，演習を交えて習得する。 |

| | | |
|---|---|---|
| 6 | ロジスティクス・マネジメントの基礎理論 II | ロジスティクス・マネジメントと在庫について理論的な側面について理解させる。特に，在庫の削減手法について理論と手法の結びつきについて理解させる。 |
| 7 | ロジスティクス・マネジメントの基礎理論 III | ロジスティクス・プロセスとリードタイム及び在庫の関係を動態的に取り扱うモデルを提示する。これを用いて，ロジスティクスの動態的マネジメントとロジスティクス・プロセス構造設計の基本について説明する。 |
| 8 | サプライチェーン・マネジメントの理論 I | サプライチェーン・マネジメント（SCM）の定義と基本概念について説明する。特に，企業間をまたがるシームレスなプロセスの形成と企業間関係（戦略的提携）について説明する。 |
| 9 | サプライチェーン・マネジメントの理論 II | SCM における企業間の動態的在庫マネジメントに関する理論を説明し，演習としてシミュレーションを行い，理論に対する理解の深化と具体的な手法とを結びつけて理解することを促す。 |
| 10 | ライフサイクル・サポート・ロジスティクス | 大規模システムなどのライフサイクル・サポート・ロジスティクスの体系を示し，開発，運用，保全，廃棄，再利用に至るシステム支援のプロセスと SCM プロセスの統合概念について理解させる。 |
| 11 | 事業システムと企業戦略の関係 I | 企業の戦略的ポジショニングと製品・サービスアーキテクチャ，顧客提供価値を実現するプロセスアーキテクチャ，経営資源・組織アーキテクチャを統合する事業システムの概念について説明する。 |
| 12 | 事業システムと企業戦略の関係 II | SCM 戦略は，事業システム全体のアーキテクチャとの整合性が確保されない限り，競争優位性の源泉とはなりえない。事例を通じて競争優位な事業システムとロジスティクス（SCM）について考察させる。 |
| 13 | 事業システムと企業戦略の関係 III | ビジネスのグローバル化に伴い，SCM もグローバル化が急務となっている。グローバル SCM に固有の問題点を指摘し，対応策について討議し，全体のまとめを行う。 |

## 履修上の注意・準備学習の内容

履修に当たっては，経営戦略論，マーケティング論，財務・会計の基礎について理解していることが望ましい。物流・ロジスティクスに関する基礎的知識は参考書・レジュメによって補うことがある。事例分析やシミュレーションなどで小グループの演習形式を併用する場合がある。

## 教科書

別途，指示する。

## 参考書

中田信哉・湯浅和夫・橋本雅隆・長峰太郎『現代物流システム論』有斐閣ほか。

## 成績評価の方法

（1） 授業出席点（30%） （2） 最終レポート成績点（40%） （3） 授業中での議論への参加（30%）

## その他

特になし。

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| マーケット・リサーチ | | | 2単位 | 冨　狭　　泰 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

・この授業では、マーケティング活動の“Plan-Do-Check-Action”の過程のうち、とくに Plan（計画）と Check（評価と課題把握）において必要な市場情報の収集分析方法についての知識を、なるべく広範囲に身につけることを目的としています。
・マーケティング計画の立案実施に際しては、望ましい情報や情報収集の手段が常に用意されているとは限りません。その意味では、計画立案の時点および計画立案者の置かれている場で入手できるさまざまな「情報」を利用することが求められます。リサーチを「調査」、とくに「標本調査」と「定量的分析手法」といった狭い範囲で捉えず、マーケティングの計画立案や実行の際に必要な情報収集・分析という広い視点で捉えています。
・授業はテーマ（下記の授業内容）ごとに、パワーポイントを使った教師からの講義と学生からの質疑によるディスカッションで進行します。授業参加者の積極的なディスカッションを期待します。
・毎回授業修了時に短い「授業メモ」を提出してもらいます。授業内容に関する質問（授業中に発言できなかった場合）や異論反論を書くことと、出席の確認が目的です。重要な質問はなるべく次回か次次回の授業中に回答するように努力します。

## 授　　業　　内　　容

授業内容は以下の項目を予定しています。ただし授業開始までに多少変更や順序入替えの可能性があるかもしれません。詳細は第 1 回目の授業ガイダンスで説明します。

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 授業ガイダンス（マーケティングリサーチの課題、目的、方法） | |
| 2 | マーケティング計画と実施に必要な情報 | |
| 3 | マーケティングデータ収集・分析の基礎（1） | マーケティングデータの種類 |
| 4 | マーケティングデータ収集・分析の基礎（2） | マーケティングデータの収集方法 |
| 5 | マーケティングデータ収集・分析の基礎（3） | マーケティングデータの分析手法 |
| 6 | マーケティングデータ収集・分析の基礎（4） | データ分析に必要な統計知識 |
| 7 | マーケティングデータ収集・分析の基礎（5） | 調査票作成の知識 |
| 8 | 市場構造を把握するために（1） | 市場環境の分析（社会環境／マクロ経済環境） |
| 9 | 市場構造を把握するために（2） | 消費者市場の分析（1）　セグメンテーション |
| 10 | 市場構造を把握するために（3） | 消費者市場の分析（2）　ポジショニング |
| 11 | 市場構造を把握するために（4） | 市場競争の分析（1） |
| 12 | 市場構造を把握するために（5） | 市場競争の分析（2） |
| 13 | 発想のための情報収集と分析（1） | 新製品開発のための情報収集と分析の全体像 |
| 14 | 発想のための情報収集と分析（2） | 製品コンセプト開発のための情報収集と分析 |

| 15 | 発想のための情報収集と分析（3） | 新製品開発のためマーケット・リサーチ体系（事例） |
|---|---|---|

**履修上の注意・準備学習の内容**

・時間の関係上、マーケティングの基本を一から説明できませんので、ベーシック・マーケティングは既修もしくは並行履修を前提として授業を進行しますが、疑問や異論反論があれば積極的に質問してください。

**教科書**

・教科書は特に定めません。
・講義資料（PPT）は事前にクラスウェブの「資料」からダウンロードできるようにします。

**参考書**

授業時に適宜紹介しますが、主なものは以下の通りです。
・田村正紀『リサーチ・デザイン』白桃書房　2006
・上田拓治『マーケティングリサーチの論理と技法』第３版　日本評論社　2008
・小川孔輔『マーケティング入門』日本経済新聞出版社　2009
・古川・守口・阿部『マーケティング・サイエンス』有斐閣　2003

**成績評価の方法**

・評価点の配分は、満点を 100 として以下のウェイトとします。
（1）出席（20）（下記参照）
（2）授業への参加度－質問やディスカッションへの参加（20）
（3）期末レポート（60）
・出席については、履修登録期間である最初の 2 回分を除き、3 回目から 15 回目までの 13 回の授業について 8 回以上の出席を履修の必要条件とします。

**その他**

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| マーケティング・ワークショップⅠ | | | 2単位 | 冨　狭　　泰 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

・この授業は新しいサービスについて新規事業計画を作成すること（事業計画書の作成とプレゼンテーション）を目標としています。“新規事業”の規定については、授業初回のガイダンスで説明します。
・授業は、(1) 新規事業開発に必要な基礎知識に関する講義（教師およびゲスト講師の講義)、(2) 学生による新規事業開発の企業事例研究、(3) 事業計画のプレゼンテーションとディスカッションの３部で構成されます。
・学生には事例研究および事業計画のプレゼンテーションが課せられます。
　プレゼンテーションの担当者は、発表の資料を教師と学生に配布してください。
またプレゼン担当者以外の学生は、発表内容について、ディスカッションへの積極的な参加を期待します。
・授業参加者が多い場合は、グループによる計画の作成・発表を行うこともあります。
・ゲスト講師による、事業開発に関連する講義を数回予定しています。(日程調整等の関係でゲスト講師のスケジュールは検討中。)

## 授　　業　　内　　容

・授業内容として以下を予定していますが、履修予定者の数によってチーム編成する数が変わるため、ゲスト講師および新規事業開発概論の回数が変化することを、あらかじめお断りしておきます。
・平日に自主的なグループ作業の時間がとり難いこともあり、事例研究の発表前に１回だけ自主研究の時間を設けます。これは教室で行います。
・講義についての詳細は、第１回目の授業ガイダンスで資料を配布します。

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 授業ガイダンス | ワークショップの進め方 |
| 2 | 新規事業開発概論（1） | サービス事業概念の検討 |
| 3 | 新規事業開発概論（2） | 事業戦略の検討 |
| 4 | 新規事業開発概論（3） | 事業戦略立案の基本フレーム検討 |
| 5 | 新規事業開発概論（4） | ベンチャービジネスについて |
| 6 | ゲスト講師（1） | 講義 |
| 7 | 事例研究報告（第１回） | 学生のプレゼンテーション |
| 8 | 事例研究報告（第２回） | 学生のプレゼンテーション |
| 9 | 事例研究報告（第３回） | 学生のプレゼンテーション |
| 10 | ゲスト講師（2） | 講義 |
| 11 | プレゼンテーション内容に関する質疑応答 | |
| 12 | ゲスト講師（3） | 講義 |
| 13 | 事業計画案の報告（第１回） | 学生のプレゼンテーション |
| 14 | 事業計画案の報告（第２回） | 学生のプレゼンテーション |
| 15 | 事業計画案の報告（第２回） | 学生のプレゼンテーション |

| 履修上の注意・準備学習の内容 |
| --- |
| ・時間の関係上、マーケティングの基本を一から説明できませんので、ベーシック・マーケティングは既修もしくは並行履修を前提として授業を進行しますが、疑問や異論・反論があれば積極的に質問してください。 |
| 教　　科　　書 |
| ・教科書は特に定めません。<br>・授業時に提示される資料はすべてクラスウエブの「資料」に事前にアップロードされますので、それをダウンロードしてください。 |
| 参　　考　　書 |
| ・詳細は最初の授業（授業ガイダンス）の時にお知らせしますが、参考書としては下記のものを挙げておきます。<br>・加護野、井上『事業システム戦略－事業の仕組みと競争優位－』 2004　有斐閣<br>・R.C. ウォルコット、M.J. レピッツ『社内起業成長戦略』 2010　マグロウヒル・Ｅｄ／日本経済新聞出版社 |
| 成　績　評　価　の　方　法 |
| ・評価点の配分は、満点を 100 として以下のウェイトとします。<br>（1）出席（20）（下記を参照のこと）<br>（2）授業でのディスカッションへの参加度（20）<br>（3）担当する事例研究のプレゼン資料とディスカッションのリーダーシップ（20）<br>（4）担当する事業開発計画のプレゼン資料とディスカッションのリーダーシップ（40　注）<br>注：プレゼンテーションに対する学生の評価を参考にします。<br>・出席については、履修登録期間である最初の２回分を除き、３回目から１５回目までの１３回の授業について８回以上の出席を履修の必要条件とします。 |
| そ　　の　　他 |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| ケース・スタディⅠ（マーケティング） | | | 2単位 | 近　藤　隆　雄 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 1・2年 |

授　業　の　概　要　・　目　的

ケースメソッド（ケーススタディ）とは，ディスカッションによる学習形式であり，学生と教員の共同作業によって実行される。教室に集まった参加者一人ひとりが自分の考えを発言し，相互に理解し，対立し，そして新たな理解をグループとして作り上げることにより達成される。ケースで描かれた現実問題の解決という「経験」のなかで概念や考え方を使うことにより，学生諸君がそれらを自分のものとすることが目的である。なおケース分析に正解はない。参加者が分析，提案を討論の中で経験することによって，そのプロセスからさまざまの視点や発想を学ぶことを狙っている。具体的には，各ケースについて３つのステップを踏んで学習が行われる。（１）自己学習：授業に参加する前に，指定されたケースを熟読し，個人別のレポートまたはメモを用意する。（２）グループ研究：参加者の人数によってメンバーの数やグループの数は変わるが，少人数のグループを作って，各人が用意したメモにしたがって分析と提案を述べ討論を行う。自分の分析や意見を他のメンバーに発表し、相互に批判し合って問題への理解を深めることを目的とする。（３）全体討議：全部の参加者が集まり，分析と検討，対策案の発表などを行い，全体で討論する。全体討議に先立って，各人がまとめておくべき項目は，イ）現状の問題に関する重要な諸事実の確認，ロ）解決を必要とする問題の把握，ハ）環境要因，状況変化の予測，ニ）問題解決のための複数の解決策と予想される結果，ホ）自分がベストと思う解決策とその理由，ヘ）ケース全体から学びうる事がらの６点である。なお，ケースは少なくとも３回は読まねばならない。

最初は何が課題なのか，主要な登場人物，重要な事実などを理解するためにざっと読み頭に入れる。次は，ユックリ注意深く，重要な事実を記録しながら読む。最後は，自分のメモをまとめることを念頭において再読することが必要である。ケースはサービス・ビジネスに関連したものを選び，事前に配布する。したがってケースを分析するための基礎知識は，サービス・マーケティング，サービス・マネジメントの理論が主となるが，その他一般的な経営理論，経営組織理論，経営戦略論などに関する知識や理論も大切である。

| 授　業　内　容 | | |
|---|---|---|
| 1 | オリエンテーション | ケースメソッドの進め方の説明，ケースの配布などを行う。 |
| 2 | 第１回グループ研究 | 少人数のグループを作って，グループ研究を行う。 |
| 3 | 第１回全体討議 | 教員を含め，全員でケースの分析と適切な具体案の提案に関して討議する。 |
| 4 | 第２回グループ研究 | 少人数のグループを作って，グループ研究を行う。 |
| 5 | 第２回全体討議 | 教員を含め，全員でケースの分析と適切な具体案の提案に関して討議する。 |
| 6 | 第３回グループ研究 | 少人数のグループを作って，グループ研究を行う。 |
| 7 | 第３回全体討議 | 教員を含め，全員でケースの分析と適切な具体案の提案に関して討議する。 |
| 8 | 第４回グループ研究 | 少人数のグループを作って，グループ研究を行う。 |
| 9 | 第４回全体討議 | 教員を含め，全員でケースの分析と適切な具体案の提案に関して討議する。 |
| 10 | 第５回グループ研究 | 少人数のグループを作って，グループ研究を行う。 |

| | | |
|---|---|---|
| 11 | 第５回全体討議 | 教員を含め，全員でケースの分析と適切な具体案の提案に関して討議する。 |
| 12 | 第６回グループ研究 | 少人数のグループを作って，グループ研究を行う。 |
| 13 | 第６回全体討議 | 教員を含め，全員でケースの分析と適切な具体案の提案に関して討議する。 |
| 14 | 第７回グループ研究 | |
| 15 | 第７回全体討議 | まとめ |

**履修上の注意・準備学習の内容**

このケースメソッドの授業では，サービス・ビジネスのケースを中心とするので，できれば，事前にサービス・マーケティングおよびサービス・マネジメントの授業を履修しておくことが望ましい。

**教科書**

特に指定しない。

**参考書**

**成績評価の方法**

（１）グループ研究での貢献（30％）（２）全体討議への貢献（40％）（３）出席率（30％）

**その他**

取り上げるケースは、世界で最も頻繁に利用されているケースの一つである
「ベニハナ・オブ・トウキョウ」などサービス経営に関するものを中心とする。

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| ケース・スタディⅡ（マーケティング） | | | 2単位 | 上　原　征　彦 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 1・2年 |

授　業　の　概　要　・　目　的

マーケティングと流通・サービスについてのケースメソッドを踏まえた学習を実施する。ここでのケースメソッドは，特定のテーマについて実際に行なわれた企業活動を記述した資料（これをケースと呼ぶ）を熟読し，これに基づいて討論を展開し，経営の定石を身につける能力を高めていくことを目的としている。

ケースメソッドには分析型（ケースをデータとして活用する）と問題解決型（ケースから戦略を導き出す）とがあるが，本授業では後者に重きを置いた学習をする。

本授業では，マーケティング戦略立案，流通チャネル戦略，営業戦略，インターネット・マーケティング、サービスなど多方面にわたって学習を実施するが，各々について，グループに分かれてそれぞれでディスカッションするなど，自分の情報量を多くしたうえで、最後にその結果を個々人が報告し，互いに評価し合うことを期待する。

なお，以下の授業内容は，主たるテーマとメソッドについて記したものであり、学習効果を考慮に入れ，順序等の変更もあり得るし、受講生の学習進展度によって内容や方法も変わることがある。なお、この授業は、上原が最も得意とする本格的なＭＢＡ授業だと自負している。

| 授　業　内　容 | | |
|---|---|---|
| 1 | ケースメソッドとは何か | ケースメソッド学習での学び方とその効果を把握しつつ，本授業を有効に展開するための準備を行なう。実際にミニケースを解いてもらう。 |
| 2 | マーケティング戦略立案ケースについての事実の把握と分析 | 与えられたケースについて個々人で体系的な分析を行なう。 |
| 3 | 同上ケースについてのグループ討議 | いくつかのグループに分かれ，討議をしてもらい、個々人あるいはグループごとに問題解決案をつくる。 |
| 4 | 同上ケースについての報告会 | 個人あるいは各グループごとに問題解決案を報告してもらい，互いに評価し合う。 |
| 5 | 流通戦略ケース・サービス戦略ケースについての事実の把握と分析 | 与えられたケースについて個々人で体系的な分析を行なう。 |
| 6 | 同上ケースについてのグループ討議 | いくつかのグループに分かれ，討議をしたうえで、個々人あるいはグループごとに問題解決案をつくってもらう。 |
| 7 | 同上ケースについての報告会 | 個々人あるいはグループごとに問題解決案を報告してもらい，互いに評価し合う。 |
| 8 | 営業戦略ケースについての事実の把握 | 与えられたケースについて個々人で体系的な分析を行なう。 |
| 9 | 同上ケースについてのグループ討議 | いくつかのグループに分かれ，討論をしたうえで、個々人あるいはグループごとに問題解決案をつくってもらう。 |
| 10 | 同上ケースについての報告会 | 個々人あるいはグループごとに問題解決案を報告してもらい，互いに評価し合う。 |
| 11 | インターネットマーケティングのケースについての事実の把握 | 与えられたケースについて個々人でで体系的な分析を行なう。 |

| | | |
|---|---|---|
| 12 | 同上ケースについてのグループ討議 | いくつかのグループに分かれ，討論をしたうえで個々人あるいはグループごとに問題解決案をつくってもらう。 |
| 13 | 同上ケースについての報告会 | 個々人あるいはグループごとに問題解決案を報告してもらい，互いに評価し合う。 |
| 14 | ライブケースによる学習 | 実際の企業の幹部が教室に来て、当該企業の実状を話し、場合によっては問題を提起する。これに基づいてクラス討議を行なう。 |
| 15 | 本授業から得られた知見 | いままでのケースメソッド学習から得られた経営の定石についての確認と、その応用について議論する。 |

**履修上の注意・準備学習の内容**

少なくとも戦略マーケティングあるいはマーケティング競争のいずれか 1 つを履修することを勧める。

**教科書**

教師が提供するケースを熟読してもらう。

**参考書**

上原征彦『マーケティング戦略論』有斐閣，1999 年

**成績評価の方法**

(1) アサインメントの達成度（25%） (2) ディスカッションへの参加（25%） (3) 出席率（50%） をおおよその目途としている。

**その他**

あらかじめケースを渡しておくので，それを熟読したうえで授業に参加してほしい。

| 科　目　名 | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|
| ケース・スタディⅢ（マーケティング） | 2単位 | 冨　狭　　泰 |

| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | 1・2年 |
|---|---|---|---|

## 授　業　の　概　要　・　目　的

・ケース・スタディ（III）では、企業のマーケティング戦略やマネジメントに関する事例研究の論文等を全員で読み、毎回報告者からプレゼンテーションを受けてクラス全体でディスカッションを行います。
・事例に関する基本資料と論文は教師が用意します。また採り上げる予定のケースについては最初の授業で資料を配付します。
・論文や資料を読む準備として、最初の数回は講義を中心とした授業を行います。
・授業の参加者数にもよりますが、４～５回目くらいから学生のプレゼンテーションとディスカッションに移ります。プレゼンターは、プレゼンテーション資料を出席者に配布してください。また担当するケースの論文・資料以外にも、関連する論文・資料を事前に読んでケース事例を補足してください。
・プレゼンテーションで、プレゼンターは論文や資料が記述している企業の施策や戦略とその帰結に対する自分自身の評価や意見を述べ、それをきっかけにしてクラスのディスカッションを積極的に引き出してください。
・報告担当者以外の学生もあらかじめ事例研究論文や資料を読み、事例に描かれた状況を理解して授業に参加してください。
・資料は授業の３週間前（予定）に配布します。
・一人の報告者が複数回報告することになる場合もありますので、あらかじめご了解ください。
・授業の目標は、事例に対するディスカッションを通して、マーケティング戦略の組み立て方と実施運営管理の理解を深めることにあります。報告担当者の報告内容や討議のリード、参加者の討議への積極的参加を期待します。
・毎回授業修了時に短い「授業メモ」を提出してもらいます。授業内容に関する質問や異論・反論（授業中に発言できなかった場合）を書くことと、出席の確認が目的です。重要な質問はなるべく次回か次次回の授業中に回答するように努力します。

## 授　　業　　内　　容

参加者数によって報告回数が変わりますので、ここでは現時点で予定される授業内容を掲示しておきます。ケースおよびケースのテーマについては、第１回目の授業ガイダンスで詳細の案内を配布します。

| | |
|---|---|
| 1 | 授業ガイダンス　授業の進め方について |
| 2 | 講義１回目 |
| 3 | 講義２回目／事例のテーマと報告の順番について |
| 4 | 講義３回目／事例資料配付（1） |
| 5 | 講義４回目／事例資料配付（2） |
| 6 | 学生の事例報告（1）とディスカッション/事例資料配付（3） |
| 7 | 学生の事例報告（2）とディスカッション/事例資料配付（4） |
| 8 | 学生の事例報告（3）とディスカッション/事例資料配付（5） |
| 9 | 学生の事例報告（4）とディスカッション/事例資料配付（6） |
| 10 | 学生の事例報告（5）とディスカッション/事例資料配付（7） |
| 11 | 学生の事例報告（6）とディスカッション/事例資料配付（8） |
| 12 | 学生の事例報告（7）とディスカッション/事例資料配付（9） |
| 13 | 学生の事例報告（8）とディスカッション/事例資料配付（10） |

| | |
|---|---|
| 14 | 学生の事例報告（9）とディスカッション |
| 15 | 学生の事例報告（10）とディスカッション |

## 履修上の注意・準備学習の内容

・報告およびディスカッションの回数と持ち時間は、参加者の人数に応じて決めます。人数の多い場合は、グループ単位で行うことも検討します。
・時間の関係上、マーケティングの基本を一から説明できませんので、ベーシック・マーケティングは既修もしくは並行履修を前提として授業を進行しますが、疑問や異論反論があれば積極的に質問してください。

## 教科書

・教科書は特に定めません。
・使用するケースの論文や資料については、最初の授業で一覧表を配布します。
・授業資料（PPT）はクラスウェブの「資料」から事前にダウンロードできるようにします。

## 参考書

・参考書はケースのテーマに応じて、最初の授業時および授業中に提示します。

## 成績評価の方法

・評価点の配分は、満点を 100 として以下のウェイトとします。
（1）出席（20）（下記参照）
（2）授業でのディスカッションへの参加度（30）
（3）報告担当回のプレゼンテーション資料と報告テーマについてのディスカッションのリーダーシップ（50）
・出席については、履修登録期間の最初の２回分を除き、３回目から１５回目までの１３回の授業について８回以上の出席を履修の必要条件とします。

## その他

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 論文演習Ⅰ | | | 2単位 | 刈　屋　武　昭 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

修士論文作成を指導する。指導教官として刈屋を選択するものを対象とする。私が指導可能な範囲は，事業リスク管理，エンタープライズリスクマネジメント，リアルオプション，無形資産企業価値創造，ブランド評価モデル，プロジェクトファイナンスなどである。

## 授　業　内　容

それぞれ選択したテーマを指定した文献などについて個人発表を中心とする。

## 履修上の注意・準備学習の内容

面接が必要である。

## 教　科　書

上記の方針に従って各個人に指定される。

## 参　考　書

上記の方針に従って各個人に指定される。

## 成　績　評　価　の　方　法

出席（30%），ゼミでの発表内容（40%），宿題（30%）を合わせて評価する。

## そ　の　他

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 論文演習Ⅰ | | | 2単位 | 上　原　征　彦 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 2年 |

**授　業　の　概　要　・　目　的**

本演習は，修士の資格を得るための論文作成の指導を行なう。演習Ⅰでは，各人が流通・マーケティング等に関してどんなテーマをどのようにアプローチするかについてのアジェンダを作成することに重きをおく。

各人の問題意識と視座を明らかにし，テーマを設定し，その内容についてのアプローチ方法と構成についておおよその目途が付けられるようになることを目的としている。

**授　業　内　容**

受講生および専門家等から問題提起をしてもらい，これについてクラス全員でディスカッションを行なう。このようなディスカッションを通じて，各々が研究テーマを鮮明にしていくことが期待される。必要に応じて個人的に教師と相談する機会を積極的に設ける。

**履修上の注意・準備学習の内容**

この演習では，問題の発見とその解決についてかなり訓練されていることを要求するので，演習希望者は、1年次に、ケーススタディⅡ（マーケティング：上原担当）を履修することを原則とする。

**教　科　書**

特に無し

**参　考　書**

論文のテーマに応じて個別に教師が推薦する。

**成　績　評　価　の　方　法**

アサインメントの達成度（50%），ディスカッションへの参加（30%），出席率（20%）を評価のおおよその目途とする。

**そ　の　他**

どんな文献を読むべきかは，積極的に教師と相談してほしい。

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 論文演習Ⅰ | | | 2単位 | 近　藤　隆　雄 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

本演習は，履修者の修士論文の作成を援助し，最終的に各人の論文を完成させることを目的とする。論文を仕上げるには、取り上げる問題領域の選定から、問題意識の絞り込み、論文構成の作成等、いろんなステップを経なければならない。これらのステップをなるべく早く経験して、最終的には優れた論文を効率的に書き上げることを目標とする。各ステップごとに丹念に論文作成を指導することがこの演習の方針であり、「必ず書ける」がモットーである。

## 授　業　内　容

修士論文を完成させることを目的に，各段階において必要な概念の整理や論文作成の作法などを学習するために，個人指導，グループ討議，などを行う。

夏の休暇中に第一稿を書き上げ，９月の第３週に近藤に提出する。

## 履修上の注意・準備学習の内容

多数の履修者が集まると、指導が十分に徹底しないと困るので、 なるべく少人数としていく方針である。

９月に合宿を行う予定。

## 教　科　書

## 参　考　書

## 成　績　評　価　の　方　法

（１）出席率（30％）　（２）グループ討議での貢献度（30％）　（３）各人の論文作成段階毎の発展度（40％）

## そ　の　他

夏期休暇の終了時に修士論文の第一稿を提出してもらう。

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 論文演習Ⅰ | | | 2単位 | 山　口　不二夫 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

修士論文作成のための個別指導が中心である。会計分野における修士論文の種類は以下の４種類が考えられる。

１　純粋理論型

最近は研究者でもこのタイプの論文は書かなくなった。もしくは書けなくなった。古典的な方法。前提となるいくつかの主要理論から演繹的に，論理展開，推論し，新たな理論を導く。あるグランドセオリーをじっくり自分のものとしたいときは，よい方法。

２　実証研究型

ａ　データ解析型　複数企業の会計データから，会計上のある命題を検証する方法。たとえば会計処理方法の変更が，株価に影響を与えているか等々の論文。多くの研究者によりとられている方法で，修士段階ではオリジナリティーは出しにくい。

ｂ　ケース検討型　ある会計ルールについてその内容を，日・米・国際会計基準を確認し，熟知した上で，そのルールの変更，国による差によって企業経営がいかなる影響を受けているかを，ケースを意識しながら論述する。会計ルールの面白さは，ルール設定時に意図した目的に反して，そのルール（会計処理）が用いられる点である。企業の真実の姿を映すために，会計は企画されるが，実際は粉飾の道具とされるのである。個々の会計ルールで粉飾可能性の指摘は会計ルールの設定にとって重要な教訓とも指針ともなる。ビジネスパーソンに向いている方法。

３　業務上の課題（の明確化とその）解決型

職場の業務上の課題について，現状認識を行い，次に問題点を明確化し，その問題点を解決する方法を，ビジネススクールで学んださまざまな手法で提案する。ジェネラリストとしてビジネススクールで学んだ方には最適な方法。

４　（あるトピックスについて）文献資料調査型　修得したいテーマについて，学界のスタンダードをサーベイし，自分のものとする。具体的には最も最適な文献を担当教官と決定し，その文献を要約し，コメントを書く。教員と定期的にディスカッションして，随時，理解内容を文章にすることが重要である。

## 授　　業　　内　　容

学生の目指す論文のタイプに応じて，個別指導をおこなう。

定期的なディスカッションと報告をおこなう。報告に際しては他のメンバーも積極的な参加をもとめる。

夏休み中も必要ならば，随時，教員とアポイントメントを取ったうえで，指導を行う。

## 履修上の注意・準備学習の内容

## 教　　科　　書

## 参　　考　　書

適宜，指導する。

雑誌『企業会計』中央経済社，『會計』森山書店，『産業経理』産業経理協会は会計の邦文３重要誌なので，テーマの選定，学界の水準確認のために，最低直近，数年分は目を通していただきたい。

| 成　績　評　価　の　方　法 |
| --- |
| （1）　平常点（50%）　（2）　提出物（修士論文作成のための作成資料）の評価（50%） |
| そ　　の　　他 |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 論文演習Ⅰ | | | ２単位 | 木　村　　哲 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | ２年 |

| 授　業　の　概　要　・　目　的 |
|---|
| 基本重要論文の輪読することを基本とする。また，論文作成に必要な数学的知識の学習，EVA の学習も行う。また，先端的論文を輪読する。修士論文のテーマの絞りこみを目的として，自らが興味の持てるテーマの探索を行いながら，調査研究の成果について報告・議論する。 |

| 授　　業　　内　　容 | | |
|---|---|---|
| 1 | | 前期は基本重要論文を輪読することを基本とする。文献等のサーベイが中心となる。各自の報告をもとに現状での問題点に関する理解を深める。さらに，それに基づいて問題解決のための方策を議論しながら，論文の内容・方法等について考察していくことになる。リサーチの対象については各人と相談しながら進めることとする。 |

| 履修上の注意・準備学習の内容 |
|---|
| |

| 教　　科　　書 |
|---|
| 適宜配布する。 |

| 参　　考　　書 |
|---|
| 適宜配布する。 |

| 成　績　評　価　の　方　法 |
|---|
| 出席（50%）と議論への参加・報告（50%） |

| そ　　の　　他 |
|---|
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 論文演習Ⅰ | | | 2単位 | 落　合　　稔 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

論文演習Ⅰでは，修士論文の作成指導を行なう。ただし、論文作成者である学生の自主的な発想と思考を尊重し，積極的な執筆構想、発言、提案を期待する。
論文のテーマは何か，どのようなアプローチと構成を考えているかを中心に各自アジェンダを作成する。教室で発表し，他の学生の意見を交えながら具体的内容や構成を発展させて行く。その過程で，問題意識や論点を明確化する。スケジュールに従い，毎回，進捗状況を示し仮説と検証、方向性や論点など順次報告をしてもらう。発表者は，ペーパーを用意し参加者に事前配付をしておく。教室では，参加者からの積極的コメントを求める。論点を明確化しディスカッション、アドバイスを積み重ねつつ論文の質的水準を高めてゆく。
個別相談の機会は積極的に設ける。

## 授　　業　　内　　容

1）授業運営に関する年度計画を発表する。（良い論文とは、論文の書き方・進め方、スケジュール、先輩の経験談など）
2）各自、年間を通したロードマップを作成・提出する。
3）各自、関連テーマの基礎文献等（最低3点以上）を精読し基礎的知識の理解を深める。
4）クラスでの個人発表の進捗に合わせて論文作成上の注意点、形式面、技術面、実質面を指示、解説する。
5）前期での演習成果に、夏期休暇中の執筆成果を加え、休暇明けには一定程度まとまった中間成果物を提出する
6）演習の要点
・テーマの設定に関して問題意識が重要、これとの関連性を明確化する。
・論文のパターン、アプローチなどの方針を選択。
・論文構想において「仮説と検証」、「はじめに」と「まとめ」の関連性を意識する
・スケジュールに従い個人別進捗状況、執筆内容を報告する。参加学生も積極的にコメントする。
・論文の質的水準を高めるために適宜アドバイス、参考文献等の紹介、個人別相談等の指導を行なう。

## 履修上の注意・準備学習の内容

・発表者はペーパーの事前準備・提出を行う。
・論文のテーマは自由であるが、途中で挫折せず必ず書き上げるという強い意欲の学生を求める。
・論文内容の相互啓発を高めるため協調性、積極性、他者の論文テーマに対しても好奇心、批判精神を期待する。
（ゼミ活動は仲間づくり、人間形成の場として期待している）

## 教　　科　　書

(1)『レポート・論文の書き方入門』河野哲也、慶應義塾大学出版会
(2)『レポート・論文の書き方上級編』櫻井雅夫、慶應義塾大学出版会

## 参　　考　　書

必要に応じて個人別に推薦する

| 成　績　評　価　の　方　法 |
| --- |
| (1)　アサインメントの達成度（40%）<br>(2)　クラスでの貢献度（40%）<br>(3)　出席率（20%） |
| そ　の　他 |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 論文演習Ⅰ | | | 2単位 | 杉　野　　周 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 2年 |

| 授　業　の　概　要　・　目　的 |
|---|
| 最終的な成果物となる修士論文を作成する為に，テーマの絞り込みから論文の章立ておよびその論理展開の妥当性を参加メンバーと一緒にディスカッションしながら作り上げる。 |
| 授　　業　　内　　容 |
| ゼミ形式で演習を進行するため，当日の報告者は自分のテーマに関する報告資料を用意し，全員の前でプレゼンテーションを行う。他のメンバーは，報告者の発表内容を批判的に検討し，問題点等の指摘を行う。 |
| 履修上の注意・準備学習の内容 |
| 事前準備を怠ると，自分のテーマ自体が根底からひっくり返される可能性があるので手を抜かない事。 |
| 教　　科　　書 |
| |
| 参　　考　　書 |
| |
| 成　績　評　価　の　方　法 |
| (1)　貢献度（40%）　(2)　レポート（60%） |
| そ　　の　　他 |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 論文演習Ⅰ | | | 2単位 | 野　田　　稔 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

組織論を中心に，組織心理学，ヒューマンリソースマネジメント，人材開発論，消費者心理など，「人と経営にまつわる諸問題」に興味を持つ学生が集い，修士論文の完成を目指して相互に支援しあうゼミナールを開講する。各人は自らの興味のある分野での研究成果をあげるべく，個人的に努力を行うと共にゼミナールの他メンバーに対して積極的に協力することが強く求められる。論文演習の過程を通じて創造的組織運営の疑似体験が体験できることを二次的な目的とする。故にただ単に自らの論文作成に関してのみ注力するのではなく，チームメンバー全員が納得できる論文作成できることを組織目的としコラボレーションすることを参加条件とする。

## 授　業　内　容

各人が自らの論文テーマを持ち寄り，互いに共有するところからゼミナールは開始される。研究計画書の審査がゼミナール開始の第一歩である。授業の進行は各人の研究の進度にあわせ柔軟に運営されるが，基本的には相互の進捗報告と相互コーチングを繰り返すことになる。テーマと進捗にあわせ，適宜外部のアドバイザー（実務家，学識経験者など）を招聘し，ディスカッションを行う。なお，この様な際，自らのテーマと関連性が薄い場合でも出席することを義務とする。

## 履修上の注意・準備学習の内容

ゼミナールの運営は学生の自主を基本とする。組織論のゼミナールである以上，組織運営の疑似体験を本ゼミナール運営で体得していただきたい。

## 教　科　書

特になし。

## 参　考　書

ゼミ中に適宜指示する。

## 成　績　評　価　の　方　法

(1)　ゼミナール出席点（70%）　(2)　ゼミナールへの積極的な貢献（教員による主観評価）（30%）

## そ　の　他

ゼミナール運営に対する自主的参加が最も重要である。

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 論文演習Ⅰ | | | 2単位 | 王　　京　穂 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 2年 |

**授　業　の　概　要　・　目　的**

本演習は，修士論文の作成のための準備の指導を行う。演習を通じて，1）論文の問題意識の形成，2）テーマの設定，3）具体的な対象およびアプローチ方法の決定，4）周辺研究のサーベイ等の円滑的な進展を図る。

**授　　業　　内　　容**

―目指す研究内容に応じて，個別指導を行う。
―関連論文・書籍の講読と発表・ディスカッションを定期的に行う。

**履修上の注意・準備学習の内容**

**教　　科　　書**

特に指定しない

**参　　考　　書**

**成　績　評　価　の　方　法**

(1)　出席（20%）
(2)　発表内容（50%）
(3)　ディスカッション（30%）

**そ　　の　　他**

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 論文演習Ⅰ | | | 2単位 | 青　井　倫　一 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 2年 |
| 授　業　の　概　要　・　目　的 | | | | |
| 履修者の修士論文のテーマを確定するために，各人テーマ案を提示して報告。それらを全員で検討 ・議論する。企業戦略に関する修士論文テーマなら対応できると思われる。 | | | | |
| 授　　業　　内　　容 | | | | |
| グループ討議の形態をとる。 | | | | |
| 履修上の注意・準備学習の内容 | | | | |
| 面接が必要である。 | | | | |
| 教　　科　　書 | | | | |
| | | | | |
| 参　　考　　書 | | | | |
| | | | | |
| 成　績　評　価　の　方　法 | | | | |
| 出席 50% 討議参加　50% | | | | |
| そ　　の　　他 | | | | |
| | | | | |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 論文演習Ⅰ | | | 2単位 | 山　村　能　郎 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 2年 |

| 授　業　の　概　要　・　目　的 |
|---|
| 主に不動産投資・ファイナンスなどに関する課題について議論する。論文作成のために自らが興味の持てるテーマの探索を行いながら，調査研究の成果について報告・議論する。 |
| 授　　業　　内　　容 |
| 前期は不動産投資・ファイナンス，不動産の経済分析など関連する分野における文献等のサーベイが中心となる。各自の報告をもとに現状での問題点に関する理解を深める。さらに，それに基づいて問題解決のための方策を議論しながら，論文の内容・方法等について考察していくことになる。リサーチの対象については各人と相談しながら進めることとする。 |
| 履修上の注意・準備学習の内容 |
| |
| 教　　科　　書 |
| |
| 参　　考　　書 |
| |
| 成　績　評　価　の　方　法 |
| (1)　出席（50%）　(2)　議論への参加・報告（50%） |
| そ　　の　　他 |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 論文演習Ⅰ | | | 2単位 | アンダーセン，ヘンリー |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

本科目では，国際経営，グローバル・マーケティング，グローバル・リーダーシップ，グローバル思考法，創造性とイノベーション，グローバル生活者の価値観とライフスタイルなどに興味を持つ学生を集め，論文（またはビジネスプラン）の書き方を始め，各自が選んだ課題について研究と分析の進歩について共有してもらい，他受講生からの意見などを聴取する。前期は共同で授業を行うことが多い。なお，授業は基本的に英語で実施するが，ディスカッションなどでは日本語でも可能。教材は英語や日本語のものが配布される。

## 授　　業　　内　　容

Those students wishing to research topics related to international business, global marketing, global leadership, thinking skills, creativity and innovation, global consumer values and lifestyles, etc., are welcome to join this seminar. We will study not only how to write a thesis or business plan, but will also report on our progress at each stage of the research, with students commenting on each others work.

## 履修上の注意・準備学習の内容

## 教　　科　　書

Reference documents will be distributed at each class.

## 参　　考　　書

## 成　績　評　価　の　方　法

Class attendance （30%）, progress on research （40%）, comments on others students' research （30%）.

## そ　　の　　他

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 論文演習Ⅰ | | | 2単位 | 冨　狭　　泰 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

・修士（専門職）学位取得のための論文作成指導を行います。
・論文演習Ⅰ（前期）では、取り組む課題の発見、具体化な論文テーマへの焦点の絞り込み、論文テーマの研究視点や方法と参考文献のリストアップ、論文執筆のロードマップ作成、執筆スタートまでが目標です。
・参加者は夏季休暇の前までに、(1) 自分の取り組むテーマと論文構成案、(2) 関連する主な参考資料、(3) 執筆ロードマップを作成し、レポートとして提出することが求められます。
・参加人数にもよりますが、クラスでの発表や教師とのディスカッションを通じて、自分の課題の焦点を明確にし、論文の内容構成を思い描くことに努めてください。
・演習時には、それぞれの参加者がその時点で考えているテーマやすでに読んでいる参考文献の内容等に関して報告することを求められます。
・演習参加者は 1 年時に身につけた知識や思考方法を自分の課題に応用する場として、この授業に参加してください。
・期末にレポートとして、(1) 論文テーマと構成案（および一部執筆）、(2) 参考文献リスト、(3) 論文執筆のロードマップを提出することが目標であり、これが評価の資料になります。

## 授　　業　　内　　容

・授業内容としては、以下を予定しています。
1．準備（1）　論文執筆に関する注意事項（講義）
　　準備（2）　論文執筆過程での注意事項（講義）
　　準備（3）　論文構成に関する注意事項（講義）
2．演習参加者からの報告と相互の意見交換
　(1) 演習参加者の関心領域に関する意見交換
　(2) 論文課題の絞り込みに関する意見交換
　(3) 論文内容の概要提示
　(4) 関連論文や著作についての紹介、読んだ内容についての意見交換
3．演習参加者は、自分の論文テーマや書きたい内容について、クラスのディスカッションをリードしてください。

## 履修上の注意・準備学習の内容

1．参加者に求められること。
・論文演習の主役は、あくまで執筆者本人であることを念頭に置いて参加してください。
・論文演習は、皆さんの論文執筆のためのサポートをする機会と場です。課題意識の明確化、論点の絞りこみ、参考資料の紹介等々、成果を導き出すために積極的な参加を求めます。
2．演習の最初の数回は、教師から論文執筆に関する注意点を説明します。
3．論文の進展に応じて、個別指導の比重を高めます。

## 教　　科　　書

・教科書は指定しません。
・最初は適宜資料を配布して授業を進めます。
・資料はクラスウェブの「資料」から事前にダウンロードできるようにします。

| 参　　考　　書 |
| --- |
| ・とくに指定しません。<br>・各自の論文テーマに関する資料・論文・著作は、演習時に適宜紹介する予定です。 |
| 成　績　評　価　の　方　法 |
| ・評価点の配分は、満点を 100 として以下のウェイトとします。<br>（1）出席（20）（下記参照）<br>（2）授業への参加度－質問やディスカッションへの参加（20）<br>（3）期末レポート（60）<br>・出席評価については、履修登録期間である最初の２回分を除き、３回目から１５回目までの１３回の授業について８回以上の出席を履修の必要条件とします。 |
| そ　　の　　他 |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 論文演習Ⅰ | | | 2単位 | 村　木　信　爾 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 2年 |

**授　業　の　概　要　・　目　的**

不動産に関するテーマを中心に，修士論文作成のための準備の指導を行う。テーマの選定，問題点，論点など，参加メンバーとともに議論しながら研究成果物を作成する。

**授　　業　　内　　容**

前期は修士論文作成の準備として，受講者の要望をできるだけ取り入れ，文献，論文を読み，議論する。

論文の骨子の作成を目標とする。

**履修上の注意・準備学習の内容**

**教　　科　　書**

**参　　考　　書**

**成　績　評　価　の　方　法**

（1）　出席（20%）　（2）　討論への参加（30%）　（3）　発表内容，レポート等（50%）

**そ　　の　　他**

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 論文演習Ⅰ | | | 2単位 | 下　村　英　紀 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 2年 |

**授　業　の　概　要　・　目　的**

修士論文の作成の指導を行う。租税法に関する各人の問題意識を明確にし，テーマを選定して，研究を行い，論文を作成する。

**授　　業　　内　　容**

各人の問題意識を明確にして整理し，テーマを選定して，研究の方法を検討し，必要な文献・資料の収集を行う。各人は，選定したテーマについて，研究を進める。演習においては，各人の問題意識等について，報告・発表を行い，全員でディスカッションを行う。

**履修上の注意・準備学習の内容**

**教　　科　　書**

**参　　考　　書**

**成　績　評　価　の　方　法**

（1）　出席（30％）　（2）　発表・報告（40％）　（3）　議論への参加（30％）

**そ　　の　　他**

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 論文演習Ⅰ | | | 2単位 | 小　林　　剛 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | 2年 |

| 授　業　の　概　要　・　目　的 |
|---|
| 本講座では、税理士試験の税法科目の免除対象となる論文作成をも念頭に置きつつ個別指導を行う。各回ごとに各人の論文発表とそれに対する他のメンバーからの質疑応答を中心に演習を進めていく。論文における検討事項については、随時アドバイスを行い、年内を目途に論文を完成させる。 |
| 授　業　内　容 |
| 論文テーマの選定、資料収集、論文構成の検討を十二分に行う。収集資料の紹介を通じ、研究分野の理解度を高める。 |
| 履修上の注意・準備学習の内容 |
| |
| 教　科　書 |
| |
| 参　考　書 |
| |
| 成　績　評　価　の　方　法 |
| （1）出席　30%<br>（2）発表　30%<br>（3）論文　40% |
| そ　の　他 |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 論文演習Ⅰ | | | ２単位 | 本　田　光　宏 |
| 開講区分 | 前期 | 配当年次 | | ２年 |

| 授　業　の　概　要　・　目　的 |
|---|
| 修士論文作成のための指導を行う。租税法に関する各人の問題意識を明確にするとともに、テーマの設定、主要な論点の抽出、目次・アウトラインの作成を行う。 |
| **授　　業　　内　　容** |
| 毎回の授業において、各人から、論文についてのテーマ、論点、文献・資料収集、検討方法・方向性、作成状況等について報告・発表を行う。この報告・発表について、参加者全員でディスカッションを行い、報告者はその内容を踏まえて論文作成の検討に適宜反映させていく。なお、前期の論文演習の当面の目標を、論文のアウトラインの作成に置く。 |
| **履修上の注意・準備学習の内容** |
| 報告者は報告の内容、配布資料等を事前に準備することが必要。 |
| **教　　科　　書** |
| |
| **参　　考　　書** |
| |
| **成　績　評　価　の　方　法** |
| （1）議論への参加（50%）、（2）論文の作成（50%） |
| **そ　　の　　他** |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 論文演習Ⅱ | | | 2単位 | 刈　屋　武　昭 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 2年 |
| 授　業　の　概　要　・　目　的 | | | | |
| 修士論文作成を指導する。指導教官として刈屋を選択する者を対象とする。私が指導可能な範囲は，事業リスク管理，エンタープライズリスクマネジメント，リアルオプション，無形資産企業価値創造，ブランド評価モデル，プロジェクトファイナンスなどである。 | | | | |
| 授　業　内　容 | | | | |
| それぞれ選択したテーマを指定し文献などについて個人発表を中心とする。 | | | | |
| 履修上の注意・準備学習の内容 | | | | |
| 面接が必要である。 | | | | |
| 教　科　書 | | | | |
| 上記の方針に従って各個人に指定される。 | | | | |
| 参　考　書 | | | | |
| 上記の方針に従って各個人に指定される。 | | | | |
| 成　績　評　価　の　方　法 | | | | |
| 出席（30%），ゼミでの発表内容（40%），宿題（30%）を合わせて評価する。 | | | | |
| そ　の　他 | | | | |
| | | | | |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 論文演習Ⅱ | | | 2単位 | 上　原　征　彦 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 2年 |

**授　業　の　概　要　・　目　的**

本演習は，修士の資格を得るための論文作成の指導を行なう。この演習Ⅱでは，演習Ⅰでの成果に基づき，各人が流通・マーケティングに関して最終的な論文を完成させることを目的とする。各人の進捗状況に合わせて教師が的確なコメントをできるような仕組みをつくる。

**授　　業　　内　　容**

毎回，数人ずつ論文の進捗状況をクラスで報告してもらい，これについて，クラス全員でディスカッションを行ないつつ，教師がコメントをしていく。報告者は，クラス討議を効率的に進めるために，あらかじめ参加者各々にペーパーを配っておくこととする。必要に応じて個人的に教師と相談する機会を積極的に設ける。

**履修上の注意・準備学習の内容**

この演習の参加者は，論文演習Ⅰを履修していなければならない。

**教　　科　　書**

特に無し

**参　　考　　書**

論文のテーマに応じて個別に教師が参考書等を推薦する。

**成　績　評　価　の　方　法**

アサイメントの達成度（50%），ディスカッションへの参加（30%），出席率（20%）を評価のおおよその目途とする。

**そ　　の　　他**

どんな文献を読むべきかは，積極的に教師と相談してほしい。

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 論文演習Ⅱ | | | 2単位 | 近　藤　隆　雄 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 2年 |
| 授　業　の　概　要　・　目　的 | | | | |
| 本演習は，履修者の修士論文の作成を援助し，最終的に論文を完成させることを目的とする。長文の論文を書き上げる方法やコツを指導し、確実に修士論文を完成することを目指す。 | | | | |
| 授　　業　　内　　容 | | | | |
| 本演習では，年末に頑張るといったスケジュールではなく、早め早めに論文をだすことが求められ，最終稿までに３回の準備原稿の提出を求める。 | | | | |
| 履修上の注意・準備学習の内容 | | | | |
| | | | | |
| 教　　科　　書 | | | | |
| | | | | |
| 参　　考　　書 | | | | |
| | | | | |
| 成　績　評　価　の　方　法 | | | | |
| (1)　出席率（30%）　(2)　グループ討議への貢献度（30%）　(3)　各段階での学生の発展度（40%） | | | | |
| そ　　の　　他 | | | | |
| | | | | |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 論文演習Ⅱ | | | 2単位 | 山　口　不二夫 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 2年 |

**授　業　の　概　要　・　目　的**

前期に引き続いて，修士論文作成のための指導を行う。

**授　　業　　内　　容**

前半はプレゼンテーションによる論文内容の明確化と深化，後半は論文のチェックが主な内容となる。参加者の要望に応じて，インターネット上での情報の交換と指導も行う。

必要に応じて，冬休み中も，随時，方法を選択して指導を行う。

**履修上の注意・準備学習の内容**

**教　　科　　書**

特になし

**参　　考　　書**

前期と同じ

**成　績　評　価　の　方　法**

(1)　論文作成のための準備物（100%）

**そ　　の　　他**

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 論文演習Ⅱ | | | 2単位 | 木　村　　哲 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 2年 |

**授　業　の　概　要　・　目　的**

修士論文の課題を絞り込みつつ，各自の研究成果の報告会と議論を中心に行う。修士論文の完成に向けて必要な知識については，授業形式で解説する。論文を書く段階で多変量解析の知識が必要になることが多いので，その部分は授業形式で解説し，ツールの操作方法も解説する。

**授　業　内　容**

| | | |
|---|---|---|
| 1 | | 修士論文の課題を絞り込みつつ，各自の研究成果の報告会と議論を中心に行う。修士論文の完成に向けて必要な理論知識については，授業形式で解説する。また，有用な論文があれば，紹介する。 |

**履修上の注意・準備学習の内容**

**教　科　書**

適宜配布する。

**参　考　書**

適宜配布する。

**成　績　評　価　の　方　法**

出席 50%及びレポート 50%

**そ　の　他**

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 論文演習Ⅱ | | | 2単位 | 落　合　　稔 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

論文演習 II では，MBA 資格取得に必要な修士論文の指導を行なう。論文作成の進捗を確認しつつ最終論文の完成を目指す。クラスではスケジュールに従い，学生は論文作成状況・途中作品発表等をおこなうが、自ら進捗状況、残された課題、参考文献・データ等の追加情報、今後の方向性確認などを披歴する。遅れている学生は状況報告をすることで、進捗上の問題解決を探るため教師は、論文完成に必要な積極的なアドバイスを行う。発表者は，発表資料等の事前準備，配付を行い効率的に進める。個別相談の機会は積極的に設ける。

## 授　　業　　内　　容

スケジュールに従い作成した作品を基に個人別に論議を深め完成を目指して具体的指摘・提案・指導を行う。

・輪番制で中間作品を提出、発表する。問題点、成果、今後の課題などを明確化する。
・積極的に参考文献等を読みこみ鋭意執筆をすすめるなかで、研究方向性、論文構成、課題解決などのアドバイスを行う。
・必要に応じて、目次、アプローチ、スケジュール等を再検討しつつ成果目標の再確認を行う。
・論文の質的水準を高めるために一人づつ必要に応じて相談の機会を設ける。

## 履修上の注意・準備学習の内容

・発表者はペーパーの事前準備・提出を行う。
・論文のテーマは自由であるが、途中で挫折せず必ず書き上げるという強い意欲の学生を求める。
・論文内容の相互啓発を高めるため協調性、積極性、他者のテーマに対する好奇心、批判精神を期待する
（ゼミ活動は仲間づくり、人間形成の場として期待している）

## 教　　科　　書

必要に応じてクラスで推薦する

## 参　　考　　書

必要に応じて個人別に推薦する

## 成　績　評　価　の　方　法

（1）　アサインメントの達成度（40%）
（2）　クラスでの貢献度（40%）
（3）　出席率（20%）

## そ　　の　　他

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 論文演習Ⅱ | | | 2単位 | 杉　野　　周 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 2年 |
| 授　業　の　概　要　・　目　的 | | | | |
| 最終的な成果物となる修士論文作成の最終段階として，内容をより精緻なものにする。<br>但し，前期で全員が修士論文を書き上げた場合は，より実践的なトレーニングを行う。 | | | | |
| 授　　業　　内　　容 | | | | |
| ゼミ形式のディスカッション又は，手法等のトレーニングを行う。 | | | | |
| 履修上の注意・準備学習の内容 | | | | |
| | | | | |
| 教　　科　　書 | | | | |
| | | | | |
| 参　　考　　書 | | | | |
| | | | | |
| 成　績　評　価　の　方　法 | | | | |
| (1)　貢献度（40%）　(2)　レポート（60%） | | | | |
| そ　　の　　他 | | | | |
| | | | | |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 論文演習Ⅱ | | | 2単位 | 野　田　　稔 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 2年 |

**授　業　の　概　要　・　目　的**

組織論を中心に，組織心理学，ヒューマンリソースマネジメント，人材開発論，消費者心理など，「人と経営にまつわる諸問題」に興味を持つ学生が集い，修士論文の完成を目指して相互に支援しあうゼミナールを開講する。各人は自らの興味のある分野での研究成果をあげるべく，個人的に努力を行うと共にゼミナールの他メンバーに対して積極的に協力することが強く求められる。論文演習の過程を通じて創造的組織運営の疑似体験が体験できることを二次的な目的とする。故にただ単に自らの論文作成に関してのみ注力するのではなく，チームメンバー全員が納得できる論文作成できることを組織目的としコラボレーションすることを参加条件とする。

**授　業　内　容**

各人が自らの論文テーマを持ち寄り，互いに共有するところからゼミナールは開始される。研究計画書の審査がゼミナール開始の第一歩である。授業の進行は各人の研究の進度にあわせ柔軟に運営されるが，基本的には相互の進捗報告と相互コーチングを繰り返すことになる。テーマと進捗にあわせ，適宜外部のアドバイザー（実務家，学識経験者など）を招聘し，ディスカッションを行う。なお，この様な際，自らのテーマと関連性が薄い場合でも出席することを義務とする。

**履修上の注意・準備学習の内容**

**教　科　書**

**参　考　書**

**成　績　評　価　の　方　法**

（1）　ゼミナール出席点（70％）　（2）　ゼミナールへの積極的な貢献（教員による主観評価）（30％）

**そ　の　他**

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 論文演習Ⅱ | | | 2単位 | 王　　京　穂 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

修士論文の作成のための指導を行う。ビジネスの実践応用問題などを中心にテーマを選定する。テーマ選定後，関連研究のサーベイをはじめ、体系的な理解と整理をした上に展開する。論文の形式は以下の４種類から選ぶ。

１）純粋理論型
　理論の構築を目的にする論文
２）実証研究型
　実際のデータやケースを利用して，理論・仮説を検証する論文
３）業務上の課題解決型
　職場等の業務上の課題の解決を目標とする論文
４）文献資料調査型

## 授　　業　　内　　容

―目指す論文の内容に応じて , 個別指導を行う。
―関連論文・書籍の講読、発表・ディスカッションを定期的に行う。
―論文・書籍は個別の事情に応じて指定する。

## 履修上の注意・準備学習の内容

## 教　　科　　書

特に指定しない

## 参　　考　　書

## 成　績　評　価　の　方　法

１）出席（20％）
２）発表内容（50％）
３）ディスカッション（30％）

## そ　　の　　他

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 論文演習Ⅱ | | | 2単位 | 青　井　倫　一 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 2年 |
| 授　業　の　概　要　・　目　的 | | | | |
| 履修者の修士論文のテーマを確定するために，各人テーマ案を提示して報告。それらを全員で検討・議論する。企業戦略に関する修士論文テーマなら対応できると思われる。 | | | | |
| 授　　業　　内　　容 | | | | |
| グループ討議の形態をとる。修士論文の対象分野に応じてサブゼミの形態をとることも考えているが、ゼミ生のテーマが前期でどう固まるかに依存する。 | | | | |
| 履修上の注意・準備学習の内容 | | | | |
| 面接が必要である。 | | | | |
| 教　　科　　書 | | | | |
| | | | | |
| 参　　考　　書 | | | | |
| | | | | |
| 成　績　評　価　の　方　法 | | | | |
| 出席 50% 討議参加　50% | | | | |
| そ　　の　　他 | | | | |
| | | | | |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 論文演習Ⅱ | | | 2単位 | 山　村　能　郎 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 2年 |

**授　業　の　概　要　・　目　的**

論文演習Ⅰに引き続き研究の方法について議論を重ねるとともに，研究作業を平行して行い，その成果についても定期的な報告を行う。最終的に研究成果をとりまとめる。

**授　　業　　内　　容**

論文演習Ⅰと同様に進めることになるが，主として研究遂行（作業）と成果のとりまとめが中心となる。最終的な成果については，論文力，分析力，成果の意義等が問われるので，その点について十分注意しながら成果をとりまとめる。

**履修上の注意・準備学習の内容**

**教　　科　　書**

**参　　考　　書**

**成　績　評　価　の　方　法**

1）　出席（50%）　（2）　研究成果（50%）

**そ　　の　　他**

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 論文演習Ⅱ | | | 2単位 | アンダーセン，ヘンリー |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

論文演習Ⅰを終了した段階で先端文献の研究が基本的に終わり，研究テーマの仮説検証の段階に入る。調査などを行い，その結果を分析することによって，自分の結論まで到達する（ビジネスプランの場合は違う段階がある）。後期の論文演習Ⅱでは全員で集まり，発表し合う授業もあれば，個別に面談することもあるが，後者の割合が高まる。なお，授業は基本的に英語で実施するが，ディスカッションなどでは日本語でも可能。教材は英語や日本語のものが配布される。

## 授　業　内　容

Students continuing from the first semester should have finished reading related research papers and have developed their own hypothesis for testing （business plans will have different steps and phases）. In this second semester, we will continue to meet as a group to share and constructively criticize results at the survey and analysis phase as well as at the conclusions phase. We will also meet individually more often to finalize the thesis or business plan.

## 履修上の注意・準備学習の内容

## 教　科　書

Reference documents will be distributed at each class.

## 参　考　書

## 成　績　評　価　の　方　法

Class attendance （30%）, progress on research （40%）, comments on others students' research （30%）.

## そ　の　他

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 論文演習Ⅱ | | | 2単位 | 冨　狭　　泰 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 2年 |

## 授　業　の　概　要　・　目　的

・論文演習 II の目的は、演習 I の成果を踏まえて論文を完成させることです。
・参加人数にもよりますが、後期は基本的に個人（あるいは少人数単位）での演習を中心に授業を進める予定です。進め方については、参加者個人の意見を参考にして決めます。
・演習日程は、個人単位（あるいは少人数単位）での演習の場合、隔週 1 回（90 分）を基本として、後期に 7 ～ 8 回行うことを想定しています。
・演習参加者は、前期に作成したロードマップに沿って夏休み中に論文の執筆を開始し、夏休み明け第 1 回目の演習時間には執筆内容について報告を行い、その後の執筆計画を含めて、教師とディスカッションを行えるよう準備してください。
・それ以後は、課題深耕のための研究方法と参考文献、文章等について教師と意見交換を行います。

## 授　　業　　内　　容

・演習参加者は教師に対して個別に執筆進捗状況と執筆内容に関する報告を行い、論点、参考文献、文章等に関する教師との意見交換を、執筆の参考にしてください。

## 履修上の注意・準備学習の内容

・論文演習 I から引き続いて通年での履修になります。
・夏休み中に論文を執筆し、後期第 1 回目の演習時には内容について演習担当教師とディスカッションが行える程度の草稿を作成することが求められます。

## 教　　科　　書

教科書は指定しません。

## 参　　考　　書

・各自の論文テーマに関する資料・論文・著作は、演習時に適宜紹介する予定です。

## 成　績　評　価　の　方　法

評価点の配分は以下のとおりです。
（1）　論文執筆状況の報告内容（20%）
（2）　論文内容（80%）

## そ　　の　　他

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 論文演習Ⅱ | | | 2単位 | 村　木　信　爾 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 2年 |
| 授　業　の　概　要　・　目　的 | | | | |
| 不動産に関連するテーマを中心に，修士論文作成のための指導を行う。 | | | | |
| 授　　業　　内　　容 | | | | |
| 各人の選択したテーマについての成果の取りまとめが中心となる。適宜報告を受け，アドバイスを行う。 | | | | |
| 履修上の注意・準備学習の内容 | | | | |
| | | | | |
| 教　　科　　書 | | | | |
| | | | | |
| 参　　考　　書 | | | | |
| | | | | |
| 成　績　評　価　の　方　法 | | | | |
| (1)　出席（50%）　(2)　レポート等（50%） | | | | |
| そ　　の　　他 | | | | |
| | | | | |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 論文演習Ⅱ | | | 2単位 | 下　村　英　紀 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 2年 |

| 授　業　の　概　要　・　目　的 |
|---|
| 修士論文の作成の指導を行う。租税法に関し各人の選定したテーマについて，研究を行い，論文を完成する。 |
| **授　業　内　容** |
| 演習において，各人が選定した論文のテーマについて，各人からその研究の進捗状況を報告・発表し，全員でディスカッションを行って，教員から必要な指導・助言をする。必要に応じ個別の相談・指導の機会を設ける。 |
| **履修上の注意・準備学習の内容** |
| |
| **教　科　書** |
| |
| **参　考　書** |
| |
| **成　績　評　価　の　方　法** |
| (1)　出席（30%）　(2)　発表・報告（40%）　(3)　議論への参加（30%） |
| **そ　の　他** |
| |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 論文演習Ⅱ | | | 2単位 | 小　林　　剛 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 2年 |

| 授　業　の　概　要　・　目　的 |
|---|
| 前期に引き続き、修士論文の完成を目指す。論文作成の進捗に合わせて発表を行い、参加者の意見を求めつつ、指導を行う。 |
| **授　　業　　内　　容** |
| 前期で確定した研究テーマの論文作成を行い、各自がスケジュールの従って論文の作成状況を発表する。発表者の論点、今後の課題に必要な資料等、論文の完成に必要な事項を議論する。 |
| **履修上の注意・準備学習の内容** |
| |
| **教　　科　　書** |
| |
| **参　　考　　書** |
| |
| **成　績　評　価　の　方　法** |
| （1）出席　30%<br>（2）発表　30%<br>（3）論文　40% |
| **そ　　の　　他** |
| 参加者は、研究テーマに情熱を持っていること、十分な資料を収集していること、収集した資料を十分理解しわがものとしていることが望ましい。 |

| 科　目　名 | | | 単位 | 担当教員名 |
|---|---|---|---|---|
| 論文演習Ⅱ | | | 2単位 | 本　田　光　宏 |
| 開講区分 | 後期 | 配当年次 | | 2年 |
| 授　業　の　概　要　・　目　的 | | | | |
| 前期に引き続き、本演習では、修士論文作成のための指導を行う。各人の論文作成の進捗を確認しつつ、年内の最終完成を目指す。 | | | | |
| 授　　業　　内　　容 | | | | |
| 各人から論文作成の状況を報告する。この報告について、参加者全員でディスカッションを行い、報告者はその内容を踏まえて論文内容に適宜反映させていく。論文の年内の最終完成に向けて、必要な事項についてディスカッションするとともに、必要に応じて個別の相談機会を設ける。 | | | | |
| 履修上の注意・準備学習の内容 | | | | |
| 報告者は報告の内容、配布資料等を事前に準備することが必要。 | | | | |
| 教　　科　　書 | | | | |
| | | | | |
| 参　　考　　書 | | | | |
| | | | | |
| 成　績　評　価　の　方　法 | | | | |
| (1) 議論への参加 (50%)、(2) 論文の作成 (50%) | | | | |
| そ　　の　　他 | | | | |
| | | | | |