

プログラム	NEXT 産業創造	必修・選択	必修	単位	—	時期	通期
科目群	基礎科目	科目名 (英文表記)	福知山経済事情 Fukuchiyama Economic Situation		教員名	亀井省吾	
概要	<p>学者のほか、活躍する行政、経営者、支援団体のマネージャーを講師に招き、オムニバス形式で広く北近畿の経済事情を学ぶ。行政の政策やスタートアップ企業の戦略、スタートアップの現状と課題について学ぶ。</p>						
目的・狙い	<p>福知山を含む北近畿地域が抱える課題とは何かを見出すことは、全国の地域が抱える課題とは何かを理解することに通じる。各界マネジメントのパースペクティブから捉えられた現状から、受講生各人が新規事業や起業を考えるに当たり、問題意識を明確化しどのような未来を描き、どのような課題を解決していきたいのかを考えるヒントを得ていくことを目的としている。</p>						
前提知識 (履修条件)	<p>組織におけるマネジメント経験があることが望ましい。</p>						
到達目標	<p>上位到達目標 自ら起業することを想定して各界のマネジメントのパースペクティブを獲得することで、新たな目で北近畿地域の現状から、課題を設定、その課題解決能力を獲得する。 最低到達目標 北近畿の現状を多角的な視野で理解する。自ら起業することを想定して問題意識を高める。</p>						
授業の形態	形態		実施	特徴・留意点			
	録画・対面混合授業		—				
	対面 授業	講義（双方向）	○	講演者とのディスカッションを実施。			
		実習・演習（個人）	—				
		実習・演習（グループ）	—				
	サテライト開講授業		—				
その他		—					
授業外の学習	<p>各講義の前に分野についての予習を行う。また、興味を持った課題についてはインターネットや書籍などで自己学習を進めていく。</p>						
授業の内容	<p>各回、オムニバス方式にてゲスト講師を招聘して実施する。1回(90分)講義につき、ゲスト講義の後、クラスディスカッションを実施する。 ・担当講師との質疑応答の時間があり、積極的な参加が望まれる。 *講師（オムニバス）の詳細が決定次第、Webにて適宜お知らせします。 *講義内容、日程は講師との調整により変更可能性がある。</p>						
授業の計画	回数	内容					
	第1回	<p>講師：井口 和起氏 福知山公立大学 学長 講義内容：「歴史から見る福知山」 講師：矢口 芳生氏 福知山公立大学 副学長 講義内容：「産学連携と持続可能な社会」</p>					
	第2回	<p>講師：塩見和之氏 福知山商工会議所 会頭 講義内容：「福知山経済と商工会議所の役割」 講師：西山周三氏 福知山産業支援センター センター長 講義内容：「事業承継への挑戦」</p>					
	第3回	<p>講師：宮垣 健生氏 但馬信用金庫 常勤理事 事業支援部長 講義内容：「進化する地域金融」</p>					
	第4回	<p>講師：井上 大輔氏 井上株式会社 代表取締役社長 講義内容：「組織変革と地域イノベーション」</p>					
	第5回	<p>講師：久保 世智氏 株式会社 Season 代表取締役社長 講義内容：「地域における6次産業化」 講師：吉岡 武郎氏 株式会社CALARS 代表取締役社長 講義内容：「地域における新たなウェディング」</p>					
	第6回	<p>講師：安部孝幸氏 株式会社京都銀行 観光・地域活性化室長 講義内容：「地方銀行と地域との関わり -公民連携の取組み-」</p>					
	第7回	<p>講師：木村 康宏氏 freee株式会社 執行役員 社会インフラ企画部長 講義内容：「スモールビジネスを世界の主役に」</p>					
	第8回	<p>講師：根岸 慶氏 Tigerspike株式会社 代表執行役 講義内容：「地域から世界へ -グローバル・デジタルイノベーター-」</p>					

教科書・教材	必要に応じて各講師から提示する。
参考図書	必要に応じて各講師から提示する。
成績評価	担当教員からのレポート課題 100%。 最低到達目標を基準に合否によって実施する。

プログラム	NEXT産業創造	必修・選択	選択	単位	—	学期	夏季
科目群	基礎科目	科目名	マーケティング特論			教員名	鈴木宏幸
		(英文表記)	Marketing				

概要	デジタル時代の本格到来やグローバル化の進展など著しい環境変化が進む今日、スタートアップにおいて、事業創造や顧客創造を成功に導くマーケティングは重要性が増している。本講義では、主にスタートアップに必要なマーケティングの視点・分析・検討留意点・策定等について、基本と本質を理解し、実際の課題解決に活用できる実践的な知見の修得を目指すものである。本講義では、マーケティングの本質的な意義や役割を修得するとともに、顧客視点に基づき、事業環境分析やマーケティング戦略をデザインすることを事例やミニケースも活用しながら学ぶ。加えて、最新のデジタルマーケティングについて入門的な理解を図る。						
目的・狙い	<p>スタートアップにおけるマーケティングの重要性や面白さを理解することで、視野を広げて目づ意味の深さを掘り下げる。課題解決に必要なマーケティングの基本的な概念を事例やミニケース討議を通じて学び、マーケティング思考力や課題解決力を練成して、実践的な知識やスキルを獲得することを目指す。そのため、本講義では実践的なマーケティングの知見を教授するとともに、それらを効果的に活用できるようなスキルを身に付けることを目標とする。修得できる主な知見・スキルは次の通りである。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. スタートアップに必要なマーケティングの構成論</li> <li>2. スタートアップに求められるマーケティングの要素や検討項目</li> <li>3. 仮説検証による事業創造/顧客開発の進め方</li> <li>4. デジタルマーケティングの基礎</li> </ol>						
前提知識 (履修条件)	<p>世の中の最新動向を踏まえた社会や市場に関心興味があること（特にデジタルマーケティングなど）。</p> <p>マーケティングについて、初歩的な知識を有していることが望ましい。</p> <p>マイクロソフトオフィスのExcel、Power Point（又は相当のソフトウェア）を使用できることが望ましい。</p>						
到達目標	上位到達目標						
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. スタートアップに求められるマーケティングの実践的な活動を行動に移すことが可能である。</li> <li>2. 実際の事業環境分析やマーケティング戦略のデザイン活動を行動に移すことが可能である。</li> <li>3. 仮説検証による事業創造/顧客開発を実際に進められるようなスキルを修得している。</li> </ol>						
到達目標	最低到達目標						
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. スタートアップに求められるマーケティングの重要要素を理解している。</li> <li>2. 事業環境分析やマーケティング戦略のデザインの概要を理解できている。</li> <li>3. 仮説検証による事業創造/顧客開発の重要ポイントや実際の進め方が理解できている。</li> </ol>						
授業の形態	形態		実施	特徴・留意点			
	録画・対面混合授業						
	対面授業	講義（双方向）	○				
		実習・演習（個人）	○				
		実習・演習（グループ）	○				
サテライト開講授業							
その他							
授業外の学習	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 予習：レジュメ（パワーポイント）を配布する。</li> <li>・ 復習：学んだ部分を中心に、自らが選定した企業について講義で扱った内容を反復する。</li> </ul>						
授業の内容	<p>近年におけるスタートアップでは、市場や顧客を獲得しつつ、マーケティング戦略展開するためには、デジタルマーケティングを含むリッチな顧客開発や商品をフィットさせた導入が不可欠である。この領域に関する知見があればこそ、内外の環境変化を俊敏に捉えて、需要や顧客ニーズを的確に把握し、ビジネスモデルを構築するが可能となる。本講義では、スタートアップに必要なマーケティングの視点・分析・検討留意点・策定等について、多様な手法やスキルを体系的かつ実践的にわかりやすく整理をしながら、事例等を通じて学びつつ、自らの検討演習を行う。加えて、グループ討議等を通じて、相互研鑽を図りながら、仮説検証を行う能力や洞察力を発揮できるスキルを修得を図る。グループ討議等では、チームごとに分かれ、講義で身につけたマーケティング的アプローチを活用しプレゼンテーションを実施する。</p>						
授業の計画	回数	内容					
	第1回	<p>「事業環境・顧客環境を認識把握する」</p> <p>・ 分析手法と基本フレームワーク等の理解修得</p>					
	第2回	課題提示とワークショップ発表					

	第 3 回	「イノベーションとマーケティングの展開」 ・イノベーションを伴うマーケティング戦略のデザインの理解修得
	第 4 回	課題提示とワークショップ発表
	第 5 回	「リーンローンチパッド」 ・仮説検証を繰り返しながら効率的なスタートアップ事業の立ち上げの理解修得
	第 6 回	課題提示とワークショップ発表
	第 7 回	「デジタルマーケティングの理解と活用」 ・デジタルマーケティングの基礎と実践事例による理解修得
	第 8 回	課題提示とワークショップ発表
教科書・教材	指定しない。	
参考図書	和田 充夫, 恩蔵 直人, 三浦 俊彦「マーケティング戦略 第5版」(有斐閣アルマ) 2016年12月 牧田 幸裕 「デジタルマーケティングの教科書」(東洋経済新報社) 2017年9月	
成績評価	積極的な授業参加、ディスカッションポイント(出席したことのみでは評価しない) 50%、 レポート 50%。 評価は最低到達目標を基準に可否にて実施する。	

プログラム	NEXT産業創造	必修・選択	選択	単位	—	学期	夏季
科目郡	基礎科目	科目名	地域マネジメント特論			教員名	板倉宏昭
		(英文表記)	Regional Management System				

概要	<p>地域ビジネスを考えるうえで、必要と考える考え方を解説し、基本的理解に重点を置く。経営に関する基本概念のうち、地域を巡る基本的な考え方を中心にまとめる。事例を取り入れながら客観的に解説し、現実の地域ビジネスにおいて経営学が果たす機能を具体的に理解する。</p> <p>また、実際の経営者を招待し、スタートアップに関する体験や専門的知識について説明していただく。</p>			
目的・狙い	<p>この授業では、経営学に関する基本的な概念を理解し、経営や地域ビジネスに関する関心を深める。経営学と地域ビジネスに関わる基本的な考え方を検討することで、これらの理論が、実務においてどのように有効か、実務に照らして検証する。</p>			
前提知識 (履修条件)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・特になし。</li> <li>・ケース討議には、積極的な取り組みが求められる。</li> </ul>			
到達目標	<p>上位到達目標</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・経営戦略や地域ビジネスに関して説明できる。</li> <li>・経営戦略と地域ビジネスが果たす機能を具体的に理解する。</li> <li>・事例について、経営戦略の基本的な考え方をを使って、企業戦略や事業戦略の策定や地域ビジネスの策定や実証分析を行うことができる。</li> </ul>			
	<p>最低到達目標</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・経営戦略や地域ビジネスへの関心を深める。</li> <li>・経営戦略と地域ビジネスに関する基本的な概念を理解し、説明できる。</li> <li>・地域ビジネスについて分析方法を理解する。</li> </ul>			
授業の形態	形態	実施	特徴・留意点	
	録画・対面混合授業			
	対面	講義（双方向）○	○	教科書にそって進める。解説、問題演習、ケース討議の順番で進める。ケースは、教科書のショートケースと実際の経営者のケースとする。
	授業	実習・演習（個人）	○	教科書の問題を用いる。
		実習・演習（グループ）	○	教科書のケースと実際の経営者のケースを用いる。
	サテライト開講授業			
	その他			
授業外の学習	<ul style="list-style-type: none"> <li>・予習：教科書を読む。教科書の問題集とケースを事前に解くことが望ましい。</li> <li>・復習：学んだ部分を中心に、教科書解説、教科書の問題、ケースを読み返す。</li> <li>・レポート、課題が指示された場合は、その課題に取り組み、期日までに報告すること。</li> </ul>			
授業の内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・企業経営・事業展開で必要とされる経営戦略の基本的理論構成とその体系、経営戦略構築、組織戦略を学ぶ。</li> <li>・地域ビジネスの構築・実行・評価のための枠組み・手法を修得する。</li> <li>・教科書を用いた解説、問題演習、ケース討議の順番で進める。</li> <li>・ケースは、教科書のショートケースと実際の経営者のケースを用いる。</li> <li>・地域企業に特徴的な家族経営について実際の起業家から学ぶ。</li> <li>・ITを利用した起業について実際の起業家から学ぶ。</li> </ul>			
授業の計画	回数	内容		
	第1回	<p>経営の基本視点</p> <p>経営学の意義（経営学の定義、企業活動と経営学・経営戦略） 米国の経営学・経営戦略論の流れ、経営学の性質、経営学上の人間観（限定された合理性）、企業の目標（利潤最大化説、複数目的説、ステークホルダー志向）、コストリーダーシップ戦略、差別化戦略、集中化戦略の3つの経営の基本戦略、競争優位性、市場と組織の競争優位の源泉、理念・ビジョン、経営戦略の構造、戦略の策定。</p>		
	第2回	<p>分析の手法</p> <p>経営学のデザイン志向、経営学のデザイン志向、ビジネスモデルデザイン（教科書 9.5）。3つの基本戦略（コストリーダーシップ戦略、差別化戦略、集中化戦略）。</p>		

	第 3 回	事例1 招待講師による講演 株式会社トーラス代表取締役 木村幹夫氏 日本全国の不動産登記にかかわる情報をWebで検索できるサービスなどで注目されている木村幹夫氏から起業、特に、ITを使った営業マーケティングについてのお話を伺う。
	第 4 回	事例1についての討議・グループ発表
	第 5 回	地域と経営 ・日本の経営（ネオ資本主義、生産システム、多能化、不完全な分業、知的熟練、双対原理、競争と日本企業）を米国や欧州の企業システムと比較して理解する。日本の企業システムを「ネオ資本主義」とも呼ぶ特徴を理解する。日本の経営の起源、今後の日本の経営、日本の経営のメリット、デメリットを理解し外国との経営システムとの比較に基づき今後の経営システムについて考える。 ・地域活性化の要因は何か。地域コミットメント、地域価値連鎖（バリューチェーン）、外部力（ヨソモノ）と内部力（ジモティ）の新結合、3S(サイト・スペシフィック・ストーリーテリング)、超産業化などについて学ぶ。
	第 6 回	地域ビジネスのケース 「高知県馬路村の柚子ビジネス」 「徳島県神山町のサテライトオフィス（神山バレー）」 などを予定している。
	第 7 回	事例2 招待講師による講演 アライオリーブ園主 荒井信雅氏 最高品質を目指した国産オリーブオイル作りを目指し、酸度0.1%以下という世界でも類をみない鮮度を保つエクストラバージンオリーブオイルの開発に成功。シンガポール、香港など海外への商品展開を家族経営で進めているお話を伺う。
	第 8 回	事例2についての討議・グループ発表
教科書・教材	板倉宏昭『新訂 経営学講義』勁草書房 2017年	
参考図書	板倉宏昭他『ネットワークが生み出す地域力』白桃書房 2008年 板倉宏昭他『アートゾーンデザイン地域価値創造戦略』同友館 2016年	
成績評価	グループレポート・発表 50%、個人レポート 50%	

プログラム	NEXT産業創造	必修・選択	選択	単位	—	学期	夏季
科目群	基礎科目	科目名	企業イノベーション特論			教員名	城 裕昭
		(英文表記)	Inovation				

概要	<p>今までのビジネスでは、企業が保有する経験やノウハウを前提に中長期の事業戦略を立案し、その戦略に基づいた個別・短期のアクションプランを実行するプロセスをとりながら継続的に成功事例を生み出してきた。しかしながら、先行き不透明なこの時代、中長期的な目標に基づいたビジネス遂行は困難になってきている。中長期戦略も一度立てたものを期間中は前提とするのではなく、外部環境の変化を捉えながら適宜見直しし、修正すべきところは素早く対応する必要がある。失敗と仮説検証を繰り返しながら成功に近づいていくこと、システム構築の手法でいう「ウォーターフォール」から「アジャイル」へと変わっていくべきである。</p> <p>本科目では、AIやロボティクス、DXなどを活用したイノベーション事例を紹介しながら、自分ごととして対応できる実践的手法について学修する。</p>							
目的・狙い	<p>本講義ではイノベーションの本質を理解する。世の中で言われている成功事例をあなたが何件か知ったところで、自社の状況は変わらない。突然の発見で0から100が生まれるのは偶然の産物であって、殆どあり得ない。現実には「新結合」の言葉が示すように、既に在るモノやコト同士を上手く結びつけることによって、イノベーションはかたちとなっていく。では既存事業の発展や新規事業立ち上げの際に、何をもとに何と組み合わせれば良いのだろうか。考えるべきは自社の現状、自社の強みである。自社が持つヒト・モノ・カネ・情報などの経営資源や知的資産など知財も合わせ、現状を理解しながら実際に絵を描いていくことが重要である。この8コマでは、新しい知識を増やしながら、ツールやフレームワークを活用して、イノベーションしていくための道筋を探っていく。</p>							
前提知識 (履修条件)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・経営戦略論、マーケティング、ファイナンスについて学んでいる。</li> <li>・PCのキーボード操作ができ、Excel・Word・Powerpoint の利用経験がある。</li> <li>・講義の際に各自のインターネットに接続するPCを持参できる。</li> </ul>							
到達目標	上位到達目標							
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・自社（或いは想定企業）の「経営デザインシート」を個人でまとめられる。</li> </ul>							
	最低到達目標							
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ケース企業の「経営デザインシート」をチームでまとめられる。</li> </ul>							
授業の形態	形態		実施	特徴・留意点				
	録画・対面混合授業							
	対面授業	講義（双方向）		○				
		実習・演習（個人）						
		実習・演習（グループ）		○	グループで提案書・資料をまとめる。			
	サテライト開講授業							
その他								
授業外の学習	<ul style="list-style-type: none"> <li>・講義時間内外で、ケース企業についての「経営デザインシート」をまとめる。</li> <li>・コミュニケーションツールを活用、チームディスカッションし、合意形成する。</li> </ul>							
授業の内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ヒト・モノ・カネ・情報の切り口から、新規ビジネスの企画を創る。</li> <li>・理解を深めるため、仮想企業（ケース）とツールを使いながらチームディスカッションを行う。</li> <li>・1チーム5名程度とし、複数のチームで討議する。</li> <li>・最終回、チームごとにプレゼンテーションを行う。</li> </ul>							
授業の計画	回数	内容						
	第1回	<b>【Business Model】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・経営戦略とビジネスモデル</li> <li>・知的資産経営と「経営デザインシート」</li> </ul>						
	第2回	<b>【Startup】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・リーンスタートアップとDX、グロースハック</li> <li>・チームビルディングとディスカッション【ワークショップ】</li> </ul>						
	第3回	<b>【Customer Experience I】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・外部講師：Tigerspike株式会社 代表執行役員 General Manager 根岸 慶氏</li> <li>・「実践CXアプローチ」-顧客体験を考える-【講義】</li> </ul>						

	第 4 回	<p>【Customer Experience II】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・外部講師：Tigerspike株式会社 代表執行役員 General Manager 根岸 慶 氏</li> <li>・「実践CXアプローチ」-顧客体験を考える- [ワークショップ]</li> </ul>
	第 5 回	<p>【Business Development I】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・外部講師：株式会社アクアビットスパイラルズ 代表取締役 Founder &amp; CEO 萩原 智啓 氏</li> <li>・「非接触型スマートシティでモノと情報・決済をつなぐOMOインフラ（仮）」 [講義]</li> </ul>
	第 6 回	<p>【Business Development II】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・外部講師：株式会社アクアビットスパイラルズ 代表取締役 Founder &amp; CEO 萩原 智啓 氏</li> <li>・「非接触型スマートシティでモノと情報・決済をつなぐOMOインフラ（仮）」 [ワークショップ]</li> </ul>
	第 7 回	<p>【Business Planning】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・事業計画、アクションプラン</li> <li>・経営指標と財務分析、BEP</li> </ul>
	第 8 回	<p>【Presentation】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・チームプレゼンテーション</li> <li>・質疑応答、講評</li> </ul>
教科書・教材		<ul style="list-style-type: none"> <li>・資料は適宜配布する</li> <li>各種フレームワーク資料、仮想企業（ケース）資料 など</li> </ul>
参考図書		<ul style="list-style-type: none"> <li>・『経営デザインシート作成テキスト 入門編』2019.06 内閣府知的財産戦略本部</li> <li>・『経営デザインシート作成テキスト 応用編』2019.06 内閣府知的財産戦略本部</li> <li>・『経営デザインシート 記載要領』2019.05 内閣府知的財産戦略本部</li> </ul>
成績評価		<ul style="list-style-type: none"> <li>・チーム評価：第8回のプレゼンテーションについて、チーム評価する。</li> <li>・個人評価：チーム内での積極的貢献を加点評価する。</li> <li>・3回以上の欠席は認めない。</li> </ul>



プログラム	NEXT産業創造	必修・選択	選択	単位	—	学期	夏季
科目群	基礎科目	科目名	ベンチャーファイナンス特論			教員名	三好祐輔/亀井省吾
		(英文表記)					

概要	<p>本講義の目標は、経営者の立場に必要なファイナンスの基礎を修得することである。企業が起業から事業成長する過程で、どのような資金調達手段があり、資金提供を受けるにはどのような要件を満たす必要があるかを学ぶ。本講義を通して、資金制約の中で企業価値最大化の目標を達成するために必要な方法を学ぶと共に、外部からの資金調達に関わる基本的な仕組みについて理解を深める。本講義前半では、ベンチャーキャピタル等のアントレプレナーに独特のファイナンスと、企業評価の手法等コーポレート・ファイナンスについて学び、後半では、SIBなどのソーシャルファイナンスやクラウドファンディングなど今日的手法を学ぶ。</p>			
目的・狙い	<p>企業価値経営とは、企業が経済的付加価値を生み資金提供者をはじめとする企業の利害関係者の満足度を高めることである。どのような経営戦略が企業価値を高めることになるかを考察する。受講者は、資本市場において企業価値がどのように決まるかの基礎について理解を深めるとともに、新たな資金調達方法を理解し運用できることを目指す。以上を踏まえ、本講義ではアントレプレナー・ファイナンスにおける様々な論点を概観し、基礎的素養を習得することを目的とする。</p>			
前提知識 (履修条件)	<p>企業価値、資本コストの計算など実施に際して使用するエクセル表計算ができる（自用PC持参）。 経営戦略に関する知識が、あることが望ましい。</p>			
到達目標	<p>上位到達目標</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>企業価値経営をファイナンスの観点から説明できる。</li> <li>企業価値経営に対するファイナンスが果たす役割を具体的に理解する。</li> <li>新たな資金調達方法を理解し運用できる。</li> </ul>			
	<p>最低到達目標</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ファイナンスへの関心を深める。</li> <li>企業価値経営とファイナンスに関する基本的な概念を理解し、説明できる。</li> <li>新たな資金調達方法を理解し説明できる。</li> </ul>			
授業の形態	形態		実施	特徴・留意点
	録画・対面混合授業			
	対面 授業	講義（双方向）	○	
		実習・演習（個人）		
		実習・演習（グループ）	○	
サテライト開講授業				
その他				
授業外の学習	<ul style="list-style-type: none"> <li>予習：レジュメ（パワーポイント）を配布する。</li> <li>復習：学んだ部分を中心に、自らが選定した企業について講義で扱った内容を反復する。</li> </ul>			
授業の内容	<p>企業の経営戦略や投資戦略において、リスクに見合ったリターンを獲得するためには、ファイナンスの知識の修得は不可欠である。この領域に関する知識がなければ、過度にリスク回避的になるか、あるいはリスクを負担し過ぎる行動に陥ることになる。本講義では、新規開業企業・ベンチャーやアントレプレナーシップ（企業家活動）が有するファイナンスに関する現代的意義と課題について考察する。そしてワークショップを通じて、具体的な事例を考察する能力や洞察を得るスキルを修得する。ワークショップでは、チームごとに分かれ、講義で学んだファイナンス的アプローチを活用しプレゼンテーションを実施する。</p>			
授業の計画	回数	内容		
	第1回	① ベンチャーファイナンス（VCと資本政策他） Key word: 資本コスト, IRR, Jカーブ		
	第2回	② 課題提示とワークショップ発表		
	第3回	③ 事業計画と企業価値（CAPM, DCF他） Key word: ベータ値, 割引現在価値, 成長率		
	第4回	④ 課題提示とワークショップ発表		
	第5回	⑤ 持続可能な地域社会を支えるファイナンスのあり方（ゲスト 細海真二氏：活水女子大学特任教授） PPP（官民連携）の概念、PFIとSIB（ソーシャルインパクト・ボンド）の比較		
第6回	⑥ 課題提示とワークショップ発表			

	第 7 回	⑦ クラウドファンディングと地域創生（ゲスト 板越ジョージ氏：クラファン株式会社 代表取締役） クラウドファンディングの基礎と地域創生事例
	第 8 回	⑧ 課題提示とワークショップ発表
教科書・教材	指定しない。	
参考図書	三好祐輔,「地域活性化のための処方箋」(九州大学出版会) 総302頁(単著),2019年11月 塚本一郎・金子郁容,「ソーシャルインパクト・ボンドとは何か」(ミネルヴァ書房) 総324頁,2016年11月	
成績評価	積極的な授業参加、ディスカッションポイント（出席したことのみでは評価しない）50%、レポート 50%。評価は最低到達目標を基準に合否にて実施する。	

プログラム	NEXT産業創造	必修・選択	選択	単位	—	学期	秋季
科目群	事例研究科目	科目名	実践事業デザイン特論			教員名	亀井省吾/鈴木宏幸 /城裕昭
		(英文表記)	Business Design				

概要	先端的な事業開発の事例（ケース）を研究する。授業前半は、事例を理解することを通じて、その業界における課題を認識し、その課題に挑む事業マネジメントを擬似経験する。ビジネス環境はどう変化しているか、ステークホルダーは誰か、ビジネスモデルはどうなっているか、ビジネスプロセス等を正しく把握した上で、どのような課題があるかを明確にする。授業後半は、その課題に対するソリューション（解）をチームで発案、検討し、結果をプレゼンテーションする。初回にチーム分けをするので受講者は必ず参加すること。							
目的・狙い	チームで先端事例(ケース)を多角的に検討する。ケースに書かれた内容を前提とするが、不足情報はチームで独自に収集する。仮説・検証の考え方が求められ、自分の考え方と他メンバーとの考え方に違いがあった場合に、なぜ自分は他メンバーと違う発想をしたかについて自省することが重要になる。チームとしてひとつの結論に至るだけでなく、チームメンバー全員がその結論に至った理由を同じように説明できることが求められる。最終回では、ストーリー化したプレゼンテーションを実施するが、そこでは、論理的説明と納得性が求められる。							
前提知識 (履修条件)	企業での仕事の経験、ビジネス経験があるのが望ましい。 各自のPCを持参でき、Excel・Word・Powerpointを使える。							
到達目標	上位到達目標							
	ビジネス課題を抽出し、その課題に対するソリューションを独自の視点で開発するだけでなく、ストーリー化してプレゼンテーションできる。							
	最低到達目標							
	ビジネスを分析するタスクのチームメンバーとして、チームに貢献できる。							
授業の形態	形態		実施	特徴・留意点				
	録画・対面混合授業							
	対 面 授 業	講義（双方向）		○				
		実習・演習（個人）						
		実習・演習（グループ）		○	与えられたケースをチームで集中的に取り組む。			
	サテライト開講授業							
その他								
授業外の学習	ケースについて、情報収集・分析・プレゼンテーション準備など、必要な事前個人活動を行う。 コミュニケーションツール（チャットワーク、Zoom）を活用した自主的なチームディスカッション活動は必須。							
授業の内容	1) オリエンテーション・講義・ゲスト講義（2コマ）。 2) 講義・チーム討論・クラス討論（4コマ）。 3) チーム発表、クラス討論、講評（2コマ）。							
授業の計画	回数	内容						
	第1回	オリエンテーション、ケース配布、講義、チーム分け						
	第2回	チーム討論、コア・ミーティング						
	第3回	ゲスト講義、質疑応答						
	第4回	チーム討論、クラス討論						
	第5回	チーム討論						
	第6回	チーム討論、コア・ミーティング						
	第7回	チーム発表、クラス討論						
	第8回	チーム発表、クラス討論、講評						

教科書・教材	教科書は特に指定しない。 ケース論文、関連資料は配布する。
参考図書	必要に応じて指示する。
成績評価	ケースのチーム発表（チームとして評価するが、個人の役割・貢献を加味することがある）（60%）、 個人活動内容（25%）、クラス議論での参画度合（15%）。 評価は最低到達目標を基準に合否決定する。

プログラム	NEXT産業創造	必修・選択	選択	単位	—	学期	冬季
科目群	PBL型科目	科目名	実践事業創造特論			教員名	亀井省吾/鈴木宏幸 /城裕昭ほか
		(英文表記)	Project Based Learning				

概要	<p>新規事業を開発してスタートアップを立ち上げるための研鑽錬成として、基礎科目における知識とスキルの修得を成し、実践事業デザイン要論における事例研究型の演習に基づくチーム学習アウトプットを踏まえた上で、実際の事業を成功に導くためには、経験及び業務遂行能力が必要である。</p> <p>当科目では、本プログラムの最終段階として、現実の課題に対する課題解決やソリューションを具現化すべく事業開発のプロジェクトを実行する。プロジェクトを体験することで、知識・スキルの活用経験を蓄積し、実際に活用できるように錬成を重ねるために、PBL(Project Based Learning)型の演習授業を行う。</p>			
目的・狙い	<p>当科目の履修段階では、以下の知識・スキル・経験等を有していることが想定・期待される。</p> <p>(1)本プログラム受講前から既に有している知識・スキル・経験  (2)講義・演習型の基礎科目で修得した知識・スキルと対象領域の現状・課題等  (3)事例研究型科目で学んだ事業開発手法</p> <p>これらの知識・スキル・経験等を活用・駆使して、PBL型のプロジェクト演習を行うことで、スタートアップの高度人材に期待される経験及び業務遂行能力を獲得することを目的とする。</p>			
前提知識 (履修条件)	<ul style="list-style-type: none"> <li>基礎科目を修了していること。</li> <li>事例研究型授業（実践事業デザイン特論）を修了していること。</li> </ul>			
到達目標	<b>上位到達目標</b> 1. スタートアップあるいはイントラプレナーとしての新規事業におけるブレアリーステージとして、実践的で即戦的なビジネスプランが策定できているレベル。 2. スタートアップあるいはイントラプレナーとしての新規事業における課題解決・事業開発の提案から遂行に関する各種の業務を牽引することができ、スタートアップに向けて関係者を指導することができるレベル。			
	<b>最低到達目標</b> 1. スタートアップあるいはイントラプレナーとしての新規事業における具体的なビジネスプランが策定できているレベル。 2. スタートアップあるいはイントラプレナーとしての新規事業における課題解決・事業開発の提案から遂行に関する各種の業務を適切に理解して実行できるレベル。			
授業の形態	形態		実施	特徴・留意点
	録画・対面混合授業		—	
	対面授業	講義（双方向）	○	PBL(Project Based Learning)型の演習授業を行う。
		実習・演習（個人）	○	フィールドワークも含めたPBL型の演習授業に取り組む。
		実習・演習（グループ）	○	フィールドワークも含めたPBL型の演習授業に取り組む。
	サテライト開講授業		—	
その他		—		
授業外の学習	授業活動に必要なとされる事前学修、またメンバーに分担された活動中の課題作業(調査、プログラミング、ドキュメント作成等)を行う。フィールドワークを行う。			
授業の内容	原則として、8週間以上の活動を計画的に行う。 月1回のコアミーティング（教員報告）を適切に行うこと。 尚、中間時には講師陣等によるレビューを実施し、最終成果については、発表会にてのプレゼンテーションを実施する。			
成績評価	コアミーティング報告 (50%) 最終成果発表 (50%)。評価は合否にて実施する。			