



2012

講 義 要 綱

— 平成 24 年度 —



講義要綱



目次

講義内容

1. 修士課程

- (1) 基礎科目 4
- (2) 専門科目 8
- (3) 自由科目 31
- (4) 総合演習科目 34
- (5) 特殊講義 35
- (6) 演習 42

2. 後期博士課程

- (1) 専門科目 43
- (2) 自由科目 49
- (3) 特別実習・特別演習 50

大学院経営管理研究科カリキュラム

(開設科目・内容・担当者等は一部変更することがある)

■ 修士課程 2012年度開講予定科目

学期	1学期 (春学期)	2学期 (秋学期前半)	3学期 (秋学期後半)
基礎科目	会計管理 山根・太田・村上 経営科学 林・安道 組織マネジメント 清水・大藪 マーケティング 池尾・井上	経済・社会・企業 田中・中村 財務管理 小幡・高橋・齋藤 生産政策 河野・坂爪	総合経営 小林・磯辺・岡田
専門科目	企業家論 八木 技術戦略の経済学 姉川 グローバル・イノベーション 浅川 グローバル戦略経営論 磯辺 経営管理会計 横田 経済性分析 河野・稲田 経済理論Ⅰ 姉川・川村 国際財務管理 小幡・高橋・張 集中企業研究 三富・磯辺・村上 新事業創造体験 山根・岡田 生産マネジメント 坂爪 戦略コンサルティング 小林・岡田 日本証券市場論 岩永 ヘルスケアポリシー 田中 ベンチャーキャピタリスト養成Ⅰ 村口 マーケティング戦略 余田 マネジリアル・エコノミクス 大林 流通論 余田 経営プロジェクト※	医療経済学 姉川 経営再建論 許斐 経営史 平井 経営法学Ⅰ 井原 経済理論Ⅱ 東 市場競争と戦略 姉川・山本 ネットワーク・リーダーシップ 高木・高田 ベンチャーキャピタリスト養成Ⅱ 村口 マネジメント・コントロール 山根 リスクマネジメントと危機管理 指田 不確実性と組織のマネジメント 清水 *ロジスティクス論 プラート *応用計量分析 安道 *企業戦略における技術と社会的インパクト 岡田 *多国籍組織・戦略 浅川 *日本における会計管理 太田 グランド・デザイン・プロジェクト1 姉川・渡辺	アントルプレナー戦略 高木 企業倫理 梅津 競争戦略論 小林 金融機関経営 齋藤 経営革新 網野 経営法学Ⅱ 一色 決定分析 林 財務報告分析 太田 財務理論 高橋 産業経済分析:ライフサイエンス産業 中村 市場戦略論 池尾 消費者行動 坂下 人的資源戦略 大藪 ストレス・マネジメント 渡辺 生産システム設計論 河野 タックス・プランニング 村上 ビジネス統計 安道 マーケティング・コミュニケーション論 井上 *応用計量分析 安道 *経営戦略におけるアントルプレナーシップ 須賀 *日本における財務管理 小幡・張 *日本における生産管理 柿内 *日本におけるマーケティング 坂下 *日本の経営環境 中村 グランド・デザイン・プロジェクト2 姉川・渡辺
自由科目	統計学入門 山下 アジアビジネス・フィールドスタディ 小幡・張 英語ビジネスコミュニケーション 定森	ケースメソッド教授法 高木・竹内 国際経済と新興ビジネス 姉川・ロイ 経営実務講座 河野・磯辺	情報と意思決定 大林
総合演習科目		ビジネス・ゲーム 許斐・岡田	
特殊講義・演習	会計管理特殊講義 太田・村上 経営環境特殊講義 姉川・田中・中村 経営政策特殊講義 磯辺・小林・岡田 財務管理特殊講義 小幡・高橋 人的資源管理特殊講義 大藪 生産政策特殊講義 河野・坂爪 組織行動特殊講義 高木・渡辺 組織・戦略特殊講義 浅川・清水 マーケティング特殊講義 池尾・井上・余田・坂下 マネジメント・コントロール特殊講義 山根 マネジリアル・エコノミクス特殊講義 大林・林・安道	会計管理演習 太田・村上 経営環境演習 姉川・田中・中村 経営政策演習 磯辺・小林・岡田 財務管理演習 小幡・高橋 人的資源管理演習 大藪 生産政策演習 河野・坂爪 組織行動演習 高木・渡辺 組織・戦略演習 浅川・清水 マーケティング演習 池尾・井上・余田・坂下 マネジメント・コントロール演習 山根 マネジリアル・エコノミクス演習 大林・林・安道	

*経営プロジェクトは随時開講する。担当教員は必要に応じて決定。

*と表記のある科目は英語で開講する。

■博士課程 2012年度開講予定科目

学期	春学期	秋学期		
専門科目	意思決定特論 会計管理特論 企業戦略特論 計量分析特論 産業組織特論 消費者行動特論 生産管理特論 生産経営特論 組織行動特論 多国籍組織戦略特論 マーケティング理論特論	大林 山根 太田 磯辺・小林 林 姉川 池尾 河野 坂爪 高木 浅川 井上	経営科学特論 経営環境特論 経営政策特論 産業経済分析特論 人的資源特論 組織心理学特論 組織戦略特論 流通経営特論	安道 田中 岡田 中村 高木 渡辺 清水 余田
自由科目	研究方法特論	渡辺 ケースメソッド教授法特論	高木・竹内	
特別実習	会計特別実習 経営環境特別実習 生産政策特別実習 総合経営政策特別実習 組織行動特別実習 マーケティング特別実習 マネジリアル・エコノミクス特別実習	太田・山根 姉川・田中・中村 河野・坂爪 磯辺・小林 浅川・清水・高木・渡辺 池尾・井上・余田 大林・林	会計特別実習 経営環境特別実習 生産政策特別実習 総合経営政策特別実習 組織行動特別実習 マーケティング特別実習 マネジリアル・エコノミクス特別実習	太田・山根 姉川・田中・中村 河野・坂爪 磯辺・小林 浅川・清水・高木・渡辺 池尾・井上・余田 大林・林
特別演習	経営管理特別演習1 経営管理特別演習2	太田・山根・姉川・田中・中村・河野・坂爪・磯辺・小林・浅川・清水・高木・渡辺・池尾・井上・余田・大林・林		

修士課程

(開設科目・内容・担当者等の一部変更することがある)

基礎科目

■ 会計管理 (Accounting and Control)

1 学期 4 単位

教授 太田 康広

教授 山根 節

准教授 村上裕太郎

ねらい：経営の計数管理に不可欠な会計情報について、その基礎知識および分析能力を養う。このコースの約半分は企業会計のしくみを理解することにあて、約半分はこの分野の後続の諸科目で扱われるテーマの中から基礎的・一般的な部分を取り上げて、経営管理プロセスと会計情報との関係について見通しを得させる。

主な内容：会計情報の役立ちとその限界、企業資本計算の構造、損益計算書と貸借対照表、複式簿記の仕組み、株式会社の財務諸表、棚卸資産会計、固定資産と減価償却、財務比率分析、連結会計の仕組み、基礎的な原価会計、利益と資金の計画および分析、意思決定のためのコスト・利益分析、業績管理のための会計、…など。

■ 経営科学 (Management Science)

1 学期 4 単位

教授 林 高樹

准教授 安道 知寛

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、(i) 意思決定を行う上でのベースとなる数値計算や定量分析の具体的な方法論、および合理的な意思決定の方法論、さらには、(ii) (i) で学んだ方法論を実際に応用し意思決定を行う総合演習から構成されている。本科目の前半においては、特に(i)を学ぶことになる。取り上げられる具体的な方法論としては、確率・統計、シミュレーション、線形計画法、デシジョン・ツリーなどである。PCの活用方法についても学ぶ。後半における主要なテーマは、ゲーム理論に基づいた戦略的意思決定である。これは、自分にとって最善の選択が、他者の選択によって左右される状況における意思決定である。そのような状況では他者の行動を予想することが、質の高い意思決定をする上で重要となる。さらに、現実の複雑な状況における意思決定を問う総合演習(ii)が行われる。

■ 経済・社会・企業 (Business, Economy and Society)

2 学期 4 単位

教授 田中 滋

教授 中村 洋

企業をはじめとするさまざまな組織のリーダーを目指す者にとって、社会と経済を的確に理解する力は不可欠であろう。具体的には、市場機能(生産物市場・労働市場・金融市場)、マクロ経済(国内・国際)、政府および公益セクターの役割、そしてそれらと企業・組織のかかわり方などがあげられる。こうした内容を学ぶため、この授業は以下のモジュールによって構成されている。

第1は「環境問題と経営」である。今や世界の潮流である地球環境問題への対応をはじめ、各種の環境

問題に対する企業・組織経営のあり方について議論を行う。

第2は「外部環境変化と経営」である。規制改革、企業の社会的責任に対する注目の高まり、技術変革など、企業その他の組織を取り巻く外部環境は大きく変化している。それらの変化に対する理解を深めるとともに、企業・組織経営のあり方を探る。

第3は「社会問題」である。市場セクター・政府・公益セクターがもつ機能と相互関係を把握し、自助・公助・共助・互助がいかに組み合わせられて現代社会の安定を保つ働きをしているのかを理解する。テーマとしては、年金や介護等をめぐる社会保障制度、および少子化問題等を取り上げる。

第4は「マクロ経済」である。ここでは20世紀後半以降の日本経済の変遷や、2007年後半以降の米国発の同時不況、さらに国際的な金融問題などを分析するとともに、経済政策(金融・財政政策ほか)の目的・手法と成果を学んでいく。

本科目の授業方法としては、ケースメソッド方式および文献・資料に基づく討論方式を採用する。必要に応じて講義による解説を加える場合もある。なおこの科目は経済学を分析方法として用いるため、学生が経済理論I、IIの内容を理解していることを前提とする。

■ 財務管理 (Financial Management)

2学期 4単位

准教授 小幡 績

准教授 高橋 大志

准教授 齋藤 卓爾

株主・債権者等さまざまな利害関係者の存在する企業が資本市場において直面する問題について、常に代替案を考慮しながら意思決定を行う能力を身につけるのがこのコースの目的である。

ファイナンスで用いる最低限の数学、割引現在価値法、リスク管理、事業の多角化や、企業買収、倒産などについて学ぶ。その際、単にツールを学ぶのではなく、このような手法の現実の意志決定における応用とその限界について討議を行い、資金調達、投資、利益の配分、といった各局面における問題が、企業経営全体の問題とどのように関連しているかという視点で、討論を行う。授業の大半はケースディスカッションで行われる。

■ 生産政策 (Production Policy)

2学期 4単位

教授 河野 宏和

教授 坂爪 裕

本コースでは、企業活動において製品やサービスを提供する「生産・供給機能」とそのためのオペレーションに焦点を当て、

- (1) 生産・供給機能が果たすべき役割に関する基本的な理解
- (2) オペレーションに内在する課題を発見・分析・改善する視点
- (3) 「生産・供給機能」分野における主要な経営課題と意思決定問題に関する分析・判断能力を講義・演習・工場見学・ケース分析を通じて習得する。

本コースでカバーされる主な内容(問題領域)は以下の通りである。

- A. 生産管理を中心としたオペレーション・レベルの問題領域
 1. 作業管理と設備管理
 2. 生産計画と日程管理
 3. 品質管理
 4. オペレーション・プロセスの分析・改善・設計、など

B. 生産政策レベルの問題領域

1. 生産システムの改善とその効果
2. 新製品の導入と生産設備投資
3. 自動化への対応と情報システムの革新
4. 営業政策・財務政策と生産部門の役割
5. トータル・サプライ・プロセスの設計と改善
6. 改善活動のマネジメント
7. 生産革新と企業体質
8. 国際生産政策における諸問題、など

■ 総合経営 (General Management)

3学期 4単位

教授 磯辺 剛彦

教授 小林喜一郎

准教授 岡田 正大

本コースでは、企業の経営政策・戦略(BPS : Business Policy and Strategy)上の諸課題について、企業として好業績(Above average return)を達成していくためには何をしなくてはならないのかという前提のもと、トップ・マネジメントの視点に立って戦略的な企業経営のロジックを学習し、状況分析に基づいて具体的な戦略立案並びに実行を指揮するための訓練を行うことにその狙いがある。

21世紀を迎えて企業を取り巻く競争環境も大きく変化している。ITの進展・普及、規制緩和、プレマーケット競争、業界垣根の崩壊、ナレッジを中心とした社会への転換、といった変化は、新しい業界の定義、競争ルールの構築、という課題を企業経営にもたらしている。その意味では、時代の変革期にあつていかにして業界構造並びに企業の競争優位性を構築していくかを考えるコースでもある。

以上をカバーするケースの内容として、

- 1) コーポレートレベル戦略および事業レベル戦略
 - ・ 企業の経営理念と経営者の役割
 - ・ 事業ミッションとドメイン定義
 - ・ 企業外部環境と内部資源分析(含むSWOT)
 - ・ グローバル戦略
 - ・ コア・コンピタンスと経営資源蓄積・調達・育成
 - ・ 資源配分戦略
 - ・ 組織と戦略の整合性
 - ・ 戦略策定における定量的分析多角化の類型と方法論
 - ・ 産業組織論的分析視覚に立った業界構造分析の基本
(5つの競争要因分析、国の競争優位)
 - ・ 業界構造に対応した基本戦略(差別化、コスト、フォーカス他)
 - ・ 業界の収益性を規定する要因の分析(参入・撤退障壁、移動障壁と戦略グループ)
 - ・ 事業レベルでの競争戦略
 - ・ 戦略の実行上の課題(Implementation)等
- 2) イシューオリエンテッドなテーマ
 - ・ ネット経済下での競争戦略
 - ・ ITの産業へのインパクトとバリューチェーンへの影響
 - ・ バイオテクノロジー

- ・ コーポレートガバナンス 等

3) 対象となる組織形態

- ・ 大企業とベンチャービジネス
- ・ NPO・NGO
- ・ 製造業、サービス業

を予定している。

■ 組織マネジメント (Organization and Human Management)

1 学期 4 単位

教授 清水 勝彦

専任講師 大藪 毅

企業経営の根幹をなすのは組織と人間である。組織と人間は経営の原点であり、それをいかにマネジメントするかが、いかなる時代にあっても経営の基本問題として存在する。本授業では、組織および人間行動の基本を学ぶとともに、個人の行動がいかに組織の力動と関連しているかについて理解する。さらには、個人の行動と組織の力動に影響を及ぼすことのできるスキルを獲得して、経営のための意思決定とアクションに用いることを学ぶ。また、組織をとりまく外部環境や戦略とのかかわりについても学ぶ。

具体的な目標は、(1)マネジメントに必要な、組織と人間に関する基礎的な理論を理解し、人とともに働き、人を管理するときに必ず発生する課題の構造を理解すること、(2)組織上の問題の原因を分析する力と解決に必要な判断力・実行力を高めること、(3)組織と人間の活動成果についての考え方を身につけ、それを高める方法を学習すること、そして(4)多様な外部環境の中での組織と戦略のあり方について理解を深めること、である。

■ マーケティング (Marketing)

1 学期 4 単位

教授 池尾 恭一

教授 井上 哲浩

本科目では、マーケティング・ミックスを中心としたマーケティング・マネジメントを学習する。主な内容は次の通りである。

- (1) 序論：マーケティング・コンセプトおよびマーケティング・マネジメントの領域と特徴に関する理解を図る。
- (2) マーケティング環境分析：マーケティング意思決定の前提として、環境要因分析、なかでも消費者の行動分析と需要予測、並びに競争分析と当該企業の経営資源分析などを学ぶ。
- (3) マーケティング各論：企業が利用しうるマーケティング諸手段の分析・検討を行う。

イ) 製品政策	ハ) 流通チャネル政策
ロ) 価格政策	ニ) プロモーション政策
- (4) マーケティング戦略形成：企業目的の可及的達成を目標に、以上のマーケティング諸手段を、いかに総合的に組み合わせ、環境への創造的な適応を図るかを検討する。

✂ 専門科目

■アントルプレナー戦略 (Entrepreneurial Strategy)

3学期 2単位

教授 高木 晴夫

アントルプレナー(起業家)は、起業した会社で、どのようなリーダーシップを発揮して人々を動かし、有効な組織としていくべきか。この科目は、その考え方、スキル、知識、価値観について授業を行う。多くのベンチャー会社は、起業家の創造したビジネスの核と熱い情熱で開始されるが、ややもすると起業家の想いだけが空回りし、組織は勢いを失っていく。一方で、豊かで戦略的なリーダーシップの発揮が続くと、会社は成長を続け、大きな社会的貢献を実現する。この科目では、ケースメソッド授業を通して、起業家が発揮すべきリーダーシップ戦略と組織戦略を学ぶ。

■医療経済学 (Health Economics)

2学期 2単位

教授 姉川 知史

医療は、国民の生死、健康にかかわる重要な課題である。医療市場は先進各国でGDPの10%を超える規模であり、巨大かつ多くの関係者がかかわる複雑なシステムである。ところが、医療には多様な利害の対立、マネジメントの課題が多く、制度設計が迫られている。このような医療の現状分析、評価、解決において医療に関する科目の充実が世界的に進んでいる。そこでは経済学が重要な役割をはたす。この科目では、医療経済学を基礎にして、医療に関する経済学分析を概観し、医療の政策とマネジメントに応用する方法を検討する。

科目を2つの柱で構成する。第1は、下記の題材を中心に、講義を行う。第2は、プロジェクト研究を行う。そこでは医療における特定の具体的題材を取り上げ、学生チーム単位に調査研究し、外部専門家の講演と助言を組み合わせ、具体的提言を行う。プロジェクト課題は、地域医療、病院管理、医療技術、高齢者医療等の多様な領域から選択する。

授業の題材

1. 医療システムの概要：資金循環
2. 医療サービスの経済的評価の方法と実証：CBA、Conjoint、Hedonic Pricing、WTP、QALY
3. 情報と医療：情報の不確実性、Principal agent, Moral hazard, Asymmetry
4. 医療保険：公的保険と私的保険
5. 医療の価格：診療報酬
6. 人的資源：医師、看護師、技師、その他の人的教育と労働市場
7. 物的資源：設備投資と資金調達
8. 社会的共通資本
9. 規制とマネジメント
10. 人口、高齢化、地域の経済学
11. マクロ経済学と医療
12. 医療費の経済分析
13. 医療と技術
14. 医療の関連産業：医療機器
15. 医療の関連産業：医薬品 1
16. 医療の関連産業：医薬品 2
17. 医療の関連産業：医薬品 3
18. 国際比較1 先進国

19. 国際比較2 開発途上国

20. 幸福の計量経済学

教材：各種文献のパッケージ教材

対象：経済理論I、統計的方法論Iの履修者、あるいはそれに準じる理解

なお、本科目は医学研究科の選択科目でもある。

科目の詳しい説明については、講師HP (<http://labs.kbs.keio.ac.jp/anegawalab/index.html>)を参照のこと。

■ 応用統計学 (Applied Statistics)

(休 講)

■ 企業家論 (Issues on Entrepreneurship)

DKB KBS チェアシップ基金寄附講座

1学期 2単位

特任准教授(非常勤) 八木陽一郎

本講義の中心的なテーマは組織開発です。これは、人々を組織し、その組織を活用する全ての企業家にとって組織を開発することは根本的な経営課題の1つと言えるからです。

組織をよりよいものへと開発するための様々な知見と具体的な試みは、組織行動論を理論的な基礎としながら、特に90年代以降、ポジティブ心理学や社会構成主義の影響も受けつつ体系化と改良がなされ、実務においても多くの役立ちを示しつつあります。

最近は特に、従業員の創造性をいかに高めるか、組織内外の協働をいかに促進するか、組織コミットメントをいかに高めるか、従業員の主体性を尊重した組織変革はどのように可能であるか、ポジティブで柔軟な組織文化はどのように生み出せるのか、といった経営課題に組織開発の手法が用いられ成果をあげた事例が数多く報告されるようになりました。

本講義では、組織開発の理論的な理解と実践力の涵養、この2つを目標とします。このため、講義や事例紹介、ケースディスカッションに加え、実践的な組織開発のワークショップも行います。

本講義には全体としての大テーマと、各セッションごとに配置されるいくつかのキーワードがあります。全体としての大テーマは、内省と対話による組織開発の理論と実践です。キーワードは以下の通りです。

1) 情報化社会と組織開発 2) 集団浅慮 3) 自己組織化 4) ポジティブ心理学 5) 信頼 6) ピグマリオン効果 7) 対話と場 8) 内省とU理論 9) 社会構成主義 10) 人と組織のフラクタル性 11) 組織コミットメント 12) アプリシエイティブ・インクワイアリー 13) システム思考 14) シナリオ・プランニング 15) オープン・スペース・テクノロジー 16) ワールド・カフェ
なお、各セッションの内容や配列は、受講者の関心やクラスの進み具合を見ながら一部変更することがあります。

■ 企業経済論 (Business Economics)

(休 講)

■ 企業倫理 (Business Ethics)

3学期 2単位

商学部 准教授 梅津 光弘

不祥事の報道が跡を断たない昨今、日本の企業人には明確な企業社会責任の自覚と経営理念の確立が要

請されている。この科目では、近年アメリカを中心に急成長してきた“Business Ethics(企業倫理学・経営倫理学)”という新学問領域の立場から、企業経営にかかわる種々の課題事項を法、倫理、経営理念といった広い意味での規範との関係から分析・考察していきたい。

はじめに倫理理論の概説をした後、具体的な事例を取り上げていくが、コーポレート・ガバナンスやコンプライアンスと企業倫理の関係、NGO、NPOを含む多様なステイクホルダーとの協調、リスクマネジメントや広報としての企業倫理の役割、ISO、ILO、OECD、UNなどの国際機関における最新動向、企業倫理の認証・格付けシステムと社会的責任投資など広く経営社会政策論のトピックスにもふれていきたいと考えている。

■ 技術経営論 (Management of Technology)

(休 講)

■ 技術戦略の経済学 (Economics of Technology Management)

1学期 2単位

教授 姉川 知史

本科目では技術と経営の関係を「テクノロジー・マネジメント」、「イノベーション・マネジメント」として、網羅的、俯瞰的に検討する。ここでは「経済学」と「マネジメント」を分析方法として強調する。また、企業、市場、研究者、政府の関わる「ミクロ的側面」と「マクロ的側面」の双方を強調する。

「テクノロジー」や「イノベーション」は、狭義のエンジニアリング領域に限定せずに、社会的・制度的工夫を含めて広義に用いる。また、「マネジメント」を企業のそれに限定せず、政府、非営利組織、個人の行うマネジメントも含める。

「ミクロ的側面」では、個別主体の研究開発、財・サービスの企画・設計、生産、供給に関わる「マネジメント」を検討する。そこでは財務、会計、マーケティング、組織管理、人的資源管理、法務・知的財産管理、研究開発管理、企画・設計、生産といった多様なマネジメント領域が、どのように関与するかを展望する。

さらに、「マクロ的側面」では、経済成長、人口動態、需要、技術進歩、科学・技術政策、市場・企業システム、社会資本等の影響を強調する。

本年度は、次の点を強調する。第1は、2011年の東日本大震災が提起した技術と経営の問題を重視する。エネルギー、原子力発電、農業、水産業、医療、情報の題材をとりあげる。

第2は、参加者によるプロジェクトを実施する。例えば、「エネルギー資源の節約と廃棄物のリサイクルを都市単位で実現するスマート・シティー構想の比較研究」といった具体的プロジェクト課題を設定し、それを8セッションほどかけて、学生チームによって分析し、具体的提言を行う。

本科目は、経営管理研究科、理工学研究科、医学研究科学生対象の授業である。科目の詳しい説明については、講師HP (<http://labs.kbs.keio.ac.jp/anegawalab/index.html>) を参照のこと。

■ 競争戦略論 (Competitive Strategy)

3学期 2単位

教授 小林喜一郎

企業は様々な局面で競争戦略を展開している。特に近年ではその競争構造が複雑化し、企業対企業というレベルではとても競争実態を把握することが難しくなってきた。

例えばある事業では激しく競争しながら、他方では連携するというような錯綜した現象も見られるようになってきた。このことは業界あるいは戦略の分析単位の再考、という新しい課題をもたらしている。

そこで本コースでは企業戦略・競争戦略に関する理論を学ぶことによってその理解を深め、より有効な戦略策定・実行を行うためのポイントを把握することをその目的とする。

具体的には①経営戦略・競争戦略とは何か、②企業レベルの戦略と事業レベルの戦略、③多角化と競争、④経営資源と競争、⑤イノベーションのマネジメント、⑥戦略ドメインの設定方法、といった切り口をもとに、戦略に関する書籍・論文輪読、講義、ケースディスカッション、授業内講演、を行う。

■ 金融機関経営—企業金融—

(Management of Financial Institutions —Corporate Finance—)

3学期 2単位

准教授 齋藤 卓爾

このクラスでは、企業経営者・財務担当者、あるいは財務アドバイザーに不可欠な企業財務（コーポレート・ファイナンス）に関する理論と実践的な知識を身につけることを目指す。（科目名は「金融機関経営」だが、内容はコーポレート・ファイナンス、企業財務であることに留意。）具体的には資本構成、株主還元政策、株式公開、M&A、株主構成、取締役会などについて講義とケースを通して検討する。成績評価は、授業の出席状況、ケースなどのクラスディスカッションへの貢献度、小テスト、レポートなどに基づいて行う。

■ グランド・デザイン・プロジェクト1 (Grand Design Project1)

2学期 2単位

■ グランド・デザイン・プロジェクト2 (Grand Design Project2)

3学期 2単位

教授 姉川 知史

教授 渡辺 直登

日本発のグランド・デザイン策定を目的とするプロジェクト研究を実施する。2010-2011年度に慶應義塾創立150年記念未来先導基金プログラムとして「グローバル・ビジネス・フォーラムによる日本のグランド・デザイン策定を行う融合型実践教育」を実施した。これは専門横断的、世代縦断的融合教育によって、参加者が日本の長期計画、全体計画を策定することを目的とした。本科目はそれを継続する。

この科目は、以下の内容によって構成する。

1. 研究方法論講義 問題発見、問題設定、研究手法、論文の書き方、発表方法等
2. プロジェクト・プログラム方法論
3. フォーラム講義 専門家によるフォーラム講義
4. プロジェクト研究

履修要件：グランド・デザイン・プロジェクト1については、4-6月の準備期間活動と、プロジェクト申請書の審査によって、履修を許可し、7月に履修申請を受け付ける。グランド・デザイン・プロジェクト2については、プロジェクトの進行状況を評価して、学生の研究が最終報告書に貢献するかを審査して11月に決定する。

学 期：通年実施、授業時間帯は週末土曜日を中心にして実施する。

評価基準：授業参加、チーム活動への参加貢献、報告書に対する貢献

教育上の利点：

1. 重要課題について、学生が自ら問題設定し、調査研究を行い、発表提言する機会
2. 課題チームにおけるプロジェクト・マネジメントの経験
3. 課題検討のフォーラムの企画、マネジメントの経験
4. 塾内外の教育資源へのアクセス、調査研究費の使用

■ グローバル・イノベーション (Global Innovation)

1学期 2単位

教授 浅川 和宏

本年度は、多国籍企業のイノベーションに関連する研究論文(英文)を輪読する。はじめに多国籍企業の組織・戦略に関する代表的論文を講読し、国際経営に関する基本的フレームワークを理解したうえで、本講座の主題であるグローバルなイノベーション活動に関する論文を毎回輪読する。中でも、国際的ナレッジ・トランスファー、グローバル規模でのR&Dマネジメント、海外子会社におけるイノベーション、国際的R&Dアライアンス、メタナショナル経営、グローバル・オープン・イノベーションといった論点をカバーする。

■ グローバル戦略経営論 (Global Strategic Management)

1学期 2単位

教授 磯辺 剛彦

この授業は国際経営論の基礎コースとしての位置づけをもつ。特に、経営戦略論や組織理論の観点から国際経営について検討することを主要な目的とする。具体的な内容としては、(1)国内と異なる経営環境において事業を展開する方法について、(2)進出国における経営活動に影響する制度環境について、(3)企業の海外展開や進出行動に影響する制度環境を説明する主要な理論について、(4)多国籍企業と進出国のダイナミックな相互作用について、(5)グローバル展開に関する企業の戦略について、(6)多国籍企業の組織構造、マーケティング、生産などオペレーションについて考える。

■ 経営革新 (Management of Innovation and Technology)

小竹 林二 KBSチェアシップ基金寄附講座

3学期 2単位

特任教授(非常勤) 網野 俊賢

本講座のテーマは「統合的国際戦略分析」である。本田技研工業(株)を題材に、その創業から現在にいたる国際化の軌跡を全社戦略と個別機能領域双方の観点から複合的に検討し、国際的企業戦略の機能横断的な成功要因を体得する。各セッションでは研究開発、調達、生産、品質、販売、人事労務、海外法人経営の各領域において、戦略立案と執行現場での指揮に関与した責任者(本田技研の現役、もしくは退任直後の役員もしくは事業本部長レベル)を講演者として招聘しながら、新たなケース事例をもとに議論を行い、その成功と失敗の原因を明らかにしていく。

■ 経営管理会計 (Managerial Accounting)

1学期 2単位

商学部 教授 横田 絵理

経営管理を行ううえで会計情報は基礎となるものであり、その情報の活用によって、さまざまな影響を経営活動に及ぼすこともできる。本科目はこうした会計情報をどのように活用しどのように経営活動にかかわるかに主眼において議論を行う。具体的には、ケースディスカッション演習、講義を併用しながら進める。

トピックスとしては、意思決定のための会計、予算管理、業績評価会計、事業部制会計、バランススコアカードなどを予定している。

受講者は、これらのトピックスを単なるテクニカルなツールとしてではなく、経営管理に活用するための情報を生むシステムとしてとらえ、経営にたずさわるものにとっての会計情報とそれを生み出す仕組みの意味と影響を考えることを求められる。これにより、経営にとっての会計の仕組みとはいかなるものであるかを深く理解する力を修得することを期待する。

■ 経営再建論 (Management Renovation)

2学期 2単位

非常勤講師 許斐 義信

経営問題を抱える企業における経営再建に関する課題を検討する。

本科目では、(1)成長の壁にぶつかっている企業経営の問題とその再生の戦略を検討することと、(2)経営改革が出来ず倒産の危機に直面している企業における経営再建の考え方や戦略さらにその具体的手法について検討すること、の2つの視点から、企業の競争力の解析、合理化、倒産そして法的措置など、危機的状況に直面した企業の問題打破の方法論を扱う。更に経営危機の予防的措置としての組織再編制度による経営構造の再生の考え方にも触れる。

主な内容：典型的日本企業の経営問題の所在の解析、経営合理化の決断とその実行、事業譲渡による経営再建、破産法申請による清算、倒産法(会社更生法、民事再生法など)に係わる経営的諸課題とその実施側面での要点等について検討する。また会社分割、株式交換、株式移転など組織再編制度を活用した企業の構造改革の考え方についても検討する。

■ 経営史 (Business History)

2学期 2単位

非常勤講師 平井 岳哉

「日本経営史」として、明治から現代までの日本企業の発展要因を学ぶものです。過去において、「創業」、「急成長」、「失敗・倒産」など激動期を経験した企業の事例を毎回題材にして、企業の主体的行動の内容とその背景にある論理・原因について考察するとともに、主としてトップマネジメント層に限られませんが、先人達のとった選択の是非について議論します。また、この講義を通じて、時代の変遷に左右されない普遍的な経営システム、あるいは逆に、時代によって変化しつつある経営システムについて、ともに考えていきたいと思えます。

日本史の講義のような企業名・人名・年号を暗記する授業ではありません。歴史を学ぶことによって、みなさんには結果として、現代の企業経営のあり方を歴史から遠視・鳥瞰する力を修得してもらいたいと思えます。

講義は時代順にほぼしたがいいます。内容としては、「財閥」、「企業の成長と失敗」、「家族企業と経営者企業」、「戦前と戦後」、「企業グループに属している企業と独立系企業」というように、全コースを通じて複数のテーマを設定しています。毎回事前にケースもしくは論文を配布します。

■ 経営システム (Management System)

(休 講)

■ 経営プロジェクト (Management Project)

1・2・3学期 2単位

(担当教員は、必要に応じ決定)

本講座の狙いは、KBSで提供される専門科目で学んだ知見を、その科目に続く学期に、経営の現場で実践的に活用することを通じ、より深い理解と実践的スキルを体得することである。具体的には、事前に提携した企業あるいは組織において、具体的な経営上のテーマの解決に向け、企画立案やその実施などのフィールドワークに携わる。

本科目の設定(担当教員およびプロジェクト内容の決定)については下記のパターンが想定される。

- (1) 特定の科目の中で開始された経営プロジェクトが当該科目終了後もそのまま継続するため、それを本科目として履修する場合。

- (2) 特定科目内で学習したケースと共通のテーマを有する企業もしくは組織と協力して、本科目として新たにプロジェクトを立ち上げ、当該科目のテーマの理解をさらに実践的に深める場合。

なお、経営プロジェクト科目の履修については、以下の注意点がある。

- ・ この科目は、上記の狙いから、履修の前提となる専門科目が存在するため、それら前提の科目を履修せずに経営プロジェクト科目のみを履修することは出来ない。
- ・ パターン1の場合、プロジェクトの継続が必要ない場合、企業や組織が望まない場合、学生側に希望者がいない場合、本科目は成立しない。
- ・ 企業派遣の学生は、プロジェクト対象の企業と派遣元企業との間に何らかの利害相反が生じる恐れがある場合、履修にあたってプロジェクト対象企業および派遣元の企業の理解を得る必要が生じる場合がある。
- ・ 学生が本修士課程在学中に履修できる経営プロジェクト科目は1科目のみである。

■ 経営法学 I (Business Law I)

2学期 2単位

非常勤講師 井原 宏

・ 学習目標

経営法学の方法論としてリーガルプランニングの考え方を理解したうえで、9ケースの事例および各ケースに係る法制度の基礎を学ぶことにより、実際の企業経営ないし事業活動に生かす道を考察する。

講義による一方通行ではなく、受講生との間の質疑応答、受講生による問題提起や知見の汲み上げを通じて、各ケースのテーマに関する問題解決に向けて双方向の議論を深めていき、現代の企業が直面する内外のビジネス上の重要な法律問題に対する解決能力を養うことを目指す。

・ 概要

ビジネスローの基礎理論としてリーガルプランニングの考え方と企業経営・事業活動への活用の方法を検討する。

そのためにまず、ビジネスローの基礎である契約法の一般原則を学ぶ。

次いで、企業経営・事業活動における重要な法律問題として、(知的財産権) ライセンスによる事業戦略と法律問題、事業提携(合併含む)による事業戦略と法律問題、M&Aによる事業戦略と法律問題、製造物責任に関する規制と法律問題、製品品質に関する法律問題、環境・安全に関する法律問題、競争法による規制と法律問題および企業統治の法律問題を順次対象に取り上げ、ケースメソッドにより具体的に検討する。

専門的な法律知識はとくに必要ではなく、9ケースの各テーマに関わる法制度についてその都度基礎的な理解ができるように講義や質疑応答などで配慮する。もっとも関係する内外の法制度(日本法およびとくに英米法)に関する予習・復習は不可欠であり、受講生はこの機会に積極的に取り組んでほしい。

■ 経営法学 II (Business Law II)

3学期 2単位

非常勤講師 一色 正彦

本講義は、法律を学んだことがない受講生を対象として、企業経営において必要不可欠となる法領域を集中的に学習します。特に、企業行動と密接に関連する経済法、知的財産法、企業法(会社法など)を重点的に取り上げます。また最新の企業法務の同行についても情報提供します。講義は、演習形式とし、ケース・スタディ、ロール・シミュレーション(企業法務事例を用いた模擬交渉など)を行います。

■ 経済性分析 (Economic Analysis for Management Decisions)

1学期 2単位

教授 河野 宏和

理工学部 専任講師 稲田 周平

企業活動において、将来に向けての意思決定は、経営資源の有効配分や経営戦略の迅速かつ確かな実行を支援していく上で極めて重要である。本講座では、将来に向けての意思決定を主に経済的な側面から支援するための考え方と技法について、事例分析や演習を交えながら体系的に学習することを目的とする。

このような考え方・技法は、一般に経済性工学と呼ばれる領域で体系化されているもので、対象とする時点が意思決定時点より将来であることから、伝統的な財務会計と考え方が異なり、経営においては両者を目的に応じて適切に使い分けていくことが重要になる。本講座では、主に以下の内容をカバーする。

- ・ 比較の原則とその応用
- ・ 全部原価計算と直接原価計算
- ・ 埋没費用、残存簿価、減価償却と設備更新
- ・ 手余り状態・手不足状態と改善効果・機会損失
- ・ 優劣分岐点と損益分岐点
- ・ 資金の時間的価値と換算係数
- ・ 単一投資案の評価指標：正味利益、回収期間、内部利回り
- ・ 独立案、排反案、混合案からの選択問題
- ・ 税引前利益と税引後利益
- ・ 不確実な状況での分析手法：感度分析、採算検討図、優劣分岐線図など

対象とする意思決定は、設備投資、工場立地、情報システム投資、間接業務の合理化、営業活動の効率化、プロダクトミックス、内外製区分、海外立地とロジスティクスなど、多岐に应用可能である。講座の後半では、キャッシュフロー経営や国際会計基準、財務会計との比較、実際の企業で用いられている投資評価マニュアルにも言及する。

■ 経済理論 1 (Economic Theory 1)

1学期 2単位

教授 姉川 知史

非常勤講師 川村 顕

本科目には次の目的がある。第1に、初学者が経済学のミクロ経済理論の標準的な内容を理解し、それを応用する能力を提供する。第2に、2学期以降の基礎科目、専門科目の理解を助けることである。

これまで大学において入門レベルのミクロ経済学を履修したことのない学生、また経済学の理解が十分でない学生を対象にして、代表的な教科書を使った講義を行う。人数は90名を想定し、2クラス編成にして、講師が分担して教える。授業では教科書を使って重要な考え方の解説をし、さらにその応用を説明する。学生は教科書を読んで理解すること、さらに練習問題の宿題を解くことが課せられる。さらに、いくつかの題材について、ケース・メソッドを行う。

教科書

Pindyck and Rubinfeld, Microeconomics 8/e, Pearson, 2012.

そのHP上の補助教材システム MyEconlab access kit

教科書の2/3を解説する。残りの1/3は、「市場競争と戦略」等の科目で扱う。

履修条件

大学入門レベルのミクロ経済学の未履修者あるいは経済学の理解が十分でないと自覚する学生
本授業の事前準備としては次の文献を薦める。

ゲーリー E.クレイトン、大和総研教育事業部（監修）

『アメリカの高校生が学ぶ経済学－原理から実践へ』 WAVE出版, 2005

■ 経済理論2 (Economic Theory 2)

2学期 2単位

非常勤講師 東 晋司

この科目は、マクロ経済理論をこれまで学習していない学生を対象にして、マクロ経済学の基本的内容を講義します。本科目の主な目的は、履修生が現実のマクロ経済の問題を理解するために必要な初歩的な知識と理解力を獲得することです。

本科目は本研究科で提供される基礎科目、専門科目を理解するために必要であり、ミクロ経済理論を講義する経済理論1、統計的方法論1と並んで、前提科目として位置づけられます。

■ 決定分析 (Decision Analysis)

3学期 2単位

教授 林 高樹

本授業では、意思決定分析の様々な方法論について学習し、自身や集団での意思決定の質の向上を目指す。具体的には、「合理的な」意思決定のための代表的な方法論について学習し、各々の長所・短所を知り、意思決定支援に活用することを目指す。また、経験則や直観に基づく意思決定においてシステムティックに観察される、確率評価や判断の歪みの諸傾向（バイアス）について知り、その対処法についても学ぶ。

■ 交渉論 (Negotiation)

(休 講)

■ 国際財務管理 (International Financial Management)

1学期 2単位

准教授 小幡 績

准教授 高橋 大志

特別招聘教授(非常勤) 張 秋華

このクラスでは、企業の投資戦略とインベストメントバンキングについて学ぶ。具体的には、M&A、企業再生、資本調達、資本構成変更、不動産投資などの重要な財務取引とそうした取引に対するインベストメントバンクの関わり方と存在意義について、講義とケースを通して検討する。ケースは、和文・英文の両方を使用する。なお、基礎科目「財務管理」との違いとして、個々のケースについて十分に時間をかけ、特に財務的側面(つまり定量的側面)について詳細な分析を行う。このため、履修生が基礎理論の理解とケース準備に十分な時間をかけることを前提にしている。

■ サービス・マーケティング論 (Service Marketing)

(休 講)

■ 財務報告分析 (Financial Reporting and Analysis)

3学期 2単位

教授 太田 康広

本コースでは、ビジネスに必要な情報を財務諸表から読み取る能力を身に着けるため、財務報告分析と企業価値評価の手法を習得し、その応用事例を議論する。

今年、ROE（株主資本利益率）、ROA（総資産利益率）、RNOA（純営業資産利益率）、FCF（フリー・キャッシュ・フロー）、株主資本比率とD/Eレシオ、売上高成長率と利益成長率、EVAあるいは残余利益といった会計指標の意義と問題点を中心に講義する。

また、財務報告分析と企業評価手法の有用性と限界をみきわめるため、毎回、クラスの半分はケース・ディスカッションまたはグループ・プレゼンテーションに充てる予定である。

■ 財務理論 (Financial Theory)

3学期 2単位

准教授 高橋 大志

経営者や財務プロフェッショナルとして最適な意思決定を行うために不可欠な金融資産の評価についての理解を深めることを目的とする。はじめに、資本資産価格評価モデル(CAPM)、金利の期間構造、およびポートフォリオ理論などに関する議論を行った後、派生証券の評価およびその応用について議論を行う。

■ 産業経済分析：ライフサイエンス産業 (Industry Analysis : Life Science Industry)

3学期 2単位

教授 中村 洋

ライフサイエンス産業は今後大きな成長が見込まれる有望な産業の一つです。この講義では、特に医薬・ヘルスケアに関わる企業（製薬企業、ベンチャー企業、医療機器メーカーなど）に焦点をあてます。

講義の目的は、以下の3点です。

- ① 今後ライフサイエンス・ビジネスに関わるかもしれない多くの人に興味を持ってもらうこと（産業構造の把握）
- ② 大きく変化するライフサイエンス産業の現状を理解すると共に今後の方向性を把握すること（企業・産業の発展）
- ③ ライフサイエンス産業の様々な分野でKSFを導き出すこと（企業の戦略、マネジメント）

これらの目的を達成するために、文系出身者でも理解できるようにライフサイエンスに関する基礎知識（研究をするレベルではなく、ビジネスを行うレベルで知識）に関する講義、今後のライフサイエンス・ビジネスの展開についてのケース、ライフサイエンス産業の最前線で大きな革新を行いつつある企業のケース討論を行います。

これまで、ライフサイエンスの分野に関係がなかった方も、今後この分野に関係する仕事をする可能性は高いと思われます。他分野の人にとって、多くの専門的知識を要するライフサイエンス産業は参入障壁が高いですが、この講義において基本的な知識、KSFを把握などすることで、自分にとっての参入障壁を低めることが出来るだけでなく、参入障壁があるために有能な人材がなかなかいないこの分野で自身の競争優位を築くことが可能となります。（本講義は2年に1度の開講を予定しています。）

■ 市場競争と戦略 (Market Competition and Strategy)

2学期 2単位

教授 姉川 知史

非常勤講師 山本 健

企業の競争と戦略について、経済学（ミクロ経済学，マクロ経済学，計量経済学等）を用いた分析を行う。いわゆる企業戦略論はビジネス・スクール教育の基本科目とされ、世界では経済学理論を用いた分析が主流になっている。そこでは、ゲーム理論、情報の経済学、組織の経済学、産業組織論、統計学、意思決定分析等が多用される。ところが、日本のビジネス教育ではこのような分析の導入が遅れている。

そこで、本科目は第1に、企業戦略論の具体的事例と経済理論を組み合わせ分析する。ここでは、エネルギー産業、電器産業、自動車産業等を対象にしてとりあげる。第2に、学生の関心を反映した特定のプロジェクト課題を1つ設定し、数人のチームによるプロジェクト研究を行い、報告書を作成し、具体的提言を行う。プロジェクト課題としては、例えば「スマートシティ評価」、エネルギー産業、「開発途上国向けビジネス」、「都市再生」、「農林水産業」等がある。第3に、統計的手法による分析を強調し、講義と応用を行う。

履修条件：ミクロ経済学既習が望ましい。これは本研究科で1学期に開講される。

参考図書：Pindyck and Rubinfeld, 2012. Microeconomics 8/e. Pearson.

科目の詳しい説明については、講師HP (<http://labs.kbs.keio.ac.jp/anegawalab/index.html>)を参照のこと。

■ 市場戦略論 (Market Strategy)

3学期 2単位

教授 池尾 恭一

企業の持続的成長は、標的とする市場のあり方に応じた、絶え間ない創造的市場適応と、それに必要な独自資源の蓄積と展開に依存する。本コースでは、それらを実現していくためのシナリオを市場戦略と捉え、市場環境としての消費者行動や買い手行動の捉え方、市場戦略策定の方法と方向、ならびに市場戦略実行手段としてのマーケティング・プログラムとの関係を学習する。授業は主に講義とケース討議によって進められる。また、受講者には、最後にグループ単位でのレポート作成が求められる。成績評価は、通常の授業貢献および最終レポートに基づいて行われる。

■ 集中企業研究 (Intensive Corporate Analysis)

1学期 2単位

非常勤講師 三富 正博

教授 渡辺 直登

准教授 村上裕太郎

目的：企業のトップの視点に立って、企業価値の創造にコミットできるプロフェッショナルな経営者の育成を目的としています。

方法：1学期間に1つの企業を複数の領域から深く分析します。取り上げる企業は、小売企業（予定）です。実際に企業のトップに来ていただき、企業として大切にしている理念や戦略、さらには困っている問題点、将来に向けて対処すべき課題等を語っていただきます。それをベースに企業分析をし、課題を明確にし、必要があれば担当部署へのヒアリングを行い、企業価値創造の道筋を明らかにします。学生の方にはグループ毎にプロジェクトをマネジメントしていただき、アウトプットとして対象企業のケース教材を完成し、作成ケースを用いた教育授業をしていただきます。

内容：この科目は3つの内容から構成されています。①企業分析アプローチの明確化、②企業分析、③

ケース教材です。

- ① 企業分析アプローチの明確化：「トップの視点とは？」、「複数の領域とは？」、「深く分析するとは？」、「企業価値の創造とは？」、「経営するとは？」等についてクラスでのブレインストーミングや課題図書のリディングを通じて解き明かし、企業分析アプローチを明確にします。さらには明確にしたアプローチを通じて企業分析をするための事前準備を行います。
- ② 企業分析：①で明確にしたアプローチに沿って企業分析を行います。分析には、対象企業の経営者による講演、担当部署へのヒアリング等が含まれています。
- ③ ケース教材：ケース教材の作成と作成ケースを用いた教育授業を実施します。

学生に期待する点：

将来事業会社のトップとして実際に企業価値の創造にコミットしたい学生の受講を期待します。外部から分析して終わる授業ではありませんので単に評論したい方の受講はお控えください。

使用テキスト：

1学期を通じて授業の展開を見ながら3、4冊の本を読んでいただく予定です。実際に使うテキストは授業を通じてお知らせします。

■ 消費者行動 (Consumer Behavior)

3学期 2単位

准教授 坂下 玄哲

企業がマーケティング戦略を効果的に展開してゆく上で、市場に対する適切な理解を深めることは、これまで以上に重要な問題となっている。本講義では、特に消費者行動の多様性という側面に焦点を当て、理論的、実践的検討を加える。具体的な授業形式(予定)としては、前半部分で講義および事例検討、クラス内演習や文献購読などを通じ、購買意思決定をはじめとする消費者行動を解明するためのさまざまなアプローチを理解する。後半部分では、具体的なテーマに沿ってグループ単位でプロジェクトを実施し、消費者行動に関する実践的理解を深めることを目指す予定である。

■ 人材・プログラムアセスメント (Personnel and Program Evaluation)

(休 講)

■ 新事業創造体験 (New Business Planning and Development)

1学期 2単位

非常勤講師 若山 泰親

教授 山根 節

准教授 岡田 正大

目 的

本科目の目的は、使命感をもって新たなビジネスを企画・立案・実行できるリーダーの育成である。

ベンチャー企業においても、また、大企業の新規事業開発部門においても、イノベーションの創出とその事業化をマネジメントし、事業と企業の価値を高めていける人材が待望されている。

本コースでは、事例研究とビジネスプラン作成(新規起業、既存企業内での新規事業どちらでも可)のためのグループワークを通じ、今後グローバルに通じる事業、企業を創出するための戦略立案能力を学習するとともに、実際の新規事業において直面する課題とその克服に関するフレームワークを学習する。また、リーダーとして強化すべき資質であるところの、アントルプレナーシップ、戦略立案能力、ビジネスデベロップメントに関わる各種統合的な能力、コーポレートファイナンス領域におけるスキル、柔軟でス

ピード感のある事業運営能力、リーダーシップおよび組織マネジメント能力などについても、強化のための指針を示すものとする。

授業の進め方

授業は、(1)講義・ケースディスカッション、(2)外部講師参加によるリアルケース演習、(3)ビジネスプランの立案・フィールド調査・発表、の組み合わせにより進められる。

ビジネスプランについては、受講者自身が手を動かしてプランを作成することを予定しており、実際の新事業創造局面での活用に耐えうるビジネスプラン作成スキルの習得が可能である。

想定している受講者

- ・具体的な起業プランや将来起業する構想を持ち、ビジネスプランのブラッシュアップ、実践を考えている学生
- ・新規事業開発のフレームワークを学びたい学生
- ・ベンチャーキャピタル、金融機関などの立場からベンチャー企業の評価のための知見を得たい学生

■ 人的資源戦略 (Strategic Human Resource Management)

3学期 2単位

専任講師 大藪 毅

この授業は、競争力の源泉としての人的資源管理がどのようにあるべきか、考える。流行の管理手法・キーワードの紹介にとどまらず、時代が移り、人事管理の風向きが変わっても応用できるように、人的資源管理の原理的、体系的理解を深めるようにしたい。まず、企業活動をヒトの面から支える人的資源戦略のメカニズムを概観し、その後で、人材採用・処遇・能力開発・配置など、人的資源管理をどのように具体化していくか、そのプロセスを検討する。

■ ストレス・マネジメント (Stress Management)

3学期 2単位

教授 渡辺 直登

組織目標と個人目標の一致は、どんな組織と個人との関係にあっても、究極の理想と考えられる。しかし、実際にはこの理想の達成は、双方の立場から違い、思惑の違い、パワーの相違等があって、なかなか達成することが出来ない。この授業では、個人と組織との関係に関する基本的な考えかたを学んだ上で、その関係性から生じる軋轢、ストレス、葛藤などのネガティブな結果が、個人の安寧や組織の効率性に及ぼす影響について考察する。また、その原因の究明とともに、その予防策、対処策について、個人と組織の双方の立場から考察する。

■ 生産システム設計論 (Design of Production Systems)

3学期 2単位

教授 河野 宏和

製品やサービスを供給する活動や間接部門での事務作業をスリム化・効率化していくことは、戦略を実行するオペレーション・レベルの「基礎体力」を強化するためにも重要である。そのための手法や考え方を身につけるためには、実際の生産や営業の現場へ足を運んで自ら現状の仕事のプロセスを分析し、現物に触れながら改善のアイデアを考えていくような実践的なアプローチが大切である。本コースでは、改善に関する基礎概念を学んだ後、実際の工場での実習活動を通じて、自ら課題を設定・明確化し、それに基づいてデータを集めて分析し、問題点や改善案を考え出す「問題解決」プロセスを、フィールドワークにより学習することを目的とする。これまでは、以下のようなテーマを取り上げて実習活動を行っている。

1. 営業部門からの情報の流れの分析、発注方法・生産計画の立案方法と在庫削減
2. 組立ラインにおける作業性、品質、生産性の向上
3. 機械加工ラインにおける製品品質や生産能力の向上
4. 物流活動におけるスペース削減と工数低減、など

テーマは受講生の人数と希望に応じて毎年3～4テーマを設定し、数名のグループ単位で実習作業を行い、実習先企業での報告会とグループ・レポート提出を行う。

■ 生産マネジメント (Production Management)

1学期 2単位

教授 坂爪 裕

企業がQ(品質)・C(コスト)・D(納期)・F(柔軟性)といった競争力要因を向上させ、その水準を維持していくためには、企業活動全体にわたる供給プロセスの継続的改善が必要となる。

本講では、このような継続的改善活動を推進する上で、マネジメントが身に付けておくべき基本的な考え方、考慮すべき主要な経営課題・意思決定問題について扱う。

■ 戦略コンサルティング (Strategic Consulting)

ボストンコンサルティングKBSチェアシップ基金寄附講座

1学期 2単位

教授 小林喜一郎

准教授 岡田 正大

戦略コンサルティング会社のリーダー的存在であるボストン・コンサルティング・グループより講師を招聘し、コンサルティング現場の実例に基づいた講義を行う。これによって経営の今日的課題を理解し、同時にコンサルティングの手法・アプローチ・頭の使い方を学ぶ。主たるテーマは、戦略コンサルティングの概要、バリューポートフォリオマネジメント、R&D戦略、マーケティング・営業戦略、デコンストラクション、eビジネス戦略、IT戦略、コーポレートガバナンス、BCG コンセプト等を予定している。

2010年度より、全回数出席を必須とし、遅刻は認めない。また毎回グループプロジェクトおよび個人発表準備などがあるため、事前の入念な準備が不可欠である。さらに都心開催のため、日吉との往復が新たに発生するので、午後の授業とのバランスを考える必要がある。上記を十分勘案したうえで履修すること。

■ タックス・プランニング (Tax Planning)

3学期 2単位

准教授 村上裕太郎

タックス・プランニング(税務戦略)とは、単に支払い税額の最小化(節税)だけにとどまらず、税引後の将来キャッシュ・フローの最大化を通じて企業価値そのものを高めていくことを目的とする企業戦略である。本コースでは、タックス・プランニングに関する基本的知識を身につけるとともに、具体的事例を検討することによって、経営者が置かれたさまざまな状況下でどのようなタックス・プランニングをおこなうべきかを考察する。

タックスの問題は、会計学、租税法、公共経済学、ファイナンスといった広範な知識を要する学際分野であるため、幅広い視野で判断できるように、ディスカッション等も積極的におこなう予定である。

■ 日本証券市場論 (Japanese Securities Markets)

石井久KBSチェアシップ基金寄附講座

1学期 2単位

特任教授 (非常勤) 岩永 泰典

目的：証券市場、証券投資に対する理解を深めること。そして、ひとりでも多くの皆さんに「資産運用業」を知っていただき、この業界に興味を持つ人を増やすこと。

方法：実務家の観点から必要と考える資産運用業のエレメンツを毎回のレクチャーを通じて概説する。理論的な側面（株式中心）と合わせてビジネスの仕組みにも適宜触れるとともに、ゲストスピーカーを通じた現場の生の声も紹介する。また、証券アナリストやCFA等の資格取得にも有益なものとしたい。

内容：講義形式で次のテーマの概論を行う

1. 証券市場の基礎知識
2. MPT（現代ポートフォリオ理論）、CAPM（資本資産価格モデル）
3. 株式運用戦略—インデックス（パッシブ）運用、アクティブ運用
4. 債券評価の基礎、アセットアロケーション
5. デリバティブの基礎
6. 運用業界の最近のトピック：上場投資信託（ETF）、ヘッジファンド等

使用テキスト：

「新・証券投資論I 理論篇」 小林・芹田 日本経済新聞社

「新・証券投資論II 実務篇」 伊藤・荻島・諏訪部 日本経済新聞社

参考書：「EXCELで学ぶファイナンス〈2〉証券投資分析」 藤林・矢野・岡村 社団法人金融財政事情研究会

(統計関係の読み物として)

「予測のはなし」、「統計のはなし」 大村、日科技連

■ ネットワーク・リーダーシップ (Network Leadership)

2学期 2単位

教授 高木 晴夫

非常勤講師 高田 朝子

この科目のねらいは、企業組織をネットワークシステムとして考え、企業活動の遂行と目標達成に責任を持つものに必要なリーダーシップについて教授することである。今日、組織の基本的とらえ方が「階層性」から「ネットワーク性」へ移行している。組織を構成する中心的存在は人々であり、彼らは系統的なつながりをもって活動している。ベンチャー事業を起こそうとする起業家にとっても、企業組織を動かすマネジャーにとっても、このネットワーク的状況のなかでのリーダーシップ問題が重要になりつつある。

ネットワーク的状況でどのようなリーダーシップが求められるのであろうか。この問題の答えを求めていくために授業ではさまざまな切り口からアプローチを試みる。「階層性」と「ネットワーク性」とはどのようなものか。コンピューター技術による情報ネットワークシステムはどのように働くのか。いわゆる日本的組織において、ネットワーク性の重視はどのように生じていくのか。そして、リーダーシップそのものに焦点を当て、階層的権限関係のない状況で人が人を動かすとはどのようなことか。ネットワーク的状況における人への影響力とはどのようなものか。このような問題についてさまざまなケースと資料を活

用してクラス討議を行う。

本授業では深いディスカッションが求められるため人数の多い場合は抽選とする。

■ ビジネス統計 (Business Statistics)

2学期 2単位

准教授 安道 知寛

本講義は、2つの目的がある。1つ目は、記述統計、検定、推定、回帰分析など、ビジネス実務において必要となる基本的な統計の手法の理解にある。2つ目は、事例を通じてこれらの手法を利用できるようになることにある。以上、理論とその実際、両側面から統計学を学ぶ。

■ 不確実性と組織のマネジメント (Uncertainty and Management in Organizations)

2学期 2単位

教授 清水 勝彦

コース概要：

経営とは、常に不確実性(uncertainty)との戦いといってもよい。しかし、不確実性(uncertainty)は企業にとって必ずしも悪い話ではない。なぜなら、すべてが「確実」「読める」のであれば、そこに経営の貢献する余地はなく、企業間での逆転も起きないからである。本コースは、技術革新、グローバル化等刻々と変わる環境の下、経営が直面する不確実性(uncertainty)と対応(management)についての理解をより深めることを目的としている。文献講読(英書文献を含む)をベースにした討論に加え、適宜ケース討論も行なう。より現実的な考え方を身に着けるために、グループでのプロジェクトも取り入れる予定である。

■ ヘルスケアポリシー (Health Care Policy)

1学期 2単位

教授 田中 滋

本科目は、ヘルスケア分野（主に医療・介護）にかかわる政策と制度の体系、およびそれらの機能を学ぶための科目です。医療と介護のシステムは、(1)サービス提供体制と利用方法、(2)住民のサービス利用代金を支給する社会保障制度、(3)医療機関・介護事業者がサービス提供に要する費用を補填する報酬制度、の3項目から成り立っています。いずれも一国の社会・経済の安定を支える基盤としてもっとも重要な社会資本と位置づけられます。また、産業規模の大きさ、従事者人口の多さと今後の成長、この分野を支えるために住民が貢献する公的負担の額、そして次世代産業の技術シーズを生み出す可能性の高さなど、どれをとっても重い意味をもつ分野なのです。

人口の高齢化とともに、医療や高齢者ケアに対するニーズは増加の一途をたどる以上、医療や介護事業にたずさわる経営者、さらには生損保分野や薬業界に属するビジネスリーダーのみならず、一般の企業人も政策と制度にかかわる幅広い識見をもつことが必要となるでしょう。加えて、この分野で育ってきたハードの技術、制度資本を含むソフトの双方とも、国際的な展開が期待されています。

担当者は、長年わが国ヘルスケアポリシー（医療政策・介護政策・健康政策等）の策定に加わってきました。その間につちかってきた政策企画力と実施技法、上質の情報、そして人脈を駆使する科目です。また、わが国の将来を考える参考とすべく、政策と制度の国際比較も行います。なお例年、MBA課程在学に加え、医師をはじめとする医療職の方々、官僚や当該分野の産業人などが参加しています。

なおこの科目は医学研究科との共通科目として設置されます。

■ ヘルスケアマネジメント (Health Care Management)

(休 講)

■ **ベンチャーキャピタリスト養成1 (Venture Capitalist Training Program 1)** 1学期 2単位

■ **ベンチャーキャピタリスト養成2 (Venture Capitalist Training Program 2)** 2学期 2単位

非常勤講師 村口 和孝

なぜベンチャー企業は成功したり失敗したり一見不安定に見えるのか。事業に成功するための条件は何か。また前提として、事業活動及び企業の創立の本質を、どう理解すればよいか。

技術革新スピードが早く、グローバルに、資本市場と結びついて劇的に変化する現代経済社会の中において、経済フロンティアを切り拓く創業ベンチャー企業を投資支援するベンチャーキャピタル (VC) の重要性が世界的に高まっている。ところが金融機関の関係会社として1970年代にスタートした日本のVC産業は、これまで欧米に比べ創業支援の社会的機能を果たしてきたとは言い難い。投資事業有限責任組合法が施行になったところから、日本でも創業支援に重きを置く「クラシックVC」が登場した。その代表が、私が運営する日本テクノロジーベンチャーパートナーズ (NTVP、1998年創立) である。投資先にはエイケアシステムズ、ジャパンケーブルキャスト、ウォーターダイレクトなどがある。成功ケースとして、携帯サービスのモバゲータウン成功で話題となったDeNA (南場智子社長)、XML応用ソフトウェア開発のインフォテリア等を、創業から経営に関与し、数々の困難を乗り越え東証マザーズに上場させた。

本講座は、NTVPにおけるDeNAやインフォテリア等のキャズムを超える創業支援体験を踏まえ、使用テキストの読み込みを軸に、ベンチャー創業活動および経営の実際を理解する。またVCファンド設立実務、投資候補先の審査や、投資後の長期的関与の考え方と手法を、実体験を通じて学ぶ。おそらく日本で初めての現場で活躍するベンチャーキャピタリストによるキャズムを越えようとするベンチャー経営、ファンド設立及び投資先支援の実践講座である。ベンチャー起業家や弁護士、会計士、司法書士、社労士などゲストも随時招く。

なお本講座は、座学のみでなく、講座の時間の中で、慶應大学理工学部・大学院 (矢上) において毎年実施される会社創業体験プログラムの授業と連携して、チームに分かれてVCファンドを実際に創設運営し、VC役を担い、理工学部生・大学院生の矢上祭における模擬店など小事業に対し投資して実際に支援し、ファンドとしての結果を競争して出してもらう。また、理工学部講義に参加して学部生・大学院生を指導する。その過程で、事業計画の評価や投資および小会社運営への関与の実践を通じ、会社経営およびVC投資活動を考察し、発表しあう。

さらにベンチャー企業訪問や株主総会出席、チーム活動および対外交流も行う。各々の体験から随時体験レポートを作成してもらい、理論だけでなく、株式会社運営実務と創業ベンチャーが事業失敗や困難を克服してキャズムを超えていくダイナミックな経営観を身に付けてもらう。

したがって真に経営実践および投資実践に興味を持つ、活動的で、能動的な時間を持つようとする受講者のみを対象とする。受動的受講者には厳しく、また通年で受講することが望ましい。また、講義が始まるまでに「アントレプレナーの教科書」精読が条件で選抜レポートも検討中。

講義日：水曜日午後

使用テキスト：

NTVP作成の創業体験ノート、「アントレプレナーの教科書」(スティーブン・G・ブランク著、堤孝志/渡邊哲訳、翔泳社)、「キャズム」(ジェフリー・ムーア著、川又政治訳、翔泳社)、「ライフサイクルイノベーション」(ジェフリー・ムーア著、栗原潔訳、翔泳社) およびその他会社経営ベンチャー起業活動に関する著書

■ **マーケティング・コミュニケーション論 (Marketing Communication)**

3学期 2単位

教授 井上 哲浩

本科目は、企業の市場に対して行うコミュニケーションをマーケティング・マネジメントの見地から捉え、広告や広報そしてプロモーションなどの活動に加え、IMC(統合マーケティング・コミュニケーション)や

メディア・プランニングそしてクロスメディアなどのメディアとしてのマーケティング・コミュニケーションを、文献精査、事例検討、ケース分析、グループ・プレゼンテーション等を通して学ぶ予定である。

■ マーケティング戦略 (Marketing Strategy)

1学期 2単位

教授 余田 拓郎

本科目では、新規事業のデザインならびにマーケティング戦略の策定、さらには既存事業の戦略再構築をフィールドワークを中心として検討する。競争環境の変化や規制緩和に向けた制度変更等が進む中で、ビジネスの仕組みを見直すことが要求されており、本科目では環境変化の中で求められる新たなタイプの事業の創造や、あるいは戦略の変更を余儀なくされている企業へのコンサルテーション能力を身につけることをねらいとしている。

具体的には、以下のとおりすすめていく。

- (1) レクチャーおよびケースによる事業戦略・マーケティング戦略の現代的課題の理解ならびに、実務家による検討テーマのプレゼンテーションと討議
 - (2) 課題の設定ならびに関連資料の収集、プロジェクトの計画
 - (3) データ収集ならびに分析・検討、および報告
- また、本科目履修によって、修士論文作成に必要なスキルや（データ収集や統計的手法を用いた）分析能力を身に付けることを二次的な狙いとする。

■ マクロ組織論 (Macro Organizatin Management)

(休 講)

■ マネジメント・コントロール (Management Control Systems)

2学期 2単位

教授 山根 節

ね ら い：マネジメント・コントロールとは、構想された経営戦略(Strategic Planning)を実行するためのPlan-Do-Check-Actionのシステムおよびプロセスをいう。戦略を実現するためには、経営資源(ヒト・モノ・カネ・情報)をいかに調達し、効率的に運用し、成長させるかが中心課題となる。そして最も重要な資源がヒトであり、結局経営は基盤資源であるヒトによって担われるので、マネジメント・コントロールの設計は、人間理解の上になり立つことになる。このコースでは製造業、流通業、エンタテインメント・コンテンツ企業、製薬業、IT企業など種々の今日的企業を取り上げ、事業モデルを分析し、経営戦略とコントロール・システムを総合的に検討する。

主な内容：経営の全体モデルを見渡し、経営戦略、組織構造、計画システムと業績評価、インセンティブ・システム、経営理念、その他を統一的に議論する。

■ マネジリアル・エコノミクス (Managerial Economics)

1学期 2単位

教授 大林 厚臣

企業経営に関する諸問題を、経済学と意思決定の観点から分析する。主なトピックは、競争戦略、取引費用、インセンティブ、契約、情報の経済学、コーポレート・ガバナンス、人事・報酬制度、組織デザイン、技術戦略、リスクマネジメント(非金融リスクを中心に)など。ベサンコ他著「戦略の経済学」やミルグロム他著「組織の経済学」などに紹介される諸理論を解説する一方で、特定の産業や企業の事例に、上

述の各トピックの分析を複合的にあてはめて検討する。

■ 流通論 (Distribution System)

1学期 2単位

教授 余田 拓郎

カタログ通販やインターネット、あるいはテレビショッピングなど近年新たな流通チャンネルが拡大している。そのような流通環境をふまえた上で、流通に関する基本的問題について理論的検討を加えるとともに、流通の現場で行われている活動を概観し、そこにいかなる戦略的対応が可能であるかを考察する。具体的には、①講義およびケース討論、文献輪読などを通じて、流通やインターネットなど新たな取引手法にかかわる諸問題への代表的アプローチを理解した上で、②特定のテーマに沿って流通企業を見学・調査し、③理論との対応の中で特定の流通企業や業態に対する課題と解決策をグループ単位で提案し、実践的な理解を深めることを目指す予定である。

■ リスクマネジメントと危機管理

2学期 2単位

非常勤講師 指田 朝久

・科目のねらい・目標

リスクマネジメントと危機管理に関する標準規格に即した基本的考え方を身につける

・授業で扱う領域

企業は商品やサービスを社会に提供し適切な対価を得て継続的に発展することを目的としている。しかしその目的の達成を阻害する様々な事件や事故などの事象が発生し、場合によっては企業の存続が不可能になる。このような事象を組織として未然に防ぐリスクマネジメントと、また万が一発生した場合でもその影響を最小限に止める危機管理について学ぶ。リスクマネジメントに関する標準規格の考え方を学ぶとともに、モデル企業を例にリスクマネジメントシステムを共に構築していく。また、企業の事件や事故を分析する。

・履修者に対する担当教員からの要望

日々の企業や組織の事件や事故の報道に関心をもって考える習慣を身につけてください。

■ ロジスティクス論 (Business Logistics) —日本市場のマーケティング (Japanese-style Marketing and Distribution)

伊勢丹KBSチェアシップ基金寄附講座

2学期 2単位

特任教授(非常勤) Praet, Carolus

Since the advent of Japan as one of the world's top economic powers during the latter part of the twentieth century, academic and journalistic interest has focused on uncovering and explaining the characteristics of Japanese corporate business and marketing methods. Especially during the 1980s and 90s, many experts have sought to unravel the secrets behind the success of Japanese marketers in foreign markets and have tried to explain the peculiarities of the Japanese market to foreign marketers. In spite of a recent shift of attention from Japan to China -as a result of the economic ascendance of China on the one hand and the relative decline of the Japanese economy on the other- Japan remains one of the world's largest and most sophisticated markets and remains a very important market for many foreign marketers.

In this course we will focus our attention primarily on the Japanese consumer-marketing environment and will take an in-depth look at relevant characteristics of marketing, distribution, advertising, and consumer behavior in Japan. In doing so, our primary focus will be on the characteristics of Japanese consumers, how these characteristics have evolved over time, and how consumer behavior affects the various aspects of corporate marketing strategies and tactics of both Japanese and foreign companies operating in the Japanese market.

The course is organized around student presentations and class discussion of key readings from the relevant academic and trade literature. In addition, we will read and discuss a number of cases that will illustrate how both foreign and Japanese companies have dealt or are dealing with the peculiarities of the Japanese marketing environment. In each session, a different group will present the readings for that session. The instructor will primarily act as a facilitator and coordinator of the class discussions and will conduct mini lectures to clarify the assigned readings and put them in a larger perspective.

At the end of the course, participants will individually submit a report in which they critically discuss and synthesize the readings. Readings, summaries, reports and class discussion will be in English. Students will work in groups to present the readings and cases.



国際単位交換プログラム設置科目

■ 応用計量分析

(Management Science in Japan: Quantitative Analysis and Applications)

2学期 2単位

3学期 2単位

※2・3学期に同内容を開講

准教授 安道 知寛

This course combines lectures and case studies. Course objectives are to understand quantitative methodologies and to bridge the gap between the methodologies and their practical use. Lecture covers basic theories and methodologies related to quantitative methodologies for management.

Those topics include: probability, market research, conjoint analysis, market growth forecasting, product life cycle, customer lifetime value and so on.

By the end of the course, you will learn the basic concepts of quantitative inference. Also, the modern quantitative methodologies to extract useful information from data will be learned. Importantly, an idea for using them in practice is acquired.

■ 企業戦略における技術と社会的インパクト

(General Management in Japan 1: Strategic Management with Social Impacts)

2学期 2単位

准教授 岡田 正大

In this course, we will examine the impact of technologies on firm strategies at the base of the economic pyramid (BOP) in Asia and Africa. Target markets include such countries as Indonesia, Vietnam, Cambodia, India, Bangladesh, Tanzania, and Nigeria.

After surveying basic theories and methodologies related to strategies at the BOP market, various topics will be covered with case discussions and guest speakers. Those topics include: the possibility to achieve both social and economic value, sources of competitive advantages at the BOP market, the role of ICT, the concept of “impact investing”, microfinance, net-based businesses in BOP, the applicability of prediction markets and the wisdom of crowds in BOP, and so on.

■ 経営戦略におけるアントルプレナーシップ

(General Management in Japan 2: Entrepreneurship)

3学期 2単位

非常勤講師 須賀 等

The objective of the course is to learn management practices of entrepreneurship and to nurture future entrepreneurs, who are also expected to easily cross national borders in their venture business activities related to Japan. Venture business and entrepreneurship constitute the very foundation of modern economies anywhere in the world. It is about the time that Japan, the second or third largest economy in the world, started to re-engineer its venture eco-system and exciting new companies will once again emerge and grow. The course will utilize the case method teaching and will use various cases published by Harvard Business School, the instructor's alma mater, and by other institutions, related to entrepreneurship in Japan, while bringing in successful Japan-related global entrepreneurs as our guest speakers in order to expose the students to the true stories of entrepreneurship in the real world.

Also, during the semester, Groups (“Companies”) of four to six students will be formed and will

participate in a business plan competition to be waged toward the end of the semester. The presentation will be judged by ‘real world’ entrepreneurs/venture capitalists and the instructor.

■ 多国籍組織・戦略

(Multinational Organizations and Strategy: Organization Management in Japan 2)

2学期 2単位

教授 浅川 和宏

This course focuses on the international dimensions of organizations and strategy, and provides frameworks for analyzing international business environment, formulating global strategies, and designing multinational organizations in an increasingly complex world economy. We delve into the theoretical frameworks as well as practical skills that managers need to deploy to help their firms stay ahead of their competitors. Class discussions will be based on lectures, readings, and case analysis on Japanese and non-Japanese multinational corporations.

■ 日本における会計管理 (Accounting in Japan)

2学期 2単位

教授 太田 康広

The purpose of this course is to provide students with opportunities for reviewing current Empirical Accounting Research. Each student is assigned to several research articles published in top Accounting journals such as The Accounting Review, Journal of Accounting and Economics, Journal of Accounting Research and Contemporary Accounting Research, and prepares approximately 30 slides for a 90-minutes presentation to review each assigned article. The presenters are expected to summarize the contents of the papers and to critically assess the pros and cons of them. The topics covered in this course include but are not limited to financial statement analysis, equity valuation, value relevance of accounting information, earnings management, conservatism, corporate governance, IFRS adoption, and voluntary disclosure. The basic knowledge of elementary Econometrics is required.

■ 日本における財務管理 (Financial Management in Japan)

3学期 2単位

准教授 小幡 績

特別招聘教授(非常勤) 張 秋華

This course is comprised of lectures, case studies, and discussions with industry guest speakers. This course has two principal goals: to bridge the gap between finance theory and Japanese finance practice; and to introduce students to the international finance community

■ 日本における生産管理 (Production Management in Japan)

3学期 2単位

特別招聘教授(非常勤) 柿内 幸夫

In the manufacturing industry, the profit may be different according to the way in which production is done. Initially production should be done with required quality and in a fixed schedule, while keeping facilities in good condition, stocking the inventory properly, training the staff such as operators to execute protocol and so forth are required. Therefore in order for production management in Japan, to achieve business objectives, what is required is not only management direction of future strategies and policies, but also the

ability of operators to carry out those requirements on shop floors. This means production management in Japan is not only done by the decision of management but also done by the activities performed by the people on shop-floors. And continuous improvement or “Kaizen” is also an important factor to support the Japanese production industry. In this course, both the strategic side and shop floor activity side will be discussed but the activity side may be discussed in more detail. Basic activities for Japanese production management 5S, KZ method(company-wide discovery of problems on shop-floors) Kaizen activities, Seven wastes or “Muda’ s” of Toyota system, Exercise: Four Principles of Motion Economy.

■ 日本における組織マネジメント1 (Organization Management in Japan 1)

(休 講)

■ 日本におけるマーケティング (Marketing in Japan)

3学期 2単位

准教授 坂下 玄哲

日本市場における企業のマーケティング行動を理解するために、マーケティング・マネジメントに関する基本的項目を概観する。その上で、日本市場の特色と、それに対応したマーケティング行動に焦点を当てた文献精査、事例検討、実地調査、プロジェクト実施を通じて、その特殊性を学ぶ予定である。

The aim of this course is to deepen the students’ understanding of marketing operations in Japanese companies. The first half of the course will consist of lectures on Japan’ s marketing while in the second half, students will be divided into groups for field studies on marketing operations in actual companies. At the end of the course, students will be required to give presentations on their findings.

■ 日本の経営環境 (Japanese Business Environment)

3学期 2単位

教授 中村 洋

This course examines Japanese business environments, especially, its economy, companies, markets and consumers. This course will consist of lectures, case discussions, and team projects. In the team projects, our students are expected to “explore” Japan by themselves.

The following topics will be covered in this course;

I. Japanese economy

- An overview of Japanese economy from the 1950s to 2010s
- Problems of non-performing loans
- Strength of the Japanese Economy
- Issues for the future: national economic burden, utilization of foreign work force, and impacts of demographic changes on Japanese economy

II. Japanese companies

- Structure & corporate governance; international comparison
- Organizational learning and purchase-supply relations in Japan

III. Japanese markets and consumers

- Characteristics of Japanese consumers and markets
- How to achieve success in Japan: entry barriers and key success factors in the Japanese markets

Assessment is ongoing throughout the course and is based on student participation in both lectures and group works.

自由科目

■ アジアビジネス・フィールドスタディ (Asian Business Field Study)

1学期 2単位

准教授 小幡 績

特別招聘教授(非常勤) 張 秋華

本コースは、KBS、中国のNo.1 ビジネススクールである清華大学と韓国のNo.1 ビジネススクールであるKAISTの3校の共同開催コースであり、本年度からスタートする科目である。日中韓3カ国のMBA生が、それぞれの国の特定の産業を比較分析した上で、3カ国のうちの1国についてその産業に属する代表企業、特色のある企業等を訪問し、フィールドスタディを行う。その産業や訪問企業のアジアおよびグローバル市場における成功に向けたキーファクターの検討、戦略策定を行うことを目的とする。

2012年度については、日本のフードビジネスを対象にする。日本のフードビジネスは、素材や品質へのこだわり、美意識など日本の伝統的な食文化に深く根ざす一方、そのグローバル展開においては、生産・品質管理などに関する日本の卓越した技術が競争優位性として活かされている。しかし、すし、懐石、日本酒などの日本の食に対しては世界中で愛好家がいる一方で、日本の食品メーカーは、規模、収益性などの点では欧米のメジャーに大きく見劣りし、成長著しいアジア市場において地位を築けるかが課題となっている。本コースでは、前提となっている日本の食文化を理解したうえで、日本を代表する食品・飲料企業の成長機会と課題に関する議論を、中国、韓国の同業企業とも比較しながら深めていく。地域の歴史と伝統の中で育まれた文化をいかにビジネスのコア・バリューとして確立し、どのようにマーケティングしていくのか、一方で地域のスモールビジネス（多くの場合はファミリービジネス）として直面している障害（人材、資本などの資源制約）をいかに乗り越えていくかが具体的なテーマとなる。さらに、中国、韓国の優秀なMBA生と同じ釜の飯を食べながらグループワークを行うことで、文化的な共通点や差異の再認識、中国、韓国ビジネスと日本ビジネスの比較考察に基づくアジアのビジネスモデルの検討の機会を学生に提供する。日本国内にとどまらず、アジアをビジネスフィールドとして計画している学生、グローバル展開を支援する経営コンサルタント、投資銀行家、政策立案者、ファミリービジネスの継承者を目指す学生に必要な知見を獲得する機会を約束する。

一方で、KBSがホスト校であり、本科目は学生が自ら計画し、準備し、学習体験をするコースであることを踏まえ、KBS生には特に強いコミットメントが求められる。フードビジネスの業界分析、訪問先企業の予備リサーチ、課題の発見のほか、フィールドスタディに向けた資料（英語版ショートケース）の作成、フィールドスタディにおけるリーダーシップなど、通常のケースメソッドや講義を主体としたクラスにはない知的作業とコミットメントが求められる。また、3校合同の講義、およびフィールドスタディは全て英語となる。こうした負担を覚悟した上で、なお積極的に参加する意思を持つ学生の参加を大いに期待している。

■ 英語ビジネスコミュニケーション (Business Communication Strategy in English)

1学期 2単位

非常勤講師 定森 幸生

グローバル・ビジネスの最前線で求められる英語力は、TOEICなどで測定される受け身の英語力 (passive skills) だけでは不十分で、企業活動のさまざまな業務(対外取引、IR・広報活動、事業戦略策定、人事・業績管理など)の遂行を可能にする情報の受発信に即応した実践力(active skills)の強化が不可欠である。

本科目では、そのための戦略を模索することを主たる目的とし、受講者はreading, writing, listening, speakingの事前課題の成果をクラスで発表しながら、「企業・個人のブランド・イメージ」を高めるプロ

に相応しいコミュニケーション技術を学ぶ。事前課題は、提示されたシナリオに基づくbusiness writingと、世界の企業経営者の発言の数分間のビデオクリップ(指定されたwebsiteからのダウンロード)を材料にしたclass discussionの準備が中心となる。クラスでの使用言語は原則として英語とする。

科目履修の基本コンセプトは、「優れた口頭表現力は、優れた文章構成力から」というもので、受講者は、class discussion/debateでの発言内容(賛成意見と反対意見の両方の論拠を含む)を事前に書き出し、論理展開の巧拙について十分な検証をしてクラスに出席することが求められる。

主な履修テーマは、① Fundamentals of Business Communication, ② External Communication for Enhanced Branding, ③ Communicating Strategy, ④ Discussing Human Resource Policies and Practices, ⑤ Performance Leadership, ⑥ Managing Conflict and Problem Solvingを予定している。

■ ケースメソッド教授法 (Case Method Teaching and Discussion Leadership)

2学期 2単位

教授 高木 晴夫

非常勤講師 竹内 伸一

KBSはケースメソッドを授業方法の中核に位置づけているわが国唯一の教育機関である。本科目は、KBSで数多くの科目をケースメソッドで学んできた学生に、教える側の世界に触れる機会を提供する。授業の各セッションでは、短い講義は行うが、「ケースメソッドをケースメソッドで教える」ことを主眼としているため、履修者が交代で講師役を務める「ディスカッションリード演習」を授業の中心に置く。この演習では、ケースメソッド授業の教室で生じる諸問題を取り上げたケースを多用する。したがって、履修者にとっての本科目での学びは、1) 自ら講師役にチャレンジして学ぶ、2) 他者の授業運営ぶりから学ぶ、3) 演習で用いるケースについて積極的に議論することで学ぶ、の3つの側面を持つ。チャレンジしてもらえる人数に限りはあるが、履修者は積極的に1)に挙げた講師役に立候補されたい。

授業で扱う主なテーマは、「討議から学ぶことの価値を考える」「参加者を理解する」「学びの共同体を築く」など。これらのテーマについてクラス全員で議論を深めていくことで、履修者一人一人にとっての拠りどころとなる「ケースメソッド教授法」を確立させる。

なお、本科目は4日間に渡って開講されるが、それに続いて3日間、KBSイシューセミナーとして授業が続く。慶應義塾の大学院生はこれに引き続き参加することができるが、本科目の単位は最初の4日間を履修することで付与される。

■ 経営実務講座ー同窓生から現役生へー

2学期 1単位

教授 河野 宏和

教授 磯辺 剛彦

KBSは、3200名を超える卒業生をこれまでに輩出し、彼らはビジネスの最前線で活躍している。彼らが直面してきた課題や課題解決の工夫・苦労は、ビジネススクールで学ぶ者にとって、まさに生きた教材である。彼らの知見を共有することは、これからビジネスリーダーとして社会を先導していく現役の学生にとって、貴重な学習の機会になると期待される。

世界各地の様々な業界で活躍しているKBSの同窓生を、毎回1名ずつ招聘して講演と質疑を行う。業界・エリアに関するユニークな知見や、経営実務の現場における成功・苦労両面からのリアルな実体験(教科書では分かりにくいこと)、およびそこから得られた視座についてお話しいただく。また、ビジネス面での話題や内容にとどまらず、同窓生として在校生に伝えたいこと、KBSで学んだことが卒業後のキャリアどのように役立っているか、KBSで学ぶ機会をどう活用すべきか、在学中に学ぶべき視点、というような在校生へのメッセージをなども含め、担当教員を交えてディスカッションする。

■ 国際経済と新興ビジネス

2学期 2単位

教授 姉川 知史

非常勤講師 ロイ, アシヨック

Purpose: To teach students how to conduct business and compete in emerging market especially in Asia. What understanding on international economics and finance is required? What is a challenge to conduct business in emerging market from the point of Japanese corporations? What advantage they have and what disadvantage they face? What is required to compete in emerging market business? Train students who are really involved in emerging market business in the near future. Main goal is to establish “mind-set” for their business.

As introduction we will give lectures on fundamental framework of international economics and international finance. Second, we utilize various case studies with focusing on business of emerging market and examples of Japanese firms.

Teaching Method : lectures, case method, and discussion with guest speakers.

Teaching Materials : Various case studies in real emerging market will be used.

Bruno Solnik and Dennis McLeavey, Global Investments 6/e, Pearson

Paul R. Krugman, Maurice Obstfeld, Marc Melitz, International Economics 9/e, Addison

■ 情報と意思決定

3学期 2単位

教授 大林 厚臣

この科目の狙いは、質の高い意思決定をするための参考になることであり、内容としては意思決定をするための理論と手法の紹介、情報の適切な分析と発信について、事例を用いた意思決定の演習などを行う。

意思決定の研究を大別すると、オペレーションズ・リサーチや経済学などで中心的な、「どのように意思決定をすべきか」という規範的アプローチと、認知科学や心理学などで中心的な、「人はどのように意思決定をするか」という記述的アプローチに分けられる。この科目では主として規範的アプローチを用いるが、学問領域にこだわらず意思決定に役立つと考えられる内容を多面的に紹介する。

具体的なテーマは、情報探索、交渉、信用形成、インセンティブ、イノベーション、リスクマネジメントなどのほか、意思決定の演習として、政策決定や危機管理の事例を用いる。

■ 統計学入門 (Introduction to Statistics)

1学期 2単位

非常勤講師 山下 智志

効率的な経営判断を行うためには、データを収集・分析し、必要な情報を抽出する必要がある。

本講義では、高校数学の内、統計学に必要な指数関数や、和の計算などを学習する。その後、基礎的な統計学を学ぶことにより、経営に必要なデータを加工し情報を得る方法を知る。

まず平均や分布などの基本的な知識を学ぶ。その後、確率と確率分布の概念を理解した後、予測や推定・検定の統計学的推測法についての方法論を解説する。さらに、回帰分析とそれを用いた統計モデルの作成方法を学び、傾向の分析や予測手法を会得する。また、理論的な学習の間に実際のデータを用いて、演習を行い統計学やデータ解析の実践について紹介する。

なお、この講義はこれまで統計学や確率論の知識がない学生を対象にしている。

使用する教科書：「はじめての統計学」鳥居泰彦、日本経済新聞社

総合演習科目

■ ビジネス・ゲーム (Business Game)

2学期 2単位

非常勤講師 許斐 義信

非常勤講師 岡田 哲男

日本の鉄鋼業をモデル化したゲームを使用する。

ビジネス・ゲームは、参加者が8～12人単位で企業一社を構成し、各社が同一市場で事業業績の向上を目指して激しい競争を展開する、いわゆる模擬経営の場である。経営環境は刻々と変化するので、経営の転換点を的確に把握し、営業・製造・研究開発・資金・人員配置などについて総合的判断、的確な経営計画の策定そしてその実行など多岐わたる経営判断が常に求められる。

各コースで学んできた会計、組織と人間、情報システム、マーケティング、生産、財務の諸分野における概念や技能を駆使した企業間戦争の展開を通じて、参加者は、経営の各分野間の協調の重要性とマネジメントの役割とについての討議し試行しながら、その経営における位置づけと総合経営の要諦について認識を深めることを迫られる。数日に縮められた、数年分の模擬経営は戦略策定の場であり組織生成過程の体験の場であり、経営管理制度構築の場である。また、組織における人間行動の本質を見る機会にも遭遇する。当コースは全体の約半分のセッションを合宿(2泊3日)にて行う。

✕ 特殊講義

■ 会計管理特殊講義 (Seminar in Accounting and Control)

1学期 3単位

教授 太田 康広

このコースは、主として、企業会計とディスクロージャーに関わる領域で修士論文を書こうとする人を支援する目的で行なわれる。「会計管理」の特殊講義であるが、修士論文のテーマは、狭い意味の「会計」に関するものに限定されるわけではない。具体的なテーマは受講者の関心とテーマに応じて変更される。

■ 会計管理特殊講義 (Seminar in Accounting and Control)

1学期 3単位

准教授 村上 裕太郎

本コースは、会計および税務に関する分野で修士論文執筆を目指す学生を指導する目的でおこなわれる。具体的には、まず、論文を書くうえで必要な基礎的知識(ミクロ経済学や計量経済学)を習得し、次に論文の書き方を学ぶ。修士論文のテーマに関しては、受講者の関心を優先する方針であるが、分析手法はできる限り科学的な方法でおこなうことが望ましい。

■ 経営環境特殊講義 (Seminar in Business Environment)

1学期 3単位

教授 姉川 知史

プロジェクト型の修士論文の作成準備を次のように行う。第1に、論文を書くにあたって必要な能力を訓練する。これは研究テーマや課題の選択方法、仮説の設定方法、論証の仕方等、理論の作り方、実証研究の実行方法等、主な講義内容としては、様々なモデリングの概念、数理モデルの推定法、推定した数理モデルの評価法、構築した数理モデルによるシミュレーション方法などを取り上げる。応用例をおりませながら、理解を深めていく。第2に、具体的プロジェクトの題材の即して、それに関連する内容を検討する。

■ 経営環境特殊講義 (Seminar in Business Environment)

1学期 3単位

教授 田中 滋

この特殊講義では、一般企業・非営利組織・政府・自治体などの運営のみならず、人々の生活にとっての環境要因である経済・社会のさまざまな現象の中から、参加者の希望に応じテーマを定めて分析します。科目の目的は、理論および実態把握の双方をバランスさせながら、長期見通しをたてられる洞察力の養成です。また、本コースにおいては歴史や文化・政治をめぐる議論もおおいに歓迎します。社会に貢献できる仕事を行うためには、思想や理念の支えが必要と考えるからに他なりません。

なお、具体的な対象領域の例として、担当者が専門とする医療政策や高齢者ケア政策を含め、下記に一覧をあげておきます。

- A: 医療・介護分野の政策(提供体制・保険制度・診療報酬・介護報酬など)に関する研究
- B: 医業・介護・医薬品・疾病管理・生活習慣病・健康増進等の分野における経営に関わる研究
- C: 少子化・障がい者・年金・教育・環境・都市問題等に対する施策の立案・立法・実施に関わる研究
- D: 経済的規制・社会的規制・社会構造・競争基盤整備をめぐる研究
- E: 経営環境・経営思想・理念・倫理に関する研究

■ 経営環境特殊講義 (Seminar in Business Environment)

1学期 3単位

教授 中村 洋

この講義では、産業組織論、経済学、経営学の観点から、企業・組織の戦略的行動に関する諸問題を検討します。特に、急速に変化する外部経営環境に対して企業・組織がどのように対応するかについて考察を行います。具体的な研究テーマの例として、

- 産業分析（バイオ、医薬品・医療、IT、環境関連、エレクトロニクス、電力・ガス、金融など）
- 産業政策と企業（研究開発政策、産学連携、環境問題、医療政策、社会保障制度、規制緩和、産業育成など）
- 企業（ベンチャーを含む）のR&D・組織戦略
- 企業の社会的責任（SRI、環境）
- 業界構造変化と内部経営資源蓄積（経営資源・能力論とSCP ロジックの動学的な関係）
- IT活用と組織改革
- ヘルスケアにおける連携（医療機関間連携、職種間連携）があります。

また、研究手法として、以下の点を重視します。

- ・基礎理論を使って、研究対象となる事象を単純化、体系化する。
- ・これまでの定説を鵜呑みにすることなく、新しい事実、考え方、提言を提示する。
- ・質問紙調査、インタビュー調査、ケース・スタディ、データを使った実証研究を行う

■ 経営史特殊講義 (Seminar in Business History)

(休 講)

■ 経営情報システム特殊講義 (Seminar in Management Information Systems)

(休 講)

■ 経営政策特殊講義 (Seminar in Management Policy)

1学期 3単位

教授 磯辺 剛彦

本特殊講義の目的は、経営戦略や国際経営にかかわる諸問題について、実務的な問題認識とそれに対する学術的なアプローチを関係づけることにある。例えば、最近になって実務で重要な課題となっている社会的責任について、競争優位の観点から考察することなどがあげられる。具体的な研究テーマとしては、成熟市場におけるイノベーション、コモディティ市場における差別化、事業システムの変革、NPOのマネジメント、戦略資源としての不動産などを想定しているが、経営戦略や国際経営に関する領域であればテーマは問わない。

修士論文は研究テーマよりも、それに取り組むプロセスを重視するため、マネジメントに関する学術的な見識を高めるだけでなく、社会科学における方法論の知識も深める。問題の設定、仮説の構築、検証方法などを身につけることにより、実務における諸問題に対して科学的に取り組むことができる。研究へのアプローチについては、定量的な実証研究が望ましいが、科学的な検証手続きに従っていれば定性的な研究も歓迎する。

■ 経営政策特殊講義 (Seminar in Management Policy)

1学期 3単位

教授 小林喜一郎

21世紀を迎え、企業経営を取り巻く環境は大きく変化しており、この急速な変化が実務ならびにアカデミックな世界で今迄通用してきた方法やものの考え方をゆるがし始めている。例えばコア・コンピタンスをめぐる競争、あるいはデファクト・スタンダードをめぐる競争が激しさを増す中、業界や戦略の分析単位は、今迄通りのままで良いのか、という疑問が出てきている。戦略とは単に製品レベル、事業レベルのみの概念ではなく、企業の持つ経営資源、あるいは企業連合という新しい単位で考えていく必要があるものと考えられる。そして従来の発想の枠を超えた新しい視点での戦略構築が求められる時代になっている。

研究テーマとしては、トップ・マネジメントの役割、バリューチェーン変革、戦略ドメインと経営成果、競争戦略、コア能力、多角化戦略、デファクト・スタンダード、アライアンス、MOT、アントルプレナーシップ、ナレッジと学習のマネジメントなど様々な切り口が挙げられるが、そのどれを取りあげるかについては受講者と相談し調整する。

全体の1/2を理論文献研究、残りの1/2を受講者の取り上げたテーマについて実証研究に基づく論文の作成にあてる予定である。なお研究論文については理論的な面からのユニークさ・卓越性は勿論のこと、ビジネス・スクールにおける修士論文として、実務者に示唆を与えられるような内容も併せ持つことを求める。

■ 経営政策特殊講義 (Seminar in Management Policy)

1学期 3単位

准教授 岡田 正大

本ゼミでは、「個別企業が均衡を上回る経済的パフォーマンスを上げるための条件」を理論化した企業戦略論(Strategic Management)を支柱として現実の諸事象を分析し、持続的競争優位をもたらす条件を明らかにするとともに、実務に役立つ知見を導くことを目指す。当ゼミが特に注目するのは、情報通信技術の進展をベースとした新たな事業モデル(群衆の叡智、Learning 2.0等)ならびに世界の最貧層市場(Base of the Pyramid)への戦略である。

研究テーマ領域の例：

- BOP市場での企業戦略
- 企業の経済的パフォーマンスと社会的パフォーマンスの両立可能性(営利企業による社会問題解決)
- 「群衆の叡智・予測市場」の実証研究
- ネット経済下における持続的競争優位の源泉
- 企業の持続性と経済的パフォーマンスの関係

■ 国際経営特殊講義 (Seminar in International Business)

(休 講)

■ 財務管理特殊講義 (Seminar in Financial Management)

1学期 3単位

准教授 小幡 績

コーポレートファイナンス、行動ファイナンス、およびその他の興味深い事象に関する個人研究を支援するために、本ゼミは行われる。トピックは基本的に受講者の関心に対応して設定されるが、受講者の関心と大きく食い違わなければ、本年度は、スタートとしては、行動ファイナンスに関する事象について考

えてみる予定である。なぜ、デイトレーディングで儲けることができるのか？ストラクチャードファイナンスとは、マーケティングだという小幡の主張はどういう意味か？そもそも、株式とは最後はどうなってしまうのか？優良大企業は永遠に不滅なのだろうか？

基本的には、受講者の関心のある事象、謎について、毎回議論を行うが、その解明、分析などに当たっては、academic paper やnews journal、dataなどを通じて考え、議論することも行う。それにより、それぞれの受講者の謎を論文にまで高められるよう、そして、各受講者が、個人で研究活動ができるよう、研究のノウハウの伝達も含めて、全員で協力していく。

■ 財務管理特殊講義 (Seminar in Financial Management)

1学期 3単位

准教授 高橋 大志

株式や債券などをはじめとする資産価格の評価および評価手法の応用に関する受講者の研究発表とそれに基づいた討論により、講義を進める。必要に応じて文献購読、データ分析等を行う。

■ 人的資源管理特殊講義 (Seminar in Human Resource Management)

1学期 3単位

専任講師 大藪 毅

このゼミでは、企業の人的資源管理に限らず、雇用・労働市場などの社会的システム問題、また個人のキャリア選択・形成のあり方などまで含め、人的資源全般の諸問題について勉強します。専門知識や管理手法以前に、「ひと」に対して本能的興味がある方に来ていただきたいと思います。

■ 生産政策特殊講義 (Seminar in Production Policy)

1学期 3単位

教授 河野 宏和

製品やサービスを供給する企業や組織における経営管理活動を対象として、受講者の研究発表とそれに基づいた討論により、輪講形式で講義を進める。対象となる「生産・供給活動」には、工場における生産活動だけでなく、医療・金融・公共サービスなど、付加価値を提供する事業活動やそれを計画・管理する事務作業などの支援業務が広く含まれる。重点的に検討する問題領域は、受講者の関心を考慮して毎年決定するが、例えば

1. 自動化・情報化に伴う生産システムの設計・改善問題
2. 生産部門と販売部門の連携の進め方
3. 設計部門と生産部門の連携の進め方
4. 日本的生産管理手法の特徴と今後の課題
5. 設備投資の評価方法に関する問題
6. 生産・サービス企業の経営戦略

などが考えられる。特にこの科目では、対象となる企業や組織におけるオペレーションに着目し、そこに内在する問題点を明らかにし、それらを改善・設計していくための手法と考え方について、フィールドワークを重視し、加えて文献研究と事例研究を通じて深く考察する。

■ 生産政策特殊講義 (Seminar in Production Policy)

1学期 3単位

教授 坂爪 裕

本講では、企業のオペレーション活動に内在する主要な経営課題と意思決定問題について討議する。具

体的な討議テーマは受講生の興味・関心に応じて決定する。

■ 組織行動特殊講義 (Seminar in Organizational Behavior)

1学期 3単位

教授 高木 晴夫

この科目では、経営における組織と人間の行動を、様々な角度から研究していく。対象とする領域は幅が広く、モチベーション、パーソナリティ、リーダーシップ、コミュニケーション、グループ・ダイナミクス、キャリア・ディベロップメント、組織の構造と風土、組織の革新と創造性及び組織効率などである。

これらの専門的概念および理論を学び、それを基礎として企業経営における組織と人間の重要課題を研究していく。これらの課題は、同時に、個性化、高齢化、情報化、ネットワーク化、グローバル化等の変化の中でとらえることを目指す。その課題には、例えば、やりがいのある職務とない職務と組織効率との関係、キャリア・ディベロップメントにおける個人の戦略と経営組織の戦略との関係、及びそこに介在する人事戦略との結びつき、交換を基礎とする人間関係のゲーム性、電子メディアを活用するネットワーク的な組織行動、グローバル化した組織のマネジメント、管理者行動における人間関係ネットワークの有効性、ガバナンスとリーダーシップ、ミクロ・システムとマクロ・システムの統合、生物型・生態型システム・モデルの組織への適応、複雑系の科学の知見の応用、等が含まれる。

■ 組織行動特殊講義 (Seminar in Organizational Behavior)

1学期 3単位

教授 渡辺 直登

この科目は、組織心理学ならびに人事管理上の今日的課題に焦点を当て、その問題解決に有効な専門的概念及び理論を講義していく。

■ 組織・戦略特殊講義 (Seminar in Organization and Strategy)

1学期 3単位

教授 浅川 和宏

本講義では、グローバル経営に関する実証研究を行なう準備として、国際経営学ないし組織戦略論に関する内外の重要な研究文献を講読し、あわせて修士論文作成の為に必要な研究方法論に関する講義を行なう。その上で受講者各自の研究テーマ、研究設問の設定、ないし最適な研究方法論の選択を行なう。その後は適宜関連文献を紹介し、全体討論ないし個別指導を行なう。当ゼミの代表的研究テーマとしては、グローバル経営の戦略と組織、国際R&Dマネジメント、イノベーション経営などが挙げられる。

■ 組織・戦略特殊講義 (Seminar in Organization and Strategy)

1学期 3単位

教授 清水 勝彦

本ゼミの主なテーマは「組織変革」「組織学習」である。企業の短期的な成功、失敗を取り上げるのではなく、企業の中期的な行動についての研究を通じ、より永続的な企業の競争力についての考察を深めたい。組織戦略論に関する内外の重要な研究文献を講読し、あわせて修士論文（ケースを含む）作成の為に必要な研究方法論に関する指導を行なう。受講者は各自で研究テーマを設定し、プロポーザル作成後は随時個別の指導を行う。

■ マーケティング特殊講義 (Seminar in Marketing)

1学期 3単位

教授 池尾 恭一

今日、わが国の企業を取り巻く環境は、日本経済の立ち位置の変化、消費社会の変容、従来型競争力の行き詰まり、情報通信技術の発展やグローバル化の進展など、多くの面で、大きく変化している。そのなかで、製品開発や価格政策等々を内容とするマーケティング戦略もまた、大きな転機を迎えている。本ゼミナールにおいて取り扱う研究テーマには、メーカーやサービス業のこうしたマーケティング戦略の検討、あるいはその基礎となる消費者行動や顧客行動の理解、さらには小売業態や電子商取引といった流通問題の分析などが含まれる。具体的には、現在わが国で起こりつつある環境変化を踏まえながら、個々の製品・サービス分野における顧客の行動や競争業者の行動を理解し、マーケティング戦略やそれを支える仕組みを検討するという流れのなかで、参加者各自の関心に応じて、研究テーマが選択されることになるだろう。

■ マーケティング特殊講義 (Seminar in Marketing)

1学期 3単位

教授 井上 哲浩

本ゼミナールでは、マーケティングの現代的課題を、参加者各人の自主的な研究を通じて検討する。参加者は、あらかじめマーケティングの特定分野に対する問題意識をもち、そのテーマを自ら理論的、分析的に深く解明するために、積極的に研究することとする。

個々人の研究に統一的な基礎を与えるため、理論的なマーケティング文献を輪読し、ディスカッションを通じて相互啓発をはかり、最終的に実証研究を行う予定である。

■ マーケティング特殊講義 (Seminar in Marketing)

1学期 3単位

教授 余田 拓郎

マーケティング戦略やマーケティング・マネジメントに関する主要な概念、理論および方法についての理解を深めることをねらいとする。とりわけ、近年研究成果の著しい顧客関係のマネジメントやサービスにかかわるマネジメントなどの領域について、内外の文献の輪読およびディスカッションを通じて、講義を進める予定である。

■ マーケティング特殊講義 (Seminar in Marketing)

1学期 3単位

准教授 坂下 玄哲

マーケティングに関わるさまざまな問題に対して、特にミクロな消費者行動を分析視点とした研究アプローチからの解明を目指す。具体的には、消費者行動研究を中心とする関連分野の基本的な理論系譜と、さまざまな研究方法の特性について、関連文献の輪読およびディスカッションを通じて理解する。その上で、参加者の自由な問題意識に沿った仮説を導出し、経験データの収集および分析を通じた検証を試みる。

■ マネジメント・コントロール特殊講義 (Seminar in Management Control Systems)

1学期 3単位

教授 山根 節

経営戦略や経営システムの議論は、抽象的な概念論で終わることが多い。しかしわが校の教育理念であ

る「実践的な経営能力の涵養」という観点からは、経営戦略を具体的な実行システムおよび実行プロセスにまで落とし込んで設計できる能力が求められる。経営の分析や議論は、理論的な枠組みを押さえつつも、現実的なリアリティを持つものでなければならない。このコースは、そんなリアリティのある経営戦略や経営システムの討議を目指し、概念論に止まらない研究を志す人々を対象とする。

■ マネジリアル・エコノミクス特殊講義 (Seminar in Managerial Economics)

1学期 3単位

教授 大林 厚臣

競争戦略、組織や契約のデザイン、技術経営、リスクマネジメント、企業経営全般、経済政策などの中から適宜テーマを選び、討論と研究を行なう。

■ マネジリアル・エコノミクス特殊講義 (Seminar in Managerial Economics)

1学期 3単位

教授 林 高樹

経営学の諸問題に対して、定量的手法を活用して解決を図る。適宜テーマを選び輪読とディスカッションを行う。

■ マネジリアル・エコノミクス特殊講義 (Seminar in Managerial Economics)

1学期 3単位

准教授 安道 知寛

適宜テーマを選び、輪読、ディスカッションを行なう。検討したい課題を数理的観点から捉え、定性的・定量的な情報を利用して課題に対する解決策を考えていく。

演習

2学期 3単位

学生が所属するゼミナール(演習)の指導教授のもとで、一定日数の演習を行う。学生は文献研究、あるいは実施調査にもとづいて、論文の作成をすすめ、第2年次3学期に修士論文を完成し、審査を受ける。開催学期は第2年次のいずれかの学期で、指導教員がそれを決定する。

■ 会計管理演習 (Research Seminar in Accounting and Control)

教授 太田 康広 准教授 村上裕太郎

■ 経営環境演習 (Research Seminar in Business Environment)

教授 姉川 知史 教授 田中 滋 教授 中村 洋

■ 経営史演習 (Research Seminar in Business History)

(休講)

■ 経営情報システム演習 (Research Seminar in Management Information Systems)

(休講)

■ 経営政策演習 (Research Seminar in Management Policy)

教授 磯辺 剛彦 教授 小林喜一郎 准教授 岡田 正大

■ 国際経営演習 (Research Seminar in International Business)

(休講)

■ 財務管理演習 (Research Seminar in Financial Management)

准教授 小幡 績 准教授 高橋 大志

■ 人的資源管理演習 (Research Seminar in Human Resource Management)

専任講師 大藪 毅

■ 生産政策演習 (Research Seminar in Production Policy)

教授 河野 宏和 教授 坂爪 裕

■ 組織行動演習 (Research Seminar in Organizational Behavior)

教授 高木 晴夫 教授 渡辺 直登

■ 組織・戦略演習 (Research Seminar in Organization and Strategy)

教授 浅川 和宏 教授 清水 勝彦

■ マーケティング演習 (Research Seminar in Marketing)

教授 池尾 恭一 教授 井上 哲浩 教授 余田 拓郎 准教授 坂下 玄哲

■ マネジメント・コントロール演習

(Research Seminar in Management Control Systems)

教授 山根 節

■ マネジリアル・エコノミクス演習 (Research Seminar in Managerial Economics)

教授 大林 厚臣 教授 林 高樹 准教授 安道 知寛

後期博士課程

(開設科目・内容・担当者等は一部変更することがある)

✕ 専門科目

■ 意思決定特論 (Advanced Study in Decisions and Strategies)

春学期 2単位

教授 大林 厚臣

企業の戦略的行動をミクロ経済学とゲーム理論の視点から検討・分析する。参加者はミクロ経済理論とゲーム理論についての基本的な知識を持っていることを要求される。

■ 会計管理特論 (Advanced Study in Accounting and Management Control)

春学期 2単位

教授 山根 節

ねらい：このコースでは、会計という情報手段を使って行われる経営管理のすべての局面(つまり会計管理)を研究対象とする。つまり対外的なディスクロージャーのあり方だけでなく、経営戦略立案や戦略実行のためのマネジメント・コントロールのシステムおよびプロセスに至るまで、理論的・実証的かつ総合的な研究活動を行う。

主な内容：具体的には財務会計論、経営分析論、管理会計論、さらに経営戦略論などの分野にわたり、受講者の希望を勘案して内容を決定する。受講希望者は事前に担当者と面接することが望ましい。

■ 会計理論特論

春学期 2単位

教授 太田 康広

このコースでは、近年の分析的会計研究の重要論文をサーベイするとともに、その読解に必要なとされる数学的知識・経済学的知識を身につけることを目的とする。

■ 企業戦略特論 (Advanced Study in Corporate Strategy)

春学期 2単位

教授 磯辺 剛彦

教授 小林喜一郎

ねらい：企業戦略の理論的背景を習得した上で、理論展開の基本的枠組みを整理し、これからの企業戦略に関する新たな仮説・理論の構築を行なう為に十分な能力を養う。

主な内容：企業戦略を、経営者が競争環境の中で、事業分野の決定→経営資産の調達→経営資産の配分→経営資産の資源化という一連の経営活動を行い、それぞれの事業分野において競争優位を築き、より高いレベルの目標に到達するプロセスと捉える。このプロセスのそれぞれの段階について、理論研究のレビューを徹底的に行なう。そこで毎回授業では理論書の輪読報告を行なう。これに加え、欧米のジャーナルからリストアップされた80前後の英文論文を毎回4～5本

ずつレポート(サマリーと問題提起の含まれたもの)として提出することを求める。履修希望者は履修申告前、必ず担当教員2名にコンタクトすること。

■ 金融機関経営特論 (Advanced Study in Management of Financial Institutions)

(休 講)

■ 経営科学特論 (Advanced Study in Management Science)

秋学期 2単位
准教授 安道 知寛

計量経済学、統計科学的な観点から、経営に関連する諸問題を検討する。
論文の講読と討論を行ないつつ、社会科学分野において研究活動を遂行するために必要な計量モデリング理論を学ぶ。

■ 経営環境特論 (Advanced Study in Business Environment)

秋学期 2単位
教授 田中 滋

医療・介護・教育・保育などの分野においては、通常の市場経済機能が必ずしも良い成果を生まない理由について、経済学の観点から根拠を分析する力を身につけます。合わせて、公共財とは違い、民間の組織も主要な提供者となり、かつ利用者が提供者を選択する準市場が用いられる理由も把握します。その上で、分配の公正をめぐる価値規範からの市場介入と、資源配分を効率化させるために重要な機能を果たす非営利組織の位置づけと役割、および公益セクター独特の連携の重要性を考察していきます。また、このような分野にかかわる政策決定の歴史と現状を学び、そこへの働きかけ方を学ぶことも重視します。

過去にこの特論を受講した卒業生はいずれも上記の理念をふまえ、現実社会で大いに活躍していることが誇りです。

■ 経営管理会計特論 (Advanced Study in Management Accounting)

(休 講)

■ 経営システム特論 (Advanced Study in Management Systems)

(休 講)

■ 経営情報特論 (Advanced Study in Management Information)

(休 講)

■ 経営政策特論 (Advanced Study in Business Policy)

秋学期 2単位
准教授 岡田 正大

各学生の研究テーマに応じ、戦略領域における文論文を選択して購読と議論を行なう。

■ 経営分析特論 (Advanced Study in Business and Financial Analysis)

(休 講)

■ 計量分析特論 (Advanced Study in Quantitative Analysis and Management Science)

春学期 2単位

教授 林 高樹

経営学の諸問題に対して、数理的、特に確率的・統計的アプローチによる解決を図る。教科書および論文の講読と討論を行う。

■ 財務管理特論 (Advanced Study in Financial Management)

(休 講)

■ 産業経済分析特論 (Advanced Study in Economic Analysis of Industries)

秋学期 2単位

教授 中村 洋

産業組織論の中級レベルの教科書を使って、産業組織論の基本的な考え方の理解、経済学の分析でよく使われる数学的ツールの習得を目指す。具体的な内容は以下の通りである。独占・寡占理論、垂直的・水平的統合、製品差別化、価格戦略、共謀、参入・撤退戦略、情報と戦略的行動、研究開発戦略。

■ 産業組織特論 (Advanced Study in Industrial Organization)

春学期 2単位

教授 姉川 知史

博士課程の経済学分野として必要になる基本的ミクロ経済理論を復習した後、産業組織論の理論と実証について概説する。

■ 消費者行動特論 (Advanced Study in Consumer Behavior)

春学期 2単位

教授 池尾 恭一

ね ら い：消費者行動分析の既存理論体系について十分な理解を図るとともに、それらをどのようにマーケティング戦略立案に結びつけるかについての枠組を検討する。

主な内容：消費者行動理論文献の体系的サーベイ

消費者行動調査の設計と分析

消費者行動分析に基づくマーケティング戦略の構築

■ 人的資源特論 (Advanced Study in Human Resource Management)

秋学期 2単位

教授 高木 晴夫

ね ら い：企業経営における人的資源のマネジメントについて、今日までの理論的・実践的な研究成果を学習する。人的資源管理論と呼ばれるこの分野は、従来より我が国では人事管理論ないし労務管理論と呼ばれていたが、米国における1980年代からのHuman Resources Managementの形

成により、我が国でも人的資源管理論と呼ばれるようになった。授業では、このような歴史的経緯を視野に入れつつ、人的資源管理論と深く関係する心理学、社会学、経済学などでの重要理論についても学習する。

主な内容：人的資源管理論の大学院レベルの概論的教科書をまず学習し、そこを始点に、各論を成立させている重要理論の原典を講読する。この時、当然ながら上記の関連科学の重要文献も学ぶ。学習においては、理論的内容だけでなく、企業組織での実態がどうであるかにも多くの時間を割く。

■ 生産管理特論 (Advanced Study in Production Management)

春学期 2単位

教授 河野 宏和

ねらい：製品やサービスを供給する活動を改善していくための考え方と方法論について、主に生産管理手法の理論面から学び習得すると同時に、それらの考え方を企業経営の実務に反映するための実践的な方法論について研究する。

主な内容：従来の生産管理の理論は、主として工場での生産活動を対象として研究され発展してきている。しかし、経済活動においていわゆるサービス産業化やソフト化が進展するにつれて、供給活動を分析する理論体系を、間接部門や一次産業などを含むより広い範囲に適用する必要性が高まっている。本科目では、これまでの生産管理の理論を体系的に検討した後、企業経営を取り巻く環境条件の変化に合わせた改善理論のフレームワークと実践方法の変遷について、文献研究、事例研究、フィールド調査などを通じて多角的に研究する。対象とする業種など細部の進め方は、受講生の特性と希望に応じて決定する。

■ 生産経営特論 (Advanced Study in Production Policy)

春学期 2単位

教授 坂爪 裕

本講では、工場における生産方式と管理方法の歴史を辿りながら、社会科学として生産政策分野の研究を行う際に最低限必要となる基礎文献の講読を行う。

■ 組織行動特論 (Advanced Study in Organizational Behavior)

春学期 2単位

教授 高木 晴夫

ねらい：企業経営における組織と人間のマネジメントについて、組織行動学における今日までの理論的・実践的な研究成果を学習する。同時に、組織行動学と深く関係する諸人間／社会科学（社会心理学、産業心理学、認知科学、社会学、文化人類学など）での関連する重要理論についても学習する。

主な内容：組織行動学の大学院レベルの概論的教科書をまず学習し、そこを始点に、各論を成立させている重要理論の原典を講読する。この時、当然ながら上記の関連諸科学の重要文献も学ぶ。学習においては、理論的内容だけでなく、その形成された背景、データ収集・分析の方法論、理論構築の巧みさなどについても焦点をあてる。

■ 組織心理学特論 (Advanced Study in Organizational Psychology)

秋学期 2単位

教授 渡辺 直登

組織行動研究の最先端の理論、研究トピック、方法論等について学ぶ。各自の研究テーマを深く掘り下げ、研究を行ない、論文としてまとめる方向性で指導を行なう。

■ 組織戦略特論 (Advanced Study in Organization and Strategy)

秋学期 2単位

教授 清水 勝彦

経営戦略、組織論の観点から、企業の行動および業績に影響を与える要因の分析を行う。経済学的視点だけでなく、心理学、社会学的な要因も考慮しながら、より広い視野から問題意識を深めることを重視する。

主な内容：

1. 経営戦略論の研究
2. 組織理論の研究
3. 企業革新の理論研究
4. 実証分析

実証研究では基本的に日本企業をとり上げ、ここから帰納的な理論構築を目指す。

■ 多国籍組織戦略特論 (Advanced Study in Multinational Organization and Strategy)

春学期 2単位

教授 浅川 和宏

本科目では、まずマクロ組織理論の基礎を概観する。次いで多国籍企業をマクロ組織論、戦略論の観点から考察した多くの公刊・未公刊論文の査読演習を通じ、多国籍企業の組織・戦略研究に関する最新の理論・実証研究動向についての理解を深める。

■ マーケティング理論特論 (Advanced Study in Marketing)

春学期 2単位

教授 井上 哲浩

ねらい：科学としての「マーケティング」の諸側面を明らかに、科学として健全な発展を「マーケティング」が達成するのに必要な理論的側面を解明する。

主な内容：まず科学哲学の側面から「マーケティング」を考察し、様々な立場のDisciplineを検討する。そして説明性、因果関係、科学的法則、そして「マーケティング」一般理論の構築を目指す。次に、測定、モデリング、解析の同時性を明らかにし、最後に、「マーケティング」科学の一面面に注目しリサーチ・デザインの健全な設定を試みる。

研究方法として、理論文献のレビューと討論、レクチャー、ケース演習、シミュレーション、ゲーム理論、統計的工学的モデリングを用いる。

■ 流通経営特論 (Advanced Study in Distribution Management)

秋学期 2単位

教授 余田 拓郎

ねらい：戦後の流通政策は革新的小売業の登場、激変する流通構造の変化、流通企業の経営革新に対応し、後追的に規制あるいは促進を図るべく展開されてきた。その流通政策を分析し、それによって流通構造の変化と流通経営の革新を検証してみたい。あわせて現在の情報化の展開、交通インフラの整備、および消費のサービス志向などを考慮し、流通経営に関する理論的枠組みの構築を図る。

主な内容：文献に基づいて戦後の流通政策の背景を理解し、流通機構に関する競争政策、保護政策、近代化政策、物流政策、卸商業政策、大規模小売店舗法、地域商業振興と街づくり三法、などを実際の流通業経営と照らし合わせながら分析していく。そして、新たな内外的環境条件を本に新たな理論的枠組みを構築したい。

自由科目

■ 企業経営史特論 (Advanced Study in Business History)

(休 講)

■ ケースメソッド教授法特論 (Case Method Teaching and Discussion Leadership)

秋学期 2単位

教授 高木 晴夫

非常勤講師 竹内 伸一

KBSはケースメソッドを授業方法の中核に位置づけているわが国唯一の教育機関である。したがって博士課程の学生が卒業して教壇に立ったとき、ごく自然にケースメソッドで授業を行うことが期待される。本科目ではこれに備えて、ケースメソッド授業を準備し、運営するための、基本的なスキル、知識、マインドを身につける機会を提供する。

授業の各セッションでは、短い講義は行うが、「ケースメソッドをケースメソッドで教える」ことを主眼としているため、履修者が交代で講師役を務める「ディスカッションリード演習」を授業の中心に置く。この演習では、ケースメソッド授業の教室で生じる諸問題を取り上げたケースを多用する。したがって、履修者にとっての本科目での学びは、1) 自ら講師役にチャレンジして学ぶ、2) 他者の授業運営ぶりから学ぶ、3) 演習で用いるケースについて積極的に議論することで学ぶ、の3つの側面を持つ。チャレンジしてもらえる人数に限りはあるが、履修者は積極的に1) に挙げた講師役に立候補されたい。

授業で扱う主なテーマは、「討議から学ぶことの価値を考える」「参加者を理解する」「学びの共同体を築く」など。これらのテーマについてクラス全員で議論を深めていくことで、履修者一人一人にとっての掘りどころとなる「ケースメソッド教授法」を確立させる。

なお、本科目は4日間に渡って開講されるが、それに続いて3日間、KBSイシューセミナーとして授業が続く。慶應義塾の大学院生はこれに引き続き参加することができるが、本科目の単位は最初の4日間を履修することで付与される。

■ 研究方法特論 (Advanced Study in Research Methodology)

春学期 2単位

教授 渡辺 直登

ね ら い：ビジネス・スクールという性格を持つ大学院での研究に必要な方法論を教授する。

主な内容：

1. 研究方法論の基礎
2. 社会科学としての研究のプロセス
3. 統計的方法
4. 臨床的方法
5. 複合的方法
6. 仮説の構築と仮説再構築および理論化と一般化
7. 研究の倫理的課題

✕ 特別実習

以下に示す実習分野から1分野・1教員を選び、現実の企業または産業についての事例研究を行う。
(各2単位)

なお、特別実習の標準的な進め方は以下の通りとする。

- (1) 現実の企業や産業についてのフィールド・リサーチを行い、その結果をケースの形にまとめる。
- (2) ケースで提示した問題点を分析し、事例研究論文を作成する。
- (3) 所定の時期に、指導教授を含む教授グループに事例研究論文の概要を報告し、可否の判定を受ける。

■ 会計特別実習 (Advanced Field Study in Management Accounting)

教授 太田 康広 教授 山根 節

■ 経営環境特別実習 (Advanced Field Study in Business Environment)

教授 姉川 知史 教授 田中 滋 教授 中村 洋

■ 経営財務特別実習 (Advanced Field Study in Financial Management)

(休講)

■ 生産政策特別実習 (Advanced Field Study in Production Policy)

教授 河野 宏和 教授 坂爪 裕

■ 総合経営政策特別実習 (Advanced Field Study in Management Policy)

教授 磯辺 剛彦 教授 小林喜一郎

■ 組織行動特別実習 (Advanced Field Study in Organizational Behaviors)

教授 浅川 和宏 教授 清水 勝彦 教授 高木 晴夫 教授 渡辺 直登

■ マーケティング特別実習 (Advanced Field Study in Marketing)

教授 池尾 恭一 教授 井上 哲浩 教授 余田 拓郎

■ マネジメント・システム特別実習 (Advanced Field Study in Management Systems)

(休講)

■ マネジリアル・エコノミクス特別実習 (Advanced Field Study in Managerial Economics)

教授 大林 厚臣 教授 林 高樹

✕ 特別演習

経営管理特別演習では、博士論文作成のための研究指導と、その基礎になる演習、輪講、実習などを、ゼミナール形式で行う。

■ 経営管理特別演習1 (Advanced Research Seminar in Business Administration 1)

■ 経営管理特別演習2 (Advanced Research Seminar in Business Administration 2)

