

豊橋創造大学大学院

経営情報学研究科

豊橋創造大学大学院
経営情報学研究科

開塾の趣旨

文化の世紀、感性の世紀といわれるこの 21 世紀は知識に価値を見出す時代といわれています。そのドライビングフォースは、時代に先駆けて知識に価値を見出すアントレプレヌールの魂を持つ人材です。

今、日本の産業は新たな価値を生み出すアントレプレヌールの魂を持つ多くの起業家的能力の育成を要請しています。こうした時代においては、経営環境のダイナミックな変化を、感性を持って読みとり、それに対して果敢にチャンスをつかみ柔軟に対応できる経営能力と教養・知識を持つ“知のリーダー”としての起業家的能力を持つ人材の活躍はますます必要とされています。

“知のリーダー”としての起業家は、さまざまなビジネスチャンスを経営として総合的にとらえ、事業の「コア競争力」を構築し、個別最適と全体最適とのコーディネートを戦略的に遂行することを要請されます。また、社員との人間的なコミュニケーションによる共感を作り上げていくことが重要です。ここでは、二つの役割が求められます。第 1 は、社員のロールモデルとなる「メンター」的役割を果たすことです。第 2 は、さまざまなチャンスとリスクの双方を冷静かつ周到に分析し、回避できるリスクは回避した上で、チャンスに果敢に挑戦するといった冒険者ではない「洗練されたリスクテイカー」という多面統合的な役割を果たすことです。

SOZO起業塾は、社会人が“知のリーダー”の起業家的能力を向上あるいは「学び直し」をする、さらには再チャレンジするにあたっての実践的なプログラムを提供し、これからの日本の地域産業を担う社会起業家を含む、事業家が直面するであろう経営諸問題の解決能力を持つ人材を育成するために開塾するものです。

1. 開設科目と講義時間数

理論セッション

1. 起業論
2. 事業戦略論（競争戦略）
3. ロジカルシンキング
4. アカウンティング
5. マネジメント
6. リーダーシップ
7. 組織行動論
8. 流通マーケティング
9. 経営戦略論
10. 人的資源管理論

【注】科目の順序が変更になることがあります。

実践セッション

I 起業動機の決意・確立

- | |
|------------------------|
| 1. 起業動機の確立 |
| 2. 起業の特徴と心構え、開業の方法と手続き |

II 事業構想、組織、場の設定、実行・責任

- | |
|------------------|
| 1. 人に動いてもらう方法 |
| 2. 営業の方法、広告宣伝の方法 |

III ビジネスプランの作成とプレゼンテーション

- | |
|------------------|
| 1. ビジネスプラン作成 |
| 2. 事業計画作成 1～7 |
| 3. プレゼンテーション |
| 4. 事業計画プレゼンテーション |

【注】科目の順序が変更になることがあります。

2. 募集定員

15名

3. 開講場所

豊橋創造大学 D43 教室ほか

【注】日程の変更にもない会場を変更することがあります。

4. 開講日程

全 45 コマ (67.5 時間)

①	10月19日(土) 1時限～3時限	⑦	12月21日(土) 1時限～4時限
②	10月26日(土) 1時限～4時限	⑧	1月11日(土) 1時限～3時限
③	11月16日(土) 1時限～4時限	⑨	1月25日(土) 1時限～4時限
④	11月30日(土) 1時限～4時限	⑩	2月8日(土) 1時限～4時限
⑤	12月7日(土) 1時限～4時限	⑪	2月15日(土) 1時限～4時限
⑥	12月14日(土) 1時限～4時限	⑫	2月22日(土) 1時限～3時限

講習時間割：

1時限：9：00～10：30 2時限：10：40～12：10

3時限：13：10～14：40 4時限：14：50～16：20

5. 受講資格

- 1) 企業から推薦されて受講する者。
- 2) 受講希望が、本人自身のみによる場合は、受講資格の基準は以下の場合となります。
 - ①学士の学位を有する者
 - ②外国において学校教育における16年の課程を修了した者
 - ③文部科学大臣の指定した者
 - ④本大学院において、大学に3年以上在学し、所定の単位を優れた成績をもって修得したものと認めた者
 - ⑤本大学院において、大学を卒業した者と同等以上の学力があると認めた者

6. 受講料

4万円(全12日) 45コマ(67.5時間)

7. 募集期間

定員になり次第、締切りとさせていただきます。

8. 修了要件

本講座では、全講座の2/3以上の出席とビジネスプラン作成およびプレゼンテーションの履修を修了要件として、本学の修了証書を発行いたします。

9. 講義内容

第I部 理論セッション

1. 起業論 —1コマ

起業家とは、社会に「価値と感動」を提供する夢を持つ人である。このセッションでは、ベンチャー企業の特性の理解ならびに「ベンチャー経営」を構築するために必要な考え方と方法論を学習する。ここでは「創造的破壊と矛盾のマネジメント」の側面が強調される。

2. 事業戦略論（競争戦略） —2コマ

事業戦略とは、個別事業にかかわるものであり、競争戦略を主な対象とする。ここでは、ポジショニングアプローチ、資源アプローチ、学習アプローチの枠組みに対する「ものの考え方」を学習することを目的とする。

3. ロジカルシンキング —2コマ

ロジカルシンキング（論理的思考）とは、実際は難しいものを単純にし、構造化して相手を納得させるためのものである。このセッションでは、ロジカルシンキングを用いて相手と協調するための思考方法を説明する。

4. アカウンティング —2コマ

会計の基本概念について学ぶ。とりわけ、財務会計領域を取り上げ、情報提供機能と利害調整機能が、損益計算書・貸借対照表・キャッシュフロー計算書等の財務諸表を通して果たされていることを確認したい。また、各種財務諸表の作成プロセスと相互補完関係、さらには財務分析の方法についても解説したい。

5. マネジメント —2コマ

マネジメントとは、組織の有している経営資源（人的、金銭的、物的、情報の各資源）を状況のニーズに適応させながら、組織目的を達成する活動である。この活動を効率的、有効に進めるために、計画、組織化、指令、調整、統制が行われる。本セッションでは、これらの理論を学ぶとともに、実務を行うに当たり問題となるであろう事柄を演習を通して体得する。

6. リーダーシップ —2コマ

創造的活動をフラットな組織で行っているケースを取り上げ、そこでみられるリーダーシップとその応用可能性を議論し、他の組織においても有効であるのかどうかを議論していく。

7. 組織行動論 —2コマ

組織で働く人々の行動やそれによる組織の動きについて学ぶ。主に組織のなかの個人の動機付けと組織の中の集団におけるコミュニケーションとリーダーシップを取り上げる。

8. 流通マーケティング —2コマ

本講義では、起業における流通チャネル政策や商品開発、広報・プロモーション、価格政策などの基本用語や戦略を、事例を踏まえながら学んでいく。また、マーケティング活動の実施において重要となる作業で

ある、市場環境や消費者行動の分析手法に関しても学ぶ。

9. 経営戦略論 —2 コマ

経営戦略とは、企業の将来像とそれを達成する道筋である。ここでは経営計画策定という観点より、①経営戦略策定の理論をフレームワークとともに分析手法を学ぶ。②経営戦略実行のための経営の在り方を理解する。理論と実践の架け橋となる方法論を提示することに焦点を当てる。

10. 人的資源管理論 —2 コマ

人材マネジメントは戦略的差別性の中核的役割を担うという認識のもと、このセッションでは、人材マネジメントの3大要素である組織運営、人材フローマネジメント、報酬マネジメントの全体像を経営の視点より学ぶ。さらに組織を設計するために基本的な論理を解説する。仕事の分業、組織における調整（標準化、階層化）組織の基本形態などを取り上げる。

II部 実践セッション

I 起業動機の決意・確立

項目	目的	内容
1. 起業の特徴と心構え	◇起業 ◇「自分ならではの」起業	・ 起業の現状を把握する。 ・ 「自己の起業」の強み、特徴を掴んで、自分の身の丈にあった起業プランをイメージすると共に、起業するにあたっての心構えを学ぶ。
2. 開業の方法と手続き	◇会社の作り方	・ 会社設立の流れを学んで、届け出に関する各費用等を理解する。
資金計画実務	◇助成金	・ 助成金の種類を知る。
	◇資金計画を立てる	・ 開業費用、開業資金、資金繰りを見込んだ収支計画を立てる。開業時の事業資金融資の種類を学ぶ。事業計画をもとに、返済計画を立てる。
	◇融資の種類 ◇返済計画の立て方	

II 事業構想、組織、場の設定、実行・責任

項 目	目 的	内 容
1. 人に動いてもらう方法(人事と労務管理の方法)	<p>◇人を採用する</p> <p>◇労働基準法から考える労務管理のポイント</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・どのような人を雇いたいのか採用計画を立てる。 ・男女雇用機会均等法を理解する。 ・採用の募集方法を知る。 ・雇用形態の違い(正規雇用、派遣、短時間労働ほか)による労働条件を知る。 ・労働時間の適用除外を知る。 ・時間外労働に関する基準を知る。 ・解雇と自己都合退職の違いを知る。 ・就業規則を理解する。
2. 営業の方法	<p>◇「ひと」を使った営業</p> <p>◇媒体を使った営業</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・営業マンを雇い入れ、新規開拓からリピーターに繋げる従来の営業方法を知る。 ・営業代行を使う営業方法を知る。 ・DM、FAX 広告、ML 広告、ポスティング、新聞等紙媒体、メディア他のそれぞれのメリット・デメリットを理解する。 ・アフィリエイト等の SOHO (ネット商売)を知る。
広告宣伝の方法	<p>◇クチコミ</p> <p>◇紙媒体</p> <p>◇ネット広告</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・モニターによる仕掛け等 ・ユーザーからの口コミの起こし方を学ぶ。 ・チラシを作成し、DM・ポスティング・FAX 等を使用した広告宣伝のメリット・デメリットを理解する。 ・モバイル及びPCによるバナー広告、メール広告、相互リンク等による広告手段等を知る。

Ⅲ ビジネスプランの作成とプレゼンテーション

項 目	目 的	内 容
1. ビジネスプランの作り方	<p>◇あなたの起業はどんなドラマ？</p> <p>◇ビジネスプラン作成の流れを紹介</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・起業をドラマに置き換えて「ビジネスプラン」作成のポイントを理解する。 ・お客様から「オンリーワン」として認められるポイントを掴む。 ・起業で失敗しないポイントを理解する。 ・アイデア抽出⇒企画・立案⇒プラン作成といったビジネスプラン作成の一連の流れを紹介する。
2. プレゼンテーション 事業計画プレゼンテーション	<p>◇社会ニーズと価値を見抜く</p> <p>◇伝わる表現技術</p> <p>◇持続可能な循環型しくみづくり</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ダイバシティ経営と市場性 ・言語表現・非言語表現 ・相手を行動変容させる7つのコツ ・品質管理と販路開拓 ・ネットワーク構築と維持

