

学部間共通総合講座C

「ビジネス・イノベーション1 –MOS・低炭素社会・グローバル化を通じて」

担当:佐野正博 開講時限・場所:木曜日 3 時限目 前期 1126 教室

● 授業の概要・到達目標

本講義は、企業・事業の創造や革新の歴史を学ぶとともに、現在におけるビジネス・イノベーション(企業・事業革新)のありようを具体的に学ぶことを目的とする。講師は講義目的の具体化のために学内・学内の講師のリレー式のものとする。

本年度は、我々の社会の大きな課題である、MOS・低炭素社会の実現を経済・社会活動等のグローバル化を通して、考察していく。

● 授業内容

<1> 4月12日 ビジネス・イノベーションとは何か 佐野 正博

初回の講義であるので、講義の目的や内容を含む半期の講義予定の紹介、レポート課題についての説明を行う。同時に、「マネジメント・オブ・サステナビリティとイノベーション」についての考え方・定義・取り組みについて紹介する予定である。

<2> 4月19日 ビジネス・イノベーションー香り産業を例に 野本 邦雄

私と香りとの付き合いは必然的に起こりました。学生時代に友人とどのゼミにするかを話し合っている時、偶然ではなく、必然的に香りの話になり、香りのゼミを探したところ香料作りがあったので、その門をたたいたということです。ここでも良き仲間との出会いがあり、一生付き合う仲間と出会った訳です。

さて、香り産業ですが、香りの学問については、書物が出版されていますので省略しますが、香り産業の大筋を話してみましよう。香りに関する産業は二つに分類できます。一つは香りを作ったり売ったりする産業で、いわゆる香料屋です。もう一つは、その香料を利用して食品や香水への応用研究をする産業です。私は出身が後者の方、即ち、香りの応用研究の方が主体でしたので、それを論じてみたいと思います。

香りを利用する分野には、どのような産業があるでしょう。香りの創造を具体化する産業の手段を列挙してみますと、次の通りです。

1. 食品への添加
2. 化粧品への添加
3. 医薬部外品への添加
4. タバコへの添加
5. 石ケン洗剤への添加
6. ガスへの添加
7. 癒し効果への利用
8. 悪臭除去目的
9. 虫よけや虫よせ目的
10. 環境改善目的

列記しただけでも10項目以上になります。香り産業のかかわりは、これらの産業のすべてを取り込んでいます。その大元である香り作りということを私たち熟年の技術で次世代にボランティア的に伝えようとしているのが、私たちが今取り組んでいる仕事(産業)の一つです。いちご、りんご、バナナ等の味と香りを作り上げること(マイフレーバーを作ること)が個人の達成感を満足させています。それでは、これから皆様を楽しい想像豊かな世界へと案内致します。是非当日教室にお越し下さい。

<3> 4月26日 低炭素社会とビジネス・イノベーション 岩瀧 敏昭

社会経済のグローバル化が進む中、一国や一地域だけでは解決が困難であり、国際社会が共同で取り組むべきことが求められる問題が顕在化しています。このような地球規模の問題の中でも、地球温暖化は人類の生存を脅かす喫緊の課題として深刻化しており、この課題を克服して持続的な発展を遂げるためには、低炭

素社会の実現を目指すグリーン・イノベーション推進のための国際協調・国際協力の取組強化が不可欠です。本講義では、以下のテーマを中心に講義する予定です。

- (1) 低炭素社会の必要性について
- (2) 各国のファンディング・エージェンシーがグリーン・イノベーションの重要性をどのように捉え、どのように促進しようとしているのか、現在の取り組みの紹介と今後の方向性について
- (3) 地球規模でグリーン・イノベーションを促進するための国際協調・国際協力に関する検証と、提案の可能性について

<4> 5月10日 元気な企業のクリエイティブワーク (1) 平本 和博

デジタル化、グローバル化によって、世界のビジネス環境は一変しました。それらのビジネス・イノベーションを加速させたのは、インターネットの存在に他なりません。インターネットは、新しい企業を創出すると同時に既成業態を次々壊し続けていきます。その厳しさは、日本経済においてより大きく作用しました。日本独自のビジネスモデルや技術がなかなか世界のスタンダードになれない現況の中、前への芳香が見出せないでいる企業も多い。

日本企業はどこに向かおうとし、実際どのような戦略で活動しているのでしょうか。企業の現況を具体的な施策事例を持って話したいと思っています。「ファブレス企業」や「ボーン・グローブ・カンパニー」等の新しいビジネスモデル情報も取り入れながら解説していきたいと思っています。

<5> 5月17日 ビジネス・イノベーションの現状 佐藤 一郎

周知のとおり、世紀の変わり目以来、企業環境は激変している。特に、経済面でのグローバル化の浸透とアメリカ流のビジネスモデルの導入によって、従来の日本的モデルが急速に陳腐化するに及んで、法制度や会計制度などが相次いで改変されている。その狙いの一つは、産業の新陳代謝を促し、もって新たな富を創り出すことにある。当然、ベンチャービジネスもこの一翼を担うことになるのだが、そのための新興市場の整備もなされ、起業件数や IPO 件数が活況を呈していた時期もあった。並行して、今や M&A は企業社会にとって、の禁忌ではなく、むしろ、時間とコストの節約・相乗効果の有力な手段として認知されるに至っている。それはまた、買収の手段としてのみでなく、いこの間の防衛的 MBO, EBO に端的に見られるように、企業防衛の手段としても注目を集めている。この傾向は、新会社法に盛り込まれる株式交換や三角合併によって、ますます加速するであろう。

以上の現実を踏まえ、本講では、私自身のアメリカ系多国籍企業での経験知、1980年代から今日までの M&A の変遷、起業体験などを織り交ぜながら講義を進めたい。

<6> 5月24日 元気な企業のクリエイティブワーク (2) 平本 和博

少子化という難題を抱える日本。国内市場が益々収縮していく中、国内企業の多くは新市場を求めて海外に軸足を移していきます。いまや新興国は、世界の工場から次代の巨大市場へとその姿を大きく変えようとしています。まだまだ貧困層が多い新興国ですが、資源国として、膨大な若年人口を抱える国としてその発展はこれからの世界経済を牽引していくことになるでしょう。そんな世界の新興国市場に積極的に挑んでいく日本企業は、大企業ばかりではありません。多くの中小企業もまた、新興国とのビジネスに活路を求めています。

一方、国内市場では、既存ビジネスの枠を超え、新しい独自のビジネスモデルで市場開拓を行っている中小企業もあります。私たちの身近にあるビジネスシーンやニーズで取り上げられた問題を検証し、また、私が

企画する系得情報紙の取材を通して知り合った経営者たちのビジネスモデルも公開し、イノベーションの現場を分かりやすくお話しします。

<7> 5月31日 まちづくりにおけるイノベーション 八島 定敏

2009年9月、自民党と公明党の連立政権から民主党を主体とした政権交代したことにより、我が国の政策立案・執行等において脱官僚や事業仕訳が大きくクローズアップされてきました。政権交代によって地方自治体のまちづくりはどのように変わって来たのか、変わらないことは何か、私たちの暮らしはどうなって来たのかをまず考えたいと思います。

併せて、新・合併特例法が2010年3月末で効力を失いましたが、平成の大合併は何故行われたのか、合併によって何がどう変わったのか、どのような効果があったのかを検証します。

また、人は誰でも住みやすいまち、住みよいまちに住みたいと願うものですが、家族との係わりや仕事の関係から、生まれ育ったまちや勤務先のあるまちに住まざるを得ない場合が少なくないと思います。様々な事情により住まざるを得ないまちにおいて、私たちはまちづくりにどのようにかかるとすべきでしょうか。まちづくりへの参加方法とともに考えてみます。

<8> 6月7日 ビジネス・イノベーション—ブリヂストン(BS) (1) 牛窪 寿夫

<9> 6月14日 ビジネス・イノベーション—ブリヂストン(BS) (2) 牛窪 寿夫

現在、タイヤ業界の中で、世界のTop3に位置し、グローバル企業として世界に展開しているブリヂストンであるが、その海外進出の道のりは幾多の困難があった。海外の異文化の社会の中で適応していく為、各国の社員と企業理念を持って志を分かち合い、さらに技術を武器に海外進出を進めてきた。その流れを説明する。

もう一点として、具体的な技術開発→商品化の例、およびマーケティング活動として"PLAYZ"新ブランドの立ち上げを、商品企画—開発の流れに沿って説明する。市場のリサーチから始まり、商品企画—新技術導入での商品開発—販売促進活動をとおりて市場に展開された例として紹介する。

以上のテーマを2回に分けて講義する予定である。

<10> 6月21日 ビジネス・イノベーション — 旭化成ホームズ (1) 川口 満

住宅・不動産業界は日常生活に密着した分野でありながら、不明瞭な取引慣行などがあり、旧態依然とした一面を残している。本講義では、サービス業として住宅・不動産を見る立場から業態を革新する新しいビジネスの動向を概観する。

地価低迷が続いている。都市部のマンションなどで活況も見られるが、全体の住宅着工数の100万戸割れは常態となった。一方で、環境・廃棄物問題が深刻化し、フロー消費型からストック型社会への転換が求められており、ストック重視の住宅が政策課題となっている。長期耐用で、質の高い住宅とはどのようなものであり、これからの展開にあたって、の課題は何かを旭化成ホームズの具体例をもとに解説したい。

さらに、住宅・不動産分野の成長市場である、賃貸住宅、リフォーム、既存住宅流通市場の動向にも触れる予定である。

<11> 6月28日 ビジネス・イノベーション — 旭化成ホームズ (2) 川口 満

不動産と金融の融合が言われてすでに久しい。不動産の世界では、金融の占める役割が大きなものになっている。しかし日本の金融が外国資本に太刀打ちできないように、不動産金融の分野でもリスクをとる投資資金は十分に回っていない。

本講義では不動産金融の実態を、その起源からバブルの隆盛と転落、リーマンショック以降の低迷を経た現在まで概観する。一方で、中小零細企業が多数を占める不動産業界の構造的な課題と今後の展望についてふれる。また不動産投資のスキームは金融商品取引法施行以降大きく変わっていることを示す。

さらに、不動産と金融の融合と成長は不動産投資市場の整備、拡大によって可能になることを解説する。不動産金融の周辺には関連サービス業のイノベーションの種は多いと思われる。

<12> 7月 5日 ビジネス・イノベーション — 東京海上ホールディングス(1) 東長 邦明

<13> 7月 12日 ビジネス・イノベーション — 東京海上ホールディングス(2) 東長 邦明

保険業界は、古代ギリシャの冒険貸貸に起源を持ち、金融業としては中世イタリアに遡る歴史がある古い産業である。日本においても明治以来の歴史がある。その一方で、この産業を取り巻く状況、とくに社会の要請は大きく変化し、1996年には保険業法が50年ぶりに改正され、保険会社経営の環境そのものが激変した。

明治時代以来、日本の損害保険のリーディングカンパニーの座を占めてきた当社は、その座に安住し続けようとするもののリスクを認識し、「安心」というキーワードを軸に、ビジネスの領域を広げる戦略をとることとした。保険分野では、生保への進出、地理的には海外ビジネスへの本格的な進出、関連ビジネスの立ち上げ等が大きな柱であるが、これらは過去の成功体験にもとづくパラダイムの転換を必要とした。

2回にわたる講義では、そうした動きの中から海外ビジネスを中心にいくつかの具体的事例を追いつつ、歴史の長い会社における経営革新の実態を共有することを通して、ビジネス・イノベーションの価値を、ともに考えたい。

合わせて東日本大震災時に保険会社はどのように行動したのかを振り返るとともに、その仕事の意義、またリスク管理への影響につき話したい。

<14> 7月 19日 レポート：プレゼンテーションと提出 佐野 正博

与えられたレポート課題について、プレゼンテーションを行う。レポートは、プレゼンテーション後、授業中に回収する。

●履修上の注意・準備学習の内容

毎回出席し、感想を書くこと。また、レポートも提出することになっているので、注意すること。

●教科書

特に指定しないが、授業中、資料等を配布する予定である。

●参考書

特に指定しないが、授業中、資料等を配布する予定である。

●成績評価の方法

平常点(出席と感想)(40%)、レポート(50%)・プレゼンテーション(10%)を踏まえ、総合的に評価する。