

J Press Vol. 30

2013年1月1日発行
編集・発行/事業創造大学院大学
広報委員会

バックナンバー/広報誌「J Press」のバックナンバーは
大学ホームページからダウンロードできます。

Published by Graduate Institute for Entrepreneurial Studies

contents 表紙/演習報告 P2/教員紹介・研究報告 P3/在学生・修了生紹介 P4/特別講義報告・インフォメーション等

Faculty interview

演習報告

「私の上司はベトナム人です」



准教授

丸山 一芳

Maruyama Kazuyoshi

【担当科目】

経営組織A、経営組織B、演習I・II

新潟大学～北陸先端科学技術大学院大学知識科学研究科博士後期課程単位取得退学。

新潟市生まれ。大学卒業後、松下電器産業株式会社(現パナソニック株式会社)にて人事部門に勤務し任用や国際人事を担当。

退職後、大学院にてナレッジ・マネジメント(知識経営論)や組織論の研究を開始。あわせて株式会社リクルート・ワークス研究所客員研究員を務めるなど民間企業との共同研究を積極的に行ってきた。

組織学会、日本ベンチャー学会、企業家研究フォーラム、Academy of Management会員。修士(知識科学)。

アルビレックス新潟がJ1リーグ残留を奇跡的に決めた12月1日の前日、小生とゼミの院生は東京にあるJリーグ本部を訪問していました。院生がサッカーに関する国際ビジネスを目論んでいるため、中野幸夫専務理事にアジア戦略についてのインタビュー調査をすることが目的でした。最近Jリーグはタイ・ベトナム・ミャンマーのプロリーグと提携をしたばかりであり、アジアNo.1の市場規模を持ちW杯での現在の戦績を生み出したJリーグの運営ノウハウについて、W杯にナショナルチームを出場させたいASEAN各国へ無償で提供しているそうです。こういった活動によってアジアにおけるJリーグのブランド価値が高まり、現在アジア各国から欧州の各リーグへと流れている約600億円もの放映権料がアジア域内に残せるかもしれないのです。ASEANとのスポーツを通じた交流にも大きなビジネスチャンスがあるという非常に貴重なお話をいただくことができました。

今回の東京出張にはもうひとつの目的がありました。ビジネスの現場で活躍する本学の修了生を応援することでした。そのためJリーグ本部を訪問した翌日、田町駅近辺のLAWSONの店舗を訪問しました。この店舗の店長は、2012年3月に本学を修了した小生のゼミ生BUI THI THUY VANさんです。彼女はハノイ貿易大学を卒業後、ベトナムでの社会人経験を経て来日しました。入学後LAWSONでアルバイトをはじめ、日本のコンビニエンスストア業界の優れたビジネスモデルや流通業のサービス品質の高さ、それらを支える組織や人材育成のあり方などについてベトナムの現状とのちがいを目の当たりにして感動したとのこと。それは、本学で履修した経営戦略や経営組織、マーケティングなどの様々な科目によって理論を習得し、かつ理論を現場で活かす方法について理解したことにより、一層大きな感動となったといいます。そういった経緯から彼女はゼミナールにおいて日本のコンビニエンスストア業界について分析し、セブンイレブンの鈴木敏文氏のたくさんの著書を研究し、競争戦略を考察しながら、ハノイへの参入戦略に関する具体的な1号店出店から多店舗展開となるまでをイメージした事業計画書をまとめあげました。それでも、アルバイト店員の知識と店長業務や本部業務経験には大きな隔りがあります。その隔りを埋める目的が現在の入社となったのです。4月に入社し9月までの研修においては大変厳しい日々が続いたそうです。たしかに、流通業の

社後の離職者数は他の業界よりも多いのが一般的です。そういった厳しい職場において学習を継続し、ついにこの9月に店長を任されるようになったそうです。店長業務とは、アルバイトの採用やシフト管理、商品の発注や店舗内施設管理、POSシステムのデータ管理や、財務管理など経営に必要な全ての要素を一手に引き受ける必要のあるものです。こういった一連の業務の中で本学において学んだ経営知識が今まさに血となり肉となるを感じているようです。マネジャーとなった彼女の今の悩みはとても多いそうです。アルバイト店員のモチベーション向上や、近くに出店されたセブンイレブン店舗との競争などがそれです。しかし、クルーと呼ばれるアルバイト店員に単なる指示や命令を発するのではなく、バックオフィスと一緒に「どうやってPOPをはり出すと効果的だろうか?」「クリスマス商戦はどんなケーキを多く発注すべきだろうか?」などの問いかけるスタイルで提案を呼び掛け、その業務を任せるといいうり方が一番モチベーションを上げるマネジメントであるという結論に至ったそうです。これは、理論的には衛生要因ではなく、動機づけ要因に訴えかけるモチベーション・マネジメントであり、時給UPなどの単純で長続きしない動機づけとは一線を画す実践的であり理論的にも説明可能なものです。「今になって組織論の講義の意味が深くわかります」といった言葉や、「発注した商品が仮説通りに売れていき、それを検証して、また仮説を構築することに大きな喜びがあります」という彼女は頼もしい表情でした。日本語能力も中級であったベトナム人留学生が今は立派な日本の店長となっているのです。

サッカーも流通業もグローバル化は当然となっかなかの年月が経ちます。しかし、さらに「欧米ではない」キャリア構築先としてのASEANで日本人サッカー選手が活躍し、日本国内の事業所で外国人がマネジャーとなる「内なる国際化」もVANさんのように始まっています。明日のあなたの上司はベトナム人かもしれません。



●Bui Thi Thuy Van さん



教授
信田 和宏

Nobuta Kazuhiro

【担当科目】
マーケティング、ブランド戦略
演習I・II

早稲田大学第一商学部～スタンフォード大学大学院ビジネススクール・スローンコース修了。
株電通入社後、営業部長～株電通ヨーロッパ、株電通アジア社長などを歴任。
前東京経済大学大学院客員教授。マーケティング、広告、ブランド戦略などの幅広い知識と経験を有する。近年は、地域再生で広く活躍している。
著書に、「知価時代のブランド戦略」「やさしく作れるコミュニケーション戦略」「大人論」「いなかおこし」などがある。

『グローバル競争にマーケティング戦略の強化を』

アジアのマーケットが大きく膨らみ始めた。特に、今後、購買の主役になるであろう中間層が8億人に達するという。それにあわせて、ビジネスのグローバル化が加速している。しかし、技術を誇り世界をリードしてきた日本の企業が、いま、苦戦している。得意の商品作りも画期的な発明も無く、市場においても販売の苦戦が強いられている。グローバル化に乗り遅れたといっても過言ではない。韓国のビジネスが成功を収め、日本のトップ企業であるソニーやパナソニック、シャープなどの家電企業が苦戦している事実が象徴的である。

日本企業の苦戦の大きな要因としてマーケティングの欠如にあると言いたい。

市場のニーズが分からない、価格に競争力が無い、流通に不勉強である、消費者をつかむコミュニケーションが下手であるなどなど、マーケティングの課題が山積している。日本の企業は、自社の持つ技術力や過去の経験による販売システムに頼りすぎではないだろうか、自問自答してほしい。

いま、競争に勝利するためには総合的なマーケティング戦略が問われている。マーケティングはコトラー博士が定義した4つのP（商品、価格、流通、プロモーション）の各政策が基本とされていた。しかし、今、マーケティングは5つのPと2つのC（製品の創造/Philosophy、商品製作/Product、価格政策/Price、流通政策/Place、販売政策/Promotional communication & Sales、顧客サービス/Customer service、顧客管理/Customer relationship management）と考えるべきである。

的確なコンセプトや明確なターゲットをもとに市場オリエンテッドの5Pと2Cをベースにした総合的な戦略のもとグローバル競争に邁進したい。



教授
富山 栄子

Tomiyama Eiko

【担当科目】
アジア経済とビジネス戦略A
アジア経済とビジネス戦略B
演習I・II

東京外国語大学外国語学部ロシア語学科卒。
商社にて、輸出入ビジネス、海外企画、外国為替他担当。テレビ局で報道番組の翻訳・解説、通訳・国際交流業務他従事。法廷通訳を経て、新潟大学大学院現代社会文化研究科修了（経済学博士）。
新潟大学他大学で、商学、マーケティング論、ロジスティクス論、地域流通産業論、現代ビジネス論、現代経営入門、ロシア語コミュニケーション等を担当。
『ロシア市場参入戦略』（ミネルヴァ書房）『わかりすぎるグローバル・マーケティング—ロシアとビジネス—』（創成社）他著書多数。

『チャレンジャー企業が新興国で勝つには』

私は、後発国でブランド力のないチャレンジャーの韓国自動車メーカーの車がなぜ新興国市場で成長することができたのかについて、その新興国市場における競争優位の確立と推移を歴史的にさかのぼり、グローバルマーケティングの視座から総合的に分析し、韓国自動車メーカーのグローバルマーケティング戦略の深層理解に迫る研究をしています（共著『現代自動車（ヒュンダイモーター）の成長戦略』（日刊自動車新聞社））。

日本のエレクトロ産業は韓国のそれに対して著しい競争力低下・付加価値減退を見せており、日本のものづくりの「最後の砦」が日本の自動車産業となっています。その自動車産業においても、韓国の現代自動車グループがGM、VW、トヨタ、ルノー日産に次いで世界5位に躍進しています。とりわけ、近年の現代自動車の新興国での競争優位の確立は、優れた新デザイン戦略と「顧客価値」を最優先した商品企画・製品開発、現代モビリティなどのグローバル・サプライヤーとの連携を梃子にした質的成長等が影響していることが指摘されています。現代自動車は「顧客価値」実現のために、「後発企業」として、新興国の劣悪なインフラをチャンスと捉え、現地に適合したやり方を考えだし実現してきました。こうした戦略は「自国モデル」を新興国にいかに移転するかにこだわる日系メーカーとは大きく異なるビジネスモデルです。新興国戦略にはこのようにビジネスの成功を現実的に追求する「ビジネス・デベロップメント」（朴英元東大ものづくり特任准教授）の戦略立案と実践が求められているように思われます（共著『多国籍企業と新興国市場』（文真堂））。この研究によって、先進国企業中心の分析をしてきたグローバルマーケティング研究に「後発国」企業の研究という新たな研究の方向性を示し、日系メーカーにビジネスモデルの再考を促すことを目指しています。



グエン・ティ・ゴック・ハイさん
Nguyen Thi Ngoc Hai
ハノイ貿易大学卒
(2011年4月入学)

Q 学んでいる科目について教えてください。

A 事業創造大学院大学に入ってから1年半が経って、「経営戦略」、「マーケティング」、「会計」といった必修科目と「ブランドコミュニケーション」、「中小企業成長戦略」といった発展科目など、様々な科目を勉強しました。先生方の熱心な指導により、経営に関する知識がまったくなかった私は基礎知識を習得して、講義で先生に教えていただいたことが理解できるようになりました。

大学では、先生の指導に従い、事例分析についてグループディスカッションを行って発表するという形式の授業が多くあります。このことによって、日本人学生との議論ができ、私が日本人の考え方やグループワークの仕方を理解するために大きな手助けとなりました。それに、先生が優秀なレポートを紹介してくださり、そのレポートで自分に足りなかった考えが見つかりやすいので、とても参考になります。

こんなことはベトナムにいた時にあまり体験できなかったもので、日本で有意義な教育を受けられてよかったと思っています。

Q 演習と事業計画書(ビジネスプラン)について教えてください。

A 演習の授業は、担当の先生からの指導・アドバイスや、ゼミのメンバーから研究計画書についての色々な意見を聞くことができ、とても有意義な授業だと思います。

毎週演習の授業で、その一週間に自分の研究結果を報告します。担当の先生からは親切に指導していただき、それに先生とゼミメンバーと相談することによって、自分の研究計画にある問題点を認識して、少しずつ解決方法を見つけています。私の計画にはまだ問題点がたくさん残っていますが、最初に自分が本当にやりたいことのアイデアから実現性の高い研究計画

になれるように頑張りたいと思います。

現在、ベトナムへの進出に興味を示す日本企業が増えています。それに、日本語を学ぶベトナム人はますます増加しているので、日系企業に就職するという意欲を持っているベトナム人も多くなってきました。ビジネスの現場では、年齢や性別、立場、考え方、日本人と外国人などの異なる人たちがともに働いていますが、その違いを乗り越えられることができ、仕事をスムーズに進められるようにしてくれるのがビジネスマナーだと思いました。

ビジネスマナーに関する関心を持って、日本で勉強しているうちに、実際に色々と研究できることによって、ベトナムの観点から日本式のビジネスマナーを分析して、理解のための理論を指摘したいと思います。

Q MBA取得後の将来の目標について教えてください。

A まず、卒業後、ベトナムに帰って、ベトナムでの日系企業で就職したいです。なぜかという、2年間留学していた時で得た知識を論理から実際に理解したいと思います。それに、日系企業で勤めることによって、自分の研究計画について実践的に接することができるため、役立つことだと思います。そして、「ビジネスマナー」について興味を持ち、日本に留学する後輩に連絡し、ベトナムの観点から日本式のビジネスマナーを分析し、日越友好に貢献できるよう深く研究を続けていきたいと思っています。



ファム・ティ・ハンさん
Pham Thi Hang
ハノイ大学卒
(2012年4月入学)

Q 学んでいる科目について教えてください。

A 事業創造大学院大学に入学する前は、私にあったスキルは日本語のみでしたので、経済知識がまったく持ち得ていなかったことから、とても心配していました。そのため春学期ではビジネスプラン作成法・マーケティングのような必修科目の他に、中小企業成長戦略・生産流通マネジメントなど興味を感じる科目から始めました。最初の週に、教育法及び学習法がまだまだままならない中で、講義の知識を捉えることがかなり困難でしたが、先生方の熱心さや先輩方の支援のおかげで、今私は、ここでの学習環境に徐々に慣れ親しんでいます。さらに、外国人留学生である私たちが日本での生活や大学院の学習に早く順応できるようにサポートするため、プレゼミというコースも実施されています。私にとってこのようなコースは大きな意味があり、大変役立っています。

Q 演習と事業計画書(ビジネスプラン)について教えてください。

A 入学前に起業への関心、興味のあるビジネス領域について書かなければなりません、その時、色々考えて好きな事ができたらいいのではないかと考えていました。

私は若者向けの新たな味わいのあるお茶の店舗の設立をビジネスプランとして設定するつもりです。なぜならば、ベトナム人にとってお茶の文化は、単に日常生活の飲み物に留まらず、優雅で華やかな日常生活を彩るもの

になっています。そのため、お茶文化の伝統を保つと同時に、海外に向けてベトナムのお茶ブランドを宣伝したいです。色々な困難があるとは思いますが、このビジネスプランが実現できるように一生懸命勉強しています。努力しないことには結果はあらわれてきませんので、是非チャレンジしていきたいです。

Q MBA取得後の将来の目標について教えてください。

A 私は卒業後、ベトナムへ帰国するつもりです。そして、日本で学習した知識を活用することによって、私が生まれ育った故郷に寄与したいと思っています。とにかく夢見るように、十分に保障された道がないので、最善を尽くして努力しないことには計画した目標さえも達成することができないということを知っています。2年間は長い期間ではありませんが、事業創造大学院大学で勉強して必要な知識を身に付けていくことにより、徐々に私自身の夢を現実のものとして叶えることができると信じています。



ファン・ジエウ・フエンさん
Phan Dieu Huyen
ハノイ国家大学外国語大学卒
(2012年4月入学)

Q 学んでいる科目について教えてください。

A 1年目の春学期では、「ビジネスプラン作成法」、「マーケティング」、「技術経営論」、「アジア経済とビジネス戦略A」、「アントレプレナーシップ論」、「地域経済産業論」という6科目を取りました。秋学期に入ると、「経営戦略」、「ブランド戦略」、「経営組織A」、「アジア経済とビジネス戦略B」、「企業倫理」、「財務諸表分析」という6科目を取っています。MBAの基礎知識を補う必須科目は当たり前のことですが、将来起業する夢を持っていますので、自分の興味及び先輩のお勧めを踏まえて、それらの科目を履修することになりました。語学系大学出身である私は経済・経営の論理的な知識も全く持っていないし、また日本人と共に学ぶ研究環境も初めてであることから最初は非常に困りましたが、プレゼミの先生及び先輩達、同級生のお陰で、ようやく授業に追いつけるようになりました。

Q 演習と事業計画書(ビジネスプラン)について教えてください。

A 秋学期は演習Iを履修することになります。将来、人材開発・派遣会社の設立を目指していますので、丸山先生のゼミを希望して、研究室に入れて頂きました。ゼミではM2(マスターコース2年生)とM1(マスターコース1年生)を合わせて9名おり、一人ひとりの事業計画書はそれぞれ全然違う分野なので、自分の興味以外の情報も一杯耳に入りました。そこで、自分の世界も広がっていきますし、今まで気にしなかった分野への興味も出てきますし、これにより色々ともっと研究しなければならぬという気持ちにさせてくれます。ゼミ生と先生は遠慮なく意見を交換していますので、凄くよい雰囲気の中で研究ができていますと感じています。ゼミを通して、人的ネットワークも多少出来て、留学生に対して、有意義であると思います。

また事業計画書については、春学期で「ビジネスプラン作成法」を取って、秋学期に入ってから、本格的に計画書を始めました。出願及び奨学金を応募する時、研究計画書及び事業計画書の「あらすじ」も一度は書いていましたが、本当にまだまだ上辺だけばかりの感じでした。データを質と量の両方とも収集するのみならず、実務的に現場の人物をインタビューしたり、アンケートなども実施しなければなりません。ゼミの先生の指導を頂きながら、少しずつ進んでいきますが、本当に簡単な作業ではありません。自分の夢を叶えるため、真面目に精一杯努力することが大事だと思います。

Q MBA取得後の将来の目標について教えてください。

A わたしは母国ベトナムでの勤務経験を持っていますが、日本に来て、それは本当にたいしたことではないと思うようになりました。ただアルバイトだけでも日本風の仕事のやり方を身につける必要があると感じ経験することができました。わたしは将来、MBA学位を取得してから、日本で就職したいと思います。更に日本のことを勉強するために専念して、一所懸命頑張っていきます。



テイ・ソウリュウさん
鄭 相龍
(2012年4月入学)

Q 学んでいる科目について教えてください。

A 事業創造大学院大学に入学する前は経営学、経済学についてはまるで素人でした。今年の4月に事業創造大学院大学に入り、授業は必修科目のビジネスプラン作成法とマーケティング、基礎科目の財務会計入門や経営学概論を選択し、そして、発展科目としてサービスマネジメント、アジア経済とビジネス戦略A、地域経済産業論、生産流通マネジメントなどを学び始めました。

最初は授業が大変でした。初耳の専門用語ばかりでメモして辞書を調べながら覚えました。そして、先生は優しい言葉で、自分の豊かな経験に基づいて、わかりやすく講義をします。また分からない時は先生に聞き、或いは先輩たちに聞きます。先生も先輩もみんな優しく教えてくれます。

今はだんだん授業が面白くなりました。秋学期はもっと力を注いで勉強に取り組むつもりです。

Q 演習と事業計画書(ビジネスプラン)について教えてください。

A 演習と事業計画書はとても重視しています。なぜなら将来創業したら平日勉強した結果につながると思います。一年目は基礎的な理論を学び、そして演習、事業計画書などと直結していて、常に学んだ知識や理論を交流でき、生かしています。

特にビジネスプランは実際作って一回で終わるのではなく、何度かやり直しを繰り返し、その中で自分に足りないところをしみじみと感じています。

今は完璧なものを作り出せませんが、着々と一步一步踏み続けて、自分の不足を補いながら最終的には満足できるプランを作り出したいです。

Q MBA取得後の将来の目標について教えてください。

A 「住めば都」という諺があったように最初は新潟のイメージは普通だったと思います。しかし、事業創造大学院大学に入って新潟で生活するとだんだん好きになりました。MBA取得後は日本に就職したいです。なぜなら自分が勉強したのもっとこの社会で生かすこともできるし、経験を積むこともできます。そして、新潟というところをもっと知りたいです。みんな中国と日本の懸け橋になるといいですが、その前にその町を知るのが一番大事だと思います。そうしないと説得力がないと思います。

将来的には国へ帰って自分が勉強したものと経験を利用してコンビニ、或いはスーパーマーケットを経営したいです。

在学学生紹介

働きながらMBA取得を目指す在学生やMBAを取得された修了生に、演習や事業計画書における取り組み、今後の目標などについてお聞きしました。

Student interview



吉田 鉄平 さん
Yoshida Teppei

北越紀州製紙株式会社
新潟工場 勤務
事務部経理担当
(2012年4月入学)

Q 学んでいる科目について教えてください。

A 4月より入学して半年が経過しましたが、春学期は基礎科目中心に履修し、経営戦略・財務会計等について基本的な知識を学習する事ができました。大学院には教員、生徒とも多様な経歴を持った人が集まっており、討論中心の講義では生徒同士の対話から学ぶ事も多くあります。学習を通して様々な人と交流を図る事ができ、良い経験となっています。秋学期からは発展科目の履修を増やしました。内容も実際のビジネスと直結した実践的なものになっており、積極的な姿勢で学びたいと考えています。

Q 演習や事業計画書（ビジネスプラン）について教えてください。

A 「マーケティング」や「ブランド戦略」の講義を担当されている信田先生のゼミに10月から参加しています。ゼミの選択理由は、アジア・ヨーロッパでのビジネス経験豊富で国内外に幅広い知識を持つ信田先生から直接指導して頂きたいと考えたからです。近年、国内企業を取り巻く経済環境は激変していますが、変化の要因は経済のグローバル化が大きいと考えています。私が勤務している紙・パルプ産業はかつて典型的な内需型産業でしたが、今は海外メーカーからの輸入紙が台頭する反面、国内からの輸出も増加しており、グローバル化により急速に変化し、企業間の競争は激化しています。私自信、グローバル化した経済状況で国内企業が生き残るには海外ビジネスについての知識が必要と感じており、演習を通して知識を得たいと考えています。事業計画書については、今のところ明確にテーマを決めかねているところですが、紙製品に関連したアジアでのBtoCビジネスを考えています。国内の紙製品については出版・新聞・広告用途からティッシュ・オムツに至るまで、需要はピークを過ぎ下降傾向にあります。一方、アジアでは順調に需要を伸ばしており今後数年間で更に拡大する事が予想されます。この機会に、日本人の高い要求水準を満たした紙製品を、アジアの最終消費者へ向け発信することで、将来的にブランド形成が出来ないかと考えています。

Q MBA取得後の将来の目標について教えてください。

A 会社では今後アジアの需要拡大を取り込む事で会社を成長させようと考えていますので、私自信も海外で活躍できる能力を身につけたと思っています。その為に、大学院では海外ビジネスに対するチャンスやリスク管理についてより学んでいきたいと思っています。

修了生紹介



渡邊 毅之 さん
Watanabe Takayuki

株式会社 BSNアイネット 勤務
先進サービス開発部 シニアチーフ
(2008年3月修了)

Q 社会人として大学院で学びなおすに至った経緯を教えてください。

A 私が就職したのは1997年、ちょうど楽天などのITベンチャーが登場し始めたころです。新しいサービスが誕生しては消え、また新しいサービスが誕生する、それを繰り返していた時代です。そんな変化を見てきましたから単なる技術スペシャリストで終わるのではなく、いつか私自身のアイデアでサービスを作りたいという想いを持っていました。ただサービスの立ち上げ経験はゼロ、企画に関する知識も本を読んだ程度しかありません。何か自分を変えるきっかけが欲しいとモヤモヤしていたところに事業創造大学院大学設立の話が出て、社内で1名枠の募集がかかりました。これは神様がくれた千載一遇のチャンスだ、これを逃したら後がないと応募し、入学させていただくことになりました。

Q 大学院で学んだことが現在の仕事や実社会で役立っていると実感するケースはどんなときですか？

A 仕事柄、IT関連の知識はあるものの、経営・財務・企画などその他の知識は非常に寂しい状況でした。このため在学中の2年間はIT以外の知識体系を習得することを目的にカリキュラムを選択しました。どの先生も経験を踏まえて分かりやすく講義してくれたおかげで知識習得だけでなく意識改革にも大いに役立ちました。例えば、以前は「どう作るか」ばかり考えていましたが、今では「お客様の要望の背景にあるものは何？」と自然にお客様目線からスタートする思考パターンになっています。この辺りはマーケティングやブランド論、サービスマネジメントの影響が大きかったと思います。知識ゼロからのスタートだっただけに先生方の期待されるレベルには遠く及ばないと思いますが、何とか基礎力はついたと思えるようになりました。

Q 事業計画書（ビジネスプラン）の作成にあたって社会のニーズをどのように捉えましたか？

A 今後は事業継続がビジネスになるという機運でしたので、遠隔地バックアップサービスをテーマにしました。ただ対象顧客や顧客ニーズに確信がもたず、二の足を踏んでいるうちに時間が無くなり体裁を整えただけの企画書になってしまいました。その後、東日本大震災があり、遠隔地バックアップは注目されるサービス分野になっています。自社でも注力分野の1つになっていますが、残念ながら私の企画とは全く関係ありません。同じ失敗を繰り返さないよう今では積極的にお客様の声を拾うことにしています。失敗から多くを学んだ良い機会だったとポジティブに考えています。

Q 大学院修了後に、今改めて抱く目標や展望を教えてください。

A 現在、私が所属する部署は「何か新しいことをやれ」が大命題。自分の望んだポジションに立つことができました。また、世間ではiPhoneやiPadに代表されるスマートデバイスの登場をきっかけに凄いい勢いでパラダイムシフトが起こっていて、数年後には自宅からPCが消えていても不思議ではない、そんな大変革の時期です。社内外から新しいことに挑戦できる機会が与えられたと言えます。このチャンスを活かし、大学で得た知識や経験をもとにお客様の期待に応えられる新しいサービスを生み出すこと、それが今の私の目標です。

特別講義

本大学院の客員教授を務め、第一線で活躍中の経営者による特別講義の概要を一部ご紹介します。

特別講義報告



びあ株式会社 代表取締役社長 矢内 廣 客員教授

2012年9月8日(土)

「起業のすすめ」

今年でびあは、創業40周年を迎えた。大学在学中の1972年にエンタテインメント情報誌「びあ」を創刊し、1974年びあ株式会社を設立。1984年日本で初めてコンピューターオンラインネットワークによるチケット販売サービスを始めた。2002年東京証券取引所市場第二部、2003年には第一部へ上場し、今日に至っている。起業にあたっては、映画やコンサート、芝居、美術展などの情報をひとまとめにして雑誌を作った自分も便利だし、若者のニーズに応えられ商品化できるのではないかとという確信から始まった。新しく起業しようとする人たちと話す機会があるが、多くの人が「How」から入ろうとしている。つまり、「どうやって」「どうしたら」という方法論から入る。どうやったら成功できるのか、儲かるのか、リスクを小さくできるのか、といった具合に。Howはもちろん大事ではあるが、Howではなく「What」を考えるべきである。何を何のためにやろうとしているのか、である。利益をだすことは大事なことだが、それだけなのか、Whatを自分なりに消化して何をしたいのかをはっきりさせ、それからHowを考えるべきである。人生は一度きりである。理念や志、自分の人生とは何かを軸、中心において起業を考えることが大事である。



株式会社ハードオフコーポレーション 代表取締役会長兼社長 山本 善政 客員教授

2012年9月29日(土)

「ハードオフ流こだわり経営とは」

当社は、1972年にオーディオ・ビジュアル販売のサウンド北越を創業し、1993年にリユース品の仕入れ・販売を行うハードオフの業態転換を始め、1994年、FC事業を開始、2005年に東京証券取引所市場第一部に上場し、今日に至っている。業態転換に至るまでの様々な苦難が、「お金」について深く考えるきっかけとなった。今後ビジネスに関わる以上、皆さんにも、全てのビジネスの共通決済手段であり、人類最大の発明物でもある「お金」について、一度じっくり考えてみてほしい。サウンド北越時代の金融機関やメーカーとのやり取り、会社倒産の瀬戸際からの業態転換の実現を通じ、多くのことを学んだ。物事はリセットして極論で考えると真実が見えてくること、こころの決断は経営トップがなすべきだということ、そして、何よりも経営理念が大切だということである。当社は、お客様の「困っている」ことを解決する仕組みづくりを実現するために、価格決定権があり、ローコスト・ハイリターンなビジネスモデルを選択した。今や、時代認識として、リアルタイムのスピード、市場ルールのサッカー化、グローバルスタンダードへの対応、コンプライアンスとガバナンス、CSRへの対応があたりまえとなっている。そのような時代背景の中で、正しい変化をしなければ生き残ってはいけぬ。チャンスをつかむには、リセットしたうえで、タブーに挑戦してチェンジしなくてはならない。ビジネスの組み立てをきちんと行っていくためには、夢や高い志に沿った正しい理念を持ち、ビジネスモデルとして戦略的に具現化していくことが重要であり、その礎となるものは、ハードオフのこだわりDNAでもある「小事は大事」、「あいさつと掃除」といったことに重きを置く考え方である。



株式会社CJプライムショッピング 代表取締役社長 田端 一宏 客員教授

2012年10月13日(土)

「アジアに伸びるテレビライブショッピング ～韓国型グローバル企業に参加して～」

今、日本と韓国の間では、文化・観光から経済産業に至るまで幅広い領域での相互理解、協力関係が広がり深まりつつある。そんな中、(株)プライムショッピングは韓国のテレビショッピング最大手である(株)CJオーショッピングと資本業務提携を結び、(株)CJプライムショッピングとして新たなスタートを切った。健康、楽しさ、便利を創造するグローバルな生活文化企業として、そこに参加しているビジネスパーソン一人ひとりが、資質を磨きながら真のグローバルカンパニーを目指して成長を続けている。グローバル化時代のHIGH CONTEXT社会においてこれまでの常識が通じないことが大前提であり、表現力やコンセンサス能力がとりづらくなる時代になっている。そのため、企業の中では非常に強い圧力となっているが、コミュニケーションのみならず仕事の進め方自体も違うため、時代に応じてCONTEXTの流れを読み解きながら、より明確に構築していかなければならない。注目すべき点は、東京カワイイ文化やジャパニーズアニメに代表されるように、日本人が本来的に自覚していないものがアジア圏では再確認され広がりをみせている。

INFORMATION

体験授業(説明会)新潟本校

本大学院では、来春(4月)、入学を希望・検討されている方を対象に、体験授業を開催いたします。体験授業終了後には、専任教員との懇談や個別相談の時間も用意いたします。本大学院のMBAプログラムの授業を一般の方々にも受講いただけるよう広く公開しておりますので、是非この機会にお気軽にご参加ください。(受講料無料・要予約)

体験授業

2013年1月26日(土) 12:30~14:00(受付12:15より)



『グラミン銀行の事例から
リバース・イノベーションを考察する』

准教授 石谷 康人 Ishitani Yasuto
【担当科目】 経営戦略、イノベーションA、演習I-II

体験授業

2013年2月9日(土) 13:30~15:30(受付13:15より)



『グローバルリーダーの育成』

准教授 丸山 一芳 Maruyama Kazuyoshi
【担当科目】 経営組織A、経営組織B、演習I-II

大学院説明会

2013年3月9日(土)
10:30~12:00
(受付10:15より)

「大学院概要・
募集概要説明」

特別講演会のご案内

2013年1月26日(土)
15:00~16:30(開場14:20より) 定員:100名
事業承継を考える中小企業経営者のための特別講演会
『企業永続の条件~事業承継の観点~』

講師 奥村 昭博 氏

プロフィール
慶応義塾大学 名誉教授、静岡県立大学大学院経営情報イノベーション研究科 教授・研究科長、
ファミリービジネス学会会長、ファミリービジネス研究所所長、日本ベンチャー学会理事、
経営研究会評議員など多数歴任

入学試験

2013年春学期
(4月生)

出願受付期間

1/28月 ~2/6水
2/11月 ~2/20水
3/11月 ~3/21木

入学試験日

2/16土
3/2土
3/30土

※海外提携大学については、上記の日程とは別に入学試験を実施いたします。

※詳しい大学院情報をご希望の方は、下記の新潟キャンパスまでお問い合わせください。大学院のパンフレット及び募集要項等を無料でご送付いたします。



事業創造大学院大学

〒950-0916 新潟市中央区米山 3-1-46
TEL 025-255-1250 FAX 025-255-1251
URL <http://www.jigyo.ac.jp/>
e-mail info@jigyo.ac.jp