

プログラム	NEXT 産業創造	必修・選択	必修	単位	—	学期	通期
科目群	基礎科目	科目名	地域経営特論			教員名	亀井省吾/杉岡秀紀 谷口知弘
		(英文表記)	Regional Management				

概要	大学、行政、企業、支援団体で活躍する経営者や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、地域の現状と課題について学ぶ。							
目的・狙い	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より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、問題意識を明確化することを目的とする。さらに、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も本授業のもう一つの目的である。							
前提知識 (履修条件)	組織におけるマネジメント経験があることが望ましい。							
到達目標	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し、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。							
授業の形態	形態		実施	特徴・留意点				
	遠隔授業		○	Zoom による遠隔授業				
	授業形式	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)		○	グループワークを実施			
	サテライト開講授業		—					
その他		—						
授業外の学習	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。							
授業の内容	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。 * 講義内容、日程は講師との調整により変更可能性がある。							
授業の計画	回数	内容						
	第1回	講師：西田 豊明氏 福知山公立大学 副学長 講義内容：「AIが北近畿にもたらしつつあるもの」						
	第2回	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」						
	第3回	講師：宮垣 健生氏 但馬信用金庫 常務理事 総合企画部長 講義内容：「進化する地域金融」						
	第4回	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」 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」						
	第5回	講師：中貝 宗治氏 前豊岡市長、一般社団法人豊岡アートアクション理事長、本学客員教授 講義内容：「『小さな世界都市-Local & Global City-』を創る」						
	第6回	講師：馬袋 真紀氏 朝来市企画総務部総合政策課課長補佐兼創生企画係長 講義内容：「We are ASAGOING ~朝来市の実践事例(リアル)と論理(ロジック)~」						
	第7回	講師：庄田 健助氏 (一社) 福知山ワンダーマーケット代表理事、株式会社 CraftBank Brewer & CFO 講義内容：「地域で『Good』なことに挑戦する人たちを育てるコミュニティ創造」						
	第8回	講師：足立 悠磨氏 有限会社鳥名子代表取締役 講義内容：「文化的資源をビジネスに活かす。文化を育む。」						

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。

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/加藤好雄
		(英文表記)	Marketing				

概要	<p>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。</p> <p>本講義前半では、マーケティングの基礎概念である、どの顧客層をターゲットにして自社の製品・サービスをどのように思わせるのかといったSTPやその実行のためのマーケティングミックス（製品・価格・チャネル・プロモーションの各戦略）をケーススタディやワークショップを活用することで理解する。また、マーケティングを理解するために必要な周辺領域であるビジネスモデル、マーケティングリサーチ、消費者行動論との関係の確認や問題解決のワークショップを行うことで、分かるようになっていない「マーケティングとは何か」が納得できるようになる。</p> <p>本講義後半では、リーンローンチパッドを中心にスタートアップにおける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、事業戦略・ビジネスモデルやマーケティング戦略をデザインすることについて、事例や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。</p>			
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、視野を広げて目先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。</p> <p>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)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 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）。</li> <li>2. 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。</li> <li>3. マイクロソフトオフィスのExcel、PowerPoint（又は相当のソフトウェア）を使用できることが望ましい。</li> </ol>			
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	
	遠隔授業	○	全てZoomによる遠隔授業	
	授業形式	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>			

<p>授業の内容</p>	<p>講義前半では、レクチャーとワークショップを1セットにして、マーケティングの基礎概念の理解とその応用を行う。まず、ビジネスモデルを理解することで、経営学におけるマーケティングのポジションを確認する。そして、具体的なケースをSWOT分析、STP、マーケティングミックス別に分析することで実際の企業で行われたマーケティング戦略を理解する。次に、マーケティング戦略の策定に必要なマーケティングリサーチの概念とその基礎となる消費者行動論の理解を深めるために、実際のリサーチの手法を確認する。演習回では、問題解決の思考法を修得する際に利用されるフェルミ推定とケース問題をワークショップによって行うことで、マーケティング戦略策定とマーケティングリサーチの実践のための理解を深める。</p> <p>講義後半では、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に目づ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。また、リーンローンチパッドについて学び、ビジネスモデルキャンパス・リーンスタートアップ・顧客開発モデル・ラピッドプロトタイピングなどの最新の事業化手法を理解しながら、事業化したいアイデアや研究成果に手法を実際に当てはめて事業化の可能性を追求することを修得する。加えて、最新のデジタルマーケティングの活用と実装を想定した理解と演習を行う。授業の進め方の1つとしては、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の修得を図る。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>	
<p>授業の計画</p>	<p>回数</p>	<p>内容</p>
	<p>第1回</p>	<p>「マーケティングの基礎概念の理解」 ・具体的なケースをSWOT分析・STP・マーケティングミックス別に分析する</p>
	<p>第2回</p>	<p>「マーケティング戦略の策定」 ・ケース問題によるマーケティングの思考実験</p>
	<p>第3回</p>	<p>「マーケティングの基礎概念の理解」 ・マーケティングリサーチの概念とその基礎となる消費者行動論の理解を深める</p>
	<p>第4回</p>	<p>「マーケティングリサーチの基礎と実践」 ・フェルミ推定によるリサーチの思考と手法の修得</p>
	<p>第5回</p>	<p>「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</p>
	<p>第6回</p>	<p>「スタートアップ検討のステップ」 ・スタートアップ検討の各ステップと進め方の体系とポイント</p>
	<p>第7回</p>	<p>「デジタルマーケティングの理解と活用1」 ・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1</p>
	<p>第8回</p>	<p>「デジタルマーケティングの理解と活用2」 ・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2</p>
<p>教科書・教材</p>	<p>指定しない。</p>	
<p>参考図書</p>	<p>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 内田学編『MBAエッセンシャルズ第3版』(東洋経済新報社) 2019年5月</p>	
<p>成績評価</p>	<p>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。</p>	

プログラム	NEXT産業創造	必修・選択	選択	単位	—	学期	夏季
科目部	基礎科目	科目名	地域マネジメント&ファイナンス特論		教員名	板倉宏昭/三好祐輔	
		(英文表記)	Regional Management & Finance				

概要	<p>(第1回から第4回：地域マネジメント)</p> <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>(第5回から第8回：ファイナンス)</p> <p>本講義の目標は、経営者の立場で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。</p>							
目的・狙い	<p>(地域マネジメント)</p> <p>本授業では、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> <p>(ファイナンス)</p> <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、企業評価の手法等コーポレート・ファイナンスの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)	<ul style="list-style-type: none"> <li>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(PC用意)。</li> </ul>							
到達目標	上位到達目標							
	<p>(地域マネジメント)</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>(ファイナンス)</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> </ul>							
	最低到達目標							
授業の形態	形態		実施	特徴・留意点				
	遠隔・対面混合授業		○	第1-4回：遠隔(Zoom)・対面混合、第5-8回：遠隔授業				
	授業形式	講義(双方向)		○	教科書(地域マネジメント)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。			
		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	(地域マネジメント)							

	<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。 (ファイナンス)</li> <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>(地域マネジメント)</p> <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を用いる。</li> </ul> <p>(ファイナンス)</p> <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	<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	<p>地域と経営</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・日本的経営 (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。日本的経営の起源、今後の日本的経営、日本的経営のメリット、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。</li> <li>・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。</li> </ul>
	第 4 回	<p>地域ビジネスのケース</p> <p>「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。</p>
	第 5 回	<p>ベンチャーファイナンス (VCと資本政策他)</p> <p>Key word: 資本コスト, IRR, Jカーブ</p>
	第 6 回	<p>課題提示とワークショップ発表</p>
	第 7 回	<p>事業計画と企業価値 (CAPM、DCF他)</p> <p>Key word: ベータ値, 割引現在価値, 成長率</p>

	第 8 回	課題提示とワークショップ発表
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『地域バリューチェーン—持続可能な地域を創る—』勁草書房 2021年 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 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	
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/根岸慶
		(英文表記)	Innovation				

概要	<p>これまでのビジネスは、企業が持っている経験やノウハウをもとに中長期の事業戦略を立案し、その戦略案に基づいた個別・短期のアクションプランを実行することで継続的な成長をとげてきた。しかし先行き不透明なこの時代、中長期的な目標に基づくビジネス遂行は困難になってきている。一度立案した中長期戦略を常に前提とするのではなく、外部環境の急速な変化を捉えながら適宜見直しをかけ、素早く対応していく必要がある。つまり、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が重要なのである。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なども紹介しながら、自分ごととして対応できる実践的手法について学修していく。</p>							
目的・狙い	<p>本講義ではイノベーションの本質理解に重きを置く。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で、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。本講義では、新しい知識や考え方を学びながら、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>・地域マネジメント、ファイナンス、マーケティング、について興味がある。</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							
	・ケースの状況における「顧客体験」をチームでまとめ、発表できる。							
	最低到達目標							
	・ケース企業の「ビジネスモデル」をチームでまとめ、発表できる。							
授業の形態	形態		実施	特徴・留意点				
	遠隔・対面混合授業		○	第1-4回：遠隔(Zoom)・対面混合、第5-8回：遠隔授業				
	授業形式	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、ケースについての「ビジネスモデル」「顧客体験」をまとめる。</li> <li>・コミュニケーションツールを活用し、チームディスカッションをはかり、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>・第4回と第8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	<p>【ビジネスモデル：ビジネスプランニング】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・オリエンテーションとチームビルディング、イノベーション概論</li> <li>・想いを伝えるための「事業計画書」</li> </ul>						

	第 2 回	【ビジネスモデル：スタートアップ】 ・リーンスタートアップと DX ・グロースハック
	第 3 回	【ビジネスモデル：ケーススタディ】 ・ケース事例から「ビジネスモデル・キャンパス」を作成する ・チームディスカッション（ワークショップ）
	第 4 回	【ビジネスモデル：プレゼンテーション】 ・発表資料のまとめ（ワークショップ） ・プレゼンテーションと相互評価
	第 5 回	【CX アプローチ：顧客中心アプローチの基本理解（座学）】 ・DX と CX の関係 ・デザイン思考を中心とした CX のアプローチを座学を通して理解する
	第 6 回	【CX アプローチ：実践を通じた理解①】 ・「ペルソナ」「ジャーニーマップ」の理解 ・ケースに基づく「ペルソナ」「ジャーニーマップ」の作成（ワークショップ）
	第 7 回	【CX アプローチ：実践を通じた理解②】 ・「アイディエーション」「バリュー・プロポジション・キャンパス」の理解 ・ケースに基づく「バリュー・プロポジション・キャンパス」の作成（ワークショップ）
	第 8 回	【CX アプローチ：プレゼンテーション】 ・発表資料のまとめ（ワークショップ） ・プレゼンテーションと相互評価
教科書・教材		・資料は適宜配布する 各種フレームワーク資料、仮想企業（ケース）資料 など
参考図書		・『ビジネスモデル・キャンパス徹底攻略ガイド』2020.09、今津 美樹、翔泳社 ・『ジョブ理論』2017.08、クレイトン M クリステンセン、ハーパーコリンズ・ジャパン
成績評価		・チーム評価：第 4 回、第 8 回のプレゼンテーションについて、チーム評価する。 ・個人評価：チーム内での積極的貢献を加点評価する。 ・3 回以上の欠席は認めない。

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	地域公共人財リーダーシップ特論		教員名	杉岡秀紀/谷口知弘	
		(英文表記)	Leadership for regional public human resources				

概要	<p>本講義の前半は、地域やプロジェクトをリードできる地域公共人財リーダーやそのサポート人材を目指し、地域公共人財に求められる能力、政策形成サイクル、プロボノ・副業事例、プレゼン技法などについて学べる場を創造する。後半は、人口縮小社会において危機的な問題状況にあるローカルに注目し、ローカルで展開されるソーシャルデザインの事例を中心に学ぶ。実践者との交流を通して、非営利活動や社会的企業活動を実践するマインドとスキルを修得する。</p>							
目的・狙い	<p>現在地域公共や公共経営の現場では、産学公NPOのセクターの文化的・機能的な壁を越えて、地域の公共的活動や政策形成を主導、また、コーディネートできる人材（地域公共人財）が求められている。また、今後の協働型社会においてセクターを横断する人材には、リーダーシップもますます重視されてきている。</p> <p>また必要に応じて、福知山含む北近畿において現在進行形の現場で活躍する外部講師も招聘し、リアルな学びを提供する。</p>							
前提知識 (履修条件)	<p>自治体やNPO、地域の現場で実際のプロジェクトやマネジメント経験があることが望ましい。</p>							
到達目標	上位到達目標							
	<p>本業・副（複）業問わず、自らがリーダーとなりプロジェクトを実践し、自組織はもとより北近畿地域の諸問題を解決できる能力を獲得する。</p>							
	最低到達目標							
	<p>本業のなかで、自らがリーダーとなりプロジェクトを実践し、自組織の問題を解決できる能力を獲得する。</p>							
授業の形態	形態		実施	特徴・留意点				
	遠隔授業							
	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		○	地域問題の一つの象徴である廃校も活用しながら、現場性を養う。				
その他								
授業外の学習	<p>各講義の前後にテーマに関する事前学習（予習）や振り返りをすることが望ましい。また、興味を持った社会問題、地域問題についてインターネットや書籍、論文などでチェックするなど、日常的に自己啓発することを推奨する。</p>							
授業の内容	<p>前半は杉岡が担当し、後半は谷口が担当する。また、1回(90分)講義の中で、座学だけでなく、グループワークを実施する。積極的な参加を期待したい。</p>							
授業の計画	回数	内容						
	第1回	地域公共人財と求められる能力						
	第2回	地域公共と政策形成サイクル						
	第3回	地域公共と副（複）業・プロボノ						
	第4回	心に火をつけるプレゼン術						

	第 5 回	まちづくりの系譜とソーシャルデザイン
	第 6 回	デザイン思考とソーシャルデザイン
	第 7 回	ソーシャルデザインの実践 1 ～観光地域づくり
	第 8 回	ソーシャルデザインの実践 2 ～移住と農業
教科書・教材	必要に応じて各講師から提示する。	
参考図書	今川晃ほか編『地域公共人材をつくる』公人の友社、2013 杉岡秀紀編『地域力再生とプロボノ』公人の友社、2015 谷口知弘ほか『はじめてのファシリテーション～実践者が語る手法と事例』、昭和堂、2019	
成績評価	出席点・受講態度・レポート、そして、最低到達目標を基準により、総合判断する。	

プログラム	NEXT産業創造	必修・選択	必修	単位	－	学期	秋季
科目群	事例研究型科目	科目名	実践事業デザイン特論			教員名	亀井省吾ほか
		(英文表記)	Business Design				

概要	<p>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。</p>							
目的・狙い	<p>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、ここでは、論理的説明と納得性が求められる。</p>							
前提知識 (履修条件)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・企業での仕事の経験、ビジネス経験があるのが望ましい。</li> <li>・各自のPCを持参でき、Excel・Word・PowerPointを使える。</li> </ul>							
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				
	遠隔・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	<p>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。</p>							
授業の内容	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) オリエンテーション・講義・ゲスト講義（2コマ）。</li> <li>2) 講義・チーム討論・クラス討論（4コマ）。</li> <li>3) チーム発表、クラス討論、講評（2コマ）。</li> </ol>							
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	必修	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>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、実際の新規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</p> <p>(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</p> <p>(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	上位到達目標						
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. スタートアップあるいはイントレ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。</li> <li>2. スタートアップあるいはイントレ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。</li> </ol>						
	最低到達目標						
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. スタートアップあるいはイントレ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。</li> <li>2. スタートアップあるいはイントレ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。</li> </ol>						
授業の形態	形態		実施	特徴・留意点			
	遠隔・対面混合授業		○				
	授業形式	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	<ul style="list-style-type: none"> <li>・原則として、4ヶ月間の活動を計画的に行う。</li> <li>・月1回のコアミーティング（教員報告）を実施する。</li> <li>・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。</li> </ul>						
成績評価	<p>コアミーティング報告(50%)</p> <p>最終成果発表(50%)。評価は合否にて実施する。</p>						