

1 経営戦略論

✦ 授業の目的

本授業は、経営戦略に関する基礎的な知識やその背景にある論理の修得を目的とする。

一般の企業人は往々にして、戦略、戦術、計画という用語や、戦略目標、戦略策定と戦略実行などの概念の区別も明確にしないままに実務を行っているために、戦略の実行が思うように進捗しないこともある。そこでこの授業では幾つかの企業事例も交えながら、経営戦略に関する様々な基本概念とその概念の論理的背景とその活用実態について正確に理解していく。

✦ 授業の概要

授業はテキストに沿って行う。まず、経営戦略とは何か、そしてなぜ企業にとって経営戦略が必要なのかを学んだ上で、すでに定説となっている経営戦略に関する様々な理論、フレームワークやモデルなどを学ぶ。但し、こうした理論やフレームワークもそのままでは実務に利用しづらい面があるので、その論理的背景にまで遡って理解することで、実務への活用を促進させる。

毎回の授業は学生による事前学習を前提としており、学生は学習該当部分のレジュメ(要約)を授業日以前に担当教員宛に提出する必要がある。また、各授業の前段では学生の一部によって事前学習の内容(レジュメ相当の内容)を発表することで、その後のグループ討議を円滑に行えるように工夫する。

授業の中段では、テキスト内容に即した設問を教員が提示して、学生はグループ討議を経てその設問への解答を用意する。

授業の後段では、学生同士あるいは教員と学生とのインタラクティブで論理整合的な議論を通して、設問へのアプローチの方法や解答への論理的な考え方を学ぶことになる。以上の授業を経験することで、戦略理論の背景や現実の企業活動との関連を理解していく。

回	授業項目
1	ガイダンス&戦略理解のための諸概念
2	成長戦略
3	ポーターによる競争戦略
4	資源ベースの競争戦略
5	グローバル化の戦略
6	戦略の実行と組織
7	戦略分析実習
8	戦略と組織のイノベーション
9	試験

2 マーケティング論

✦ 授業の目的

現代の企業を取り巻く環境の変化は激しく、そのスピードは加速してきています。このような環境下において企業が存続発展していくためには、外部環境、内部環境を迅速に把握・分析し、的確なマーケティング戦略を策定し実行する必要があります。

本科目では、マーケティング戦略を策定するために必要とされる基本的な理論、技法について体系的な理解を図ることを目的とする。

✦ 授業の概要

まず、マーケティングの生成過程、現代のマーケティング・コンセプトをしっかりと理解した上で、マーケティング戦略の構造に沿って戦略の策定プロセスや各種の分析技法を講義で学ぶ。また、演習(ケーススタディ)を通じて学んだ内容を適用しながら理解を深める。このことを通じて、講義内容に応じてケーススタディを段階的かつ継続的に行いながら、方法論に基づいた論理的な分析と戦略施策の検討を行えるようになることを目指す。

そして最終授業では演習を通じて検討した事例企業に関するマーケティング戦略をまとめた上で発表し、論理性や具体性などの面から完成度や妥当性を見ていく。

また、マーケティング戦略に関連する代表的な戦略論などをレビューし、戦略論に関する洞察を深める。上記の通り本授業は講義で学んだことを演習で活かす構成としていることから、単なる理論の習得だけではなく実践に耐えうるマーケティング能力の涵養を目指す。

回	授業項目
1	マーケティングとは
2	マーケティング戦略の構造
3	代表的な戦略論
4	市場調査 販売目標 ネットマーケティング
5	標的市場の設定
6	商品戦略
7	価格戦略
8	プロモーション戦略&販売チャネル戦略
9	試験・アウトプットの発表

3 組織行動論

✦ 授業の目的

組織は、われわれの身近至るところに存在しており、組織と関係せずに生活はできなくなっている。会社だけでなく、病院や市役所、大学も組織となる。われわれは、これらの組織からサービスを受けたり、モノを購入するだけでなく、組織に所属してメンバーとして行動したり、管理者・リーダーとして行動することもある。会社などの組織に所属すると、目標の達成が求められ、集団の他のメンバーとともに仕事を通してその目標を達成せねばならない。組織メンバーの働き方いかんによって、組織の成果も決まる。メンバーもそういった組織に所属することに満足を感じてさらにやる気も高まり、仕事の経験を通して成長もできる。

本講義では、上記のような人および人を通じた組織の行動について、背景にある理論を体系的に学んでいく。具体的には、組織の視点と集団・チームの視点、個人の視点ごとに理論を理解し、組織が施策を行う上で押さえておかなければならない点を学ぶ。

✦ 授業の概要

この講義では、「授業目的」で記載したような組織の中での人間の行動について学習する。内容的には、まず人間の行動を規定する組織の構造や形態、組織文化を扱う。さらに、仕事への意欲の程度を示すともいえる動機づけや、作業集団で発生する特有の働きや力、管理者のリーダーシップなどがテーマとなる。

授業は、講義形式ではなく、クラス全体での討論やグループ討論が中心になる。したがって、十分な事前学習などの授業外学習をしっかりと講義に臨むことが教育成果を高め上で重要な条件となる。また、クラスメンバーとの討論を通してお互いに学び合う姿勢も重要となる。今の企業においては、ヒトやヒトが生み出す価値が競争優位の源泉であるといわれ、組織や人材マネジメントの仕組みをどう構築するかが、競争力の基盤を形成することにもつながっており、組織とそこでの人間行動について学習することは大いに意義あることと考えている。

回	授業項目
1	組織行動論と組織の構造
2	組織文化
3	人間行動の基礎
4	動機づけ
5	動機づけの応用
6	集団とチーム
7	リーダーシップ
8	現代におけるリーダーシップ
9	組織変革と組織開発

4 人材マネジメント論

✦ 授業の目的

本授業の目的は人材マネジメントに関する理論と概念を理解し、実践的な課題解決策を導き出すことである。人材マネジメントとは職務と人材を有機的に結びつけて組織目的を達成するための中長期的な方針と合理的な管理の枠組みとなる。今日の企業経営において、人材は最も重要な経営資源である。しかし、組織の経営戦略の遂行に必要な人材を調達(採用)し、能力を開発(育成)し、活用(適材を適所に配置)し、公正に評価して処遇することは容易なことではない。なぜなら人材とは個人としての特性、人格、価値観など様々な要素が絡み合った複雑で特異な経営資源だからである。

✦ 授業の概要

本授業では人材マネジメントの全体的な方針に従って個々の諸施策(個別機能)を実践するための理論や概念モデルを学習する。その上で学生の所属組織での人材に関わる身近な問題や課題について、個別課題やグループ討議を通して、具体的に深く考えることに重点を置く。初回の授業では、主に人材戦略及び人材マネジメントの歴史的な変遷や概念的な考え方などを学習するが、2回目以降では、それらの知識を踏まえた具体的な施策(採用、昇進、異動、人事評価、人材育成、キャリアなど)を考察する。

毎週、前回の授業の最後に提示される個別課題(講義内容に関する所属組織の問題や課題の整理など)に学生全員が取り組み、レジュメに要約して持ち寄り、授業の前半でグループごとに発表し、重要なポイントについて全体で討議する。後半では、以下の授業項目にしたがって新たなテーマについて講述する。

なお、授業で使用する自作(オリジナル)のテキストは、あらかじめmanabaにアップロードするので、各自が事前にダウンロードして持参すること。

回	授業項目
1	人材マネジメントの考え方
2	労働市場と求められる人材の変化
3	雇用と人材のポートフォリオ
4	採用と退職
5	昇進と異動
6	目標管理と人事評価
7	成果主義と報酬制度
8	人材育成と学習メカニズム
9	自律的なキャリア・マネジメント

5 財務会計論

✦ 授業の目的

財務会計は株主、投資家、債権者など、外部の利害関係者に報告することを目的としていることから「外部報告会計」とも呼ばれている。その報告は財務諸表を通して行われるため、財務会計の学習は財務諸表を理解することが核となる。

本科目は財務諸表を読む実践的な知識を修得することをゴールとする。具体的には以下をねらいとする。

1. 財務3表(損益計算書・貸借対照表・キャッシュフロー計算書)の仕組みと主要科目について理論的裏づけのある知識を修得する。
2. 実例の財務諸表をビジネスモデルとも関連づけて分析できるスキルを修得する。

✦ 授業の概要

毎回の学習範囲を明示するので、テキストの該当部分を読み指示された課題に取り組んだ上で授業に臨むこと。また、授業後に受講レポートをまとめ提出する(1~6回が対象)。この受講レポートは自身の整理となるとともに「授業外学習」としての評価項目となる。(テキストの学習対象は[ACCOUNTING TODAY]部分のみで[THEORY AND HISTORY]及び[FIELD STUDY]は除きます。)授業では事前準備を前提に、各論点を理解するための解説を行うが、一方的な講義とはせず、適宜演習も実施して常に何らかの問いかけをしながら進める。

本科目では実際のビジネスと財務諸表の関係を重視する。財務諸表の知識を1~4回で学ぶが会計学としては基礎レベルとなり、財務会計を基礎から学びたい方を主な対象とする。

回	授業項目
1	オリエンテーション及び財務会計概論
2	損益計算書
3	貸借対照表
4	キャッシュフロー計算書
5	ビジネスモデルと財務諸表
6	財務諸表分析
7	財務諸表分析演習①：財務諸表手法
8	財務諸表分析演習②：業績目標達成のロジック
9	マネジメントコントロールとKPI及び全体のまとめ

6 コーポレート・ファイナンス論

✦ 授業の目的

本講義では、まず、資金供給者が要求しているリターンに関する基本的なファイナンスの理論を学習する。その上で、こうした理論をベースに現実の仕事を見直してみて、不足している部分がないかどうか考えていく。そして最終的には、ファイナンスの理論を現実の世界へ応用でき、企業行動をファイナンスの視点からも考えられるような人材の育成を目的とする。

✦ 授業の概要

企業経営や実務の現場においてファイナンス理論への理解がより深く求められるようになってきている。その背景のひとつには、企業間の株式持ち合いが減少する一方で、内外の機関投資家が重要な株主として企業経営に影響を及ぼすようになってきていることなどが挙げられる。

本講義では、資金供給者が有するリスクとリターンの考え方を把握し、それを踏まえた経営判断や投資決定を行うことが可能になるようにコーポレートファイナンスの理論について基礎的な部分から学習をしていく。これまで、企業はさまざまな方法に基づいて、投資決定や業績評価を行ってきた。本理論を学習することで、伝統的な評価手法の中には、企業価値を高めるという資金供給者が要求しているリターンに合致していないことがあることを学ぶ。そこで、どのようにしたら企業価値の向上に繋がる経営判断や投資決定などを行うことが可能かどうか、理論的な理解を深めたうえで、先進的な取り組みを行っている企業の具体的な事例についても学習する。

回	授業項目
1	オリエンテーションファイナンスの必要性・現在価値
2	投資の決定手法純現在価値法 (NPV法)
3	資本コストの概念
4	戦略的な投資プロジェクト評価
5	演習ディスカッション
6	配当政策・資金調達
7	資本構成・業績評価
8	M&A・IR
9	試験

7 経営戦略ケーススタディ

✦ 授業の目的

この授業では、様々なケースを読んで自分なりの解を導き出し、他者との議論を通じて持論を修正・検証することで、組織における戦略的な意思決定の要諦を学習する。不透明で混沌とした経営環境の下では、一般論や部分的な考察のみでは構想を描くことができないのはおろか、先々の事業課題の解決も困難となる。知識武装やフレームワークのみに頼ることなく、自らの頭で物事を洞察し、解を導き出す訓練をする。

✦ 授業の概要

学生は、事前に配布されたケースを読み込んで設問への解答を作成し、定められた期限までに担当教員に提出する。内容物の評価は、“知っているかどうか”よりも、深く読み込んでいるか、独自の考察がされているか、論理的な説明が施されているか等を重視する。授業は、グループ討議、発表、質疑応答、フィードバック等で構成される。発言の質・量、グループの合意形成への働きかけ、クラス全体の活性化に向けた貢献姿勢などを重視する。提示されたケースの検討が学習の中核を占めるが、最終課題では“戦略的な意思決定の要諦を学ぶ”という授業目的を念頭に置いて、学生自身にケース(題材、設問、意図等)骨子を検討・作成してもらう。

回	授業項目
1	基本原則に則った成長戦略
2	理念をベースとしたグローバル展開
3	新製品を生み出し続けるマネジメント
4	コラボレーションによる新事業創造
5	独自のビジネスモデルを支えるマネジメント
6	危機時の意思決定
7	組織変革と事業イノベーション
8	人的資本経営
9	試験

8 マーケティング・ケーススタディ

✦ 授業の目的

世の中にはBtoBやBtoC、あるいは製造業やサービス業などの分類に見られるようにさまざまな企業が存在している。また、一見同じように分類される企業の中にも他の企業とは異なるマーケティング戦略やビジネスモデル、あるいは製品やサービスを創出している企業がある。その中には成功しているケースもあれば、成功しているとは言えないケースもある。

本授業では毎週異なるケースをとりあげて、各人が内容を考察し見解を授業に持ち寄り、グループワークを通じて相互に意見を出し合いながらグループの見解をまとめ発表する。また発表内容について相互に質疑応答を行い、教員から講評を行う。

このことを通じて、マーケティング戦略の側面を中心にケース内容から読み取れる企業の意図・ねらい、そして成功のポイントを理解する。そして各ケースから得られた知見を一般解として自分の引き出しに加えることで、ビジネスに活用できることを目的としている。

✦ 授業の概要

この授業では「顧客にとって価値ある企業をつくる」というマーケティング理念のもと、そのための発想や知識について様々な視点やフレームワークをもとに検討する。したがって、毎回の授業は具体的なケースを題材にマーケティング的な視点と論理的な思考を身につけるトレーニングの場とする。

授業の運営は、ケースメソッド(ディスカッション中心)を軸に、必要に応じてインタラクティブな講義も導入し、課題レポートを組み合わせることで学生の理解を確実なものにする。また、使用するケースは、主に産業能率大学、一橋大学、慶應義塾大学等が作成したケースを使用し、適宜補足資料なども加える。

ケース本文及び課題レポートの設問については原則的に該当する授業週の2週間前に配布する。学生は配布されたケース本文を通読し、課題レポートの設問について考察し自己の見解を論述する。作成した課題レポートは提出期限までにmanabaに提出する。また、課題レポートについては提出した翌週以降に解説コメントをフィードバックする。

回	授業項目
1	戦略的マーケティング(環境分析・STP・顧客価値・サービス業におけるマーケティング)
2	マーケティングの視点(観察力、顧客心理)
3	マーケティングの視点(革新力、構想力)
4	成熟市場への参入戦略(ポジショニング・ターゲットマーケティング)
5	技術革新とそれに伴う新サービスによる競争優位の確立
6	市場開発・製品開発・ブランド構築
7	新たな商品領域への参入と新規チャネルへの挑戦によるビジネス機会とリスク
8	新たな商品領域への参入と新規チャネルへの挑戦によるビジネス機会とリスク
9	試験

9 人材・組織ケーススタディ

✦ 授業の目的

この授業では、日本の企業や非営利組織の事例を通して、組織や人材に関わる問題に対してどうアプローチするかを学ぶ。つまり、事例を分析して、成功の要因を探り、発生した問題の原因を見出しどう解決したらいいのかなどを考える。

事例で扱われるテーマは、組織の再生や変革、新規事業や新製品の開発、顧客や従業員満足の上昇、人材育成、日本企業の海外進出等となる。こういったテーマに組織論や人間行動論、人材マネジメントといった観点からアプローチし、効果的な組織運営や人材活用方法を学ぶ。

✦ 授業の概要

ケース・メソッドを授業の方法として用い、ケースをめぐるクラス討論を中心に授業を進めていく。授業では、クラス全体での討論とグループでの討論を組合せていく。討論を効果的に行うために、ケースの事前学習に多くの時間を割くことが求められる。

授業の進め方として、まず、事前にケースをよく読んでもらう。そして、事前学習ガイドにある課題に沿って分析をして、それにより得た自分なりの見方をもって授業に臨むこと。クラス討論では、問いを出すので、自身の意見や実施のポイントを提示することが求められる。さらに、レポート提出を組み合わせることで受講者の理解を確かなものにする。

なお、ケースはオリジナルケースや慶応義塾大学、一橋大学で作成されたものを使用する。加えて、授業では、ケース討論を通して自分なりに納得のいく解を見出すこと、また他の学生の人たちとの活発な意見交換により互いに学びあう姿勢が重要になる。

回	授業項目
1	企業の成長と合併
2	組織の再生と公式化
3	顧客満足・社員満足への取り組み
4	管理者の行動
5	戦略人事の展開管理者の行動
6	ワークスタイルの変革
7	競争力の源泉としての現場人材
8	現地適応とグローバル人材
9	試験

10 人材・組織のイノベーション論

✦ 授業の目的

企業にとって最大の課題は、イノベーションの創出である。イノベーションとは、何らかの新結合により顧客・社会に新たな価値を提供し、それを創出した企業に経済的・社会的利益をもたらすものである。企業が持続的に成長するためには、イノベーションが必要不可欠である。しかし、多数の企業がイノベーションを創出できずに事業環境の変化に耐えきれず市場から退出している。イノベーションは難題である。

本授業の目的は、イノベーションの創出に関する人材と組織の領域における概念と理論を学習したうえで、イノベーションについての実践的な課題解決を導き出すことである。

✦ 授業の概要

本授業では、学術的な観点から、イノベーションを創出する人材と組織の特性について学習する。具体的には、イノベーションという概念を理解したうえで「イノベーションのジレンマ」、「サクセス・トラップ」というイノベーションの困難性を学習する。イノベーションの困難性を乗り越えるための高度な知識・スキルである「知的熟練」、「熟達化」やリーダーシップなど人的要因及び「ダイナミック・ケイパビリティ」、「ダイバーシティ&インクルージョン(D&I)」など組織的要因について考察する。

また、実学的な観点からイノベーションを創出する人材の採用・育成や組織づくりに関わった実務者である外部講師からの実践例の講義と討議を行う。学術的な概念・理論の学習だけでなく、実際の現場での生々しい実践例を取り上げてイノベーションを創出する人材・組織についての理解を深める。

本授業は土曜日に2回連続で5週にわたり実施する。毎週、授業の最後に提示される授業外レポートに学生全員が取り組み、翌週授業の序盤でグループごとに発表し、重要なポイントについて全体で討議する。授業の中盤以降では授業項目にしたがって新たなテーマについて講義と議論を行う。

回	授業項目
1	イノベーションとは
2	人材・組織のイノベーションに関する問題意識
3	メーカーの人材・組織のイノベーション
4	メーカーの人材・組織のイノベーションの実践例（外部講師）
5	ダイバーシティ&インクルージョン（D&I）とイノベーション
6	ダイバーシティ&インクルージョン（D&I）とイノベーションの実践例（外部講師）
7	サービスの人材・組織のイノベーション
8	サービス業の人材・組織のイノベーションの実践例（外部講師）
9	働き方とイノベーション

11 マーケティングのイノベーション論

✦ 授業の目的

企業にとって最大の課題は、イノベーションの創出である。イノベーションとは、何らかの新結合により顧客・社会に新たな価値を提供し、それを創出した企業に経済的・社会的利益をもたらすものである。企業が持続的に成長するためには、イノベーションが必要不可欠である。しかし、多数の企業がイノベーションを創出できずに事業環境の変化に耐えきれず市場から退出している。イノベーションは難題である。

本授業の目的は、イノベーションの創出に関するマーケティングの領域における概念と理論を学習したうえで、イノベーションについての実践的な課題解決を導き出すことである。

✦ 授業の概要

本授業では、デジタル社会における市場および企業のマーケティング活動の変化を読み解き、イノベーション創出に寄与する考え方、方法論を学習する。デジタル社会では、社会のコミュニケーションの取り方が変わり、企業はそのことを念頭に、顧客と長期的なカスタマーリレーションシップを構築する必要がある。その中でも企業は、自社のブランド価値創出につなげる新たな活動に取り組んでいる。具体的には、商品政策における「デジタル財」の活用や価格政策における「ダイナミック・プライシング」の導入、チャネル政策における「オムニチャネル」の推進、プロモーション政策における「トリプルメディア」の活用などである。これらの新たな概念・手法を理解しながら、企業がデジタル社会においてどのようにイノベーションと向き合うべきかについて議論し、打開策を見出す。また、授業の一部で実ビジネスに関わる外部講師からの実践例の講義と討議により理解を深める。

毎週、授業の最後に提示される授業外レポートに学生全員が取り組み、翌週授業の序盤でグループごとに発表し、重要なポイントについて全体で討議する。授業の中盤以降では授業項目にしたがって新たなテーマについて講義と議論を行う。

回	授業項目
1	デジタル社会のイノベーション
2	デジタル・マーケティング
3	価値創造のイノベーション
4	【外部講師】シェアリングサービスにおける価値創造の実践例
5	サービス・マーケティングのイノベーション
6	【外部講師】ホテル・宿泊産業におけるサービス・マーケティングの実践例
7	営業戦略のイノベーション
8	【外部講師】カフェ・レストラン産業におけるマーケティング・イノベーションの実践例
9	マーケティング・イノベーションの条件

12 リーダーシップ論

✦ 授業の目的

社会・経済のボーダーレス化、人口・労働構造の変化、技術革新の加速、情報格差の広がり、国内産業の低成長化、自然環境の変化など、私たちが生きる時代は変化が目まぐるしく、企業間の競争は熾烈である。先行きは不透明で不確実、混沌とした状況の中で突発的な対応にも迫られる。こうした状況に置かれると、多くの人は守りに入りがちである。

しかし、いかなる環境下にあろうとも、世の中に価値を生み出し続ける組織のみが生き残る。組織の力は、詰まるところは人の力となる。曖昧な環境の中でこそ、いかにしてビジョンや方向性を示して人々の知恵を結集し、動かしていくのか、リーダーの力量が問われる。当コースでは、今日求められるリーダーシップのあり方を探り、習慣化すべき思考や行動を細かく考えることで、一人ひとりがリーダーとしての自身のスタンスを形成することを目指していく。

✦ 授業の概要

授業では主に下記項目について講義と演習を交えながら学習を進める。また、学びを実践応用するために、個人がリーダーシップに関する自身の課題を認識し、行動方針を策定する。リーダーシップは実学であり、気づきや学びは双方向のやり取りを通じて形成されることが多いものである。ゆえに、積極的な授業参加を期待する。

- ・リーダーシップの概念、リーダーの役割行動と求められる資質・能力
- ・リーダーの意思決定 ～危機対応、戦略構想、組織運営等～
- ・リーダーシップの負の事例
- ・リーダーシップの独自理論形成

回	授業項目
1	リーダーシップ概論①
2	リーダーシップ概論②
3	リーダーと組織マネジメント①
4	リーダーと組織マネジメント②
5	リーダーの意思決定①
6	リーダーの意思決定②
7	リーダーとしての人間理解
8	リーダーシップ負の事例
9	アウトプットの発表・総括

13 職場マネジメント論

✦ 授業の目的

マネジメントとは、「組織のはたらきを最適化する機能」である。ミドル・マネジメントの場合は、「トップよりも現場を知り、現場よりも経営を知る」という独自の立場から、この機能を担うことになる。

本科目のテーマである「職場のマネジメント」は、ミドル・マネジメントに該当する。本科目では、その立場の独自性をどのように活かして、自職場や全体組織に影響を与えていくのかを考え、その実践力を養う。

✦ 授業の概要

マネジメントには、全体組織を対象とするトップ・マネジメントと、単位組織を対象とするミドル・マネジメントがあるが、その基本的な能力要素は共通である。それは、課題を形成する力、これを関係者と共有する力、そしてこれを解決もしくは達成に導く力である。これらは本来、体験つまり試行錯誤から学び取るべきものである。ただし、どのような体験からどのような要素を、どのように抽出して自身の内面に組み入れていくのか。これに関する理論があり、それを知った上での体験学習は、実践能力を養うために有効である。特に、当事者としての「思い」つまり本音や主観を扱う理論は、体験からの学びを適切にサポートしてくれる。日常のマネジメントにあっても、あるいは、そこから取り組み課題を見出して、職場変革につなげていくにあたって、当事者としての「思い」は重要な機能を担う。

本科目では、理論と体験の両面からこの事実を実感し、実践力に変換していく。そのためにも、ぜひ当事者としての積極的な授業参加を期待する。

回	授業項目
1	オリエンテーション(授業の目的と進め方)～ミドル・マネジメント総論
2	ケースで学ぶミドル・マネジメントの実際(業務課題に取り組む)
3	課題共有に必要な対人能力(理論学習)
4	課題共有に必要な対人能力(体験学習)
5	ケースで学ぶミドル・マネジメントの実際(組織運営課題に取り組む)
6	目標設定と課題解決
7	マネジメント理論の変遷 人的課題への取り組み
8	企業倫理とコンプライアンス
9	総合演習・・・マネジメント課題の形成と目標設定

14 コンフリクト・マネジメント論

✦ 授業の目的

経営統合やアライアンスの進展、多様性を尊重したマネジメントの推進、プロジェクトチームでの仕事機会の増加などにより、多様な価値観やバックグラウンドを持つメンバーが増える中、会議やプロジェクト活動などでのメンバー同士の対立・緊張が増加し、業務の生産性が上がらないといった問題が増えている。また、ビジネス環境が高度化・複雑化する中で、組織や部署の壁を越えた問題解決やコラボレーションが求められているにもかかわらず、自身や自部門の利害を優先し部分最適にこだわってしまうことも生じる。このほか、顧客との折衝場面、目標管理制度などにおける部門目標と個人目標との調整場面、業績評価や人事評価の面談場面など、私たちの周りには、他者との緊張や対立を乗り越えて結論を出していかなくてはならない場面が多々存在する。

✦ 授業の概要

本科目では、このような対立や緊張場面で、お互いが自己の主張を競合させて勝ち負けを競い、双方の案を足して2で割るような妥協的な解決を図るのではなく、より良い結論を得るために両者が歩み寄って協調的に話し合いを進めるにはどうしたらよいか、その考え方と技術を学習する。

この授業では、単に理論や方法論を学ぶのではなく、実際の組織や職場での仕事状況に即した葛藤場面を考察し、現実の職場での活用や問題解決に軸足を置いた協調的な対話の技術を体験的に学ぶ。授業の進め方は、ケース研究をはじめ、学生同士の実事例を題材に用いるなどの相互学習・相互啓発方式を基本とする。

回	授業項目
1	オリエンテーション
2	コンフリクト・マネジメントのプロセス(アプローチ段階)
3	コンフリクト・マネジメントのプロセス(ソリューション段階)
4	コンフリクト・マネジメントのプロセス(ソリューション段階)
5	前回(4回)のケース研究つづきと、実際のコンフリクト場面解消のシナリオ相互検討
6	コンフリクト解消シナリオ相互検討(つづき)コンフリクト・マネジメントのプロセス(クロージング段階)
7	部門間コンフリクトの解決
8	部門間コンフリクトの解決のケーススタディ
9	実務場面への展開

15 会計の実際学

✦ 授業の目的

本講義は、いわゆる純粋な理論会計学にとどまらず、「実務としての会計」という観点から、より広い視座で財務会計及びそれを取り巻く諸制度についての基礎知識の習得を目的としている。

本講義の進め方は、まず教員の方から知識の体系を伝達し、その後、学生間のグループディスカッションを通じて実際に学生が経験している実務や知見を共有することで、学んだ知識体系を実務において生きたものとして理解していく。

また、授業の中で相互に考え方の違いや論点の違いを共有することで、皮相的ではない知識を得ることができる。

✦ 授業の概要

各回のテーマは次のような観点から設定している。

まず、財務会計については、総花的になるのではなく実務において重要性の高い会計基準、すなわち見積り項目であるが故に企業の会計ポリシーが問われる減損会計や税効果会計、企業業績に大きなインパクトを与える連結会計や企業結合会計、等の論点に絞って取り上げる。

財務会計を取り巻くテーマとしては、ディスクロージャー制度全般、予算制度等の管理会計、会計監査制度・内部統制の概要・J-SOX制度等の領域を学ぶ。

また、会計実務にとって、将来の会計基準の改正動向は重要であることから、IFRSの改訂予定及びこれにあわせて発生するであろう日本の会計基準の改訂動向についても学ぶ。さらに、IFRSについては、単に会計基準の説明にとどまらず、その根底にある思想や、それが企業経営にどのような影響を及ぼすのか、といった点についてもディスカッションする予定である。

回	授業項目
1	ガイダンス
2	ディスクロージャー制度
3	管理会計(予算制度、中期経営計画等)
4	実務上重要な会計論点(1)
5	実務上重要な会計論点(2)
6	財務会計の新潮流
7	IFRSと企業経営の関係
8	会計監査制度、J-SOX、不正会計事例
9	会計専門職と倫理 【試験】

16 国際財務報告基準 (I F R S) の潮流

✦ 授業の目的

国際財務報告基準(IFRS)をめぐる動きが激しくなっている。EUでは既に2005年からIFRSの適用を企業に義務付けた。2007年11月に米国証券取引委員会(SEC)はIFRSを適用している外国企業が、米国上場の際に作成が要求される米国基準への差異調整表を廃止することを、2009年から一部の米国国内企業に対してIFRSの適用を認めている。そして、2014年からは順次IFRS採用(adoption)を義務付けていく方針を打ち出している。世界の動きに合わせて、2015年日本での適用が始まっている。世界で同一会計基準を採用する画期的な制度が誕生したのである。こうした背景から、これからの会計処理となる予定のIFRSを理解することをこの科目の目的とする。

✦ 授業の概要

内容は、これからIFRSを学習しようとする方を対象としている。IFRSの基本的な考え方を学び、日本基準と大きく会計処理が変更となる項目のポイントを指摘し、それぞれの基準の差異を明確にしていく。初級者でも受講できるようにIFRSの資料は、事前にできる限り提供する。

簿記の基本的な知識は必要になるので、簿記論の復習をすること。また、簡単な計算問題を解くことで、理解を進めていく予定なので、電卓を用意すること。

IFRS導入によるメリットは以下の通り。

①共通化により財務諸表の透明性、比較可能性の向上、②投資家が判断しやすくなりグローバルな資金調達による資本調達コストの削減、③投資家向け広報活動(IR)が簡素化されその他の利害関係者の理解を得やすくなる、④海外子会社を含む連結グループを統一された会計基準で管理・業績評価が可能、⑤IFRS導入を契機としたグループ全体の財務報告プロセスの効率化及び透明化等。以上を、事例を使い解説していく。

回	授業項目
1	会計基準の国際的な潮流
2	日本の会計基準の問題点
3	IFRS適用開始前のポイント
4	適用範囲と目的
5	IFRSの初年度適用・原則主義
6	財政状態計算書
7	包括利益計算書
8	定義と適用範囲
9	財務諸表の開示義務

17 ロジカルシンキング

✦ 授業の目的

我々は過去に書かれた書籍などで勉強しているが、なぜ現代よりも不自由だった時代に素晴らしい理論や発明が生まれたのか？この点を省察すると人間の“考える力”の偉大さを感じずにはいられない。大学院での学びは、ただ何かを丸暗記したり周囲と情報交換したりするレベルとは異なり、自ら考え・健全に批判し・わかりやすく整理する技術が問われる。この豊かな学究活動を行う際に必須なのがより確からしく考え、問題の解決に取り組む論理的思考＝ロジカルシンキングである。この科目ではロジカルシンキングの基礎を学び、問題解決とコミュニケーションへの応用により実践能力の強化を図る。

✦ 授業の概要

進め方の概要としては、まず日常生活や学究活動の中での問題の解決には“正解”がないことを踏まえ、大学院でロジカルシンキングを学ぶ意義を理解する。そして論理(ロジック)の構成要素や代表的な論理構造について、小演習を通じて学習を進める。また得た知識を問題解決や学究活動に活用可能な“論理的思考”に昇華するために、皆さんが抱える現実の問題を材料としてその解決に取り組み、レポートとしてまとめていただきながら実践力を強化していく。本科目の中では学生同士や教員との双方向の会話も論理的思考をベースとして進めることとし、ロジカルシンキングの実践の場として活用することになる。小演習やレポートがあり、受講者には負荷をかける部分もあるが、今後の学究活動の礎を作る場として、是非積極的に参加することを期待する。

回	授業項目
1	論理的思考概論
2	代表的な論理展開と推論
3	問題とイシュー
4	論理的思考のための問題解決プロセス
5	ロジックツリー作成上のルール ～WHYツリーの作成方法
6	WHYツリーの作成
7	HOWツリーの作成方法
8	HOWツリーの作成～仮説設定
9	総合演習 まとめ

18 ワークショップデザイン論

✦ 授業の目的

変化の激しい昨今のビジネス環境の中、企業・組織は成長を持続するために、今まで以上に新しい価値を生み出すことが求められる。人が集まって何かを生み出すことを意味する言葉(協働・協創・シナジーなど)を多く見聞きする。しかしながら、人が集まるだけで何か生まれるわけではなく、その場をいかにデザインするかが大切となる。

近年ワークショップという言葉が注目される。ワークショップとは、「工房」「作業場」など協働で仕事を行う“場”を表す言葉である。ワークショップデザイン論では、このような協働で仕事を行う“場”をいかにデザインするかを学習していく。

✦ 授業の概要

ワークショップデザイン論では、「コンテンツのデザイン」「コミュニケーションのデザイン」「スペースのデザイン」の3つの観点で“場”を考えていく。

①「コンテンツのデザイン」…何のテーマに基づいて、どのような活動をして行くのかを設計する

②「コミュニケーションのデザイン」…その場でどのようなコミュニケーションを生み出したいかを考える

③「スペースのデザイン」…どのような空間で、どのような道具を使って活動する事が効果を高めるかを考える

これらの要素に関連する書籍や資料を読み解くとともに、自身のフィールドにおけるワークショップ企画を検討する。第1回から第6回はワークショップデザインに関連する概念・理論を概観し、要点を整理していく。そして、第7回から第9回はワークショップ企画について検討をし、ワークショップデザインの勘所を確認していく。第9回には、自身の企画したワークショップについて発表するとともに、ワークショップデザインを自身のフィールドにおいてどのように実践していくかについても発表をする。なお、履修者には授業項目に関連し、事前の問いかけを行う。その問いかけに対し、レポートにまとめて参加することが求められる。

回	授業項目
1	ワークショップデザインの必要性和全体像①
2	ワークショップデザインの必要性和全体像②
3	「コンテンツ」をデザインする
4	「コミュニケーション」をデザインする①-概論
5	「コミュニケーション」をデザインする②-実践
6	「スペース」をデザインする
7	ワークショップデザイン実践①
8	ワークショップデザイン実践②
9	ワークショップデザインの活用 -発表とまとめ

19 ファシリテーションスキル

✦ 授業の目的

企業戦略を効果的に実施するために、業務プロセスが能率的に流れるために、更には人材の効果的な行動を引き出すために、メンバーの協働意欲を高め、活動目的を明確にするなど、成果創出へ向けたプロセス管理が適切になされることが期待される。本科目では、そのような状況に対して、変革ファシリテーションという観点からアプローチし、ファシリテーターの役割やファシリテーションの方法を学んでいくことを目的とする。

✦ 授業の概要

昨今の企業現場では、組織内外の様々な状況変化に伴い、プロセス管理が以前と比して難しくなっているとも言われる。併せて、以前よりも高い成果を要求される職場が増えてきている。

本科目で扱う変革ファシリテーションとは、ビジネス場面におけるファシリテーションを意味し、組織活動において成果を上げるための活動プロセスを管理する＝ファシリテーションをさす。今後、よりよい話し合いができるかどうかは成果創出を考えるうえでも重要な要素といえる。

組織活動およびプロジェクト運営において必要となるファシリテーション、すなわちコミュニケーションスキルは基より、議論を整理する観点、議論の見える化スキル、問題解決ステップに従ったプロセス・マネジメント、および合意形成に必要な構造化スキルなどを扱う。

この授業では、変革ファシリテーションが必要とされる背景、基礎的な概念について学習し、そのうえで、ファシリテーション技術について、理論的な学習とともに、個人演習やグループ演習を通じて実感的に学習していく。ケース研究ならびに現実的問題を素材として扱い、学生同士が実事例を話し合う場面も組み込んだ相互学習・相互啓発方式を基本とする。

回	授業項目
1	オリエンテーション
2	ファシリテーションスキル (1対1のコミュニケーションスキル)
3	ファシリテーションスキル (1対多数のコミュニケーションスキル①)
4	ファシリテーションスキル (1対多数のコミュニケーションスキル②)
5	問題解決ファシリテーション (会議の事前準備、問題認識の共有)
6	問題解決ファシリテーション (問題点の抽出&重点化)
7	問題解決ファシリテーション (問題分析～問題解決へ向けた議論を支援)
8	問題解決ファシリテーション (解決策の立案～問題解決へ向けた議論を支援)
9	問題解決ファシリテーション (意思決定、会議の締めくくり) 実践的活用

20 ビジネスデータ分析

✦ 授業の目的

本科目は、仕事や論文執筆に役立つ実践的な統計分析の能力を身につけることを目的とする。

現代のビジネスにおいては、勤と経験と度胸に頼るだけではなく、統計的な手法を用いて情報やデータを的確に分析し、経営課題を遂行する能力が求められている。本科目で得た能力は、マーケティングデータの分析、問題解決における仮説の裏付けや検証のほか、論文やレポートの作成に活用することができる。

✦ 授業の概要

本科目は、統計学の基礎から中級程度の範囲を主に学ぶ。授業では、まず統計分析の基本的な考え方や理論を理解したうえで、実際にExcelを使ってデータを分析し、その結果をまとめ、考察していく演習に取り組む。統計分析にはフリーで公開されている「HAD」(ExcelVBAで動くプログラム)を利用する。テキストマイニングには「KH Coder」(フリーソフトウェア)を利用する。

統計分析はあくまで手段であり、それによってそもそも何を明らかにしたいのかという点が重要である。したがって、実際のビジネスや論文執筆の場面では、統計分析を実行する前に、仮説に基づいて分析に適するデータを収集する必要がある。授業では、データ収集の一つの手段であるアンケート(調査票)の企画や作り方についても学ぶ。

すべての授業でPCを使うため、各自ノートパソコン(Excel導入済み)の用意を必須とする。OSの基本操作、Excelの基本操作(グラフ作成、ソート、ピボットテーブルの作成、関数の操作など)は自力でできることを前提とする。

なお、HADやKH Coderのインストールについては、第1回目の授業内で指示する。

回	授業項目
1	オリエンテーション 統計学の基礎を学ぶ①
2	統計学の基礎を学ぶ②
3	グループ間の違いを明らかにする
4	2つの変数の関係性を明らかにする
5	データから結果を予測する①
6	データから結果を予測する②
7	複数の変数を集約する 複数の変数を説明する共通要因を探る
8	アンケート調査を設計・作成する 定性データを視覚化する
9	試験 振り返り

21 戦略経営会計論

✦ 授業の目的

企業経営において、市場が伸びることが予想され、競合企業と争いが激しくない経営環境下においては、戦略よりも経営管理スキルの必要性が高くなる。しかし、市場が伸びず競合企業との争いが激しく、不確実性が高い現在においては、戦略策定の重要性が高まり、経営環境の変化が起こるたびに随時修正することが求められる。そのためさまざまな経営環境のパターンを予測し、自社、競合、顧客の現状をしっかりと把握し今後進むべき方向性の検討をしなければならない。

本講義の目的は、このような経営環境を生き抜くために「企業の現状を把握する財務分析力」、「戦略実現の可否を検討する会計思考力」、「経営計画実現の可否をするための意思決定会計力」の3つの力を身につけることにある。本講義では実在する企業の財務諸表等の情報を教材として用いて、現状分析や進むべき方向性の検討をグループ討議や担当教員を交えたクラス全体で討議を行い、自身が習得した知識を実践的な知識へと変換させていく。

✦ 授業の概要

1. 第1回から第4回の授業において「企業の現状を把握する財務分析力」を身につける。戦略経営会計論の概要や実在する財務諸表を用いて、業界特性分析を含めた企業分析を行う。

2. 第5回、第6回の授業において「戦略実現の可否を検討する会計思考力」を身につける。新規事業プランを作成し、損益分岐点視点から事業が成功するかどうかの検討を行う。

3. 第7回、第8回の授業において、「経営計画実現の可否をするための意思決定会計力」を身につけます。投資の意思決定手法や経営戦略を具現化するための仕組みの一つであるバランスト・スコアカードについて学び、自分のこととして今後何を行う必要があるのかについて考える。

回	授業項目
1	オリエンテーション
2	経営分析
3	業界特性分析
4	経営戦略とキャッシュフロー
5	新規事業シミュレーションと短期利益計画
6	新規事業シミュレーションと短期利益計画
7	経営戦略と投資計画
8	経営戦略と経営計画の策定
9	課題共有 まとめ

22 新規事業のマネジメント論

✦ 授業の目的

VUCA [Volatility(変動性)、Uncertainty(不確実性)、Complexity(複雑性)、Ambiguity(曖昧性)]という言葉がビジネスの場面で頻りに聞かれるように、先行き不透明な経済をはじめとして、想定外も含めた様々な要因により、事業環境の変化が速さと激しさを増している。

その結果、企業規模、業種、業態に関わらず、経営戦略上においてイノベーションや新規事業の創出・開発がこれまで以上に期待される。

そこで、本科目では新規事業の創出・開発の推進プロセスを中心にイノベーションと企業家の関係をはじめとした新規事業に関わるマネジメントについて学ぶことを目的とする。

✦ 授業の概要

各回の新規事業創出・開発プロセスについての講義内容をもとにグループ討議と演習を通じて、自己や所属組織の現状の制約条件にとらわれない、仮想の新規事業アイデア創出から新規ビジネスモデル構築までのプロセスに取り組む。

そのうえで、自己、所属組織への応用を目的として各回の授業外学習を通じて、現状での皆さんが考えられる自己、所属組織での新規事業構想の概略(皆さんの個別状況によっては仮想になる場合もあり)を考察する予定である。

また、授業は新規事業に関することに限らず、講師が経営コンサルタントとして経験した事業運営に関する事例紹介も交えた講義に加え、外部講師によるイノベーションや新規事業の実例をテーマにした講演を予定する。

先述のグループ討議・演習等、双方向に進めていくので、授業外学習も含めて当事者意識をもって、積極的に参加すること。

回	授業項目
1	オリエンテーション
2	新規事業アイデアとイノベーション
3	新規事業アイデアの創出
4	新規事業アイデアの検証とビジネスコンセプトの検討
5	ビジネスモデルの構築
6	新規事業の実例について学ぶ
7	新規事業の戦略立案
8	事業推進者とリーダーシップ
9	まとめ

23 ビジネスプラン策定演習

✦ 授業の目的

ビジネスプランというと起業する場合のものを想定してしまいがちだが、企業内におけるビジネスプランとしての事業企画書策定も、その進め方や必要な知識は基本的に同様となる。本授業は演習形式でビジネスアイデア、ビジネスモデル、コンセプトを考え、ビジネスプラン策定によってビジネス、組織、財務を取り巻く諸問題に対してどのようにアプローチするか学ぶ。

✦ 授業の概要

本授業ではまずビジネスプランの構成項目や策定の手順を学ぶ。その後アイデア発想法をもとにビジネスアイデアを創出し、ターゲティング、ユーザーのベネフィット、使用シーンなどを検討しビジネスモデル・コンセプトを詰めていく。

ついでそのビジネスの属する業界・市場・競合を調査し、自社の内部資源、必要な経営資源を精査する。以上のプロセスを経て、考案されたビジネスプランが戦略的に整合性のとれたものかどうか、全体を俯瞰する。戦略的な整合性に欠けている場合は、どこが整合していないのか、その修正が必要となる。

最後は当該ビジネスの資金計画、予想損益書計算作成、投資決定判断のための手法を学ぶ。ここで資金調達に問題がある、ビジネスの収益性に問題がある、したがって投資するには無理があるというような場合はビジネスプランの再修正が求められる。

この授業では毎回事前の準備を前提にしており、適宜ビジネスプラン策定の進捗状況を発表してもらう。ここでは教員はもちろん、他のグループメンバーからの指摘なども受ける。

授業はグループでのビジネスプラン策定を進めるが、個人のビジネスプランも最終的に提出する。

回	授業項目
1	ビジネスプラン策定の手順
2	ビジネスモデル・コンセプトの考案・アイデア創出方法
3	ビジネスモデル・コンセプト仮説検証のための各種情報収集・分析
4	ターゲットとする業界・市場の分析と自社資源の分析
5	ビジネスアイデア・ビジネスモデル・コンセプトの決定と戦略体系構築
6	リスク分析と資金計画策定
7	予想損益計算書の作成
8	投資決定の手法と投資判断
9	プレゼンテーション

24 組織変革論

✦ 授業の目的

企業や組織にとって変革は避けられない現象である。競争環境の変化や組織そのものの成長、時間の経過とともに自然と発生する組織内の沈滞化や硬直化、戦略の転換等、これらはすべて組織の中に変革を要求する。変革をうまく実践できないと、環境への不応や組織の停滞、非効率な活動の温存、更には業績の悪化を招き、結果的に組織の衰退へとつながっていく。変革において難しい点は、以前から続いている考え方や慣行、やり方等が新しい状況への移行を妨げることとなる。不安感や利害関係から発生する変革への抵抗であったり、慣れ親しんだものへの逆戻り、といったことが絶えずつきまとう。これらを乗り越えて変革を実施していくところに難しさがある。

本講義では、企業が変革する必要性の理解や、組織変革論を一般的な観点から体系的に理解するとともに、事例研究や新たな手法の紹介を通して組織変革の実際の姿や実施方法について学んでいくことを目的とする。

✦ 授業の概要

本講義では、組織変革論について体系的に学ぶ。まず前半で、組織変革の必要性や全体像を学んだうえで、組織の状態ごとにみていく。具体的には、衰退現象とそこから再生へ向かう現象とにわけて見ていく。さらに、再生に向かう手段としてのコンサルティング手法も学ぶ。これらを実際のケースをみながら進めていく。

また後半では、ミドルの活躍、組織での学習やイノベーションの促進、強い組織能力の構築といったテーマも扱う。組織変革論は、確立した学問分野とはまだいい難いが、組織内での変革についてその体系や枠組み、理論的側面等を一般的に捉えていく。

教材は、各回のテーマについて事前に配付される資料およびケースを使用する。授業は、基本的にクラス全体の討議、およびグループに分かれての討議・発表を中心に進められる。したがって、資料やケースを授業の前に読んで、自分なりに整理した上で出席することが要求される。

回	授業項目
1	組織変革論の体系と変革の必要性
2	組織の衰退
3	組織の再生
4	組織変革とコンサルティング
5	ケース
6	ビジョンの策定と普及
7	ミドルの選抜による変革
8	ポジティブ組織変革
9	組織能力を構築するリーダー

25 人材育成論

✦ 授業の目的

経営組織の持続的な発展のためには、人的資源(ヒト)の活用と育成が欠かせない。

雇用した人材を自組織にとって有為な人材へと成長させるためには、組織内における人材育成の取り組みを充実させていくことが望まれる。

しかし、今日の経営組織では、経済環境の変化を踏まえ、人材育成投資が抑制されたり、一部の階層に集中したりするなどの傾向が見られるほか、人員の削減に伴い、従来、組織の中で人材を育てる役割を中心的に担ってきた人材(管理職等)が多忙となり、部下の指導・育成が十分行われなくなっているなど、組織・職場における人材育成が十分機能していない側面も見られる。

本科目では、こうした経営組織における人材育成をめぐる課題について考察することを目的に、人材育成論の各種トピックについて学習する。

✦ 授業の概要

本科目では人材育成論に関する以下のトピックを扱う。

まず、1日目の授業では、各種調査データを活用しながら、日本企業における人材育成の現状と課題を確認するとともに、今日取り上げられている人材育成研究のテーマを概観する。

2日目の授業では、心理学や教育学で扱われてきた学習理論や学習モデル、動機づけの諸理論を解説し、それらと人材育成とのかかわりを確認する。

3日目・4日目の授業では、組織における人材育成システムの中心であるOJTやそれを補完する目的のOff-JTをめぐる現状と課題を扱う。また、近年の職場学習の研究知見を踏まえ、職場における人の学習・成長のメカニズムを確認する。

5日目の授業では、冒頭で試験を行う。

また、その後、自組織の内部だけで人材育成を留めるのではなく、組織の境界を越え、組織の外部における人の学習の可能性を論じた「越境学習」を取り上げ、その効用と課題について講義を行う。各回の講義では、講義テーマに関する問いについてグループでディスカッションを行う。

履修者は毎回の授業外学習課題において、授業項目に関連する研究論文を読み、その内容をレジュメにまとめ、授業項目に関する理解を深めることが求められる。

回	授業項目
1	日本企業における人材育成の現状と課題
2	人材育成論における今日の研究課題
3	人間の学習のメカニズムと学習モデル
4	動機づけと人材育成
5	組織におけるOJTをめぐる現状と課題
6	職場における学習のメカニズム
7	組織におけるOff-JTをめぐる現状と課題
8	リーダー人材の育成をめぐる現状と課題
9	組織の境界を越えた学習-越境学習の可能性と課題

26 財務諸表論研究

✦ 授業の目的

企業会計は、外部報告のための財務会計と内部報告のための管理会計に分類できる。

この授業で扱う財務会計は株主、投資家、債権者など、外部の利害関係者に報告することを目的としている。

その報告は財務諸表を通して行われ、財務諸表は外部理解関係者が判断を誤らないようにするため、一定の基準に従って作成する。

この授業では、財務諸表を作成し、利用するための原則、基準、手続きを修得し、それらが導き出された根拠を論理的に考察することを目的とする。

✦ 授業の概要

1. 財務諸表の必要性和会計公準、会計原則および会計手続という会計理論を学習する。

2. 企業会計原則と関連する諸法規を学習する。

3. 損益計算書、貸借対照表、株主資本等変動計算書、キャッシュ・フロー計算書などの財務諸表作成のための原則及び手続きを学習する。

各回の授業に先立ち、テキストの事前輪読は必須である。読み込む上で意識してもらいたいポイントについては事前に指示する。ポイントをまとめる作業を通じて理解できた点、できない点を明確にして、授業に臨むこと。

授業は基本的には、事前にテキスト等の該当部分について各自でまとめたポイントを発表してもらい、全体でディスカッションするというスタイルで進行する。各回に関連する応用論点(テキスト第11章以降)の内容についても、ごく簡単なアウトラインは授業で紹介する。さらに、必要に応じて関連する論文を読み、その「内容」や「論文の書き方」などを検討する。

回	授業項目
1	ガイダンス 企業会計の基本原則と企業会計制度
2	損益計算原理と損益計算書の構造
3	貸借対照表の本質・構造と貸借対照表原則
4	流動資産 有形固定資産
5	無形固定資産および投資その他の資産 繰延資産
6	負債および引当金 純資産
7	財務諸表の作成と分析 現代会計の特徴
8	発表
9	発表 試験

27 原価計算論研究

✦ 授業の目的

原価計算は主として製品の原価を計算するための技法であるが、企業で発生する原価を計算することによって、財務諸表作成のために必要なデータを提供する役割と経営管理のために必要なデータを提供する役割がある。

この授業では、まず前者の役割のための原価計算を学習する。原価計算は製造業だけに必要とされるものではなく、様々な業種で必要とされる技法であるので、その基本的な計算構造について理解することは極めて重要であろう。

次に、経営管理目的のための原価計算手法について学習する。授業で取り上げる手法は、実務でもひろく利用されているものであるから、税理士として関与先との対話を行う上で必須の知識となるはずである。

原価計算は、税理士の受験科目にはないので、税理士受験のためには学習する必要があると思わないかもしれないが、開業してからクライアントの経営相談にのるためにも、必要な知識だと考える。

✦ 授業の概要

まず製品原価計算のための原価計算を学習するために、原価計算基準の内容を検討していく。

つぎに経営管理のための原価計算として、標準原価計算、直接原価計算、予算管理、特殊原価調査を考察する。これらの原価計算は、原価管理、利益管理、経営意思決定などの目的に役立つが、制度としてではなく、制度外で実施されることも多い。

最後に、戦略的管理会計として実施される原価企画、ABC等について考察する。これは比較的新しい原価計算手法である。

授業は以下のように進める。予習を中心とした自宅学習を必ずしてから、授業に臨むこと。

- ① 授業前にテキストの該当部分を読んで、課題をやって、授業のポイントや理解できない点、疑問点をまとめること。
- ② 授業では、質問を受けながら、テキストの内容を簡単に説明し、議論する。原価計算の理論だけでなく、計算問題を解く練習もしていく。
- ③ 授業後は、復習してわからないところがあればまとめておき、つぎの時間に質問すること。

回	授業項目
1	ガイダンス 原価計算の基礎
2	個別原価計算
3	総合原価計算
4	標準原価計算
5	予算管理
6	CVP（損益分岐点）分析と直接原価計算
7	経営意思決定のための原価計算（意思決定会計）
8	戦略策定のための原価計算
9	試験

28 会計監査論研究

✦ 授業の目的

本講義は、財務会計が適切に実施されていることを社会的に担保する制度である、財務諸表監査制度について学ぶ。

会計監査の実務そのものは特殊な業務であり、監査実務そのものを学ぶことは一般的でない。

一方で、近時は大規模な会計不正事件が相次いでいることもあり、財務会計数値の適正性を担保する企業の仕組みの構築が、企業経営上も重要なテーマとなってきた。

コーポレートガバナンスの構築や内部統制制度の構築、さらには企業自身による監査である内部監査についても、質の向上が求められている。

本講義では、そのような監査制度をめぐる社会情勢や社会制度について基本的な知識を習得するとともに、実際の不正事例の検討を通じて、どんな会社でも不正は起こりうる事、不正が起きたときには企業に多大なダメージを及ぼすことを理解し、不正を防ぐ仕組みについて考察する。

✦ 授業の概要

本講義の進め方は、まず教員が資料に基づきそのテーマについての基本的な知識を伝達する。

その後、学生間のグループディスカッションを通じて相互に考え方の違いや論点の違いを共有することで、皮相的ではない知識を得ることができる。

毎回のテーマは、現代の監査制度の概要、監査の歴史的理解、最近の監査の潮流、コーポレートガバナンスとの関連等、監査をとりまく周辺分野も含めたテーマを取り扱った後、実際の日本企業の会計不正事例を複数回にわたって取り上げて事例研究を行う。

あわせて不正発生時の法的責任に関する知識を通じて、不正が企業に与えるダメージを正確に理解する。また、AI(人工知能)と監査の関係を取り上げ、今後の監査の変化と企業の内部監査への応用について取り上げる。

回	授業項目
1	ガイダンス
2	現代の監査制度論
3	監査の歴史
4	最近の監査実務潮流
5	コーポレートガバナンスと監査
6	不正会計論(1)
7	不正会計論(2)
8	企業不祥事と法的責任
9	未来の監査 【試験】

29 租税法研究

✦ 授業の目的

本科目は、税務のプロフェッショナルとして、税務に関する高度な専門知識や理論、問題分析の手法等、税務マネジメント力を身につけるための入門的な科目であり、租税法の知識を習得するための基礎編と言える。この授業では、租税法の体系について理論的に理解し、租税法のさまざまな問題点について論理的に考え適切に解決できる能力を身につけることを目的としている。租税法の全体構造、租税全般に関する法律等を理解することにより、実定法である所得税法、法人税法等の各税目を学習する上で、より理解が深まる。

✦ 授業の概要

はじめに、租税、租税法の意義を理解する。その後、租税法の体系として大別される、租税法の基本原則、租税法の解釈と適用、租税実体法、租税手続法、租税争訟法および租税処罰法について理解する。

授業の方法は、基本的に

①講義

②グループ・ディスカッション

③まとめ講義

という構成で進めていく。8回目と9回目の授業では、各自の課題の研究成果を発表(プレゼンテーション)してもらう。課題研究やプレゼンテーションの事前準備等、ある程度の作業負担がかかることを理解した上、履修すること。

回	授業項目
1	オリエンテーション
2	租税と租税法
3	租税法の基本原則
4	租税法の解釈と適用
5	租税実体法
6	租税手続法(1)
7	租税手続法(2) 租税争訟法 租税処罰法
8	研究成果発表
9	研究成果発表 まとめ 試験

30 法人税法研究

✦ 授業の目的

法人税は、所得税・消費税とともに、現在の日本の基幹税といわれる、最も重要な税目の一つである。

本科目は、税務のプロフェッショナルとして、税務に関する高度な専門知識や理論、問題分析の手法等、税務マネジメント力を身につけるための基礎となる科目である。

この授業では、法人税法の体系・構造や所得・税額計算等の基礎を確認し、さらに理論的な考察を行い、法人税法におけるさまざまな問題につき適切に問題解決ができる能力を身につけることを目的とする。

✦ 授業の概要

授業のはじめに、法人税法の概要を把握した上で、法人税法に規定される各項目を学習する。各項目の学習にあたっては、単に法人税の規定の内容を確認するだけでなく、実際に条文にあたり、その解釈や制度趣旨にも触れ、さらには講師の指示による例題や練習問題への取組みや裁判例の検討を行うことなどにより理解を深める。

授業の方法は、基本的に

①講義

②演習またはグループ・ディスカッション

③まとめ講義

という構成で進めていく。相当部分が各種課題への取組み・発表などで構成するので、課題への取組み・発表、ディスカッションやプレゼンテーションの事前準備などで、ある程度の作業負担がかかることを理解した上で、履修すること。

回	授業項目
1	オリエンテーション
2	法人税法の概要
3	法人税法各論
4	法人税法各論
5	法人税法各論
6	法人税法各論
7	法人税法各論
8	成果発表と まとめ
9	成果発表と まとめ

31 所得税法研究

✦ 授業の目的

所得税は、法人税・消費税とともに、現在の日本の基幹税といわれる、最も重要な税目の一つである。本科目は、税務のプロフェッショナルとして、税務に関する高度な専門知識や理論、問題分析の手法等、税務マネジメント力を身につけるための基礎となる科目である。この授業では、所得税法の体系・構造や所得・税額計算等の基礎を確認し、さらに理論的な考察を行い、所得税法におけるさまざまな問題につき適切に問題解決ができる能力を身につけることを目的としている。

✦ 授業の概要

授業のはじめに、所得税法の概要を把握した上で、所得税法に規定される各項目を学習する。各項目の学習にあたっては、単に所得税の規定の内容を確認するだけでなく、実際に条文にあたり、その解釈や制度趣旨にも触れ、さらには裁判例の検討も行うことにより理解を深める。

授業の方法は、基本的に、

- ①講義
- ②グループ・ディスカッション
- ③グループ代表者によるプレゼンテーション
- ④まとめ講義

という構成ですすめていく。ディスカッションやプレゼンテーションの事前準備等、ある程度の作業負担がかかることを理解した上、履修すること。

回	授業項目
1	オリエンテーション
2	所得税法の全体構造
3	所得概念
4	収入金額 必要経費 ディスカッション・プレゼンテーション
5	損益通算・損失の繰越し・繰戻し
6	所得控除・税額控除
7	納税制度 所得税額計算
8	所得税法におけるケーススタディ ディスカッション・プレゼンテーション
9	プレゼンテーション(試験) まとめ

32 消費税法研究

✦ 授業の目的

我々日本人は、一番馴染みの深い税はと訊くと、おそらく多くの人が消費税と答える。何か買い物すれば必ず消費税がかかるため、多くの国民に非常に馴染みのある税金となっているからである。大企業と中小零細企業や高所得者と低所得者との間には資金力において差があるため、所得税も法人税も日本の現行税制では一律同じように課税はしていないが、消費税は大企業・中小零細企業や所得の多寡に関係なく同じ扱いになっている。消費税は消費のみによって決まる税金だからである。

このような特殊なタイプの消費税の仕組みや役割を理解し、現行消費税制度が抱える問題点も把握しながら、消費税額を的確に計算・申告・納税することは必要なことである。特に、2019年には消費増税と軽減税率が適用され、さらにはインボイス制度が段階的に導入されたため、その仕組みを理解することも必要である。本科目は税理士を目指す学生が、基本的な仕組みのみならず、消費税の経理処理や納付税額の計算方法、確定申告書の作成手順を把握し、実務に役立つことを目的とする。

✦ 授業の概要

- ・消費税は、物品の譲渡やサービスの提供等の消費一般に広く負担を求めるという観点から、平成元年に導入されたが、今や国家財政上の重要な柱の一つとして、国民生活の中に着実に定着してきたことを理解する。
 - ・税の仕組みとしては、基本的には課税標準額に対する消費税額から課税仕入れ等に係る消費税額を控除することにより納付税額を計算する仕組みとなっており、制度としては簡素なものとなっていることを理解する。
 - ・日々の経理処理や申告に当たっては、個々の取引を課税取引、非課税取引、免税取引及び不課税取引に区分する必要があるほか、仕入税額控除制度・簡易課税制度などの所得税や法人税とは異なる制度も多くあることを理解する。
 - ・2019年に導入された軽減税率の概要を理解し、法令の解釈やその取扱いを十分理解する必要があることを理解する。
- 学修方法としては、以下の事項に特に留意する。
- ・個人研究課題を第1回授業までに一応決定(講師にメールで送付すること)し、第1回授業時に発表する。
 - ・演習の授業では、議論に積極的に参加する。
 - ・manabaを事前に参照し、講師からの連絡、教材などを確認する。

回	授業項目
1	オリエンテーション
2	消費税法各論
3	消費税法各論
4	消費税法総合演習
5	消費税法総合演習
6	消費税法総合演習
7	研究成果の発表
8	研究成果の発表
9	最終試験

33 相続税法研究

✦ 授業の目的

平成25年度の相続税法等の改正により、平成27年から相続税の対象者が大幅に増加して、相続税や贈与税に対する国民の関心が高まっている。相続税法は、相続税のほかに、相続税と密接な関係のある贈与税について規定する。ほかに、租税特別措置法には、相続税や贈与税の様々な特例が規定されている。また、相続税や贈与税を理解するためには、民法の相続制度の知識や、財産評価の知識も必要になる。

この授業では、相続税法の基礎知識を身につけ、理論的に相続税法を理解し、また相続税法における理論上の問題点について適切な問題解決ができる能力を身につけることを目的としている。

✦ 授業の概要

授業は、テキストに従って、相続税法に規定される各項目を学習する。各項目の学習にあたっては、単に相続税法の規定の内容を確認するだけでなく、具体的な相続税法の条文にあたり、条文解釈や、条文改正の歴史や背景等も含めて理解する。

また、この授業では、各種の文献、資料をもとに、相続税法の重要な論点を研究する。

授業の方法は、基本的に、

①講義 ②演習またはグループ・ディスカッション ③まとめ講義
という構成で進めていく。

7回目と8回目の授業では、各自の課題の研究成果を発表(プレゼンテーション)してもらう。

学習方法としては、以下の事項に特に留意すること。

- ・個人研究課題を第1回授業までに一応決定し(講師にメールで送付する。)、第1回授業時に発表する。
- ・演習、グループ・ディスカッションの授業では、議論に積極的に参加する。
- ・manabaを事前に参照し、講師からの連絡、教材について確認する。

回	授業項目
1	オリエンテーション
2	相続税法の全体構造等
3	相続税の納税義務者、課税財産、非課税財産
4	相続税の課税価格と税額の計算
5	贈与税の納税義務者、課税価格と税額、相続時精算課税制度
6	財産評価 申告と納税 相続税額計算
7	研究成果の発表
8	研究成果の発表
9	まとめ 試験