

**ビジネス・クリエイティブ・コーディネーター
養成プログラム
「コーディネーション学演習」テキスト**

金沢大学先端科学・社会共創推進機構 人材育成グループ

1. 先進事例研究

ここでは、ICT 教材で取り上げた事例や、コーディネーターとして参考になり
そうだと考えられる事例について、実際に現地を訪問し、より深く学びます。

視察にあたっては、以下に示す「先進事例分析書」を記載し、気づいた点など
について受講者間で議論します。

【先進事例分析書】

- ①見学先の事例について、横展開するとどのようなプランが考えられるか？
- ②自分の事業アイデアに対して、取り入れてみたいこと
- ③見学先の事例について、更に改善できると考えられること

※2020 年度の試行実施にあたり、視察した内容及び先進事例分析書ペーパーは、
ビジネス・クリエイティブ・コーディネーター養成プログラム「コーディネーシ
ョン学演習」テキストの別添「演習：先進事例研究ガイドブック」を参照くださ
い。

2. ケースメソッド演習

提供されたケースの下で、どのようなコーディネーションを行うのか、どのようなサービス・商品を提案できそうかについて考えます。ケースに対して、自分だったらどう対応するのか？ どう改善するのか？ をコーディネーター視点で考えます。

（提供ケースの例） 令和2年度試行実施にて提供したものを一部改編し記載

①伝統工芸品メーカーの海外展開について

鋳物メーカーである A 社は、独自技術を用いて開発した商品をきっかけに売り上げを伸ばしている。この流れを受けて、A 社は国内での販売だけでなく、海外への展開を考えている。こうしたなか、海外企業から業務提携の打診が相次いでいる。

【設 問】

1) A 社は、以下の3社のうち、どの企業と提携するとよいでしょうか？

それぞれのメリット・デメリットを示しながら考えてください。

2) 3社全てと提携するとした場合、どの順番でどのように実施するか考えてください。

連携先候補

- イタリアの食器メーカーB社

ヨーロッパでも錫は「水が腐らない」「味がまろやかになる」といわれ、古くから酒器に使われてきた。イタリア料理向けの錫の食器や酒器を共同開発したいとの打診。市場はイタリアの国内中心で現在の商品シェアは大きくないが、B社の商品が近年イタリアの三ツ星レストランなどでも用いられるようになり、急速にブランド化が進んでいる。B社は合同ブランドを立ち上げることで、日本市場への進出と、イタリアを中心とするヨーロッパの富裕層向けレストランへの販路拡大を望んでいる。B社の従業員数260人、年間売上70億円。

- フランスのアクセサリー販売会社C社

真鍮（しんちゅう）や錫に細工を手作業で施す能作の技術を装身用アク

セサリーの新商品の開発に活かしたいと打診。国際的にもブランド力があるC社がデザインを開発し、能作への委託生産とする。ヨーロッパを中心に錫のペンダントなどジュエリー・アクセサリーを展開する。ヨーロッパにおけるライセンス契約を締結し、ヨーロッパでの販売の代理店も担う計画。その後、3年後をめどにヨーロッパで合併による製造会社を立ち上げる計画。このため、C社はフランスの若手の鋳物職人数名をA社に派遣したいと申し入れている。C社はヨーロッパを中心に世界95店舗を構え、従業員2100人、ネット販売含め年間売上1200億円。

●台湾の金属品メーカーD社

3Dプリンターの最新技術を有するメーカーで、金やプラチナ、錫を素材にした贈答品など製造する合併会社の台湾で設立を打診。能作が贈答品（花器や飾り物）などを企画デザインし、D社の中国・福建省の工場で3D製造をする。D社はキッチン・浴室金具を製造し、世界70カ国に販売ルートを有する。3D製造により手軽な価格の貴金属の贈答品をアジア中心に世界展開し、能作との合併で新たなブランド開発を狙う。D社の

従業員 9 5 0 0 人（中国 7 工場含む）、グループの年間売上 6 0 0 0 億円。

②アクセラレーション・プログラムの実施について

アクセラレーション・プログラムの事例をベースとして、以下の設問について、自分の意見を考え、発表を行う。

【設 問】

- 1) スタートアップの担当者だとして、あなたならどのような提案をしますか
- 2) 事業会社の担当者だとして、実施に至るまでの課題・ハードルを検証してください
- 3) この事例をブラッシュアップする、新たな売り出し展開について述べてください

※アクセラレーション・プログラムとは

大企業などの事業会社が主催者となり、スタートアップ企業との協業や出資

を目的として開催されるプログラム。事業会社にとってはスピーディーな新規事業の立ち上げ、スタートアップ企業にとっては早期の成長機会となり、双方のビジネスの成長速度を加速すること（Accelerate）が可能となる。

（補足）

ケースメソッドとは

ハーバードロースクール生まれ、ハーバードビジネススクールで体系化されたメソッドです。唯一の正解があるわけではない不確定要素の多い状況の中で、ひとごとではなく意思決定する疑似体験するものです。

一つの状況に対して、多くの異なった意見・視点が提示されることで自分の考え方のクセ（バイアス）を認識していくプロセスを体験します。教員は正解を教えるのではなく全体討議を促すことに注力することになります。参加者の発言と気づきが最も重要な学習資源です。

ケースメソッドを有効に実施するために

ケースメソッドは、ディベートではありません。

すなわち、相手を打ち負かすものではなく、意見交換を通じて“自ら考える力を養うものです。

次のルールに基づいて、実施しましょう。

1. 自分の意見や立場に固執しない。
2. ゆったりと話し合う。
3. 相手の発言に耳を傾け、その背景について探求する。
4. 1人のつぶやき、ふと思ったこと、偶然に起こる現象を大切にして、
全員で波紋のように広げる。