



小山 龍介

名古屋商科大学ビジネススクール 准教授

Thunderbird School of Global Management - MBA

京都大学文学部哲学科美術史卒業。大手広告代理店勤務を経てサンダーバード国際経営大学院でMBAを取得。松竹株式会社プロデューサーとして歌舞伎をテーマにした新規事業立ち上げに携わったあと、株式会社ブルームコンセプトを設立し代表取締役。NPO法人「場の研究所」理事。HACKS!ノートをはじめとした新商品開発や新規事業プロデュースを手がける一方、ライフハックに基づく講演・セミナー・企業研修を多数実施。

ビジネスモデル・イノベーション・コンセプトクリエイト

1. データを価値に変える

- ものづくりからコトづくりへと価値創造のパラダイムがシフトしている中、そのビジネスモデルも転換を余儀なくされています。もの使用にまつわるビッグデータを収集・活用することによって、新しい価値の創出が求められているのです。本講座では、そうしたデータのやりとりに基づく新たな価値創造に焦点を当て、どのようにビジネスモデルが転換していくべきなのかについて、理解を深めます。
- **使用ケース**
 - スマート電機株式会社：メーカーのビジネスモデル転換
 - Apple：エコシステム構築
 - コマツ：KomtraxのIoT戦略
- 6月1,8日 10:00-14:00
- 小山 龍介



北原 康富

名古屋商科大学ビジネススクール 教授

Waseda University - Ph.D.

日本インテグレート株式会社を設立しグループコミュニケーションおよび戦略意思決定の2つの領域において、理論・ソフトウェアの研究開発、および教育・コンサルティングなどを行う。ペンシルバニア大学ウォートン経営大学院マクミラン教授研究室にて、ベンチャー戦略策定方法論を学習・支援するソフトを開発。また、事業価値評価、戦略意思決定、イノベーションと創造性、チームワークなどの分野で、多くの企業研修の実績を有する。

意思決定・クリエイティブシンキング・起業家精神

2. DX/デジタル化の時代を生き抜く

- ものづくりを取り巻く環境は、テクノロジーだけではなく、人とモノとのかかわり方にも大きな変化をもたそうとしています。これまでの考え方や実行の仕方をそのままにして、新しいテクノロジーを取り入れていくことでは、DX/デジタル化の時代を生き抜くことはできません。本講座では、製品企画、製造、および販売といった製造業のバリューチェーンにおける基本的要素を3つ取り上げ、革新するモノづくりの環境の中で、私たちは今後どのようにそれを捉え、判断し、行動するべきかについて考えます。
- **使用ケース**
 - IDEOの製品設計
 - フォード自動車：サプライチェーン戦略
 - IT世代の市場をいかにして理解するのか？
- 6月15,22日 10:00-14:00
- 北原 康富



加藤 和彦

名古屋商科大学ビジネススクール 教授

Waseda University - Ph.D.

米国シリコンバレーIT企業であるサン・マイクロシステムズの競合戦略室（WarRoom）の日本担当責任者として競合戦略、シスコシステムズでは新規ソリューションの日本市場普及等、世界的IT企業の日本法人での役職を歴任。専門は「経営戦略」「経営情報論」「国際経営戦略」「ベンチャービジネス論」等。IT企業のプラットフォーム競争戦略や産学官連携のベンチャー育成に関する講演・論文等多数。

経営戦略・国際経営戦略・ベンチャービジネス

3. サービス化で覚醒させるモノづくり

- 今後訪れるIoTの時代は、私たちの生活に大きな変化と恩恵をもたらしてくれます。しかし同時に、ものづくり企業の戦略策定には大きな影響を及ぼします。これまでの競争のルールが大きく変わり、ハードウェアに寄り添う形で、ソフトウェアを含むシステムとの融和な結合がもたらされるとは限らないことを理解する必要があります。その時、既存のものづくり企業はどうすれば良いのでしょうか？また、デジタル・ディスrupterはどこにつけ込む隙を見出してくるのでしょうか？この課題を考えるために、本講義では、IoTのインパクトと企業戦略策定、コト作りのもたらすもの、DX時代の戦略策定などに関して、ケースを通じて理解します。
- **使用ケース**
 - IoT時代の競争戦略
 - ZIP Car
 - 三菱重工 vs GE Predix
- 6月29,7月6日 10:00-14:00
- 加藤 和彦



矢本 成恒

名古屋商科大学ビジネススクール 教授

Tokyo University - Ph.D.

東京大学教養学部基礎科学科卒業。筑波大学修士（経営学）、東京大学博士（工学）。NTTグループにて経営企画部門や新規事業開発部門を中心に経営戦略策定、グループ会社経営支援、新規事業企画などを経験。NTT戦略持株会社の経営企画担当部長を最後に、IT&放送コンサルティング会社に取り締役として参画。その後、コンサルタントの集合組織の俯瞰工学研究所の設立に携わり現在に至る。

技術経営戦略・イノベーションマネジメント・中小企業診断士

4. DXで変わる組織と戦略

- 「デジタルトランスフォーメーション（DX）」は、「デジタル技術が我々の生活をあらゆる面で良い方向に変化させる」という概念です。このように大きな社会変化を起こすDXに対して、企業はどのように対処すべきでしょうか？経営戦略や組織をどう変化させるべきでしょうか？この講義では、この課題を皆さんと議論し考察を深めていきます。実は、デジタル技術を活用した企業変革は20年以上前から経営学の研究対象となっていました。その知見の多くは現在も有効です。本講義では、デジタル技術を活用して成長を遂げた2つの企業のケースを取り上げて、経営学的視点を踏まえつつ、企業戦略・組織変革のポイントを考察します。
- **使用ケース**
 - BMW AG：デジタルカー・プロジェクト（A）
 - BMW AG：デジタルカー・プロジェクト（B）
 - ネットフリックス
- 7月13,20日 10:00-14:00
- 矢本 成恒