



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.

日本インテグラ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・ディスラプター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取締役として参画。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

ものづくりMBA 《デジタル戦略》 DX/デジタル化の時代を生き抜く

YASUTOMI KITAHARA

1. 製品企画・・・ショッピングカート
- 2a. フォード自動車：サプライチェーン戦略
- 2b. バーチャル・インテグレーションが生む競争優位
3. TTMコンサルティング
4. ベテランと若手が学び合う風土に変えられるか

教員プロフィール

- ・ 氏名 北原 康富 (KITAHARA YASUTOMI)
- ・ 所属学部 経営学部
- ・ 研究科 マネジメント研究科
- ・ 研究分野 アントレプレナーシップ、意思決定、創造性、イノベーション
- ・ 学歴

2003 ～ 2009	早稲田大学大学院 アジア太平洋研究科
-------------	--------------------

・ 職歴

1993 ～ 2006	日本インテグレート株式会社 代表取締役
2006 ～ 2010	インテグレート株式会社 代表取締役会長
2009 ～	サイボウズ株式会社 シニアフェロー
2010 ～	インテグレート・リサーチ株式会社 代表取締役
2012 ～	名古屋商科大学経営学部、大学院マネジメント研究科 教授
2016 ～	名古屋商科大学大学院 研究科長

ものづくり MBA 《デジタル戦略》

DX/デジタル化の時代を生き抜く

2019/6/15-2019/6/22

Assignments for DAY1**Session 1**

使用ケース： 1. 商品企画・・・ショッピングカート

アサインメント：ケース1を読んだ上で、以下の設問を検討してください。

- 1) IDEO の製品企画はどんな特徴がありますか？
- 2) もし ABC テレビがあなたの会社に同じ特番制作の依頼をもちかけたら、あなたの会社ではどのようなプロセスでその課題を遂行しますか？

Session 2使用ケース： 2a. フォード自動車：サプライチェーン戦略
2b. バーチャル・インテグレーションが生む競争優位

アサインメント：ケース2aおよび2bを読んだ上で、以下の設問を検討してください。

- 1) フォードのサプライチェーン戦略とデルの統合的サプライチェーンは、どのような類似点、相違点がありますか？
- 2) あなたがテリー高井だとしたら、役員にどのような提言をしますか？

Assignments for DAY2**Session 3**

使用ケース： 3. TTMコンサルティング

アサインメント：ケース3を読んだ上で、以下の設問を検討してください。

- 1) TTM の企業文化や人材管理はどのようなものですか？
- 2) TTM が今後、より社員満足度の高い組織にしていくために、南原はどうすべきだと思いますか？

ものづくり MBA 《デジタル戦略》

DX/デジタル化の時代を生き抜く

2019/6/15-2019/6/22

Session 4

使用ケース： 4. ベテランと若手が学び合う風土に変えられるか

アサインメント：ケース 4 を読んだ上で、以下の設問を検討してください。

- 1) 以下のいずれかを実際にやってみてください。
やってみて気づいたことを発言できるよう準備しておいてください。
 - a) 自分の年齢より 15～20 才若い人を 1 人選んで、彼らの間で流行っているアプリ、SNS、その他 WEB サービスをひとつ選んで教えてもらってください。
 - b) 自分の年齢より 15～20 才年上の人を 1 人選んで、自分の年代ではあたりまえだが、その年代の人にはなじみのないアプリ、SNS、その他 WEB サービスをひとつ選んで教えてあげてください。
- 2) あなたがケース 4 の主人公シー・ジェイだったら、この状態をどう解決しますか？

ものづくりMBA データを価値に変える

RYUSUKE KOYAMA

- 01. スマート電機株式会社
- 02. Apple
- 03. コマツ KOMTRAX(A)
- 04. コマツ KOMTRAX(B)

教員プロフィール

- ・ 氏名 小山 龍介 (KOYAMA RYUSUKE)
- ・ 研究科 マネジメント研究科
- ・ 専門分野 ビジネスモデル、イノベーション、コンセプトクリエイト

・ 学歴

～ 2004	MBA, THUNDERBIRD SCHOOL OF GLOBAL MANAGEMENT
～ 1998	BA IN PHILOSOPHY, FACULTY OF LETTERS, KYOTO UNIVERSITY

・ 職歴

2010 ～ PRESENT	PRESIDENT, BOOM CONCEPT LTD.
2006 ～ 2009	NEW PROJECT PRODUCER, SHOCHIKU CO., LTD. AND BUSINESS DEVELOPMENT GENERAL MANAGER, SHOCHIKU GEINO CO., LTD.
1998 ～ 2004	TOKYU AGENCY INC.
～ 2018	KYOTO UNIVERSITY OF ART & DESIGN

ものづくり MBA

データを価値に変える

2019/6/1 – 2019/6/8

Assignments for DAY1, 2019/6/1

Session 1

case : スマート電機株式会社（講師オリジナル）

Assignment :

1. 従来の商品開発と、ビジネスモデルの転換を前提とした商品開発とは、なにが異なるのだろうか。
2. 鈴木は今後、どのような困難に直面するだろうか。どのように乗り越えることになるだろうか。

Session 2

case : Apple（講師オリジナル）

Assignment :

1. Apple の iPhone におけるビジネスモデルは、App Store 開設以前と以後でどのように構造的に変化したか。ふたつのビジネスモデル・キャンバスを描き、違いを指摘しなさい。

Assignments for DAY2, 2018/6/8

Session 3

case : コマツ KOMTRAX A（講師オリジナル）

Assignment :

1. 坂根は、どんな勝算を感じていたのだろうか。KOMTRAX は「ダントツ」製品の創出にどのように寄与するのだろうか。
2. コマツのビジネスモデルはどのように転換したのだろうか。ビジネスモデル・キャンバスを描き、ビジネスモデルの変化を指摘しなさい。

ものづくり MBA

データを価値に変える

2019/6/1 – 2019/6/8

Session 4

case : コマツ KOMTRAX B (講師オリジナル)

Assignment :

1. さまざまな経営上のリスクがありながら、なぜ LANDLOG を立ち上げる必要があったのだろうか。
2. コマツのビジネスモデルはどのように変化するだろうか。ビジネスモデル・キャンバスを描き、ビジネスモデルの変化を指摘しなさい。

ものづくりMBA 《デジタル戦略》 サービス化で覚醒させるモノづくり

KAZUHIKO KATO

- 01. IoT時代の競争戦略
- 02. ジップカー：消費者行動への影響
- 03. 三菱重工 2017 要約版

教員プロフィール

- ・ 氏名 加藤 和彦 (KAZUHIKO KATO)
- ・ 研究科 マネジメント研究科
- ・ 研究分野 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

・ プロフィール

【学歴】

早稲田大学大学院博士後期課程修了 博士(商学)早稲田大学

【職歴等】

通信の自由化によって誕生したベンチャー企業の DDI (現在の KDDI) にて、新設事務所開設や国内営業企画等に従事の後、豪州現地法人のシニア・マネージャーを務め、その間、豪 BOND 大学で MBA、豪シドニー大学で MA in International Studies を修了。帰国後、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サーバーの競合戦略、シスコシステムズで IP ベースの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。中京地区の医工連携・産学官連携のコーディネイトに従事の後、2016 年より現職。

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。著書に「IoT 時代のプラットフォーム競争戦略 (中央経済社)」また研究成果の実務分野へのフィードバックとして東海地区の企業に新規事業のビジネスモデル構築や事業化支援を通じ助言をおこなっている。

ものづくり MBA 《デジタル戦略》

サービス化で覚醒させるモノづくり

2019/6/29-2019/7/6

Assignments for DAY1

Session 1

使用ケース：IoT時代の競争戦略

アサインメント：上記のアーティクルまたはケースを読んで、以下のケースクエスチョン（CQ）の回答をGoogleClassroomの「授業」の「レポート提出窓口」から直接タイプ（打ち込み）する形式で回答してください。その際、自分のレポートを提出後、そこに提出された他の方の回答を読んで参考にしてください。※自分のレポートを提出しないと他の方の回答は読めないような設定になっています。回答は提出期限ぎりぎりではなくて出来るだけ余裕を持って提出してください。

回答提出期限：6月28日（金）22：00

CQ1：IoT時代の到来とともに、自分の働いている業界（または関連の強い業界）に今後どのような変化が起これと思われるかポイントを整理してください。5行～7行程度（あくまで目安です）

Session 2

使用ケース：ジップカー：消費者行動への影響

アサインメント：前記と同じ。

回答提出期限：6月28日（金）22：00

CQ2：ケースのようなZIP Carのサービスが出現する前と後で自動車産業のエコシステム（産業を形成する製品・サービスの提供者とその補完業者から成る産業全体）にどのような変化が生じるか考えて整理してください。5行程度（あくまで目安です）

CQ3：既存の自動車メーカー（例：トヨタ、ホンダ）は、この動き(トレンド)に対してどのように対応すべきか自分の考えをポイントを整理して述べてください。5行程度（あくまで目安です）

ものづくり MBA 《デジタル戦略》

サービス化で覚醒させるモノづくり

2019/6/29-2019/7/6

Assignments for DAY2

Session 3

使用ケース：三菱重工2017 要約版

アサインメント：前記と同じ。

回答提出期限：7月5日（金）22:00

CQ1：GEは航空機器をはじめ設備用や医療用のハードウェア製造を主体とする企業であるにもかかわらず、なぜインダストリアル・インターネットを立ち上げたのか。以下の参考文も参考にしながら、自分の考えを述べてください。5行～7行程度（あくまで目安です）

参考文：IoTの源流：巨大企業GEはいかにインダストリアル・インターネットを立ち上げたか HBR
URL：<https://www.dhbr.net/articles/-/3291>

CQ2：三菱重工にとってGEのPredixは脅威となるでしょうか？Yes, No。どのように対抗すべきか3つのシナリオを考えてください。5行程度（あくまで目安です）

CQ3：上記で考えた3つのシナリオから最も有効と考えるものを一つ選びその理由を説明してください。5行程度（あくまで目安です）

以下余白

ものづくりMBA 《デジタル戦略》 DXで変わる組織と戦略

SHIGETSUNE YAMOTO

01. BMW AG: デジタルカー・プロジェクト (A)

02. ネットフリックス

教員プロフィール

- ・ 氏名 矢本 成恒 (YAMOTO SHIGETSUNE)
- ・ 研究科 マネジメント研究科
- ・ 研究分野 技術経営戦略、イノベーション・マネジメント
- ・ 経歴

東京大学教養学部卒業。東京大大学院工学系博士課程修了（技術経営戦略研究室）。筑波大学大学院経営システム科学修士課程修了（経営戦略系研究室）。博士（工学）・MBA・中小企業診断士。

日本電信電話株式会社にて、経営企画部門、新規事業企画部門を担当し、持株会社経営企画（国際戦略）担当部長を務める。その後、通信放送コンサルティング会社設立（取締役）、マーケティング会社取締役等、コンサルティング社団法人設立を経て現職。

経営コンサルタントとしては、ITビジネス、テレビ放送、コンテンツビジネスの経営戦略、新規事業企画、スタートアップ経営の支援・マネジメント受託など80社以上の支援に携わる。また、中小企業診断士として、IT業および製造業等の経営指導を実施。2011年度東京商工会議所企業変革プログラムアドバイザー。

所属学会は、日本開発工学会（理事、編集委員、ビジネス・イノベーション研究会主査）、日本経営診断学会、ビジネスモデル学会、プロジェクトマネジメント学会。

- ・ 最終学歴 PH.D. (東京大学)、MBA (筑波大学)、中小企業診断士

- ・ 主な研究論文

「受注品対応の新たなかんばん方式の提案」『開発工学』VOL.37 NO.2, 201803

「ビジネススクールにおけるイノベーション教育」『開発工学』VOL.37 NO.1 2017年度 前期号, 201711

「製薬企業のアライアンス成功条件の一考察」『開発工学』VOL.36 NO.2 201703

「ビジネス・イノベーションの新段階」『開発工学』2015年度 前期号 VOL.35 NO.1, 201505

「MOT 教育におけるフィールドスタディの重要性」『開発工学』2014年度 前期号 VOL.34 NO.1, 201409

『ビジネスで本当に使える（超）統計学』矢本成恒・知也, 株式会社 秀和システム, 201408

「書評「戦略的技術経営入門」」『開発工学』VOL.33 NO.2, 201404

「中小製造業の顧客主導イノベーション」『中部経済新聞』NO.41667, 201401

「映像コンテンツ（テレビ番組）制作において重視される能力の調査報告」『電子情報通信学会技術研究報告』VOL.112 NO.438, 201302

「ビジネス・イノベーション研究会の研究成果と今後の活動」『開発工学』2012年度号, 201301

『ITによる「経営革新」の実践』三恵社, 201207

「ステークホルダー分析を用いたコミュニケーション計画」『企業診断』, 201204

「放送コンテンツのビジネス・イノベーション研究」（日本開発工学会誌「開発工学」VOL.33 NO2 2012.3）掲載）

「回帰分析」『企業診断』VOL.59, 201202

「主成分分析」『企業診断』VOL.59, 201202

「変革を理解できない、変革を作れない、その原因を探る」（日本開発工学会誌「開発工学」VOL.31, 2011年度前期号）掲載）

「テレビ番組制作におけるエンジニアリング・ブランド」（日本開発工学会誌「開発工学」VOL.28, 2008年度号）掲載）

ものづくり MBA DX で変わる組織と戦略

2019/7/13-2019/7/20

Assignments for DAY1

Session 1

使用ケース： BMW AG：デジタルカー・プロジェクト(A)

アサインメント：

1. （内容確認）1990 年代の状況（BMW の外部環境）をふまえると、脅威および機会は各々何でしょうか？
2. （内容確認）BMW の強みと弱みは各々何でしょうか？
3. BMW が新しい開発方式を導入する場合には、組織のどのような部分が問題となると思いますか？
4. あなたが BMW の幹部だとしたら、7 シリーズと 3 シリーズのどちらで新開発方式を導入しますか？（どちらの選択肢にもメリット・デメリットがありますが、何を重視して決断しますか？）

Session 2

使用ケース： BMW AG：デジタルカー・プロジェクト(B) [当日講義直前にデジタル配布]

午前中のケースの続編であるので午前の講義の終了後にケースを配布します。

アサインメント：ケース配布と同時にお知らせします。

ものづくり MBA DX で変わる組織と戦略

2019/7/13-2019/7/20

Assignments for DAY2

Session 1

使用ケース：ネットフリックス

アサインメント：

1. ネットフリックスは順調に成長してきましたが、その成功要因は何でしょうか？
2. なぜブロックバスターはネットフリックスと同様のサービスをすぐ始められなかったのでしょうか？
3. あなたが経営者なら、ケース最終ページの3つの選択肢のうち、どの案を選びますか？
(どういう視点を重視して選択をしますか？)

Session 2

使用ケース： ネットフリックス

アサインメント：Session 1 と同じ (Session1 と同じケースを継続して検討します)