

# 化学・生物総合管理の再教育講座(講義内容)

前期

科目No.	402	科目名	リスク学事例研究1		サブネーム	経営とリスク1		
共催機関名	ディレクトフォース	レベル	中級		講義枠	月曜日	講義時間	18:30~20:00
科目概要	「失われた10年」という極めて大きい授業料を払ってきた日本経済は、企業経営における懸命な努力によって、ようやくブレークスルーし、「ものづくり日本」の再生・強化が着実に進行している。しかしながら、IT関連事業を中心に技術革新のスピードが一段と加速しており、目まぐるしく変化する市場への対応を如何にして適切に進めるか、が今後の企業経営にとって最大のポイント(=リスク)となる。技術立国日本の中枢を担う各企業が、これまでの危機をどうやって乗り越え、これからの展開をどう進めようとしているか、を具体的なケースを基に解説する。							

サブタイトル	講義名	講義概要	講義日	教室	講師名	所属	
経営戦略における技術	1	ブリヂストンが現在の世界三強の地位を占めるにいたるまでには、多くの経営課題を解決してきた。市場環境の変化をビジネスチャンスと認識し、技術開発勢力を集中的に投入する。F-1レースのタイヤに進出というリスクを成果に結びつける、等々である。世界三極体制での技術開発の運営の苦労話も交えて、技術開発の重要性を説明する。	4月18日	102	原田忠和	ブリヂストン 元副社長	
	2		4月25日	102			
	3		5月9日	102			
マーケティングと技術開発	4	毎期最高益を更新し続ける花王の強さ - DNAとも呼ぶべきもの - はどこからくるのか。徹底した市場調査と自社の技術シーズをたくみに結びつけてゆく「商品開発五原則」にその原点がある。巨人P&Gの攻勢を如何に受けて立つか、ブランド価値を守ることが何故重要かなど、リスクにチャレンジを続ける花王の取組みを解説する。	5月16日	102	山田重生	花王 元取締役	
	5		商品開発で成功するにはケーススタディー	5月23日			102
	6		5月30日	102	合田隆年	ディレクトフォース	
	7	初代「セフィーロ」は日産自動車に期待した程の成果を挙げられなかった。トヨタ「マーク」への対抗車として、二代目をどうしてもヒットさせねばならぬという課題にプロジェクトマネージャーとして背水の陣で臨んだ講師が開発初期から価格設定、テレビCMまで、各ステップにおける試行錯誤の経緯を具体的に説明する。	6月6日	102	藤井 篤	日産自動車 元取締役	
	8		商品開発で成功するにはケーススタディー	6月13日			102
	9		6月20日	102			
	10	各種リサイクル法の施行により、環境機器、環境ビジネスの市場は伸長しているが、廃棄物処理が中心となるため、技術開発の目標を絞り込み、競争に勝つための差別化を図らなければ成功はあり得ない。更に厳しい制約の中で循環型社会の構築という中長期目標達成のためには官民双方で乗り越えなければならない課題がまだまだ多いことを紹介する。	6月27日	102	大谷浩一	荏原製作所 元取締役	
	11		商品開発で成功するにはケーススタディー	7月4日			102
	12		7月11日	102			
プロジェクト及びリスクマネジメント	13	上記三つのケーススタディーはハードの売れる商品開発のためのプロジェクトマネジメントであるが、ここではそのツールとしてのソフト開発のプロジェクトマネジメントを取り上げる。またソフト開発、更にはIT社会全般におけるリスクマネジメントについても説明する。	7月25日	102	篠原寿一	日本IBM 元SE研究所	
	14		技術・商品開発成功へのツールとリスクマネジメント	8月1日			102
	15		8月8日	102			