

20110215

起業家教育ケース教授法セミナー

アントレプレナーシップ教育における
ケースの活用事例
武蔵大学経済学部3年ゼミの事例

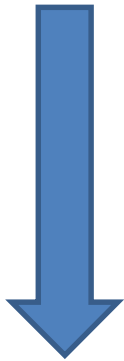
武蔵大学経済学部経営学科 高橋徳行

授業(2年間のゼミ)の全体像

2年生



業界分析の基礎
競争相手の分析の基礎
会計の基礎
財務の基礎



3年生



ケース演習
事業計画書の作成
(チームの章除き)

授業(2年間のゼミ)のゴール

アイデアを事業機会に昇華するためにやるべきことは何か

事業機会の評価(市場はあるのか?)

ビジネスモデルの構築(ニーズに応えられる仕組みはあるのか?)

競争優位の構築(選ばれるのか?)

マーケティング(選ばれるのか?)

オペレーション(効率的に運営できるのか?)

ファイナンス(お金は足りるのか?)

第3者に説得的に伝える

事業計画書を作成する

ケースの位置づけ

目的: より良い事業計画書を書くために、そのポイントとなるところをケースで補強する

- 1 業界の概要
- 2 事業機会 ← ケース1 マリンチョ
- 3 企業と製品の説明 ← ケース2 アリソン・バーナード
ケース4 アダム・エアクラフト
- 4 マーケティング ← ケース3 クリア・ビュー
- 5 チーム
- 6 オペレーション ← ケース5 ベターリビング・パティ
オ・ルームス
- 7 重大なリスク
- 8 財務計画 ← ケース6 ジョン・ハーシュテックの新規事業
- 9 出口 ← ケース7 ナンシーズ・コーヒー

使用テキスト: Bygrave&Zacharakis(2008), Entrepreneurship, Wiley (高橋徳行他
訳(2009)『アントレプレナーシップ』日経BP)

気をつけている点

1 授業全体との整合性

適したケースを使うこと。適するように使うこと。

2 異なった(様々な)意見が出るようにすること

主張(結論)ではなく、理由(仮説)の議論にすること

市場規模が30億円か50億円 1人当たりチーズを毎日食べるかどうか。

成長できるかどうか 資金を調達できるかどうか、人材を育成できるかどうか。

3 何を学んだ授業なのかをまとめること

良い事業機会とは何か 規模、成長性、競争相手、収益性、自分との相性…。

第1回

ケース名: マリンチョ

内容: ブルガリア系アメリカ人による輸入チーズ(フェタチーズ)の販売の新規開業

テーマ: 事業機会の評価(不十分な情報からおよその市場規模の推測を行うこと)

第2回

ケース名: アリソン・バーナード

内容: フィットをウリにしたジーンズショップの新規開業

テーマ: ビジネスモデル(事業機会を実現するための戦略)

第3回

ケース名: クリアビュー

内容: 大手メーカーの寡占状態にあるガラスクリーナーの製造・販売の新規開業

テーマ: 起業家的マーケティング(製品の優秀性 + アルファのものとは何か)

第4回

ケース名: アダム・エアクラフト

内容: 小型飛行機業界(新製品開発が停滞し、販売台数は低迷し、価格が急上昇中の業界)における新規開業

テーマ: 競争優位とそれを支える組織能力

第5回

ケース名:ベターリビング・パティオ・ルームス

内容:屋外設置型のサンルームの販売・設置業界における新規開業

テーマ:オペレーション、アウトソーシング(当初のビジネスモデルどおりに事業展開する難しさと不得手な部分への対応)

第6回

ケース名:ジョン・ハーシュテックの新規事業

内容:CADソフトウェアの新規開業

テーマ:VCとの交渉(VCの提示条件をさまざまな角度から考える)

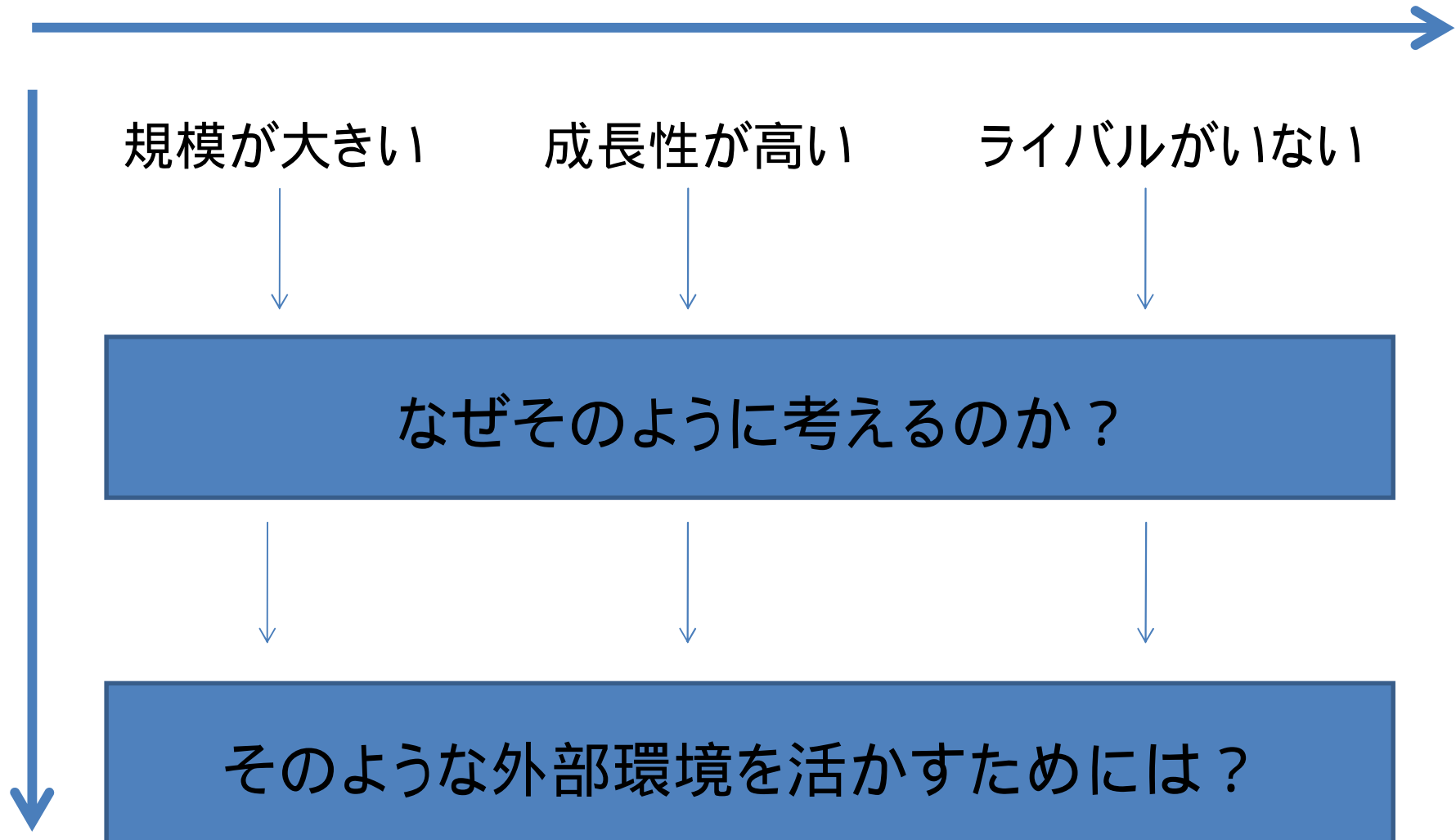
第7回

ケース名: ナンシーズ・コーヒー

内容: 30店舗まで成長したモール立地型のコーヒー
チェーンの今後の展開

テーマ: 買収されたり、株式を公開したりする一歩手前の
段階での企業戦略

典型的な失敗例：議論が進まないこと



典型的な失敗例：議論が進まないこと

成長性が高いのはいいけれど、人材を集めたり育てたりするのが大変になるんじゃないかな？



一生懸命頑張れば大丈夫です！



どんな風に頑張れば良いのかな？



一生懸命頑張れば大丈夫です！

典型的な失敗例：議論が進まないこと

対策1

ケースディスカッションを始める前に、理由をつけて、議論をする習慣をつけさせるか、そのような準備授業を行うこと。

対策2

議論の下地となる知識習得のための事前学習を行うこと

対策3

自分自身の準備に時間をかけること