

# ベンチャービジネス論 -知識の新たな組み合わせがイノベーションを起こす-

単位数	ナンバリングコード		
2	DBA403		
	教員名	坂本 英樹	
	専門	マーケティング論 ベンチャービジネス論	
	出身校等	北海道大学大学院	
	現職	北海道情報大学教授	
授業形態			
前期印刷授業・後期印刷授業・前期インターネットメディア授業・後期インターネットメディア授業			
授業範囲		試験範囲	
〔印刷授業〕 第1編経営学を考える 第2編ビジネスプランを創る 第3編ベンチャービジネス 〔インターネットメディア授業〕 メディアコンテンツを参照		授業範囲と同じ  【試験時参照許可物】 一切自由 ※ただしWebページ（通信教育部POLITEを除く） と生成系AIの参照は不可とする。	
科目の概要			
<p>ベンチャービジネスの主要なプロセスはイノベーションとマーケティングに基づいた新たな市場の開拓である。Schumpeterの『景気循環論』によると、通常市場は均衡しており同じレベルで経済システムが循環している。そこになんらかの理由で外生的に生まれた科学の成果や発見が出現すると、そのもたらす新結合の可能性を見抜いた企業者が登場する。ベンチャーキャピタルやエンジェルによってかれらに信用創造が行われるとイノベーションが生まれ、経済の循環軌道が上方に離れて経済発展が生起する。</p> <p>こんにち、デジタル化が社会に大きな変化をもたらしている。デジタルトランスフォーメーションによるビジネスモデルの変革は「民主化」と「中抜き現象」を生起させ、生産コストの低下と技術使用の簡易化によって広範な層の人びとがコンテンツ、情報、財やサービスにアクセスでき、それらの生成までできるようになり、製品やコンテンツは伝統的仲介を迂回して直接見込み顧客に到達可能になった。</p> <p>小売業界におけるアマゾン、タクシー業界におけるウーバー・テクノロジーズ、ホテル業界におけるエアビーアンドビーをはじめとする企業は、まったく新しいビジネスモデルを生みだし既存企業にとってかわっている。生産者余剰はシェアリングエコノミーのプラットフォームが独占し、旧来型の生産者がかつて確保していた生産者余剰は押しつぶされている。こうした環境を踏まえ、ベンチャービジネス論ではイノベーションとはいかなる概念なのか、ベンチャー企業創造の出発点となる新しい価値を生み出すアイデアと起業機会はいかにして発見されるのか、アイデアを具現化するイノベーションの概念、ビジネスモデルの構築、ベンチャービジネスの資金調達、ベンチャービジネスを成功に導いてくれる競争戦略の最新理論に関する理論を学習していく。</p>			
授業における学修の到達目標			
<ul style="list-style-type: none"><li>ベンチャービジネス論の理論の習得をととして、新しい価値を生み出すアイデアを創出し、アイデアを具現化するイノベーションの本質を理解することができるようになる。</li><li>競争優位をコンカレントに生みだし続ける組織能力、そのケイパビリティを有するビジネスモデルを理解することができるようになる。</li></ul>			

## 講義の方針・計画

(印刷授業)

- 第1回 経営学とベンチャービジネス
  - 第2回 ベンチャービジネスとはなにか
  - 第3回 ビジネスモデル
  - 第4回 経済発展の理論
  - 第5回 Schumpeter のイノベーション
  - 第6回 イノベーションの探求
  - 第7回 会社設立
  - 第8回 貸借対照表と損益計算書
  - 第9回 キャッシュフロー計算書
  - 第10回 資本市場
  - 第11回 資金調達
  - 第12回 ビジネスインキュベーション
  - 第13回 ビジネスインキュベーション事例
  - 第14回 株式公開 (東京証券取引所の市場区分の再編に伴い各証券取引所の市場区分は除く。)
  - 第15回 ベンチャービジネスと経営戦略
- (インターネットメディア授業)  
メディアコンテンツ参照

## 準備学習

- ・印刷授業は教科書を2単位90時間かけて学習することを目安としている。
- ・印刷授業以外の授業形態において以下の準備学習を行ってください。  
(予習) 聴講前に教科書の該当箇所を目を通してください。2時間  
(復習) 聴講後に教科書の該当箇所を読んで、確認してください。2時間

## 課題(試験やレポート等)に対するフィードバック方法

要望により評点を開示する。  
印刷授業は提出されたレポートについて講評を付与して返却する。

## 成績評価の方法およびその基準

科目試験による評価100%

## 教科書

書名：経営学とベンチャービジネス  
著者名：坂本英樹  
発行所：白桃書房  
ISBN：9784561255369

## 参考書

特に指定しない。

## その他

- ・関連受講科目を同時受講することをとおして効果的かつ効率的な単位修得が可能である。
- ・マーケティングの概念を具体的な企業事例をとおして学習するスタイルになっている。
- ・概念を暗記することなく教科書を読んでその内容を理解して、自らの言葉で説明できれば単位の修得が可能で、日常生活やビジネスでの経験を生かして楽しみながら学習できる内容になっている。

## 試験期間

シラバス検索画面トップページ (<https://syllabus-tsushin.do-johodai.ac.jp/>) 下部の「2026学年暦」を参照

**学習プリント**

あり

**教職科目**

商業5の1（必修）、商業6の4

**関連受講科目**

「経営学への招待」「流通の仕組み」「マーケティング論」「ブランドマネジメント」「アントレプレナーシップ論」

**担当教員の実務経験**

該当なし