

授業科目名	コミュニティビジネス論	大学名	作新学院大学
科目区分	VU連携講座	開講時期	前期（4月11日～8月1日）
学部・学科等	経営学部・経営学科	曜日	金曜日
必修・選択区分	選択	時限（時間）	3時限（13時00分～14時30分）
標準対象年次	2学年以上	授業形態	講義
単位数	2単位	授業会場	作新学院大学
担当教員名	張 海燕		
電話番号 （代表者名）	028-667-7111（大代表）	e-mail アドレス	akira007@sakushin-u.ac.jp
オフィスアワー	特に設けず、e-mailや電話で予約を取ってから、質問や相談に応じる。		
授業の概要	<p><授業の目標及びねらい> 今日、これまでのような大企業や行政への一方的依存を脱し、活力のある小組織の自発的活動（小規模の地域密着型ビジネス）を促進することが地域経済の、ひいては日本経済全体の再生につながるとの合意が形成されつつある。こうしたなか「コミュニティ・ビジネス（以下、CB）」は、その有効な方策として認知され、大学・学生には有力な担い手としての期待が寄せられている。</p> <p>本講義では、CBに対する具体的な理解を深める。</p> <p><前提とする知識・経験> 自身の居住地における地域特性を見つけておくこと。</p> <p><授業内容と具体的な進め方> CBは一般には、「地域を元気にする」・「コミュニティの元気づくりを担う」・「地域住民が主体になっての地域問題解決型」ビジネスとイメージされている。CBにはこのような「地域を元気に」云々が常套句として使われる。しかし現実の地域は、おおかたが疲弊している。一体、「地域の何を、どのように元気にするのか」。また、「地域を元気に」を抽象化すれば、地域ビジネスの全てを含み込みかねない。地域にしっかりと根をおろしている地元の自営業、順調に推移する地場産業や中小零細企業などは「地域における元気の源」として区別して扱われるべきであろう。本講義は、こうした認識に立ち、前段においてはCBの基礎的理解（背景理由・定義・沿革・現状・事例・課題など）を、そして後段においては実践的理解（起業の仕方やマネジメント手法）を図る。なお、本講義の背景には講師の長年のフィールド・ワーク実績（学生ベンチャーへの実践指導、産学公連携、企業経営者・事業家・社会起業家との交流など）、あるいは税理士としての実務経験がある。これらを適宜提示することによりCBの理解に臨場感をもたせたい。</p> <p><授業計画> 第1回 イントロダクション：講義概要と進め方を説明する。 第2回 背景理由：CBが要請されるに至った社会情勢を把握する。 第3回 “コミュニティ”とは何か：“地域”との比較において理解する。 第4回 地域に何が起きているか：地域の問題や課題を整理する。 第5回 CBとは何か（1）：一般ビジネスとの比較において理解する。 第6回 CBとは何か（2）：概念規定と、その未消化問題（例えば“地域を元気にする”という意味）を検討する。 第7回 “まちづくり”とCBの位置関係を認識する。 第8回 CBの事例研究（1）：先進事例をたどりCBの理解を深める。 第9回 CBの事例研究（2）：CBの一般モデルを導き出す。 第10回 CBの活動領域：CBの分野整理を行なう。 第11回 CBの検証（1）：成功事例から学ぶ。 第12回 CBの検証（2）：失敗事例から学ぶ。 第13回 CBの検証（3）：今後の課題を整理する。 第14回 CBの今後における展開：CBの発展可能性を予測する。 第15回 まとめ：「新たなCBモデル」を描いてみる。</p> <p>* 期末試験</p> <p><教科書・参考書・教材と入手方法> 教科書は使用しない。講義レジュメや資料を配付する。参考書は適宜紹介する。</p> <p><成績評価法> 定期試験を基に評価する。</p> <p><教員からのメッセージ> 「アントゥルプルナーシップ（entrepreneurship）：起業家精神」に富む者の受講を望む。</p>		