

グローバル経営論 (SMAN3F07)

担当教員	松島大輔	アクティブラーニング	プレゼンテーション				
科目区分		必修・選択区分	単位数	配当年次	開講期	授業形式	授業回数
職業専門科目	マネジメント系	選必	2	3	前	講義	13
講義概要	グローバル経営論では、国内経営とグローバル経営の違いを理解し、異文化環境に適応した経営手法を習得できるようにする。ゲマワットの CAGE フレームワーク（Culture, Administration, Geography, Economics）をもとに、国際経営の調整が必要な要因を学ぶ。特に、異文化理解や価値観の違いを踏まえた製品開発や組織運営の重要性に焦点を当てる。日本人にとって克服が難しい異文化適応の課題について、多くのケースを通じて具体的な解決策を考察し、実践的な知識を習得できるようにする。						
到達目標	・異文化環境でビジネスを展開する際に求められる対応策を理解し、実践的な知識として身につけることができる（DP2）						
成績評価方法	期末テスト 60% 中間発表 30% 授業における貢献度 10%						
テキスト	小田部 正明・栗木 契・太田 一樹編著『1からのグローバルマーケティング』中央経済社						
授 業 計 画							
1.グローバルマーケティングの概念：「マーケティング」に「グローバル」が付くとうかわるのか？市場の前提状況が全く変わることを理解する必要があるが、現在、インバウンドの増加で国内でも「グローバル」マーケティングが必要になってきたことを学ぶ							
2.マーケティングの発展： グローバルマーケティングの発展について学ぶ。輸出から始まり、世界最適の構造をお求めるグローバルマーケティングへと発展するがモノの性質によっては、その前の「インターナショナル」マーケティングとなることも理解する							
3.商社の役割と現地化へと進む政治的要因：ここでは貿易を主な生業としていた商社の現在のビジネスモデルとなぜ企業の現地化における政治的な背景について理解する							
4.グローバル化できないマーケティング：グリコのインドネシア市場におけるポッキーの販売を通じて食に関するグローバルマーケティングの特色、限界につについて学ぶ							
5.マーケティングリサーチ：海外におけるマーケティング調査について学ぶ。具体的にはインド市場におけるインスタント麺のケースを使って方法を学ぶが、最大の難所は「文化の翻訳」であることを理解する。ハイコンテクストとローコンテクストの意味も学ぶ							
6.グローバル市場の推定：中国市場におけるピジョンのケースを使って市場をどのように定義し、どのような方法で推定するかを学ぶ。							
7.ブランドイメージとネーミング：マーケティングのセグメンテーション、ポジショニングについて復習をしながら、イメージやターゲットの違いによるネーミングをキャノンのケースから学ぶ							
8.グローバル市場におけるポジショニング：世界的に事業を展開している P&G を取り上げて、海外進出時のポジショニングの重要性について学ぶ。加えて欧米企業と日系企業の株主との関係が海外展開に与える違いも考える							
9.外食チェーンの海外進出：ここでは味千ラーメンのケースを取り上げて、日本の外食チェーンが海外での事業を展開していく上での課題について考察する。石川県の八幡ラーメンのタイへの進出のケースについても見る							
10.グローバル人材の条件； ビジネスも人の営みである以上、人間関係は重要な要因となる。よって最後に異文化で事業を行うための必要な能力について考察する							
11.履修生によるプレゼンテーション（1）：任意の企業や企業の中の特定の事業を選び、それがどのような海外マーケティングを行っているのかを、いままでの授業を通して学んだことをもとに PPT を使って発表する （履修生による発表の回）							
12.履修生によるプレゼンテーション（2）：任意の企業や企業の中の特定の事業を選び、それがどのような海外マーケティングを行っているのかを、いままでの授業を通して学んだことをもとに PPT を使って発表する （履修生による発表の回）							
13.まとめ：いままでの学習のまとめと期末試験に関する問題の傾向などについて説明							

留意事項	復習をしっかりと行うこと こちらで作成した資料を使って授業を行います。授業後に使った資料を履修生にデジタル配信します 講義は PPT を使った授業が中心。履修生に同じく PPT を使ってプレゼン（中間発表）をしてもらいます	
実務経験のある 教員による授業科目	実務経験の内容	科目との関連性
	国内大手食品企業にて、海外進出戦略を担当。アジア市場を中心に契約交渉、会社設立、業務提携を推進し、国際経営の実務に精通。	実際の契約交渉や会社設立の事例を交え、海外進出の実務プロセスを解説。特にアジア市場の特徴や課題を具体的に示し、実践的な視点を養う。

事業・商品開発論 (SMAN3F13)

担当教員	緒方智	アクティブラーニング	ディスカッション、グループワーク				
科目区分		必修・選択区分	単位数	配当年次	開講期	授業形式	授業回数
職業専門科目	マネジメント系	選必	2	3	前	講義	13
講義概要	本講義では、食品産業を中心とした事業・商品開発の基本的な理論と実践について学ぶ。市場調査や消費者ニーズの分析、商品企画、プロトタイピング、ブランディング、マーケティング戦略、事業計画の立案といったプロセスを体系的に理解し、実践的なスキルを身につけることを目的とする。特に、食品関連産業における成功事例を取り上げ、地域資源の活用やサステナビリティを考慮した商品開発のあり方について議論する。また、グループワークを通じて、実際に商品開発のプロセスを体験し、事業戦略の構築を行うことで、実務に即したスキルを養う。これにより、企業経営に関する一般的な考え方や理論を理解し、事業組織を運営できるマネジメント能力の獲得を目指す。						
到達目標	・事業・商品開発の基本的な理論を理解し、実践的に活用できるようになる（DP2） ・市場調査や消費者分析を基に、商品企画・開発ができるようになる（DP2） ・事業計画を立案し、持続可能な経営戦略を策定できるようになる（DP2）						
成績評価方法	1.講義への参加度 ディスカッション等への参加度 及び期末試験で総合的に判断する。 2.具体的基準は以下の通りである。 積極的な講義への参加度：20％ 中間試験・期末試験 レポート ：80％						
テキスト							
授 業 計 画							
1.イントロダクション：事業・商品開発の基本概念 2.食品産業における商品開発の現状と課題 3.市場調査の方法と消費者ニーズの分析 4.商品企画のプロセスとアイデア創出 5.プロトタイピングと試作品開発 6.ブランディングと商品戦略 7.マーケティング戦略とプロモーション手法 8.価格設定と収益モデルの構築 9.事業計画の立案と資金調達 10.サステナビリティと地域資源の活用 11.成功事例分析：食品産業のイノベーション 12.グループワーク：商品開発の実践演習 13.プレゼンテーションと総括							
留意事項	講義は毎回、ディスカッションまたはグループワークの時間を設けるので、そのテーマについて発言内容を事前にまとめておくこと 遅刻厳禁、携帯電話マナーモード						
実務経験のある 教員による授業科目	実務経験の内容			科目との関連性			
	外資系食品会社に勤務し、国内大手外食企業の社長を歴任。海外からの食材仕入れや事業・商品開発に携わり、グローバルな視点での経営戦略を実践。			実際の事業・商品開発のプロセスや経営判断の要点を具体的に解説し、ケーススタディを通じて実践的な学びを提供する。			

経営分析論 (SMAN3F14)

担当教員	木戸田力	アクティブラーニング					
科目区分		必修・選択区分	単位数	配当年次	開講期	授業形式	授業回数
職業専門科目	マネジメント系	選必	2	3	前	講義	13
講義概要	本講義では、複式簿記から企業会計への理解を深めると共に、財務諸表を読み解く力を身につけることを目的とする。まずはじめに、財務諸表の構造、位置づけ、および関係性などを理解する中から、財務諸表分析の指標の意味を学びたい。さらに、さまざまな財務諸表分析の手法を学び、企業経営の成果を分析できるようにしたい。最後に、財務諸表分析の結果を踏まえ、企業経営の意思決定に資する力を養いたい。						
到達目標	・複式簿記から企業会計への理解を深めると共に、財務諸表を読み解く力を身につける（DP2） ・財務諸表の構造、位置づけ、および関係性などを学び、財務諸表分析の指標の意味を学ぶ（DP2） ・財務諸表分析の結果を踏まえ、企業経営の意思決定に資する力を養う（DP2）						
成績評価方法	定期試験 50% 課題 50%						
テキスト	資格教育推進機構・新田忠誓新編『決算書分析の方法と論理』（第5版） ネットスクール						
授 業 計 画							
1.第1章 複式簿記から企業会計へ。第2章 財務諸表の構造、位置づけ、関係性。 2.第3章 企業会計の歴史と財務諸表の発展。第4章 ディスクロージャー制度。 3.第5章 貸借対照表の構造。第6章 資産評価と現代会計。 4.第6章 損益計算書の構造。第7章 損益会計を支える諸原則。 5.第8章 企業の経営課題と比率分析。第9章 収益性の分析（その1）企業資産収益率、株主の立場の収益性。 6.第10章 収益性の分析（その2） 収益利益率、効率性（回転率）。 7.これまでのまとめと小テスト① 8.第11章 安全性の分析（その1） 短期の安全性。 9.第12章 安全性の分析（その2） 長期の安全性、キャッシュ・フロー分析。 10.第13章 成長性の分析 売上高増加率、総資本増加率、純資産増加率。 11.第14章 企業価値の分析（その1） 株価純資産倍率、株価収益率。 12.第15章 企業価値の分析（その2） 純資産情報と株価情報。 13.これまでのまとめと小テスト②							
留意事項							
実務経験のある 教員による授業科目	実務経験の内容			科目との関連性			

店舗システム・店舗実務 (SMAN3F15)

担当教員	開田晶	アクティブラーニング	プレゼンテーション				
科目区分		必修・選択区分	単位数	配当年次	開講期	授業形式	授業回数
職業専門科目	マネジメント系	選必	2	3	前	講義	13
講義概要	本講義では、小売業・飲食業などの店舗経営に関するシステムと実務について学ぶ。店舗の役割、オペレーションの最適化、顧客サービスの向上、データ活用、テクノロジーの導入、サステナビリティの視点から、現代の店舗運営のあり方を探求する。また、実務的な視点から、販売管理、在庫管理、マーケティング戦略、従業員管理についても考察する。さらに、DX（デジタルトランスフォーメーション）、EC との連携、食品ロス削減、地域活性化への貢献など、最新の店舗システムに関連する課題についても取り上げる。授業では、ケーススタディや実地調査を取り入れ、理論と実践の両面から学修を進める。これにより、企業経営に関する一般的な考え方や理論を理解し、店舗経営の実務に応用できる能力を養う（DP2）						
到達目標	・ 店舗システムの基本概念と、経営理論を理解し、実務に応用できるようになる（DP2） ・ 小売・飲食業におけるオペレーション管理の方法を学び、店舗運営に必要なスキルを身につける（DP2） ・ サステナビリティの視点から、現代の店舗経営に求められる戦略を提案できるようになる（DP2）						
成績評価方法	平常点（主体的な授業参加度）および小テスト 50% 定期試験 50%						
テキスト	配布資料を使用する						
授 業 計 画							
1.店舗システムとは何か 役割と重要性 2.店舗オペレーションの基本 効率的な業務管理 3.小売業と飲食業の違い 業界構造の理解 4.顧客行動の分析とマーケティング戦略 5.販売管理と在庫管理の基礎 6.店舗経営における人材管理と労務管理 7.データ活用と DX AI・IoT を活用した店舗運営 8.EC との連携とオムニチャネル戦略 9.食品ロス削減とサステナビリティ経営 10.地域活性化と店舗経営の関係 11.店舗の事業計画と収益モデルの設計 12.ケーススタディ 成功する店舗と失敗する店舗 13.総括とディスカッション 未来の店舗経営							
留意事項	授業ではディスカッションやグループワークを積極的に取り入れる 店舗訪問や実地調査を行う場合がある 授業で使用する資料は事前に配布し、予習を推奨する 成績評価にはレポートやプレゼンテーションも含まれる						
実務経験のある 教員による授業科目	実務経験の内容			科目との関連性			
	大手航空系ホテルや有名レストランにてソムリエとして勤務。ワイン選定やサービスの実践を通じ、ホスピタリティ業界での専門知識と経験を培う。			店舗運営や接客の実例を交え、実践的な知識を伝授。ワイン選定やサービスのノウハウを活かし、現場で役立つスキルを学生に指導する。			

店舗政策・立地論 (SMAN3S16)

担当教員	開田晶	アクティブラーニング					
科目区分		必修・選択区分	単位数	配当年次	開講期	授業形式	授業回数
職業専門科目	マネジメント系	選必	2	3	後	講義	13
講義概要	本授業では、店舗の立地選定と政策に関する基本的な理論と実践的な知識を学ぶ。近年、少子高齢化やデジタル化の進展により、店舗経営の在り方は大きく変化している。本講義では、消費者行動、マーケット分析、立地戦略、商圈分析、都市計画などの理論的枠組みを学ぶとともに、具体的な事例を用いて実践的な知見を深める。さらに、サステナブルな経営戦略や地方創生の観点から、店舗政策と地域経済の関係についても議論する。これらの知識を活用し、店舗の立地選定や運営における意思決定を行う能力を養う。DP2に基づき、企業経営の一般的な考え方や理論を理解し、事業組織を運営できるマネジメント能力の向上を目指す。						
到達目標	・店舗立地に関する基本的な理論と分析手法を理解し、実務に応用できるようになる（DP2） ・事業組織の運営に必要な立地戦略と市場分析を実践的に活用できるようになる（DP2） ・店舗政策と地域経済の関係を理解し、持続可能な経営戦略を提案できるようになる（DP2）						
成績評価方法	平常点（主体的な授業参加度）および小テスト 50% 定期試験 50%						
テキスト	配布資料を使用する						
授 業 計 画							
1.イントロダクション：店舗政策・立地論の意義 2.消費者行動と立地選定 3.商圈分析と市場調査の基礎 4.立地選定のための統計データ活用 5.小売業における店舗ネットワーク戦略 6.都市計画と商業施設の関係 7.サステナブルな立地戦略と地域経済 8.デジタル時代の店舗政策と E コマースの影響 9.地方創生と地域商業の振興施策 10.実際の事例分析（1）：成功事例 11.実際の事例分析（2）：課題と失敗事例 12.グループディスカッションと政策提案演習 13.総括・最終プレゼンテーション							
留意事項	本授業では、講義に加えてグループワークやディスカッションを重視する。 フィールドワークを含めた実践的な学びを取り入れる可能性がある。 授業で扱う事例については、最新の動向を反映させるため、適宜変更する場合がある。						
実務経験のある 教員による授業科目	実務経験の内容			科目との関連性			
	航空系ホテルや有名レストランでソムリエとして従事し、店舗運営や顧客対応、販売戦略に携わる。飲食業界の実務を深く理解し、現場の知見を持つ。			実際の店舗運営や立地選定の経験を活かし、具体的な事例を交えながら講義を展開。業界の最新動向や実践的なマーケティング手法を学生に伝える。			

起業論 (SMAN3F18)

担当教員	松島大輔	アクティブラーニング					
科目区分		必修・選択区分	単位数	配当年次	開講期	授業形式	授業回数
職業専門科目	マネジメント系	選必	2	3	前	講義	13
講義概要	本授業では、起業の基本概念やプロセスを理解し、実践的な事業立ち上げの知識とスキルを習得することを目的とする。起業の基礎理論、ビジネスモデルの構築、資金調達、マーケティング戦略、組織運営の方法論などを学び、実際の起業事例を通じて理解を深める。さらに、食産業を中心に、地域資源の活用や社会課題解決型ビジネスの可能性についても検討する。授業では、グループワークやディスカッションを取り入れ、実践的な学びを促進する。これにより、学生は事業計画の作成および実行に関する基本的な知識を身につけ、実際の起業活動に応用できる能力を養う。本授業は、ディプロマポリシー（DP2）に基づき、企業経営に関する理論的知識を理解し、事業組織の運営に必要なマネジメント能力を修得することを目指す。						
到達目標	・ 起業の基本理論を理解し、ビジネスモデルを構築できるようになる（DP2） ・ 事業組織の運営方法を理解し、マネジメント戦略を実践的に考えられるようになる（DP2） ・ 起業に必要な資金調達・マーケティング・リスク管理の手法を理解し、活用できるようになる（DP2）						
成績評価方法	レポート 40% 定期試験 60%						
テキスト							
授 業 計 画							
1.起業とは何か - 基本概念と最新動向 2.ビジネスチャンスの発見とアイデア創出 3.ビジネスモデルの設計と収益構造 4.事業計画書の作成方法 5.資金調達の基礎（自己資金・融資・投資） 6.スタートアップのマーケティング戦略 7.食産業における起業の可能性 8.地域資源を活用したビジネスモデル 9.チームビルディングとリーダーシップ 10.事業運営におけるリスクマネジメント 11.スケールアップ戦略と持続可能な成長 12.起業家の倫理と社会的責任 13.事業計画発表会・総括							
留意事項	授業はディスカッション形式を多く取り入れ、実践的な学びを重視する。 宿題として、各回のテーマに関連するリサーチ課題を出題する。 最終回では、各自が作成した事業計画を発表し、フィードバックを受ける。						
実務経験のある 教員による授業科目	実務経験の内容			科目との関連性			

食品加工学 (SMAN3F21)

担当教員	坂井良輔	アクティブラーニング	ディスカッション、グループワーク、プレゼンテーション				
科目区分		必修・選択区分	単位数	配当年次	開講期	授業形式	授業回数
職業専門科目	マネジメント系	選必	2	3	前	講義	13
講義概要	食品加工学は、食品の物理的・化学的・生物的特性を理解し、加工技術を活用することで食品の品質向上、保存性向上、付加価値創出を目指す学問である。本授業では、食品加工の基本理論を学ぶとともに、実際のフードビジネス業界における加工技術の実践的活用について理解を深める。食品の加工工程において発生する課題を分析し、解決策を検討することで、実務に即した知識と技術を習得することを目的とする。また、フードビジネス業界の市場環境や技術革新の動向を踏まえ、データ分析を活用した加工プロセスの最適化や地域資源を活用した新商品の開発についても考察する。食品加工技術の発展が持続可能な社会にどのように貢献できるかを多角的に検討し、実践的視点から課題解決能力を養う。本授業を通じて、フードビジネスにおける食品加工の意義を理解し、経営戦略の視点から加工技術を応用できる人材の育成を目指す。						
到達目標	・フードビジネス業界における食品加工のオペレーションを分析し、改善策を提案できるようになる（DP3） ・食品加工技術の市場環境や地域社会への影響を理解し、新たな技術の意義を説明できるようになる（DP4） ・食品加工の課題を広い視野で捉え、データを活用して解決策を導き出せるようになる（DP5）						
成績評価方法	平常点 40％ 課題レポート 30％ 最終プレゼンテーション 30％						
テキスト	海老原清・渡邊浩幸・竹内 弘幸編著『食べ物と健康,食品と衛生 食品加工・保蔵学（栄養科学シリーズNEXT）』講談社						
授 業 計 画							
1.食品加工学の基礎とフードビジネスにおける役割 2.食品の物理的・化学的・生物的特性と加工原理 3.保存技術（冷凍・乾燥・殺菌・発酵）の原理と実践 4.食品添加物とその機能・安全性 5.食品加工の最新技術（高圧処理・3D フードプリンティング・培養肉） 6.地域資源を活用した食品加工とブランド化 7.食品ロス削減のための加工技術とフードバリューチェーン 8.加工食品の品質管理と HACCP の実践 9.食品加工とサステナビリティ（環境負荷低減の取組み） 10.フードビジネス業界における加工食品の市場動向と消費者ニーズ 11.データ分析を活用した食品加工の最適化 12.ケーススタディ：企業の食品加工事例と課題分析 13.総括・ディスカッション（食品加工の未来と社会への貢献）							
留意事項	授業は講義とディスカッションを組み合わせ、実践的な学びを重視する。 ゲストスピーカー（食品加工企業の担当者等）を招いた講義を予定。 学生の発表やグループワークを通じて、主体的な学習を促進する。 期末レポートでは、食品加工技術を活用したビジネス提案を求める。						
実務経験のある 教員による授業科目	実務経験の内容			科目との関連性			

食文化論 (SFOO3S01)

担当教員	野村京子	アクティブラーニング	ディスカッション、グループワーク				
科目区分		必修・選択区分	単位数	配当年次	開講期	授業形式	授業回数
職業専門科目	フード系	必修	2	3	後	講義	13
講義概要	本授業では、食文化の歴史的変遷とその社会的意義を考察し、現代のフードビジネスとの関連性について理解を深める。伝統的な食文化の形成要因や地域特有の食材、調理技術の発展を学ぶとともに、食のグローバル化やサステナビリティの観点から、現代社会における食文化の役割を探究する。さらに、データ・サイエンスを活用した食文化の分析や、食ビジネスにおけるマーケティング戦略にも触れ、地域社会との関わりの中で食文化を活かす方法を考察する。本授業を通じて、食文化に関する知識を体系的に理解し、フードビジネス業界における実践的な課題解決能力を養う。DP3、DP4、DP5に基づき、学生が市場環境や地域社会の状況を的確に把握し、実践的な知識を活用しながら、広い視野でフードビジネスの課題を解決できる力を身につけることを目的とする。						
到達目標	・食文化の歴史的背景と社会的影響を分析し、現代のフードビジネスに活かせるようになる（DP3） ・食文化の多様性や市場環境の変化をデータ・サイエンスの視点から理解できる（DP4） ・食文化の持続可能性や地域社会との関係を踏まえた課題を発見し、解決策を提案できる（DP5）						
成績評価方法	期末にレポートを課し 総合的に評価する						
テキスト							
授 業 計 画							
1.食文化とは何かー基礎概念とフードビジネスへの応用 2.世界の食文化と日本の食文化の比較 3.伝統的な食文化の形成要因とその変遷 4.地域食材と郷土料理の役割 5.近代化と食文化の変容 6.食のグローバル化とローカルフードの可能性 7.フードビジネスにおける食文化のマーケティング戦略 8.サステナブルな食文化とフードロス問題 9.データ・サイエンスを活用した食文化の分析 10.食文化と観光産業の関係 11.地域社会と食文化の共創事例 12.企業と社会の関わりにおける食文化の役割 13.総括：未来の食文化とフードビジネスの展望							
留意事項	授業内でのディスカッションやグループワークを重視し、アクティブ・ラーニングを推進する。 各回の授業で簡単な課題を出し、次回の授業につなげる。						
実務経験のある 教員による授業科目	実務経験の内容			科目との関連性			
	ホテルの調理スタッフ、レストランのシェフを経て、食品加工企業での商品開発に従事。管理栄養士および専門調理師の資格を有し、食の現場と研究の双方に精通。			調理や商品開発の実体験を基に、食文化の変遷や食材の活用法を具体的に解説。業界の視点を取り入れ、実践的な知識と食の現場のリアルを伝える。			

フードコーディネーター論 (SFOO3F03)

担当教員	緒方智	アクティブラーニング	ディスカッション、グループワーク				
科目区分		必修・選択区分	単位数	配当年次	開講期	授業形式	授業回数
職業専門科目	フード系	選択	2	3	前	講義	13
講義概要	フードコーディネート論では、食の提供・演出を通じた価値創造のプロセスを学び、フードビジネスの発展に貢献するスキルを習得する。本講義では、フードビジネスにおける市場環境の変化を理解し、データ・サイエンスや調理技術などの新たな技術を活用しながら、消費者ニーズに応じた魅力的な商品開発・提供の手法を探究する。また、企業と地域社会の関係性を考察し、フードビジネスを通じた地域活性化の可能性を検討する。さらに、飲食業や食品小売業における組織運営や調理オペレーションについて実践的な視点から分析し、業務の改善策を提案する能力を養う。最終的には、フードビジネスにおける市場動向を理解し、社会的課題の解決に向けたフードコーディネートの企画・提案ができる人材を育成する。						
到達目標	・フードビジネスにおけるオペレーションの課題を分析し、改善策を提案できる（DP3） ・フードビジネスを取り巻く市場環境や地域社会の状況を理解し、新技術の意義を把握できる（DP4） ・企業と社会の関係性を踏まえたフードコーディネートの企画を提案できる（DP5）						
成績評価方法	1.講義への参加度 ディスカッション等への参加度 及び期末試験で総合的に判断する。 2.具体的基準は以下の通りである。 積極的な講義への参加度：20％ 中間試験・期末試験 レポート ：80％						
テキスト							
授 業 計 画							
1.フードコーディネートとは何か：概念と役割 2.フードビジネスの現状と市場環境の分析 3.消費者ニーズとフードトレンドの変遷 4.フードコーディネートのデザインと演出手法 5.食品流通とサプライチェーンの理解 6.地域食材とブランド戦略：地産地消の可能性 7.調理技術と新技術（AI・データ活用）の融合 8.フードサービス業におけるオペレーションの課題と改善 9.フードイベントとプロモーション戦略 10.フードコーディネートによる地域活性化事例 11.持続可能なフードビジネスと社会的責任 12.フードコーディネートの企画立案ワークショップ 13.最終プレゼンテーションとフィードバック							
留意事項	本授業では、実際のフードビジネスの事例をもとにしたグループワークを行う。 授業中のディスカッションや発表を重視し、主体的な学びを促進する。 課題提出や授業内のワークショップを通じて、実践的なスキルを習得する。						
実務経験のある 教員による授業科目	実務経験の内容			科目との関連性			

食品の官能評価・鑑別論 (SFOO3S04)

担当教員	野村京子	アクティブラーニング	グループワーク				
科目区分		必修・選択区分	単位数	配当年次	開講期	授業形式	授業回数
職業専門科目	フード系	選必	2	3	後	講義	13
講義概要	本授業では、食品の官能評価および鑑別に関する理論と実践を学ぶ。食品業界において、味覚・嗅覚・視覚・触覚・聴覚を用いた評価技術は、製品開発や品質管理に不可欠である。本講義では、官能評価の基本概念、試験方法、パネル訓練の方法を学び、さらに食品鑑別技術を活用した実践的な分析を行う。食品の特性評価を科学的視点で理解し、データを活用した意思決定能力を養うことを目的とする。講義では、事例研究を通じて、食品業界における官能評価の役割や市場環境との関連性を分析し、フードビジネス業界の実践的な課題に対応する能力を高める。受講生は、データ・サイエンスの基本的な活用方法を学びながら、官能評価の重要性とその応用について深く理解し、フードビジネスの競争力向上に貢献できる人材を目指す。						
到達目標	・官能評価の基本概念と試験方法を理解し、食品の特性を適切に分析・評価できるようになる（DP3） ・フードビジネス業界における市場環境と官能評価の関連性を分析し、新技術の意義を理解できるようになる（DP4） ・企業の課題を踏まえ、官能評価を活用した品質管理や製品開発に応用し、実践的な解決策を提案できるようになる（DP5）						
成績評価方法	平常点 40% 課題レポート 30% 最終プレゼンテーション 30%						
テキスト							
授 業 計 画							
1.官能評価とは何か：基礎概念と歴史 2.官能評価の五感と人間の知覚メカニズム 3.官能評価の試験方法（識別試験・ランキング試験・尺度法） 4.試験の計画と実施：パネルの選定とトレーニング 5.統計的手法による官能評価データの解析 6.食品鑑別技術と品質管理への応用 7.フードビジネスにおける官能評価の役割と事例分析① 8.フードビジネスにおける官能評価の役割と事例分析② 9.新技術と官能評価：AI・データ・サイエンスとの融合 10.食品開発における官能評価の活用 11.地域ブランド食品の官能評価：地域特産品の事例研究 12.官能評価を活用したフードビジネスの戦略策定 13.まとめと実践的応用：官能評価を活かした課題解決							
留意事項	本講義は、理論と実践を組み合わせた内容とし、官能評価の実験・データ分析を重視する 課題レポートの提出やグループワークを通じて、実践的なスキルを身につける 授業内でのディスカッションや事例研究を通じて、フードビジネスにおける官能評価の意義を理解する 受講生は、食品業界の最新動向にも目を向け、実践的な応用力を養うことを目指す						
実務経験のある 教員による授業科目	実務経験の内容			科目との関連性			
	ホテルの調理スタッフやレストランのシェフを経験し、管理栄養士・専門調理師・フードスペシャリストの資格を有する。食品加工企業での商品開発にも携わる。			調理や商品開発の実務経験を基に、官能評価の実践的な手法を指導。食品の特性を理解し、鑑別技術を身につけるための実例を交えた授業を展開する。			

フードテック論 (SFOO3S06)

担当教員	清川裕	アクティブラーニング	ディスカッション、プレゼンテーション				
科目区分		必修・選択区分	単位数	配当年次	開講期	授業形式	授業回数
職業専門科目	フード系	選択	2	3	後	講義	13
講義概要	フードテックは、食品産業における技術革新を指し、持続可能性や生産性向上、消費者の健康志向に対応するための新たなアプローチを提供する。本講義では、フードビジネス業界の最新動向や技術革新の意義を理解し、食の生産・流通・消費における課題をテクノロジーによって解決する可能性を探る。特に、データ・サイエンス、人工知能（AI）、バイオテクノロジー、食品加工技術、代替タンパク質、食品ロス削減、スマート農業などのトピックを扱い、実際の事例を通じてその影響を考察する。さらに、フードビジネスの市場環境を踏まえ、業界の組織運営やオペレーション改善の視点からフードテックの導入戦略を検討する。本講義を通じて、フードビジネスに関わる技術の変化を理解し、広い視野と柔軟な発想で課題を発見・解決する能力を養う。						
到達目標	・フードビジネス業界における技術革新の意義を理解し、オペレーションの改善に活かすことができる（DP3） ・フードビジネスを取り巻く市場環境や地域社会の状況を把握し、新技術の変化の意義を・理解できる（DP4） ・企業と社会の関わりを踏まえ、フードテックを活用した新たなビジネスモデルを提案できる（DP5）						
成績評価方法	平常点 40％ 課題レポート 30％ 最終プレゼンテーション 30％						
テキスト							
授 業 計 画							
1.フードテックとは何か？一概念と発展の歴史 2.フードビジネスの市場環境と技術革新の関係 3.データ・サイエンスと AI が変える食品産業 4.スマート農業と精密農業の最前線 5.代替タンパク質の進化（植物由来、培養肉、昆虫食など） 6.バイオテクノロジーと食品加工技術の最新動向 7.フードロス削減のためのテクノロジー活用 8.サプライチェーンのデジタル化とブロックチェーン技術 9.食の安全性とトレーサビリティの確保 10.外食産業の DX（デジタルトランスフォーメーション） 11.フードテックを活用した地域活性化の事例研究 12.フードテックビジネスの未来展望と課題 13.まとめとディスカッション（発表・意見交換）							
留意事項	・参考文献・資料：最新のフードテック関連文献、論文、業界レポートを随時紹介する。 ・ゲストスピーカーを招聘し、実際のフードテック業界の現場についての講演を実施予定。						
実務経験のある 教員による授業科目	実務経験の内容			科目との関連性			

マーケティングリサーチ実習 (SPRA3F02)

担当教員	清水恭彦	アクティブラーニング	フィールドワーク、ディスカッション、プレゼンテーション				
科目区分		必修・選択区分	単位数	配当年次	開講期	授業形式	授業回数
職業専門科目	実務系	必修	4	3	前	実習	52
講義概要	マーケティング論と統計学の知識を前提として、マーケティング調査の方法を学ぶ。各自がマーケティングと統計学の基礎を復習しておくことが望ましい。後期には、各自が設定したテーマに基づき学外調査を実施し、教室内で中間発表を行う。これにより、実践的な調査の設計・実施・分析を通じて、マーケティングリサーチのスキルを習得できる。						
到達目標	・ビジネスにおいて何を調査すべきかを明確にし、適切な方法で調査を実施し、得られたデータを分析・活用できるようになる。(DP3, DP4, DP5)						
成績評価方法	各自の調査課題に関する最終プレゼン 50% +最終学期末レポート 50%。期末試験は行わない						
テキスト	教科書なし 料配布						
授 業 計 画							
1.マーケティングリサーチとは：マーケティングにおけるリサーチの位置付け、その目的、大まかな方法を紹介。 2.マーケティングリサーチの手順：マーケティングリサーチにおけるデータを集める理由、エビデンスの重要性、代表的リサーチデザインについて学ぶ。 3.サンプリングとセンサス：サンプリングの意味と有効性について学ぶ。 4.グラフの意味と使い方：様々なグラフがあるが、様々な調査結果を示す時に適切なグラフはどのようなものがあるかを学ぶ。 5.平均と標準偏差：平均に比べて標準偏差は何を表しているのか。分散とはなにかを学ぶ。具体的にはどのような状況の調査に有効か理解する。 6.相関分析：これが表す意味とどのような時に使えるのかを学ぶ。また疑似相関についても因果関係の意味も含めて理解する。 7.カイ二乗検定：これが表す意味とどのような時に使えるのかを学ぶ。 8.回帰分析：これが表す意味とどのような時に使えるのかを学ぶ 9.回帰分析 演習1：回帰分析は実務上、もっとも使われる分析法である。よって具体的に演習問題を行うことで使い方に慣れてもらう。 10.回帰分析 演習2：前回に続いて回帰分析の演習問題を行い、さらに使い方に慣れてもらいます。 11.質問票の作成：この作成方法について学び、実際に使えるようにする。 12.質問票の作成：実際にリカード尺度を使って質問用を作成する演習をします。 13.定性調査：いままでの多くは統計学の方法を使った定量的調査方法になります。前期の最後は定性的調査について学びます。 14.マーケティングリサーチの復習：改めてリサーチ方法について前期の内容を復習するように解説する。 15.各人のリサーチテーマとリサーチ方法について発表してください。 16.-19 第1回学外調査日：各人がそれぞれのテーマに沿って調査を行ってください。 20.-23 第1回調査 分析、報告準備 24.-27.中間発表 1回目学外調査の報告・フィードバック 第2回調査準備 28.-31.第2回学外調査日：各人がそれぞれのテーマに沿って調査を行ってください。 32.-35.第2回調査 分析、報告準備 36.-39.中間発表 第2回学外調査の報告・フィードバック 第3回調査準備 40.-43.第3回学外調査日：各人がそれぞれのテーマに沿って調査を行ってください。 44.-45.第3回調査 分析、報告準備 46.-49.中間発表 第3回学外調査の報告・フィードバック 50.最終プレゼン グループ1 51.最終プレゼン グループ2 52.講評とまとめ：各人最終レポート提出							

留意事項	各自、なぜそのテーマを選んだのか？なぜ、その調査方法を選んだのかを後期の開始前までに明確にいえるとようにしてください。 概要にも記載しているようにマーケティングと統計学の知識を前提した授業であることを認識してください。 PC ルームでの座学＋学外調査＋学内プレゼン	
実務経験のある 教員による授業科目	実務経験の内容	科目との関連性
	国内大手食品企業に勤務し、消費者調査や市場分析を活用した販促戦略を経験。現場で培った実践的なマーケティング知識を有する。	実務経験を基に、実際の市場調査やデータ分析のプロセスを講義に組み込み、実践的なマーケティングリサーチの手法を学生に伝える。

臨地実習Ⅱ・前期（SPRA3F08）

担当教員	木戸田力・清水恭彦・鍛冶静香・中村英樹・開田晶・緒方智・吉田真一・辻口博啓	アクティブラーニング					
科目区分		必修・選択区分	単位数	配当年次	開講期	授業形式	授業回数
職業専門科目	実務系	必修	4	3	前	実習	0
講義概要	本実習は、主にフードサービス企業がチェーン展開する店舗において、店長としての実務と役割を理解し、現場で求められるマネジメントを体験することを目標とする。臨地実習Ⅱでは、店長としての業務を体験し、店舗全体の構造、収益確保の仕組み、店舗内の組織を理解する。また、働き方改革や労働関連法規等を意識し、スタッフが安心して働ける環境を整備するための視点を身に付ける。さらに、原材料費や販売費等の経費とスタッフの勤務状況を考慮し、生産性を高めるために何ができるのか考える思考力を養う。						
到達目標	(1)店舗運営管理の仕組みを理解する。 (2)労働環境の特色について理解する。						
成績評価方法	実習日誌の内容 30% 事前・事後学習の状況 10% 評価表 30% 実習レポート 30%						
テキスト							
授 業 計 画							
前期の店舗内実習 15 日間（3 年次：夏季） (1)オリエンテーション ・企業概要、組織説明、スタッフ研修の体制、実習の体験内容に関するオリエンテーションを実施する (2)店舗内で必要な実務における実習 ①店舗スタッフ（キッチンスタッフおよびホールスタッフ）としての業務 ・実習指導者から、店舗スタッフとしての業務の流れについてマニュアル等を活用し説明を受けたうえで、オペレーションの流れについて理解する ＜オペレーションの流れを理解するための業務例：キッチンスタッフ＞ ・メニューの作業工程から逆算し、お客様へ提供する順番を考慮したキッチン作業の方法について指導を受ける ＜オペレーションの流れを理解するための業務例：ホールスタッフ＞ ・効率的な予約確保の仕方を理解し、最も売れる商品の時間帯を考慮したお客様のご案内方法について指導を受ける ②労働環境に関する視点 ・店舗スタッフの勤怠管理の手段やツールについて学ぶ ＜具体的な学習方法例＞ ・実際に使用されている勤怠管理システムの機能や操作方法について学ぶ ③店長としての実務 ・店長の動きを見聞きし、日々の店舗管理の状況について理解する ＜具体的な学習方法例＞ ・店舗内の状況に応じた指示の出し方や内容を確認する ・食材発注の仕方について、確認する ④職業人としての基礎力 ・業務を遂行する上で必要な報告 ・連絡・相談の重要性について理解する ＜具体的な学習方法例＞ ・わからないことがあれば相談し、店長・店舗スタッフに質問し、メモをとる ・業務を円滑に行うために、実習指導者へこまめに報告・連絡を行う							
留意事項	臨地実習Ⅰを履修していること。事前学習を必ず行うこと。詳細なスケジュールについては、後日アナウンス						

	するため、各自で確認をすること。	
実務経験のある 教員による授業科目	実務経験の内容	科目との関連性

臨地実習Ⅱ・後期（SPRA3S09）

担当教員	木戸田力・清水恭彦・鍛冶静香・中村英樹・開田晶・緒方智・吉田真一・辻口博啓	アクティブラーニング					
科目区分		必修・選択区分	単位数	配当年次	開講期	授業形式	授業回数
職業専門科目	実務系	必修	4	3	後	実習	0
講義概要	本実習は、主にフードサービス企業がチェーン展開する店舗において、店長としての実務と役割を理解し、現場で求められるマネジメントを体験することを目標とする。臨地実習Ⅱでは、店長としての業務を体験し、店舗全体の構造、収益確保の仕組み、店舗内の組織を理解する。また、働き方改革や労働関連法規等を意識し、スタッフが安心して働ける環境を整備するための視点を身に付ける。さらに、原材料費や販売費等の経費とスタッフの勤務状況を考慮し、生産性を高めるために何ができるのか考える思考力を養う。						
到達目標	(1)店舗運営管理の仕組みを理解する。 (2)労働環境の特色について理解する。						
成績評価方法	実習日誌の内容 30% 事前・事後学習の状況 10% 評価表 30% 実習レポート 30%						
テキスト							
授 業 計 画							
後期の店舗内実習 15 日間（3 年次：春季） (1)オリエンテーション ・企業概要、組織説明、スタッフ研修の体制、実習の体験内容に関するオリエンテーションを実施する (2)店舗内で必要な実務における実習 ①店舗スタッフ（キッチンスタッフおよびホールスタッフ）としての業務 ・1 か所目（第 1 期）の店舗での体験を生かし、マニュアル等の内容を理解した上で、オペレーションの流れを把握し、実践する。 ＜オペレーションの流れを理解するための業務例：キッチンスタッフ＞ ・実習指導者の指導のもと、メニューの作業工程から逆算し、お客様へ提供する順番を考慮したキッチン作業を並行して進める ＜オペレーションの流れを理解するための業務例：ホールスタッフ＞ ・実習指導者の指導のもと、効率的な予約確保の仕方を理解し、最も売れる商品の時間帯を考慮した上で、お客様のご案内方法を考え実施する。 ②労働環境に関する視点 ・店舗スタッフの勤怠管理の手段やツールについて理解し、運用方法について学ぶ ＜具体的な学習方法例＞ ・実際に使用されている勤怠管理システムの機能や操作方法を理解し実習指導者の指導のもと、効率を考えた勤怠管理方法について学ぶ ③店舗マネージャーとしての実務 ・店舗マネージャーとしての店舗管理方法について理解し、具体的な管理方法 について学ぶ ＜具体的な学習方法例＞ ・店舗内の状況に応じた指示の出し方や内容について、店長から指示内容を判断・決断するに至った経緯や理由についてヒアリングする ・食材発注の仕方や無駄のない発注方法について、店長から工夫や注意点を聞く ③職業人としての基礎力 ・状況を判断し、的確に報告・連絡・相談を実践する ＜具体的な学習方法例＞ ・状況に応じて、実習指導者へ報告・連絡・相談をする							
留意事項	臨地実習Ⅰを履修していること。事前学習を必ず行うこと。詳細なスケジュールについては、後日アナウンスするため、各自で確認をすること。						

実務経験のある 教員による授業科目	実務経験の内容	科目との関連性

コーチング・チームデザイン (ATHI3F13)

担当教員	緒方智	アクティブラーニング					
科目区分		必修・選択区分	単位数	配当年次	開講期	授業形式	授業回数
展開科目	思考系	選択	2	3	前	講義	13
講義概要	本授業では、フードビジネス業界における組織運営とチームデザインの基本概念を学び、リーダーシップとコーチング技術を習得することを目的とする。食の分野では、多様なステークホルダーが関与する環境下でのチーム運営が求められ、適切な意思決定と円滑なコミュニケーションが不可欠である。本講義では、フードビジネスの市場環境を踏まえながら、効果的なチームデザインとコーチングの手法を理論と実践を交えて学ぶ。また、データ・サイエンスやテクノロジーの進展がチーム運営に与える影響についても考察する。受講者は、地域社会とフードビジネスの関係性を理解し、社会的な課題を発見・解決する能力を養う。本授業を通じて、実践的なチームマネジメントの手法を身につけ、持続可能なフードビジネスの運営に貢献できる人材の育成を目指す（DP4、DP5）						
到達目標	・フードビジネスを取り巻く市場環境や地域社会の状況を理解し、それをチームデザインに活かせるようになる（DP4） ・チーム運営に必要なリーダーシップとコーチング技術を活用できる（DP5） ・フードビジネスの課題を発見し、柔軟な発想で解決策を提示できる（DP5）						
成績評価方法	1.講義への参加度　ディスカッション等への参加度　及び期末試験で総合的に判断する。 2.具体的基準は以下の通りである。 積極的な講義への参加度：20％　中間試験・期末試験　レポート　　：80％						
テキスト							
授　業　計　画							
1.オリエンテーション：コーチング・チームデザインとは 2.フードビジネスの市場環境とチームマネジメント 3.組織論の基礎とチームデザインの重要性 4.効果的なリーダーシップの理論と実践 5.コーチング技術の基礎（1）：傾聴と質問技法 6.コーチング技術の基礎（2）：フィードバックと動機付け 7.チームパフォーマンスを高めるファシリテーション技術 8.フードビジネスにおけるデータ活用とチーム運営 9.チームの多様性とイノベーション 10.地域社会とフードビジネスの関係性 11.実践演習：ケーススタディによるチーム運営の課題解決 12.チームデザインの実践：グループワークと発表 13.まとめと振り返り：コーチング・チームデザインの未来							
留意事項							
実務経験のある 教員による授業科目	実務経験の内容			科目との関連性			
	外資系食品会社で勤務し、国内大手外食企業の社長を歴任。社内教育や OJT を通じて人材育成に携わり、組織の成長を支援してきた。			実務で培ったリーダーシップやチーム育成の経験を基に、実践的なコーチング手法や組織デザインの考え方を講義とワークショップで指導する。			

キャリア・デザイン (APRO3F15)

担当教員	清川裕	アクティブラーニング					
科目区分		必修・選択区分	単位数	配当年次	開講期	授業形式	授業回数
展開科目	専門人材系	必修	2	3	前	講義	13
講義概要	本授業では、フードビジネス業界におけるキャリア形成について学ぶ。フードビジネスを取り巻く市場環境の変化や、地域社会との関わりを踏まえ、データ・サイエンスや調理技術など新たな技術の意義を理解しながら、キャリアデザインの重要性を探究する。また、企業と社会の関係性に着目し、自らの価値観やスキルを活かした職業選択について考察する機会を提供する。さらに、実践的なワークショップやゲスト講義を通じて、フードビジネスにおけるキャリアの具体的なモデルを理解し、柔軟な発想で課題解決に取り組む力を養う。本授業は、フードビジネス業界で活躍するための基盤を形成し、受講生の主体的なキャリア選択を支援することを目的とする。本科目は、フードビジネスの市場環境を理解し、新技術の意義を把握する能力（DP4）および、広い視野と柔軟な発想で課題を発見し解決する能力（DP5）の育成を重視する。						
到達目標	・フードビジネスを取り巻く市場環境や地域社会の状況を把握し、それに応じたキャリア形成の視点を持つことができる（DP4） ・データ・サイエンスや調理技術などの新技術がキャリアに与える影響を理解し、活用できる（DP4） ・企業と社会の関わりを踏まえ、課題発見力と解決力を身につけ、柔軟な発想でキャリアを構築できる（DP5）						
成績評価方法	平常点（主体的な授業参加度） 30% レポート 50% 定期試験 30%						
テキスト							
授 業 計 画							
1.キャリア・デザインとは何か 2.フードビジネス業界の市場環境と変化 3.地域社会との関わりとキャリア形成 4.データ・サイエンスがフードビジネスに与える影響 5.調理技術の進化とキャリアの可能性 6.企業の社会的責任（CSR）とキャリア選択 7.キャリアパスの多様性と選択肢 8.フードビジネスにおける起業とイノベーション 9.業界のリーダーから学ぶ（ゲスト講義） 10.ワークショップ：キャリアのビジョンを描く 11.課題解決力を高める実践的トレーニング 12.キャリア戦略の立案とプレゼンテーション 13.まとめと振り返り							
留意事項	各回の授業では、講義とワークショップを組み合わせ、実践的な学びを提供する。 成績評価は、授業への参加、課題、プレゼンテーションを総合的に判断する。 フードビジネス業界の最新動向を踏まえ、適宜内容を更新する。						
実務経験のある 教員による授業科目	実務経験の内容			科目との関連性			

キャリア・サポート（APRO3S16）

担当教員	辻口博啓	アクティブラーニング					
科目区分		必修・選択区分	単位数	配当年次	開講期	授業形式	授業回数
展開科目	専門人材系	選択	2	3	後	講義	13
講義概要	本授業では、フードビジネス業界におけるキャリア形成を支援するため、業界の市場環境や地域社会の状況を理解し、職業選択に関する知識を深めることを目的とする。具体的には、フードビジネスの最新動向を踏まえ、データ・サイエンスや調理技術の進化がキャリアに与える影響について考察する。また、企業と社会の関係性を理解し、キャリア設計において必要な課題発見・解決能力を養う。講義、ワークショップ、ゲストスピーカーの講演を通じて、実践的な知識とスキルを獲得し、フードビジネス業界における多様なキャリアパスを理解できるようにする。最終的には、自己の適性と市場環境を踏まえたキャリアプランを構築することを目標とする。						
到達目標	・フードビジネス業界を取り巻く市場環境や地域社会の状況を理解し、職業選択に活かせるようになる（DP4） ・データ・サイエンスや調理技術などの新たな技術の変化がフードビジネスのキャリアに与える意義を理解できる（DP4） ・企業と社会の関係を踏まえ、自身のキャリア設計において課題を発見し解決できる（DP5）						
成績評価方法	平常点（主体的な授業参加度） 30% レポート 50% 定期試験 30%						
テキスト							
授 業 計 画							
1.フードビジネス業界の市場環境とキャリアの可能性 2.地域社会とフードビジネスの関係性 3.データ・サイエンスとフードビジネスの未来 4.調理技術の進化と職業選択 5.フードビジネスにおける企業の役割と社会貢献 6.価値共創とイノベーションのキャリア形成への影響 7.起業とフードビジネス：成功事例と課題 8.自己分析と適性検査（ワークショップ） 9.企業の採用戦略と求められる人材像 10.ゲストスピーカー講演（フードビジネス業界の現場） 11.キャリアプランニング演習①（業界研究） 12.キャリアプランニング演習②（自己PR・履歴書作成） 13.総括：キャリアビジョンの発表とフィードバック							
留意事項	ワークショップやグループディスカッションを多く取り入れ、学生主体の学習を促す。 ゲストスピーカーによる講演を通じ、実際の業界で活躍する人々のキャリア事例を学ぶ。 授業内での自己分析やキャリアプラン作成の成果を、最終回でプレゼンテーションとして発表する。						
実務経験のある 教員による授業科目	実務経験の内容			科目との関連性			

情報と地域社会（APRO3S17）

担当教員	中村英樹	アクティブラーニング					
科目区分		必修・選択区分	単位数	配当年次	開講期	授業形式	授業回数
展開科目	専門人材系	選択	2	3	後	講義	13
講義概要	情報社会の進展により、ビジネスや生活においてスマートフォンなどの情報端末が不可欠なツールとなっている。また、地域社会の衰退が叫ばれる中、その解決手段の一つとして情報技術の活用が注目されている。情報技術の発展により、遠隔地とのコミュニケーションが容易になり、地方のハンデが縮小しつつある。実際に、情報技術を活用した地域活性化の成功例も数多く報告されている。 本授業では、情報技術を活用した地域活性化を担う人材を育成することを目的とし、地域社会の現状分析に必要な体系的知識と関連する情報技術を学ぶ。将来、地域社会に関与する場面において、情報技術を活用し、より広範かつ効率的な地域活性化を提案・実施できるようになる。また、場合によっては、新たなビジネスモデルの創出へと発展させるスキルを身につける。						
到達目標	・地域社会の現状と地域活性化の成功要因を把握し、その解決に必要な情報技術をリストアップできる（DP4） ・授業で学んだ事例を応用し、情報技術を活用した地域活性化の提案ができる（DP5）						
成績評価方法	平常点（主体的な授業参加度） 30％ レポート 50％ 定期試験 30％						
テキスト	配布資料を使用する						
授 業 計 画							
1.地域社会の抱える課題 2.地域活性化の主体 3.地域活性化に必要な資源（ヒト・モノ・カネ・情報） 4.地域活性化の成功要因 5.情報化と地域社会 6.地域社会に役立つ情報技術 7.地域活性化への国の支援策 8.地域活性化への地方公共団体の取り組み（1）街おこしの三種の神器 9.地域活性化への地方公共団体の取り組み（2）補助金や寄付金の活用 10.地域活性化への地域住民の取り組み 11.地域活性化への民間企業の取り組み 12.情報活用の問題点 13.情報と地域社会に関する課題整理 まとめ							
留意事項	事前学習については、次回の授業課題を示すので各自事前に資料を集めて自分の考えをまとめておくこと。 事後学習については、授業の要所要所で復習のためのレポートの課題を出すので期限までに完成・提出すること。 授業内で、適宜参考資料を紹介する。						
実務経験のある 教員による授業科目	実務経験の内容			科目との関連性			
	高校教員として情報科目を担当し、生徒の ICT 活用や地域連携プロジェクトを指導。教育現場での実践を通じ、情報技術の社会的活用についての理解を深めた。			高校教育での実践経験を基に、地域社会における情報活用の事例を紹介し、学生が実践的に学べる授業を展開。地域との連携を促すプロジェクトも取り入れる。			

リスクマネジメント（APRO3S19）

担当教員	宇都宮博	アクティブラーニング					
科目区分		必修・選択区分	単位数	配当年次	開講期	授業形式	授業回数
展開科目	専門人材系	選択	2	3	後	講義	13
講義概要	本授業では、企業におけるリスクマネジメントの基本概念を理解し、理論と実務の両面からリスク対応のあり方を学ぶ。グローバル化の進展や法令・規制の変更など、事業環境の変化が企業に与えるリスクを認識し、それらに適切に対応できる能力を身につける。リスク対応の失敗が企業価値に及ぼす影響を理解し、リスク対策の重要性を把握できるようになる。リスクおよびリスクマネジメントの基本を学び、管理対象とその手法を体系的に理解する。さらに、リスクマネジメントの基本方針の策定、予防・事後対策、内部統制、品質管理、顧客対応、個人情報保護、BCP（事業継続計画）などの企業実務に関する課題を検討し、具体的な事例を通じて実践的な知識を習得する。また、リスクを最小化する従来の手法に加え、不確実性をチャンスととらえるアプローチについても考察し、企業の持続的成長に向けたリスクマネジメントの役割を理解できるようになる。						
到達目標	・売上・利益だけでなく、コンプライアンス、風評被害、品質管理、BCP など、リスクマネジメントの基礎を修得することができる。（DP4） ・企業におけるリスクマネジメントの重要性を理解し、その概念と実践方法を説明できる。（DP4） ・事業環境の変化に伴うリスクの特性を分析し、適切な対策を立案できる。（DP4, DP5） ・実際の企業事例をもとに、リスクマネジメントの PDCA サイクルを適用し、改善策を考察できる。（DP5） ・BCP の策定および初動対応のポイントを理解し、実務に応用できる。（DP5） ・企業とリスクマネジメントの関わりを概括的に理解し、自ら実践できる。（DP5）						
成績評価方法	平常点 課題提出 50% レポート 50%						
テキスト	仁木一彦『図解ひとめでわかるリスクマネジメント（第2版ン）』東洋新聞社						
授 業 計 画							
1.リスクおよびリスクマネジメントとは何か 2.事例で見る企業でのリスク管理の現状 3.最近の不祥事事件から読み取る日本企業の懸案 4.リスクマネジメントと危機管理、内部体制 5.関連する情報の共有（記録管理）、管理規定やマニュアルの整備 6.リスクとなる個人情報漏洩とその保護・管理 7.リスクマネジメントの企業実務の PDCA（1）評価基準作成～モニタリング 8.リスクマネジメントの企業実務の PDCA（2）監査～是正・改善 9.企業を取り巻くリスク（1）品質管理のミス、顧客対応の不備 10.企業を取り巻くリスク（2）財務報告の虚偽、人材管理・役職員の不正 11.事業継続計画（BCP）の策定 12.事業継続計画（BCP）の初動対応と事業継続 13.ワンランク上のリスクマネジメント（グループ企業、海外拠点など）							
留意事項							
実務経験のある 教員による授業科目	実務経験の内容			科目との関連性			

展開ゼミ・通期（ASEM3F01）

担当教員	木戸田力・清水恭彦・宇都宮博・野村京子・緒方智	アクティブラーニング					
科目区分		必修・選択区分	単位数	配当年次	開講期	授業形式	授業回数
展開科目	演習系	必修	4	3	前	演習	26
講義概要	本科目は、卒業研究に向けての準備を主目的とした科目である。フードビジネス業界に関連する多様な専門分野について、オムニバス形式で教員が各自の専門性を活かした講話を行い、最新の動向や課題について問題提起をする。受講生は提示されたテーマを通じて、業界や地域社会を取り巻く市場環境や技術変化についての理解を深め、自らの研究関心を見つけ出す。また、後半では研究計画書作成の基本を学び、最終的には自らの関心に沿ったテーマで研究室に所属し、ピアレビューを通じて研究計画を洗練させる。このようにして、フードビジネス業界の動向と地域社会の実情を踏まえた上で、自律的に研究課題を設定・解決できる能力を育成する。						
到達目標	・フードビジネス業界や地域社会の現状を把握し、その課題を自ら発見できる（DP4） ・多角的な視点から企業や地域社会の問題を分析し、柔軟な発想で解決策を提案できる（DP5） ・研究計画書を適切に作成し、研究テーマを明確に設定できる（DP5）						
成績評価方法	主体的な授業へ取り組み 50% 卒業研究計画書 50%						
テキスト							
授 業 計 画							
1.オリエンテーション（授業の進め方と研究の意義） 2.フードビジネスの最新トレンドと課題 3.地域社会とフードビジネスの相互関係 4.外食産業の現状と未来の戦略 5.食品流通の新たな動向 6.マーケティング戦略と消費者行動の変化 7.経営学の視点からみたフードビジネス 8.組織論と企業マネジメント 9.食品業界における戦略論 10.グローバル経営とフードビジネス 11.地域資源活用と地域活性化 12.地域学からみた食文化の再評価 13.食品学の視点から安全性と品質管理を考える 14.調理学とフードイノベーション 15.フードビジネスと会計の役割 16.研究計画書作成の基礎：テーマ設定と研究の意義 17.研究計画書作成：文献調査と先行研究の整理 18.研究方法の選定と研究計画の構築 19.研究計画書作成：具体的な調査・実験計画 20.研究計画書の完成とプレゼンテーション準備 21.研究室配属とテーマ設定 22.研究テーマのブラッシュアップ（ピアレビュー） 23.研究テーマに基づく調査方法の検討 24.研究計画の中間発表とクリティカルレビュー 25.フィードバックを踏まえた研究計画の改善 26.最終研究計画の発表とディスカッション（全学発表会）							