

BBT経営塾第45期 カリキュラム予定 (2024年4月1日開講)

	現代の経営戦略 映像教材+Webディスカッション		新しい能力を身につける 書籍または映像教材+Webディスカッション		Real Time Online Case Study Webディスカッション+映像教材	大前研一ライブ 映像教材	経営者講義 映像教材+Webディスカッション	
	テーマ(予定)	内容	テーマと内容	テーマ(予定)				
1ヶ月目	AIの最新潮流2024 "ChatGPTの衝撃"	膨大なデータ学習で賢くなった「基礎モデル」と呼ばれるAIが米国などで続々と誕生し、世界に衝撃を与えている。米国のOpenAI社が開発した、チャットボット「ChatGPT」は2カ月で利用者が1億人を突破するなど、史上最速で広がっている。また、米国パランティア・テクノロジー社が開発したAIプラットフォーム「Gossam」は、戦場を密偵に分析することでウクライナ軍の進軍に大きく寄与している。	情報収集力 経営者としての意思決定をするためには、的確な情報収集が必要です。情報収集の手段としてのGoogleの活用など具体的な手法を学びます。				京セラ株式会社 名誉会長 稲盛 和夫	
2ヶ月目	経営とUX ~デジタルトランスフォーメーションの中核はUX	お客さまがデジタル空間で情報を収集し、購買を行い、サービスを受取る機会は日々増加しています。そして、アマゾンやグーグルのように、この変化を捉えた新興企業が誕生し、日本においても影響力を高めてきています。これからは、好む好まざるに関係なく、デジタルへ適応できない企業は退場を余儀なくされるでしょう。デジタルが当たり前になったポスト工業化時代において、経営者は社会変化をどう捉え、どう対応していくべきかを事例を交えてながら解説します。	質問する力 本質的な問題発見にあたって、経営者として、どのように問題を捉えていくのか、その鍵となる「質問する力」を身につけます。				松下 幸之助 ※書籍を利用	
3ヶ月目	ソロ社会時代の新たな生活者像	コロナ禍を機に、生活者の消費行動・価値観が変化している。これまでの「価格・品質」から、「健康・安全」、「サステナビリティ」、「簡易性・利便性」、「信頼・評判」などの価値観が重視されるようになり、これらの変化を捉えた企業とそうでない企業で業績の明暗が分かれている。ハンデミックによって変化する生活者の消費価値観を企業はいかに捉えればよいか、検証致します。	ロジカルシンキング／考える技術 意思決定にあたって、経営者としてどのように問題点を捉え、どのようなアプローチで解決策を考え、決定を下していくのか、事実をベースに論理的かつ創造的に問題を解決していくアプローチを身につけます。				未来学者 アルビン・トラー	
4ヶ月目	世界、日本の政治、経済状況分析と今後の経済見通し	1年間の国内外の政治・経済動向を整理し、新しい年に向けての日本企業の経営課題を総括・検討します。	議論する力 グローバル化が進む中、世界の共通言語であるロジックを前提とした「議論する力」を身につけます。そのうえでより高次元問題解決につながる議論のスキルについても学びます。				ユニ・チャーム株式会社 ファウンダー 高原 慶一郎	
5ヶ月目	生産性を高める経営 ~企業はいかに「稼ぐ力」を高めていけばよいか~	いま、少子高齢化、労働力不足、ライフスタイルが多様化するなかで働き方のあるべき姿について議論が盛んであるが、それらの多くは論点がずれている。本来あるべき働き方とは何か、また企業はいかに生産性を高めていけばよいか、国内外の事例から検証致します。	構想力 2045年頃に到来するとされるシンギュラリティを前に、いまやAIやロボットが本格的に社会・産業・生活に普及し始めている。定型業務がコンピューターやロボットによってどんどん自動化されていく中で、いかにプラスアルファの付加価値を提供できるかが、ビジネスパーソンにとって生き残りの鍵になるが、そのために必須となる能力が「構想力(KOUSOU)」である。「構想力」とは何か、どのように身につければよいか検証いたします。				ソフトバンク株式会社 代表取締役社長 孫 正義	
6ヶ月目	社内起業家を生み出す経営 ~いま一番必要なイントラプレナーを生み出す仕組みとは~	経営環境が劇的に変化するなか、企業内において新規事業を構想・創造する人材「イントラプレナー」に注目が集まっていますが、実際には思うようにイノベーションが進まない、新規事業を創出できる人材が少ない、という課題に多くの企業が直面しています。企業が生き残りや成長を遂げるには、毎年1割増しの競争に勝ち抜き、次の成長を達成するためにイノベーションや新規事業の創出は必要不可欠ですが、企業はどのようにイントラプレナーを生み出していけばよいか検証致します。	0から1の発想術 現在の社会は、個人個人の創る富や生み出したアイデアが、世界経済に極めて大きな影響を与え、「一個人のイノベーションによって変化する世界」であるといえます。その中で、ビジネスマンが生き抜くために必要な最大のスキルである、「0から1を創造する力」、「無から有を生み出すイノベーション力」を身につけるための「15の発想術」について学びます。				ケニア・ナツツ・カンパニー 創業者 佐藤 芳之	
7ヶ月目	自社の強みを徹底的に尖らせる経営戦略	コロナ禍による停滞から世界経済が緩やかに回復に向かう中、自社の事業領域を明確に定義し、徹底的に強みを尖らせ(スパイク)、ひとつの分野で競争力を高める企業に注目が集まっている。一方で事業分野が多岐にわたる企業には尖った強みが見当たらず、また事業間での対立が起こる「バツケージ型」に陥っている。経営者は自社の強みをいかに戦略的に尖らせるべきか、検証致します。	低欲望社会「大志なき時代」の「新・国富論 将来への不安感が蔓延し、若者の欲望が減衰している今の日本では、政府の経済刺激策は効果が期待できません。凍てついた消費者の心理を溶かし、「縮み志向」の経済を転換させるビジネスチャンスはどこにあるのかを検討します。				株式会社オプティム 代表取締役社長 菅谷 俊二	
8ヶ月目	脱炭素社会におけるエネルギー新潮流	いま、世界はエネルギーの一大変革期に突入しています。石油をはじめとした化石エネルギー中心の需給構造から、低炭素、分散、デジタル化へ「パラダイムシフト」が加速しています。日本は、こうしたエネルギーの新潮流に対していかに取り組むべきか、企業にはどのようなビジネスチャンスがあるのか、国内外の事例を交えて検証致します。	ハイコンセプト (ダニエル・H・ビュック著) トラーは第三の波を情報化社会と呼んだ。では第四の波は何か。それは「コンセプトチャル社会」である。新しいコンセプトをいかにつくり出して世の中に提示できるか、ビジネスリーダーに求められるクリエイティビティを学びます。				株式会社サイバーエージェント 代表取締役社長 藤田 晋	
9ヶ月目	新興国のデジタルシフト最前線	近年、デジタル化の進展によって規制や既得権益者が少ない新興国から、ITを武器に世界で通用するサービスを開発・提供するユニコーン企業が数多く誕生しています。スマホやテクノロジーの普及により国のインフラや経済規模はユニコーン企業を輩出する絶対条件ではもはやなくなりました。いま新興国で何が起きているのか、日本はこの新しい潮流から何を学び活かせばよいか、検証致します。	クオリティ国家という戦略 中国などの工業国・巨大経済を持つ「ボリューム国家」の台頭により、「加工貿易立国ニッポン」は出口の見えない隘路に入り込んでいます。日本が今後、21世紀を勝ち抜くために必要な「クオリティ国家」の概念について学びます。				ナイキ 創業者 フィル・ナイト	
10ヶ月目	モビリティ革命 ~日本企業が大变革期を勝ち抜く条件とは~	自動車業界は今、「100年に一度」の大変革期に突入している。環境規制、デジタル技術の普及、利用形態の変化等により自動車をはじめ、移動手段のすべてに変革の波が押し寄せている。既存の乗務構造や自動車会社のあり方が根本的に変わりゆくなる中で、日本の製造業を支えてきた自動車産業はどうあるべきか、異業種にはどのようなビジネスチャンスがあるのか、検証致します。	新・資本論~見えない大陸へ進む~ 「Invisible Continent(見えない大陸)」とは、現在大变革が繰り広げられている新たなビジネスの舞台である。その新大陸で成功を収めるための戦略とヒントを学びます。				株式会社ファーストリテイリング 代表取締役会長兼社長 柳井 正 ※書籍を利用	
11ヶ月目	シニアエコノミー ~大前流 シニアビジネスの発想法~	いま、世界の先進国において「高齢社会化」が加速するなか、日本は3人に1人が高齢者という「超高齢社会」に到達している。加速する高齢社会化は深刻な社会問題であると同時に、人口が減少する国内市場に残された数少ないフロンティアでもある。拡大するシニア市場のビジネスチャンスをいかに取り込むか、国内外の事例を交えながら検証いたします。	「リーダーの条件」が変わった 大震災、原発事故、戦後日本が初めて経験する、先が見えない時代。このような環境で求められているリーダーシップとは何かを学びます。				エムスリー株式会社 代表取締役社長 谷村 裕	
12ヶ月目	デジタルで変容するヘルスケアと日本の課題	コロナ禍や人生100年時代など社会構造の変化を契機として、医療やヘルスケアの分野においても、デジタル技術を活用した新しい企業やサービスが数多く登場しています。日本の医療体制の遅れが指摘されるいま、医療・ヘルスケア分野をどのようにデジタル化していくべきか、企業にはどのようなビジネスチャンスがあるのか、国内外の事例を交えながら検証致します。	50代からの選択 充実した人生を送るためには30代、40代から第2の人生をどう生きるか準備を進めるべきです。そして50代は行動に移す旬。今までの自分の生き方を、すべてリセットして、どのように新たな生き方の準備をするのかを考えます。				オイシックス・ラ・大地株式会社 代表取締役社長 高島 宏平	

※テーマは変更になる可能性があります。