

科目名	健康サービス論/医療経済学【面接】				
担当教員名	西根 英一				
学部等	サービス創造学部	開講学期	2021年度春学期		
ナンバリング	SI-SER2013	学年	2年	単位	2単位
講義名	ヘルスケア（医療、健康、美容領域）サービス創造論				
先修科目	マーケティング入門を受講していることが望ましい（ただし、条件ではない）。				

この授業を通じて身につける<CUC 6つの能力要素>		(主として身につけるもの「◎」を1つ、身につけるもの「○」を2つ以内)			
専門的な知識・技能	◎	普遍的な知識・技能		相互理解・コミュニケーション力	
チャレンジ精神・実践力	○	主体性・責任感		社会規範意識・誠実さ	○
CUC6つの能力要素詳細	<a href="https://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/ability/index.html">https://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/ability/index.html</a>				

**科目概要**

ヘルスケア（医療、健康、美容領域）ビジネスは、産業界において最も伸長する業種として期待され、多くの企業が事業化を推進し、全国の自治体が産業振興を目指している。また、学際領域としても大いなる注目を集めている。

ヘルスケアは、その課題解決において社会的価値と経営的商機が“共創互恵”を生むC S V（Creating Shared Value）という考え方と特に親和性が高く、これからますます企業経営、自治体経営の要めとして注目度を増すであろう。

本講義は、このヘルスケアビジネスを習得するためのものである。

**科目の到達目標**

ヘルスケア（医療、健康、美容領域）とそのビジネスの理論を学び、ケースを検証し、サービスを創造する。

**授業の特徴（指定科目のみ掲載）**

ヘルスケア（医療、健康、美容領域）のサービス等のビジネスを創造するためのレクチャーと課題レポートを実施する。遠隔授業の場合、「B方式」を採用し、「教科書＋音声ファイル＋課題」をセットにして、毎回オンラインの講義を行う。

**履修上の注意**

・指定の教科書『ヘルスケアビジネスの図本～ヘルスケアビジネスの要件を満たすための50の開発目標』（2,000円＋消費税）を用い、講義を行う。  
※大学生協（047-372-0189, cuc-coop@univ.coop）に問い合わせ、事前に、教科書を必ず入手すること。

実務経験を活かす授業	○	実務経験内容等	健康関連会社での実務経験を活かし、ヘルスケアとそのビジネスの理論を学び、ケースを検証。グループワークでの企画提案をゲスト招聘したヘルスケア関連会社に行うなど、実践的講義を展開。		
------------	---	---------	--	--	--

**ICTを活用する授業**

資料や課題を配信するためにWebシステムを活用する	○	教員と学生の連絡でCUC PORTAL等を活用する	○	その他	遠隔授業の場合、「B方式」を採用し、「教科書＋音声ファイル＋課題」をセットにして、毎回オンラインの講義を行う。
---------------------------	---	---------------------------	---	-----	---

**データを活用する授業**

データ分析を行う		外部機関（企業等）のデータ活用する		その他	
----------	--	-------------------	--	-----	--

**アクティブ・ラーニングの要素**

グループワーク		プレゼンテーション		実習、実技、フィールドワーク	
PBL（課題解決型学習）	○	双方向型学修（クリッカー等）		ディスカッション・ディベート	
反転授業		その他			

**授業計画**

授業回	各回の概要	各回の事前事後学修	事前事後学修時間
第1回	・オリエンテーション 30分 ・レクチャー 15分×3項目（＋各項目の後に質問応答タイムを設ける。5分×3項目） #01 事業のスタートは、めじるし・やじるし・ものさし #02 すべての政策はバックキャストिंग発想 #03 健康とは、健やかで幸せ（＝健幸）なこと ・課題出し（説明含む）とレポート提出方法 15分	指定教科書に沿った事前学修と事後学修 課題に対するレポート作成と提出	4時間
第2回	・レポートの全体講評と優秀レポートの発表 15分 ・レクチャー 15分×4項目（＋各項目の後に質問応答タイムを設ける。5分×4項目）	指定教科書に沿った事前学修と事後学修 課題に対するレポート作成と提出	4時間

	<ul style="list-style-type: none"> <li># 04 まずは三原則から「健康」を捉えるアプローチ</li> <li># 05 つぎに「健康」を「健幸」と捉えるアプローチ</li> <li># 06 未病というグレーゾーンを整地して開発する</li> <li># 07 未病を定義づけて未病者を見つける</li> </ul> <p>・課題出し（説明含む） 10分</p>		
第3回	<ul style="list-style-type: none"> <li>・レポートの全体講評と優秀レポートの発表 15分</li> <li>・レクチャー 15分×4項目（+各項目の後に質問応答タイムを設ける。5分×4項目）</li> <li># 08 未病者ニーズから発想するヘルスケアビジネス</li> <li># 09 ヘルスプロモーションとヘルスケアビジネスの兼業人材に期待</li> <li># 10 政策融合がますます加速していくヘルスケア</li> <li># 11 ヘルスケアの領域を分ける予防焦点のHealthと促進焦点のWellness</li> </ul> <p>・課題出し（説明含む） 10分</p>	指定教科書に沿った事前学修と事後学修課題に対するレポート作成と提出	4時間
第4回	<ul style="list-style-type: none"> <li>・レポートの全体講評と優秀レポートの発表 15分</li> <li>・レクチャー 15分×4項目（+各項目の後に質問応答タイムを設ける。5分×4項目）</li> <li># 12 ヘルスケアの商材は商品かサービスか施設か</li> <li># 13 ヘルスケアビジネスは、横4列×縦3列=計12マスの展開が可能</li> <li># 14 異分野と共創するヘルスケアビジネスをつくり上げる</li> <li># 15 社会が善循環するヘルスケアビジネスをつくり上げる</li> </ul> <p>・課題出し（説明含む） 10分</p>	指定教科書に沿った事前学修と事後学修課題に対するレポート作成と提出	4時間
第5回	<ul style="list-style-type: none"> <li>・レポートの全体講評と優秀レポートの発表 15分</li> <li>・レクチャー 15分×4項目（+各項目の後に質問応答タイムを設ける。5分×4項目）</li> <li># 16 刺激によって強くなる動機</li> <li># 17 アイデア発想に大切なのは“お遊び”気分</li> <li># 18 事業のビジネスアイデアは、シーズ×顕在的ニーズ×潜在的ニーズ</li> <li># 19 事業のビジネスアイデアをホンネから探り当てる</li> </ul> <p>・課題出し（説明含む） 10分</p>	指定教科書に沿った事前学修と事後学修課題に対するレポート作成と提出	4時間
第6回	<ul style="list-style-type: none"> <li>・レポートの全体講評と優秀レポートの発表 15分</li> <li>・レクチャー 15分×4項目（+各項目の後に質問応答タイムを設ける。5分×4項目）</li> <li># 20 事業の構想立案は、できること×したいこと×すべきこと</li> <li># 21 事業の構想計画は、新規性×成長性×社会性</li> <li># 22 事業の社会性は、CRM、CSR、CSVのいずれか</li> <li># 23 事業のビジネスローンは、3軸の掛け合わせの繰り返し</li> </ul> <p>・課題出し（説明含む） 10分</p>	指定教科書に沿った事前学修と事後学修課題に対するレポート作成と提出	4時間
第7回	<ul style="list-style-type: none"> <li>・レポートの全体講評と優秀レポートの発表 15分</li> <li>・レクチャー 15分×4項目（+各項目の後に質問応答タイムを設ける。5分×4項目）</li> <li># 24 あなたの正しいものを、あの人のいいものへ</li> <li># 25 SWOTしたいなら先立つことをはじめに</li> <li># 26 PESTは毎日の情報収集の積み重ねから</li> <li># 27 3Cは高い洞察力とともに強い行動力で</li> </ul> <p>・課題出し（説明含む） 10分</p>	指定教科書に沿った事前学修と事後学修課題に対するレポート作成と提出	4時間
第8回	<ul style="list-style-type: none"> <li>・レポートの全体講評と優秀レポートの発表 15分</li> <li>・レクチャー 15分×4項目（+各項目の後に質問応答タイムを設ける。5分×4項目）</li> <li># 28 「どんな人にどんなことすると行動するのか」の#を探る</li> <li># 29 「どちらがどこでどれくらい優れているのか」のエリアを探る</li> <li># 30 「こうすれば勝てる、こうなれば勝てる」の戦略を練る</li> <li># 31 マーケティング戦略とコミュニケーション設計は一貫貫で</li> </ul> <p>・課題出し（説明含む） 10分</p>	指定教科書に沿った事前学修と事後学修課題に対するレポート作成と提出	4時間
第9回	<ul style="list-style-type: none"> <li>・レポートの全体講評と優秀レポートの発表 15分</li> <li>・レクチャー 15分×4項目（+各項目の後に質問応答タイムを設ける。5分×4項目）</li> <li># 32 ブランディングの前に必ずブランド分析しよう</li> <li># 33 機能的価値に、センスのいい情緒的価値を着せてあげよう</li> <li># 34 情緒的価値に、ココチのいい社会的価値を合わせよう</li> <li># 35 イシューイングの前に必ずイシュー分析しよう</li> </ul> <p>・課題出し（説明含む） 10分</p>	指定教科書に沿った事前学修と事後学修課題に対するレポート作成と提出	4時間
第10回	<ul style="list-style-type: none"> <li>・レポートの全体講評と優秀レポートの発表 15分</li> <li>・レクチャー 15分×4項目（+各項目の後に質問応答タイムを設ける。5分×4項目）</li> <li># 36 世の中に、わかりやすくて+とっつきやすい空気を送り込もう</li> <li># 37 世の中の16%に、正しい理解のある+熱のある空気をつくり込もう</li> <li># 38 マーケティングの前に必ずマーケット分析しよう</li> </ul>	指定教科書に沿った事前学修と事後学修課題に対するレポート作成と提出	4時間

	# 3 9 販路の開発とともに市場を創造していこう ・課題出し(説明含む) 10分		
第11回	・レポートの全体講評と優秀レポートの発表 15分 ・レクチャー 15分×4項目(+各項目の後に質問応答タイムを設ける。5分×4項目) # 4 0 ターゲティングの前に必ずターゲット分析しよう # 4 1 個別最適化して語り掛けると、必ずオチます # 4 2 行動変容モデルをマーケティングモデルにしてみよう # 4 3 行動変容ステージを樹系図にして、行動をターゲティングしよう ・課題出し(説明含む) 10分	指定教科書に沿った事前学修と事後学修 課題に対するレポート作成と提出	4時間
第12回	・レポートの全体講評と優秀レポートの発表 15分 ・レクチャー 15分×4項目(+各項目の後に質問応答タイムを設ける。5分×4項目) # 4 4 プロモーションのルールをつくり上げ、壁に貼っておこう # 4 5 ヘルスケアビジネスに求められる情報を振り分けよう # 4 6 広告コピーはマーケティング理論を言葉に置き換えたもの # 4 7 履歴書出していきなり付き合ってください! はナシよ ・課題出し(説明含む) 10分	指定教科書に沿った事前学修と事後学修 課題に対するレポート作成と提出	4時間
第13回	・レポートの全体講評と優秀レポートの発表 15分 ・レクチャー 15分×3項目(+各項目の後に質問応答タイムを設ける。5分×3項目) # 4 8 気持ちよく目標行動に導くための意思決定支援 # 4 9 すべてのヘルスケアビジネスにパブリック活動とアカデミック活動を # 5 0 最後に、設計図をビジネスモデルに置き換えよう ・クロージング 30分	指定教科書に沿った事前学修と事後学修 課題に対するレポート作成と提出	4時間

成績評価の方法	・授業への貢献度 [参加点 (50%) ] ・課題レポート評価 [課題点 (50%) ]
課題(試験やレポート等)に対するフィードバックの方法	・課題レポートは、次週に全体を講評してフィードバックし、優秀なレポートを発表する。
テキスト・教科書	『ヘルスケアビジネスの図本〜ヘルスケアビジネスの要件を満たすための50の開発目標』(西根英一 著、ヘルスケア・ビジネスナレッジ 発行、2,000円+消費税) ※大学生協 (047-372-0189, cuc-coop@univ.coop) に問い合わせ、事前に、教科書を必ず入手すること。
参考文献	参考文献) ・石井裕明, 2009. 「消費者行動研究における制御焦点理論研究の展開」『早稲田大学大学院商学研究科紀要』(68) ・西根英一, 2009. 「糖尿病のリテラシー-糖尿病に関する知識をもち、さらに活用できる能力を獲得することの将来的意義」『糖尿病学の進歩』日本糖尿病学会, (43): 228-235頁 ・西根英一, 2010. 「医師と患者を隔てる2つのカベ」『病院』医学書院, (69): 159頁 ・西根英一, 2010. 「エビデンスを実践につなぐには? -ヘルスリテラシーの形成的アプローチ」『臨床スポーツ医学』文光堂, (27): 1251-1256頁 ・西根英一, 2012. 「ヘルスケアビジネスのリテラシー対応型広告モデル-エビデンス・プラクティス・ギャップの解明と対策」『日経広告研究所報』日経広告研究所, (264): 25-31頁 ・西根英一, 2013. 「ヘルスケアビジネスを成功に導く《モノコトハコヒト》の設計図-健康・医療・美容を取り巻く広告モデルの設計と展開」『日経広告研究所報』日経広告研究所, (270): 10-16頁 ・西根英一, 2015. 『生活者ニーズから発想する健康・美容ビジネス「マーケティングの基本」』宣伝会議 ・西根英一, 2016. 「ヘルスケアプロモーション-すべての企業・自治体が、ヘルスケアビジネスする時代」『JAAA REPORTS』日本広告業協会, (719): 2-9頁 ・西根英一, 2017. 「中小企業におけるヘルスケアビジネス参入のヒント」『調査月報』日本政策金融公庫, (107): 36-41頁 ・西根英一, 2017. 「未病対策としての、未病の普及啓発と未病者への介入支援」『未病と抗老化』老人病研究所, (26): 37-40頁 ・西根英一, 2017. 「栃木県版『ヘルスケア×ツーリズム』の選択肢」『あしぎん経済月報』あしぎん総合研究所, (103): 8-13頁 ・西根英一 他(共著), 2018. 担当章「スポーツヘルスケア」『スポーツビジネス概論3』叢文社 ・西根英一, 2018. 「『ヘルスケア×IoT』サービスの開発に向けた要件定義」『あしぎん経済月報』あしぎん総合研究所, (114): 8-13頁 ・西根英一 他(共著), 2019. 担当章「健康づくり」『フィットネスクラブマネジメント公式テキスト、アドバンス《上級》、インターメディアイト《中級》、ベーシック《基礎》』一般社団法人日本フィットネス産業協会 ・西根英一, 2020. 『ヘルスケアビジネスの図本〜ヘルスケアビジネスの要件を満たすための50の開発目標』ヘルスケア・ビジネスナレッジ