

# ビジネスゲームを活用した協働型体験学習

青山学院ビジネスゲーム (ABG)

青山学院大学 国際マネジメント研究科  
岩井千明 [iwai@gsim.aoyama.ac.jp](mailto:iwai@gsim.aoyama.ac.jp)

1

## 経営学教育における学士力 (2012年度 私立大学情報教育協会 提言)

現実の問題に対して  
解決策を提案・実践し  
よととする姿勢を持つ  
経営理論に基づき現実の組  
織行動を論理・実証的に捉  
える

組織全体的な仕組みを経営資源と関連付  
けて理解する

ビジネスゲーム  
による基礎教育

組織の社会的責任の重要性を認識する

2

## ABG開発の目的1

### 経営学基礎教育とアクションラーニング

- ① 基礎的な経営学の知識をチェックする
- ② 会社経営を擬似的に体験する
- ③ Plan, Do, Check (PDCサイクル)の実践

### 「教材としての経験の組織化」

(1. デューイ 『経験と教育』1938)

3

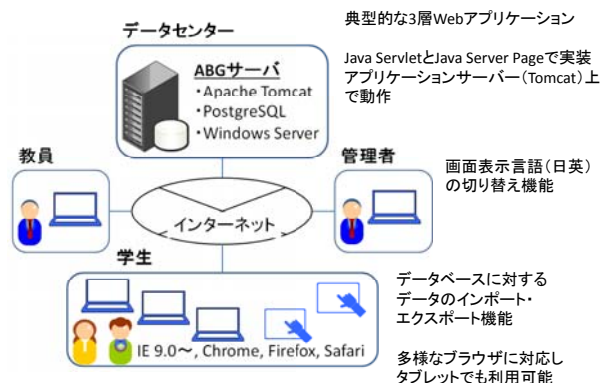
## ABG開発の目的2

### MBAレベルの学生の課題にも対応

- ① 日本語・英語二か国語に対応し、ビジネスパーソン、留学生や学部生教育など異なる利用者を想定
  - 英語・日本語二ヶ国語に対応 (更に、中国語などにも拡張可能)
  - 現在の有価証券報告書など会計基準に準拠
- ② システム障害に強く過去ゲームの再利用など多様な用途に対応できる堅牢なシステムの構築
  - ネット障害対応や過去履歴の利用により講師の負担を軽減
- ③ 経営履歴データを事前に提供する実務に即したゲームシナリオの実現
  - 現実的なゲームシナリオにより、統計・マーケティング・オペレーションなど複数の経営科目に対応できる

4

## ABGシステムの構成



5

## 実践事例1: 2014年4月 青山ビジネススクール 新入生オリエンテーションキャンプ

- MBA新入生 94名 で実施
- 学生たちはその日初めての共同作業 (約3時間)
- ビジネスマン・留学生・男性女性など混合で4名でチームを編成
- ゲームの目的
  1. 新入生同士の交流を図る (アイスブレイク)
  2. 大学院入学にあたり「自分の強み」と「自分の弱み」を認識する

6

## ゲーム概要

- メーカー25社で1つの商品を製造、販売
- 商品 デジタルカメラ(ミラーレス一眼の価格帯のもの)
- 四半期単位で以下の意思決定を行う
  1. 価格
  2. 生産量(国内生産)
  3. 広告宣伝費
  4. 研究開発費
  5. 設備投資額
  6. 借入額(今回は短期借入のみ)
- 複数の期を経営し終了時に累積純利益の最大化を目標とする

7



8

## 今回オリエンテーションキャンプでの教育目的は

- **ストラテジーと組織**
    - ミッション、競争戦略、役割分担、チームマネジメント
  - **ファイナンスとアカウンティング**
    - 財務諸表(P/L, BS, CF)、資金調達の意思決定
  - **マーケティング**
    - 需要予測、ポジショニング、製品・価格・広告費の意思決定
  - **オペレーション**
    - 工場規模、稼働率、設備投資の意思決定
- ビジネススクールで学ぶ科目の基本を同時に経験するもの

9

## 実践事例2:2014年8月 モスクワ大学 MBA対象ビジネスゲーム

- 社会人MBA 17名 で実施
- 学生たちは初めてのビジネスゲーム (約3時間)
  - 社会人学生のため製造業モデルはスムーズに導入
  - ゲーム概要は実践事例と同じルール
  - 3-4名でチームを編成
- **ゲームの目的**
  1. カメラメーカー経営の実践
  2. 日本カメラメーカーの現状を効率よく伝える

## 青山学院ビジネスゲーム(ABG) まとめ

- 最近の経営学に関連する教育で”Learn by Doing” “Action Learning” の実現
- 実際のビジネスを想定し多角的に経営学の基礎を学ぶ手法の提供
  - ビジネススクールの授業・課外授業で有効性の確認
  - 本学国際マネジメント研究科「ビジネスゲーム基礎」、「統計分析II」
- インターネットで手軽に学内外で実施が可能
  - 今後は他大学(海外含む)や学部での実践事例を継続
  - ロシア モスクワ大学MBAスクール
  - ヴェトナム ハノイ工科大学MBAスクールなどを予定

12

