



分け隔てなく、誰もが  
経営学に触れられる社会を創る。

すなわち、  
経営学を社会基盤として  
インストールする。

ビジネス教育を、格差を広げる装置にしない。  
やさしいビジネススクール建学への思い



やさしいビジネススクール

開かれた完全オンラインの経営スクール

## ・ 中川功一 Nakagawa Koichi

やさしいビジネススクール学長／株式会社やさしいビジネスラボ 代表取締役  
経営学者／YouTuber。経済学博士（東京大学）。

専門は、経営戦略論・イノベーション・マネジメント、国際経営。

大阪大学准教授を経て独立。「**アカデミーの力を社会に**」をライフワークと位置づけ、**学術知の普及による日本のビジネス力・社会課題解決能力の底上げ**を目指す。

やさしいビジネススクール運営を中心に、YouTube・研修・講演・コンサル・著作等で経営知識の普及に尽力している。主な著書に『感染症時代の経営学』『ど素人でもわかる経営学の本』『戦略硬直化のスパイラル』など。



研究者としても精力的な活動を継続しており、日本企業のコロナの今を概観する大規模調査「組織調査2020」発起人を務めたほか、国内外の主要雑誌に論文発表中。最新論稿は「不易流行の経営学」（日本経営学会誌）  
「What social issues do people invest in? An examination based on the empathy-altruism hypothesis of prosocial crowdfunding platforms」（Technovation）。



国内初の  
経営学者YouTuber！  
チャンネル登録3.6万人

### 学歴・職歴

2008年 東京大学大学院経済学研究科博士課程修了  
(2009年経済学博士, 東京大学)

2008年-2011年 駒澤大学経営学部講師

2012年-2013年 大阪大学大学院経済学研究科 講師

2013年-2021年 大阪大学大学院経済学研究科 准教授

2022年 現職

# 事業の理念と概要

# Mission : アカデミーの力を、社会に。

この世界は、経営学で、もっと良くできる。

開かれたオンライン経営スクール、  
やさしいビジネススクール開学。



～しかし今、人々の「経営の悩み」にこたえるべき地位は、全く異なる人たちが担っている。誠実なプレーヤーもいれば、かなり怪しげな扇動者も多い。いずれにしても共通するのは、少なくともその人は経営学者ではないということだ。本来、人々が知に生きることを可能ならしめるためにこそ大学があり、人々と知とを繋ぐ役割を果たすべき学問の徒たる我々が、そこにいなければならなかったはずである。知識は蔵書の中にあるのではない。人類ひとりひとりの思考のなかにある。その人類の知に対してコミットすることが、学者の役割のはずである。

中川功一（2021）「我々はどこから来たのか 我々は何者か 我々はどこに行くのか」『組織科学』54(4).



## やさしいビジネススクール

実務に生きる経営理論を、  
大学教員から、完全オンラインで学べる。  
毎月定額で、ライブ講義も、オンデマンド講義も。



### 大学教員から学ぶ。

オンラインでも、学びは本格派であるべき。やさびは、全国の大学教員による最高峰の学びをお届けします。

### 1科目、みっちり2か月間学ぶ。

8本のオンデマンド講義と、4回のライブ講義で、負担は小さく、しかしアクティブに。

### 学長・中川の実践ビジネス講座

学びを実践につなげるためのインタラクティブな実践志向講座を学長・中川と一緒に。

### 素敵な仲間が集うコミュニティ。

オンラインキャンパス上では、自由にメッセージをやりとりする「やさびコミュニティ」や、自主勉強会、プロジェクト活動が行われています！

# 国内最高水準の教師陣

東大・神戸大・九大・早大・  
上智大・青学大などの  
人気教員が集結しています！

※新科目も、続々登場！

4月~5月

エフェクチュエーション  
吉田満梨  
神戸大学



Management  
of Technology  
高田仁  
九州大学



はじめての経営学  
中川功一  
やさび学長



6月~7月

人材育成論  
池田めぐみ  
東京大学



アントレプレナー  
シップ  
忽那憲治  
神戸大学



行動経済学  
中川功一  
やさび学長



8月~9月

ビジネスパーソン  
のための統計学実践  
清水剛  
東京大学



交渉学  
穴戸拓人  
武蔵野大学



財務会計  
中川功一  
やさび学長



10月~11月

医療経営論  
医療分野の第一人  
者が毎週登場！

ビジネスモデル  
井上達彦  
早稲田大学



経営戦略論  
中川功一  
やさび学長



12月~1月

人事研究最前線  
(予定)  
石山恒貴  
法政大学



オペレーションズ  
マネジメント  
細田高道  
(青学大)



管理会計  
中川功一  
やさび学長



2月~3月

コーポレート  
ガバナンス  
崔真淑  
(GNC)



ビジネスパーソン  
の  
ミクロ経済学  
加藤真也  
(山口大)



マーケティング  
中川功一  
やさび学長



# 選べる2コース。無料コースが新設されました！

## プレミアム会員

2か月（8週間） 毎期、2科目。 毎週1本のライブ講義。8本のオンデマンド動画  
「行動経済学」「財務会計」などプレミアム会員限定科目も毎期開講！

全講義動画見放題。過去のライブ講義アーカイブも見放題

有料会員限定！交流ができる「やさビコミュニティ」と、自主勉強サークル活動

Price:3,850円／月

**入会から2週間は  
お試し無料実施中！**

## 無料会員

大学教員のライブ講義が、毎週、無料で見放題！

**メールアドレスで  
会員登録だけでOK！**

※最新のやさビ情報を毎週メルマガでお届け！

# 法人のお客様へ

## プレミアム会員サービスを年間定額で皆様に

2か月（8週間） 毎期、2科目。 毎週1本のライブ講義。8本のオンデマンド動画

「行動経済学」「財務会計」などプレミアム会員限定科目も毎期開講！

全講義動画見放題。過去のライブ講義アーカイブも見放題

交流ができる「やさビコミュニティ」と、自主勉強サークル活動

**+フォローアップ体制として、個別受講者の進捗管理 & 中川をはじめとする弊スクールの講師による復習ライブ研修**

法人さまへのご提案価格 99万円（～30名、年間・税込）

- 30名以上は、1名増につき33,000円（年間・税込）
- 30名以下の会社さまにつきましても相談承ります。
- 個別の法人さまの事情に合わせてカスタマイズしたプログラムを提案します。

## 科目の流れと単位認定



## Certificate



各科目を修了すると単位認定が得られます。さらに、10科目の受講で、当スクールの認定マスターを授与いたします。

やさしいビジネススクール  
オンライン・キャンパス

中川功一 AP...

### 単位取得状況

あなたが現在取得している単位

※ 単位取得状況は月一度の更新となりますので、下記一覧への反映はリアルタイムではございません。ご了承ください。

総単位数

0

/10   /20   /30

コーポレートガバナンス	管理会計	ビジネスパーソンのための基礎統計学
オペレーションズ・マネジメント	コーポレート・ファイナンス	ラグジュアリー・ビジネス

充実のオンデマンド講義  
各科目8本、既に200本以上の動画が見放題



自主勉強会も  
週2回以上開催されています！  
※一部をウェブサイトで見ることができます！

ライブ講義やゼミのアーカイブ動画も  
100本以上視聴可能！



# 会員ページ

**ライブ講義  
入室**

→

**開講科目  
オンデマンド &  
アーカイブ**

→

開講科目のライブ講義  
と中川ゼミはこちら

中川ゼミ  
アーカイブ

取得単位

みんなの  
広場

オンデマンド  
講義上映会

中川との  
面談予約

よくある  
ご質問

やさび  
活用術

2月24日 20:00-21:00 中川ゼミ・コーポレートガバナンス応用編ケーススタディ・大学のガバナンス：どうして圧倒的権力の理事長が生まれてしまうのか 中川功一（やさび学長）



『大学のガバナンス～どうして圧倒的権力の理事長が生まれてしまうのか？』  
ケーススタディ（中川ゼミ）  
中川砲炸裂！ 神も地獄もみた男・中川が、日本の大学の闇を暴きます。崔先生のコーポレートガバナンスのクラスとのタイアップ講義です。ぜひZoom生講義で！

## ライブ講義予定

02/24 20:00~	02/28 20:00~	03/02 20:00~	3/07 20:00~	3/10 20:00~	03/16 20:00~
<p>2023年02月24日20時スタート！</p> <p>コーポレートガバナンス応用編 「科学する」</p> <p>中川功一（やさび学長）</p>	<p>2023年02月28日20時スタート！</p> <p>「科学する」</p> <p>中川功一（やさび学長）</p>	<p>2023年03月02日 20時スタート！</p> <p>ESG経営の科学 「科学する」</p> <p>中川功一（やさび学長）</p>	<p>2023年03月07日 20時スタート！</p> <p>1から始める カスタマージャーニー</p> <p>中川功一（やさび学長）</p>	<p>2023年03月10日20時スタート！</p> <p>マーケティング応用編 ダイバーシティ</p> <p>中川功一（やさび学長）</p>	<p>2023年03月16日 20時スタート！</p> <p>ESG経営の 最前線</p> <p>中川功一（やさび学長）</p>
どうして圧倒的権力の理事長が生まれてしまうのか	科学的根拠のある職りの正しい技法を学ぼう！	ESGみたいなキレイゴトで、企業活動はちゃんと機能するのか？	誰でも使えるカスタマージャーニーを学びましょう！	JINSで眼鏡を選び続けようには？	企業は、いかにしてESGを達成していくのか。

## オンデマンド講義

<p>コーポレートガバナンス 3 取締役の役割</p> <p>中川功一</p>	<p>マーケティング 8 効果的なマーケティング</p> <p>中川功一</p>	<p>コーポレートガバナンス 4 ガバナンスを回復するための新手段</p> <p>中川功一</p>	<p>マーケティング 9 顧客はどうやって分析すればよい？</p> <p>中川功一</p>	<p>コーポレートガバナンス 5 ダイバーシティはガバナンスにも有効なのか？</p> <p>中川功一</p>	<p>マーケティング 10 マーケティング戦略の立て方の基本</p> <p>中川功一</p>
取締役は「会社の偉い人」でない、本当の取締役の意味とは	効果的なマーケティングは現状理解から！マーケティングのための現状把握し。	ガバナンスを回復するための新手段：社外取締役の意義と現状を知る。	顧客はどうやって分析すればよい？手法を解説！	ダイバーシティはガバナンスにも有効なのか？	マーケティング戦略の立て方の基本、STP：セグメンテーション
<p>マーケティング 6 マーケティング戦略の立て方の基本</p> <p>中川功一</p>	<p>マーケティング 7 マーケティング戦略の立て方の基本</p> <p>中川功一</p>				
マーケティング戦略の立て方の基本、STP：ターゲティング	マーケティング戦略の立て方の基本、STP：ポジショニング				

# 講義動画の例



(参考) ハーブ市場はどのように生まれたか

株式会社 生活の木 重永忠社長  
1978年殆どの日本人が知らなかったハーブを事業化しハーブ・アロマを生活の中に根付かせる取り組みを展開



**私は誰か** 原宿・神宮前で商売を営む家の三代目  
(祖父:写真館、父:陶器製造販売)  
→ 時代における新しい形態のビジネスを展開

**何を知っているか** 小学校6年生で患い、医者に不治と診断された重い腎臓病が、中学生の時母親の知人に紹介された漢方で完治  
→ 植物には人生を豊かにする力があるのではないか

**何が  
できるか** 父親が経営していた陶器店の片隅で、輸入したハーブ・ボプリの販売を始める



【ラグジュアリー・ビジネス1】ラグジュアリーとは何か？APS講義動画サンプル・ビエール・イ

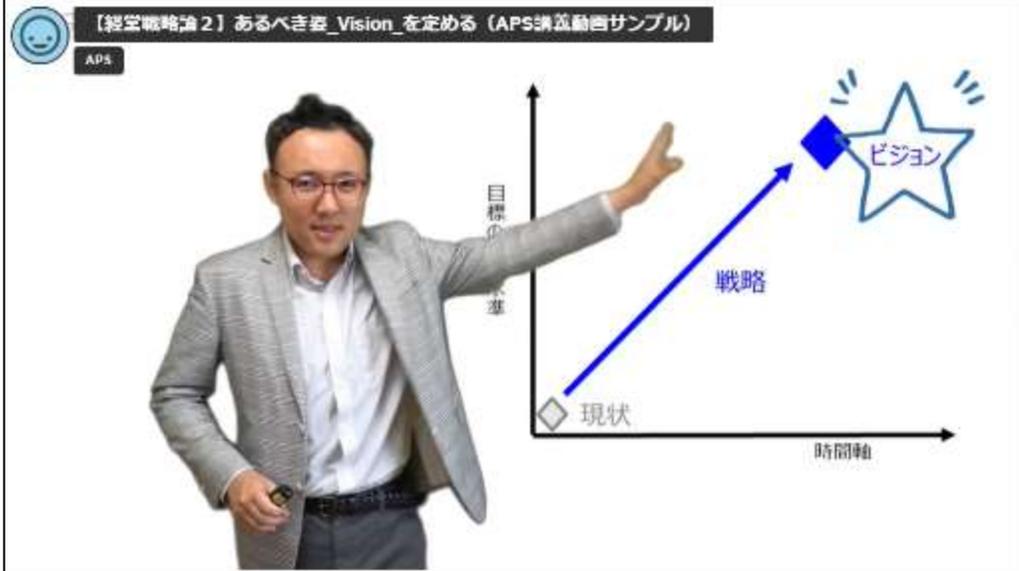


第1項 前回の復習

株主が経営者を監督することの限界

- 株主の権利
  - ◆経営参画できる議決権
  - ◆議決権による経営者の監督には、株主同士の結託が必要
- 課題
  - ◆上場企業の多く(上場目指す企業含む)は、株主が分散されている
  - ◆株主同士が結託して、経営者を解雇させるには莫大なコストが掛かる(不可能に近いことも)

コーポレートガバナンス 第3回 『取締役の役割—社外取締役が登場した背景』 崔貞淑 (GNC)



【経営戦略論2】あるべき姿\_Vision\_を定める (APS講義動画サンプル)

APS

目標の水準

時間軸

現状

戦略

ビジョン

【経営戦略論2】あるべき姿\_Vision\_を定める

# ライブ講義の様子

出前館

あるべき姿  
Uber Eats 定額シフト実装化

	内部状況	外部状況
強い要因	<p>Strength</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>資金潤沢 ソフト系系列</li> <li>LINEとの連携</li> <li>DXを進めている</li> <li>吉本との連携はまちゃん</li> <li>シェア1位</li> <li>退場券が多い</li> <li>買手と人員を抱えている</li> <li>顧客の縛りがしっかりしている</li> </ul>	<p>Opportunity</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>サービスがわかりやすい ドローン</li> <li>コロナでワークで需要増大中</li> <li>飲食店の負担を下げてくれる</li> <li>技術に水準が高い</li> <li>飲食店加盟料が高い</li> <li>大都市圏に人口集中</li> <li>外国人労働者</li> <li>清潔感を感じてもらっている</li> </ul>
弱い要因	<p>Weakness</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>バグがかっこ悪い</li> <li>社会的信用がある</li> <li>ロゴがイケてない</li> <li>名前がイケてない</li> <li>資産運用のため業種転換しにくい</li> </ul>	<p>Threat</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>地方の顧客までカバーできていない。</li> <li>競業他社が多いことが知られていない。</li> <li>クーポンまわりの顧客ばかり</li> <li>ユーザーが依然取り残れてない</li> <li>従業員メッセージ 営業さんがあまり来ない</li> <li>自衛を知られにくい</li> <li>価格競争に陥りやすい。差別化要素が少ない</li> <li>コンビニも競合でしょ？</li> <li>新規参入</li> </ul>

Zoom meeting interface showing a grid of participants and a chat window on the right. The chat contains several messages from participants like y.harada, 中井, and others, discussing the presentation content.

会社の価値観

自己の価値観

価値観の引き剥がし

y.harada: 価値観の引き剥がしをしたい理論なのかなと思いました。

開業ストーリーをご紹介します

飲料事業  
夫とクリニック経営の年間  
好きなこと 花をいけること  
感謝すること、マナータイム  
経営学は超初心者  
やってみて経営が好きなと気がついた！

やさしいビジネススクールが考える社会課題

## やさびが考える社会課題①

リカレント教育時代ながら、ビジネス教育には「**継続できる生涯学習の場**」がない。

短期間に金銭的負荷・時間的負荷を集中させるビジネススクールか、極端に金銭的負荷も学びも軽いカジュアル教育しかない。

「学び続けるための、ちょうどいい」がない。

### 継続できる学びとは…

- ✓ 時間的負荷を集中させない
- ✓ 思考的負荷を集中させない
- ✓ 金銭的負荷を集中させない

やさびは今日のリカレント教育の、あるべき姿を提案していきたいと思います。

# ターゲット

継続的に  
学び続けたい

継続的にしっかり学んでいきたい、  
という人はいるはずだ

自習自習  
School

やさしい  
ビジネススクール

手軽に学びたい

しっかり学びたい

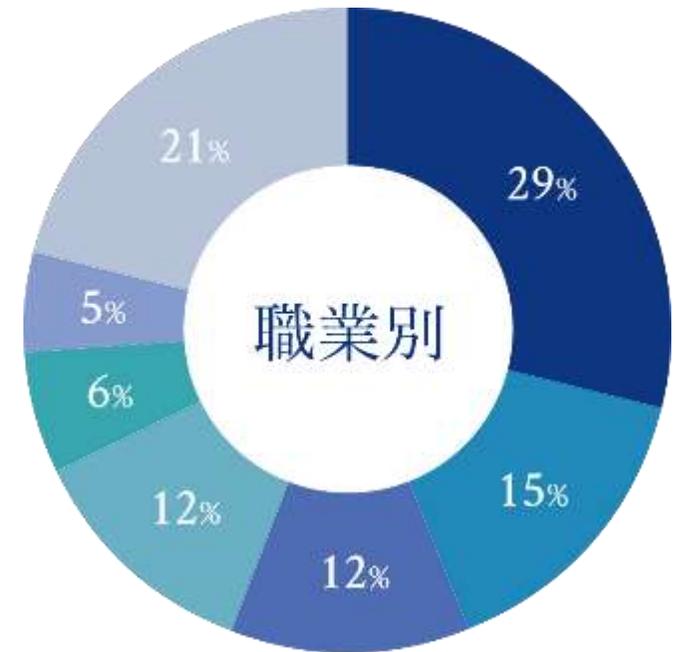
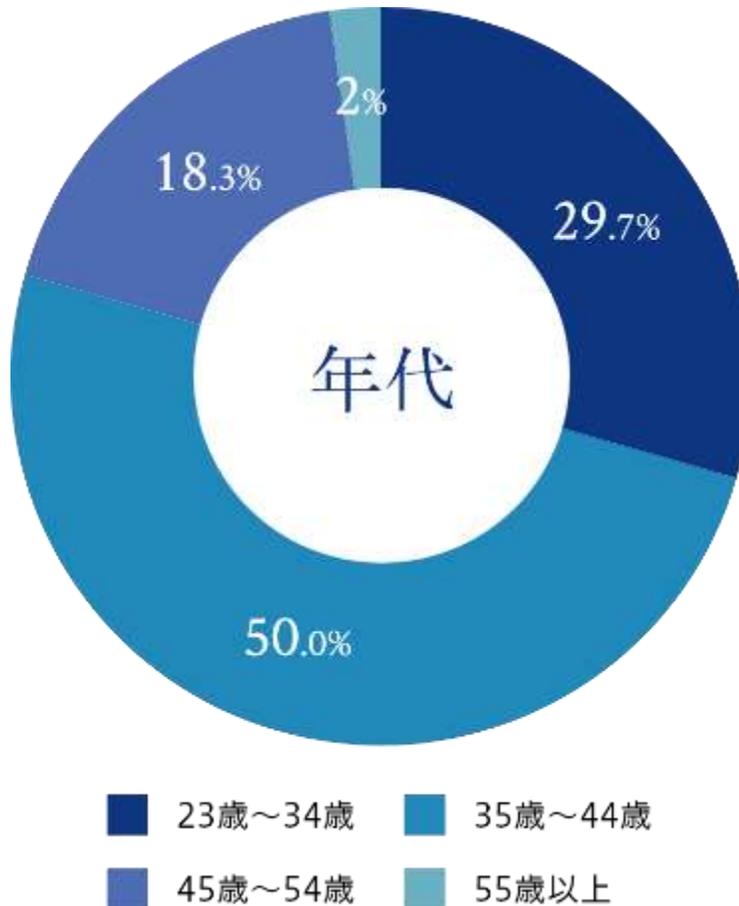
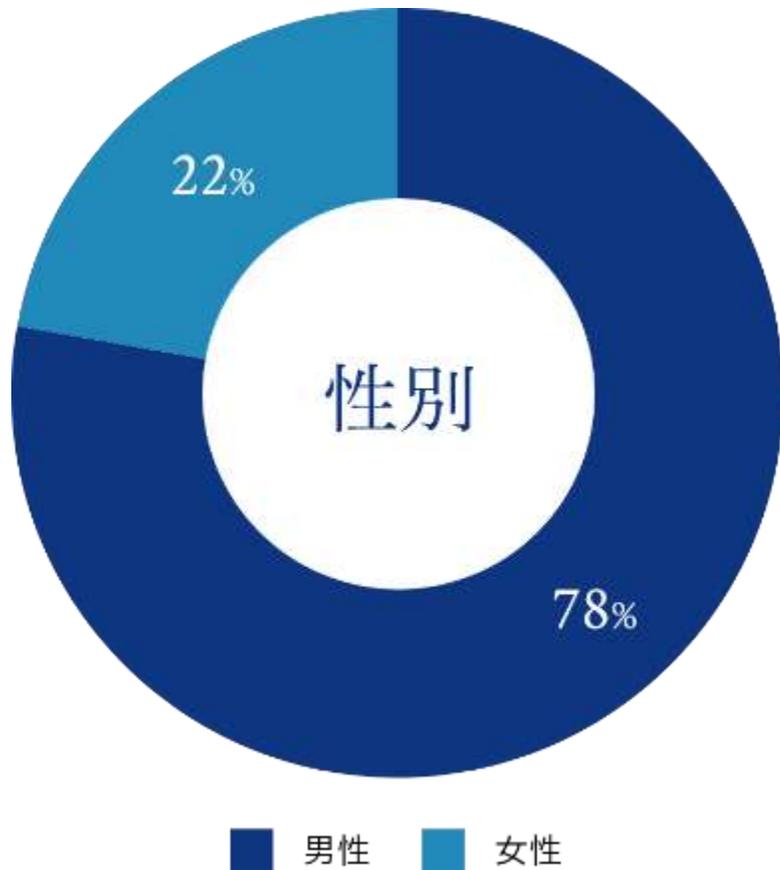
Globis学び放題  
Udemy

MBA

短期にスキル  
アップしたい

# やさビが考える社会課題②

## 現状のビジネススクールは「男性中心社会」である



- 営業
- 技術職
- 経営企画・事業企画
- マーケティング (企画・調査・分析・広報)
- 経営全般 6%
- コンサルティング 5%
- その他：総務・人事 3% / 事務・管理 (資材購買・物流) 2% / 経理・財務 2% / 販売・サービス 2% / クリエイティブ (デザイナー・プロデューサー・クリエイターなど) 2% / 法務 1% / その他 9%

出典：グロービス  
<https://mba.globis.ac.jp/alumni/profile/data.html>

アラフォー男性営業職、が中心メンバー  
 ※多くのビジネススクールでその傾向は変わらない

経営の学びには、常にマッチョな(Macho：“男性的な”)匂いがする。

MBAも、既存のリカレント教育も、上昇意欲が高い人向け（需要が顕在化しているから）。その市場の中心に居るのが「アラフォー男性営業職／経営企画／コンサル」である。

それ以外の層、**学びを学びとして継続的に楽しみたい人や、それを通じて仕事、キャリア、人生に彩りを与えたい人のためにも、ビジネス教育は開かれるべきである。**すなわち、既存のビジネス教育サービスが未だリーチできていないのは、「**自分のペースで焦らず、負荷をかけすぎずに、ゆっくり・しっかり学びたい人**」。

# ターゲット ペルソナ1



# ターゲット ペルソナ2



# ターゲット ペルソナ3



# ターゲット ペルソナ4



40代 女性（大阪）  
公務員、非管理職  
学ぶことが好き。それが仕事に活かせたら、嬉しい。  
勉強したい！

30代 男性（東京）  
中小企業経営者  
仕事も生活も忙しい  
でも学ぶ必要を感じている

30代 女性（秋田）  
産業カウンセラー  
地元中小企業の皆さんの役に立つためにも  
経営を勉強しておきたい

40代 男性（神奈川）  
技術職から経営側へ。  
管理職を打診されており、  
学ぶ必要を感じた

## やさびの考える社会課題③

### アフターデジタルに向け、社会人向け高等教育をDXする

既存の高等教育サービスは、対面重視であるため、結果として、地方在住者の入学が困難で、また費用も高くなる。APSは、**サービスはあくまでヒューマンだが、デジタルの力で、最大限の効率化をはかり、安価に、フラットに高等ビジネス教育を提供する。**

**「ビジネス教育のスタサブ」を目指す。**



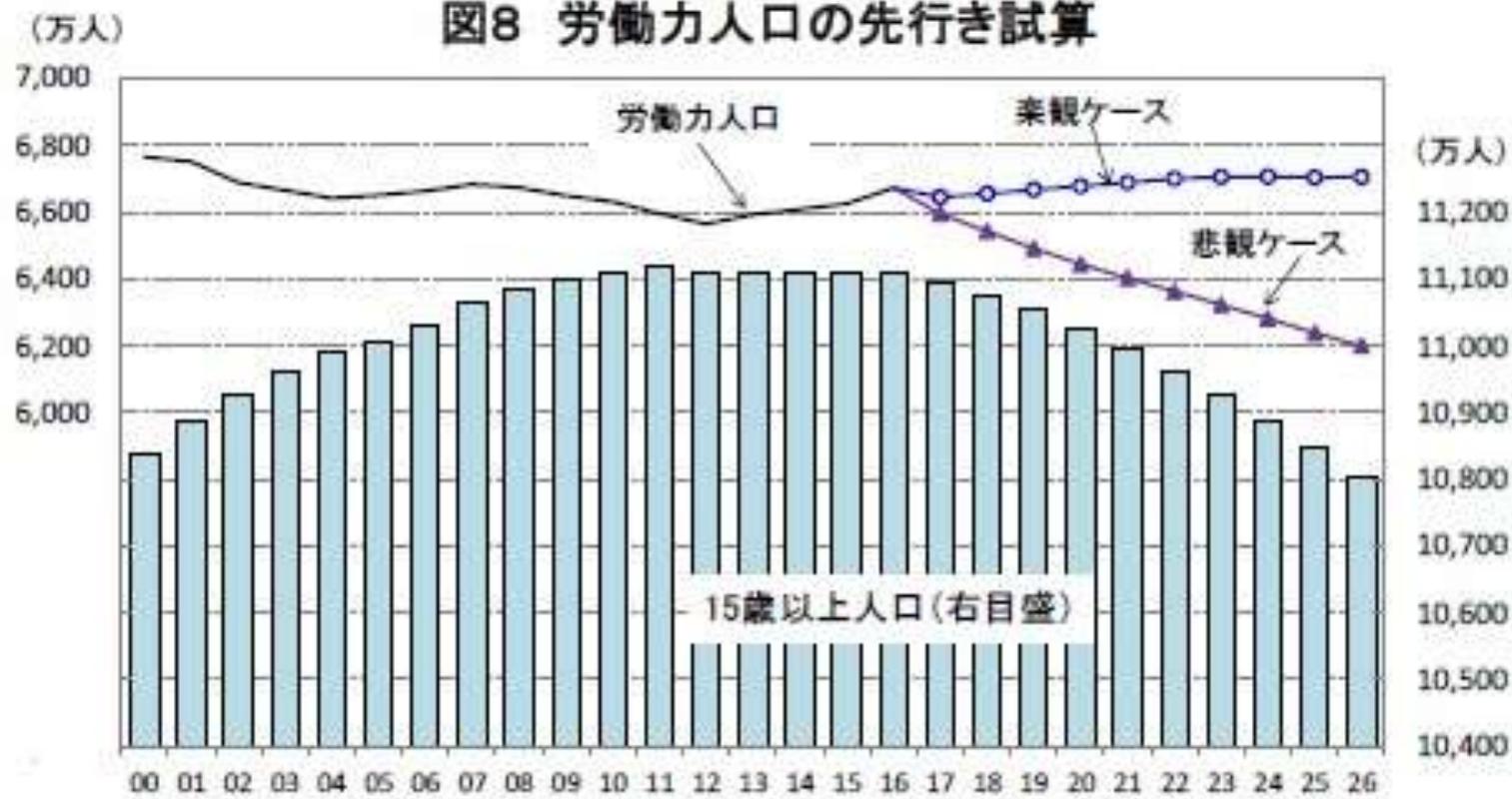
KADOKAWA・ドワンゴが創るネットの高校



投資を必要とする理由と、今後の事業計画

労働力人口は6000万人規模。  
この労働力人口のビジネス能力育成にコミットし、  
日本の経済・社会発展を支える

図8 労働力人口の先行き試算



(注) 楽観ケース: 男女別、年齢階級別の労働力率が2016年から2026年まで一定  
 悲観ケース: 2016年時点の男女別・年齢階級別の潜在的労働力率が2026年までに実現

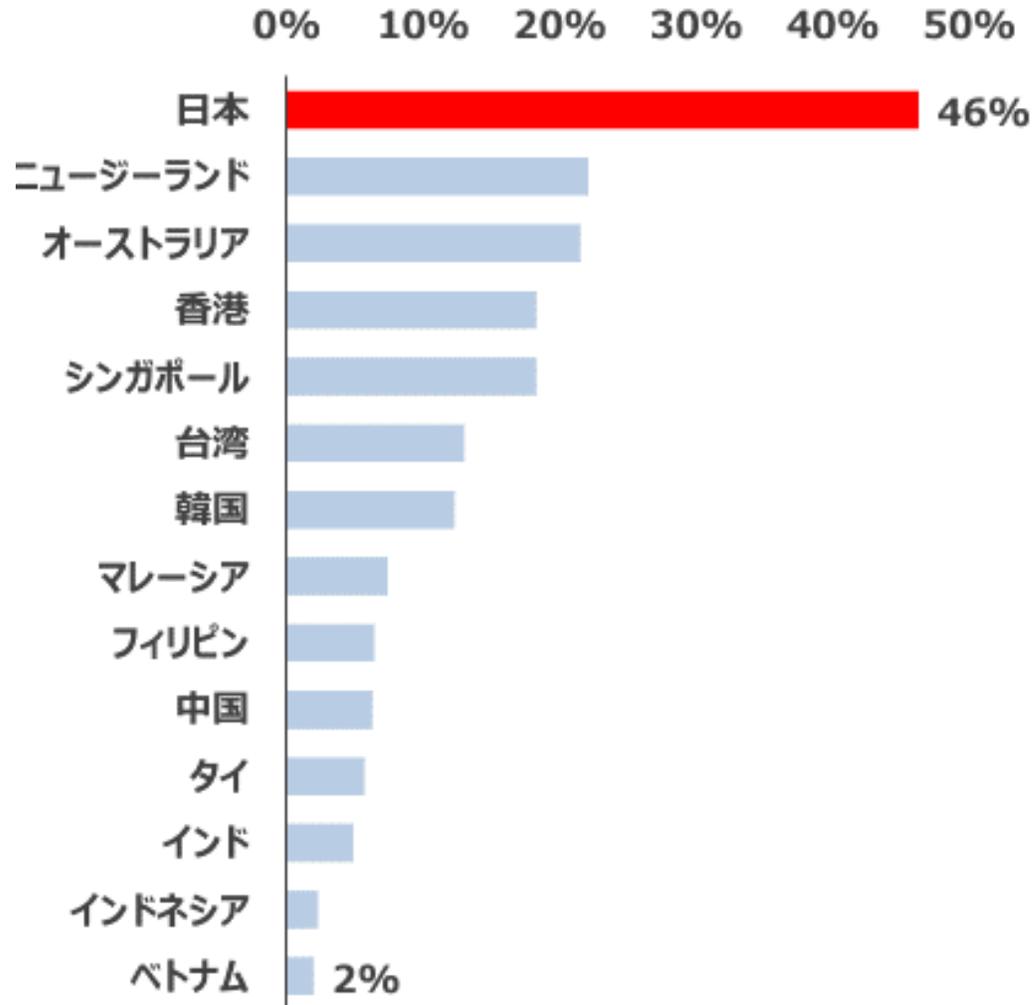
(資料) 国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口(2017年推計)」、総務省統計局「労働力調査」

出典：ニッセイ基礎研究所

<https://www.nli-research.co.jp/report/detail/id=55527?pno=3&site=nli>

# 率直なところ、私たちの国の大人の能力は今や「低すぎる」のです。

## 社外学習・自己啓発を行っていない人の割合



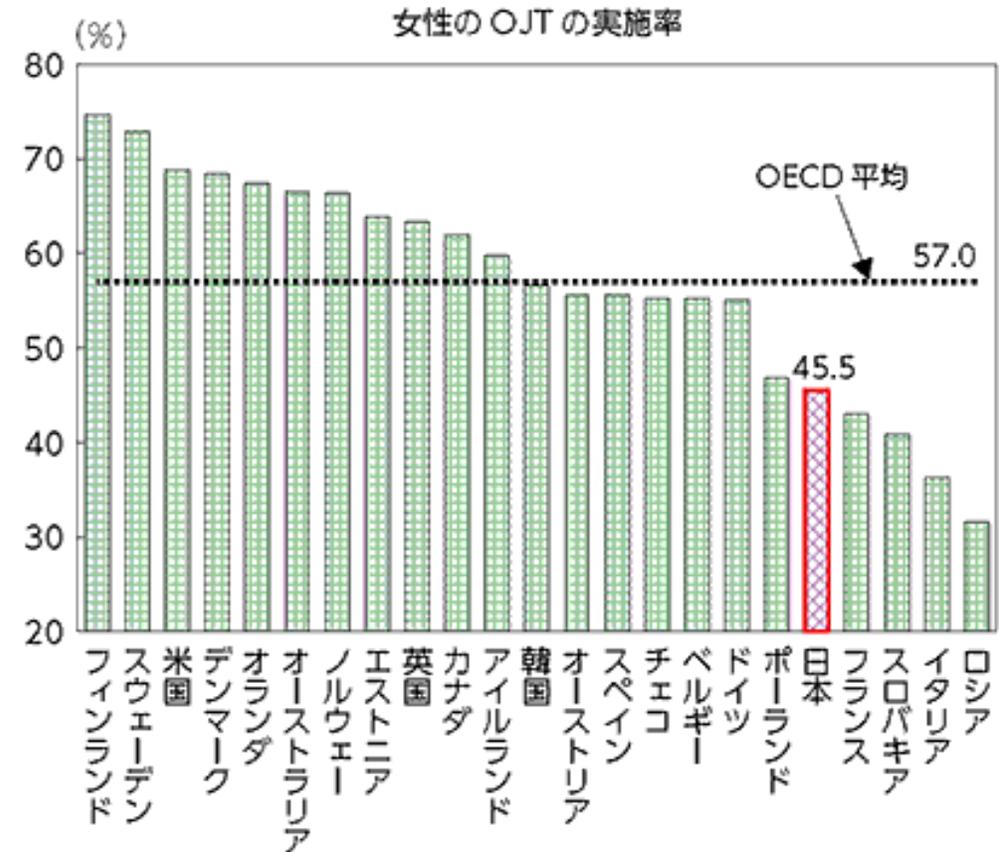
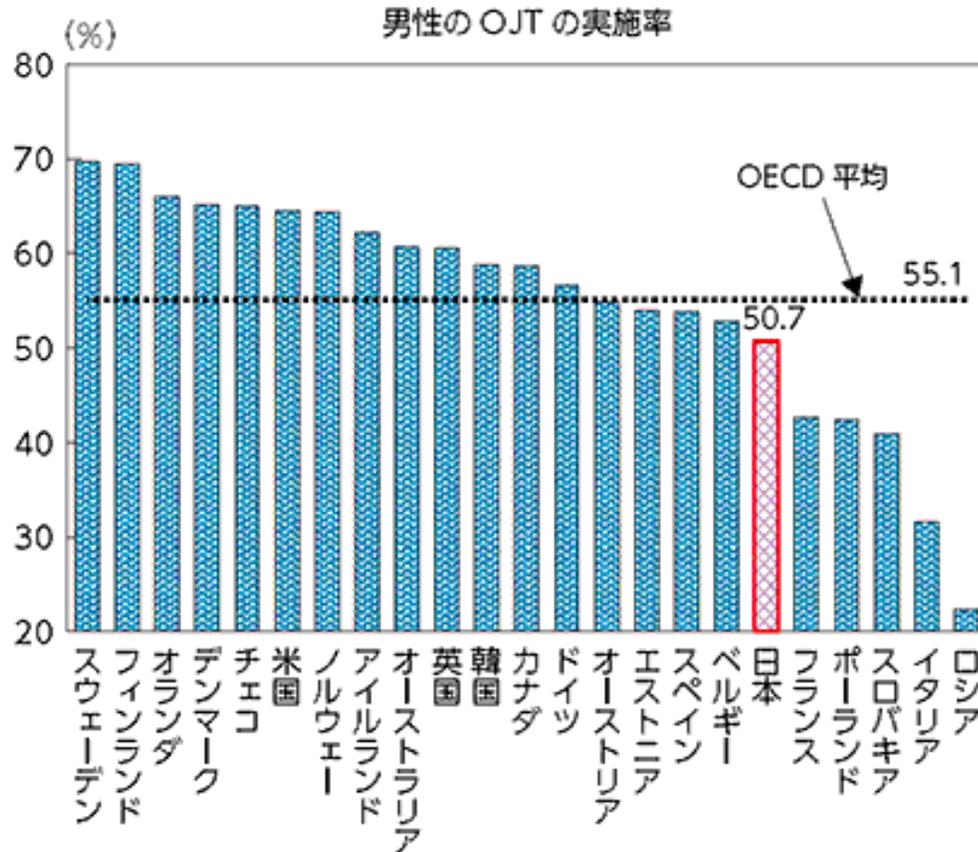
日本は世界的に見ても**稀有**な、  
大人が学ばない国。  
日本を、「大人がちゃんと学ぶ国」に  
しないとイケない。

出典：経済産業省「未来人材ビジョン」  
<https://www.meti.go.jp/press/2022/05/20220531001/20220531001-1.pdf/>

# OJTの日本—も、今や過去の話

## 第2-(1)-10 図 OJTの実施率の国際比較について

○ 我が国では、男性と比較して女性のOJTの実施率が低く、OECD平均を下回っている。



資料出所 OECD “Science, Technology and Industry Scoreboard 2017”、OECD.stat をもとに厚生労働省労働政策担当参事官室にて作成  
出典：厚生労働省

# 現在の市場規模と ターゲット数値

国内MBA取得者数 年間**約2500人**

「経営学を含む社会学系大学院の人口に占める取得比率は0.2%と欧米（OECE平均は2%）のみならず隣国の韓国（0.5%）にも及びません。」（出典：名商大ビジネススクール<https://mba.nucba.ac.jp/about-mba/>）

サイバー大学在籍者 2022年 **約3000人**

Schoo無料会員 2019年 43万人 2021年 **70万人**

Globis学び放題 有料会員（月額1650円～） **20万人**

上記の数字より、大学教員による中間価格帯（月額3,850円）のサービスとして、潜在市場は**数万人程度**と推定。MBAが専ら東京と近畿に集中していること、MBAの8-9割が中年男性であることなどを考えれば、MBAがカバーできていない潜在市場は十分にあると考えられる。

オンライン学習 & 生涯学習 / リスキングに関心が高まっており、これから数年で市場規模はより大きくなると想定される。この潜在層にアクセスし、潜在市場のうちからまず**3000人程度のプレミアム会員獲得**を、5年後の目標としたい。少なくとも、MBAの年間取得者数よりも、やさびのほうが多くの人にアクセスできていなければ、社会的役割を果たしているとはいえない。

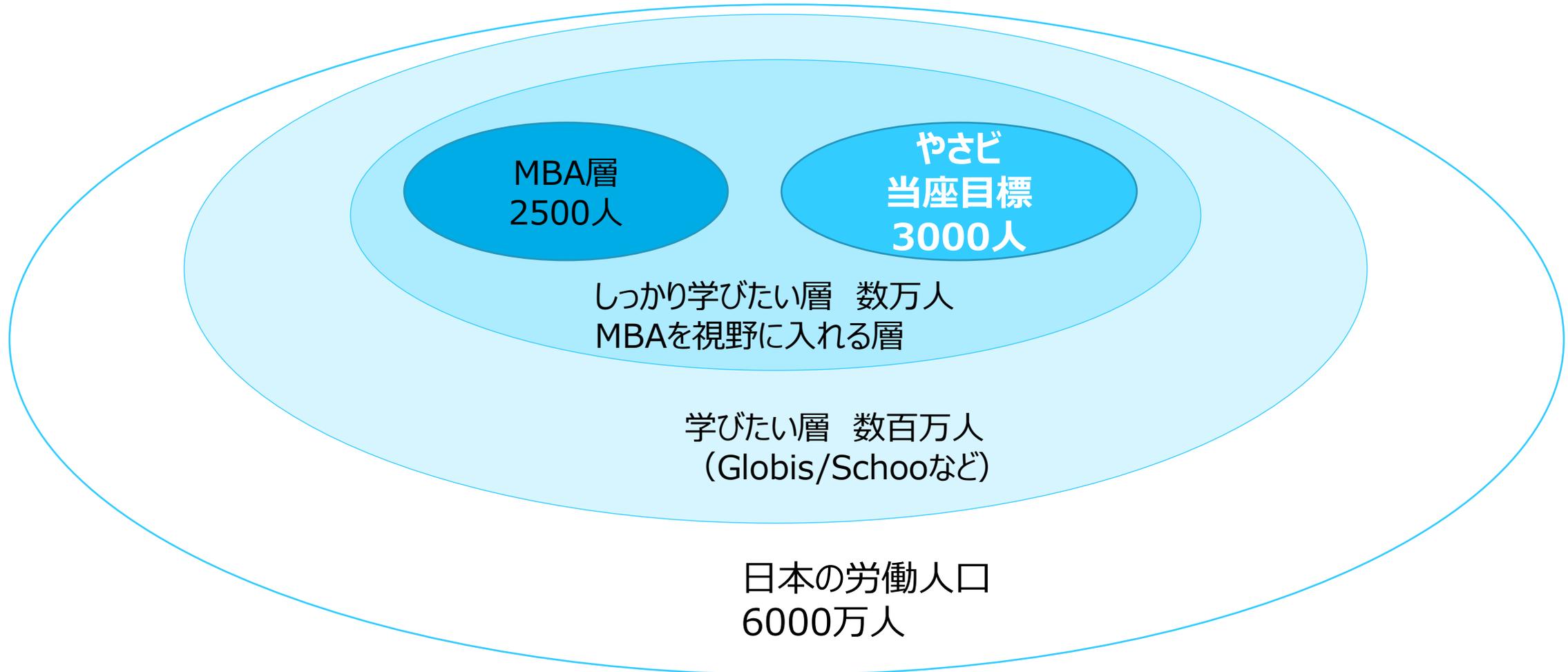
# 市場セグメントイメージ

**Total Available Market :**

潜在的に数十万人

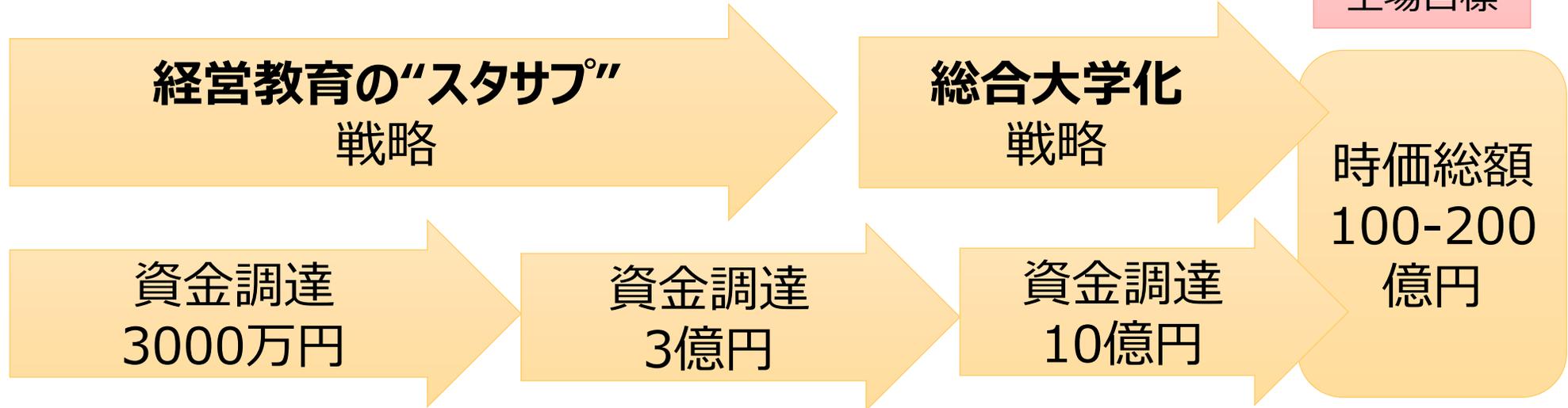
**Serviceable Available Market :**

MBAを視野に入れる層、現状数万人規模とみる



# 成長の計画

2030年  
上場目標



	2023.3	2024.3	2025.3	2026.3	2027.3	2028.3	2030.3
無料会員(人)	1100	3000	10000	30000	60000	100000	200000
有料会員(人)	110	300	1000	3000	6000	10000	20000
法人会員(社)	4	10	15	30	60	100	200
売上高(百万円)	25	55	140	360	700	1150	2400
総費用(百万円)	20	35	70	120	200	300	500
営業利益(百万円)	5	20	70	240	500	850	1900

# 資金調達計画

- 2022年11月、エクイティ3000万円の調達を完了
- 2024年までにエクイティ1-3億円程度の調達を目指す。まず目標とする3000人へ、その後事業を1万人規模にまで育てていきたい。
- 2030年、時価総額150億円程でのIPOを目標とする。

# 資金の用途

- 専らWebマーケティング。会社の現在の課題は、集客を学長のYouTube & トップ営業に依存していること。第2・第3の集客の柱を作ることが勝負
  - 認知の改善のため、広告投資、SEO対策。
  - 当座の無料会員ベース拡張（一時的な収益力の減少への対応）

# 若干の感度分析

- ・変動費が少ないため、スケールすることで急激に利益率を高めることができる事業である。
- ・費目はいずれも高額なものではなく、費用面で想定外の高額費用となっても全体の収支に大きな影響はない。
- ・**収支はもっぱら顧客人数に依存する**ため、顧客獲得・維持の能力が勝負となる。

# 無料顧客10万人、有料顧客1万人 (IPOを目指して) の長期展望

## ●「総合大学」化

ビジネス以外の分野への拡張

- ・情報技術、AI関連領域の講座拡充
- ・人文科学分野の拡充。哲学、歴史、社会学、法学。
- ・理工分野についても、ニーズのあるものから展開していく  
→数万人規模の潜在需要のあるスクールへ

## ●国際化

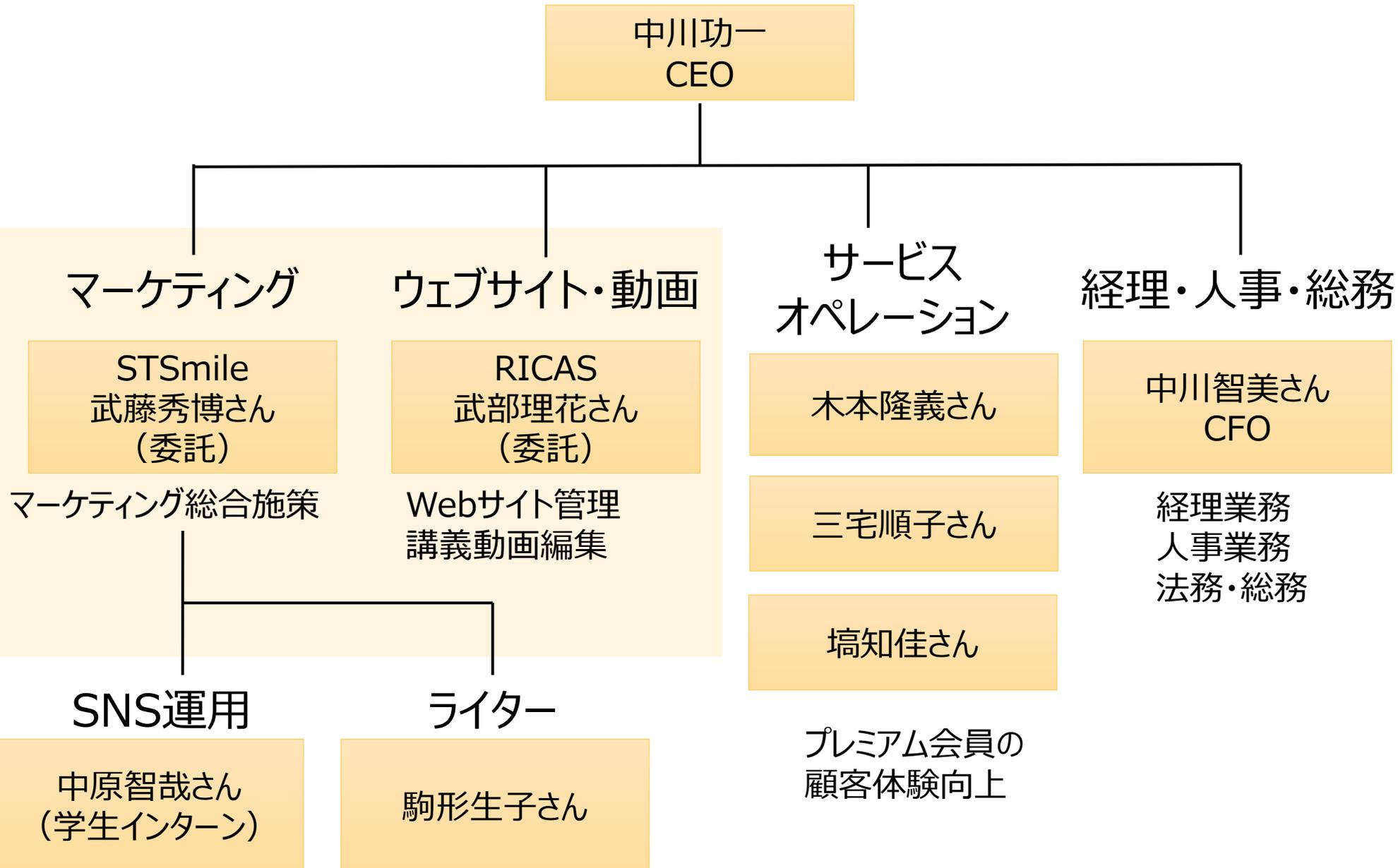
現地大学との連携による東南アジアエリアへの事業拡張

## ●無料会員ベースの活用

広告主による無料講座開講による広告収入

証券会社、NFT、DX、コンサル、シンクタンク、自治体などを狙う

# やさしいビジネスラボ 組織図



## 経営チーム



代表取締役CEO  
中川功一, Ph.D.

経営学者、YouTuber、  
経済学博士（東京大学）  
駒澤大学、大阪大学を経て  
独立。論文、著作多数。学  
術理論を活かしたコンサルティ  
ング・起業支援にも十数年  
来取り組む。



取締役CFO  
中川智美, Ph.D.

ビジネス・ブレイクスルー大  
学助教。経済学博士（大  
阪大学）専門は人的資源  
管理論、国際経営論。近  
年の研究テーマはHSPなど  
の身体的特性マイノリティの  
ビジネス参画。

# その他、現在進めているアクション

- 認証機関との連携
  - 大学との履修認定の設定。販売士、医療経営士などの公的資格との連携。
- UI／UXの確立
  - 顧客の学び体験を充実したものにするため、「オンライン・キャンパス」をSaaSの教育システムを土台に構築する。講義／掲示板／単位取得状況／レポート提出／教員コミュニケーションなどの機能を備えたもの。
- 有力教員への科目提供の依頼
  - 各科目の教員のキュレーション能力が当サービスの競争力の基盤。会計、マーケティング、経済学などの分野の有力教員を確保し、先行して講座を充実させる。
- 法人向け営業で10件の成約を目指す
  - 法人向けの営業の仕組みを確立し、2023年度中に10件の法人契約を目指す。