

2016 年度活動報告と 2017 年度活動計画

2017 年 7 月

一般社団法人アドバンスト・ビジネス創造協会
(A B C 協会)

目次

1. まえがき
2. A B C 協会の活動ビジョン
3. 2016 年度と 2017 年度の主要活動比較
4. 2016 年度分科会活動状況
5. 2016 年度研修・セミナーの実施状況
6. 特別プロジェクト
7. 2017 年度分科会活動計画
8. 2017 年度研修・セミナー計画
9. 2017 年度コンサルテーション事業計画

1. まえがき

ABC 協会は ビジネスの仕組みを IT の側からではなく利用する部門側からみることで、新しい一歩進んだビジネスの形が見えると 期待し設立しました。協会設立後 2 年が経過し、少しずつですが、当初の狙いに近づきつつありますが、まだまだ不十分です。

本報告書は、前年度の活動を振り返り、記録に残すことで評価・反省し、今後の活動の参考にするために取まとめました。

アドバンスト・ビジネス創造協会会長 本山和夫

2. ABC 協会の活動ビジョン

(1) 日本の現状

日本は少子高齢化時代を迎え、社会補償費の増加を、国家予算の 1/3 を超える額を国債発行によって補っている。その結果 GDP の 2 倍を超える国債発行残高を抱え込んでいる。

何故このようなことになったのか、少子高齢化問題は別として企業の稼ぎはどのように変わってきたのか、実態を正しく認識してみよう。

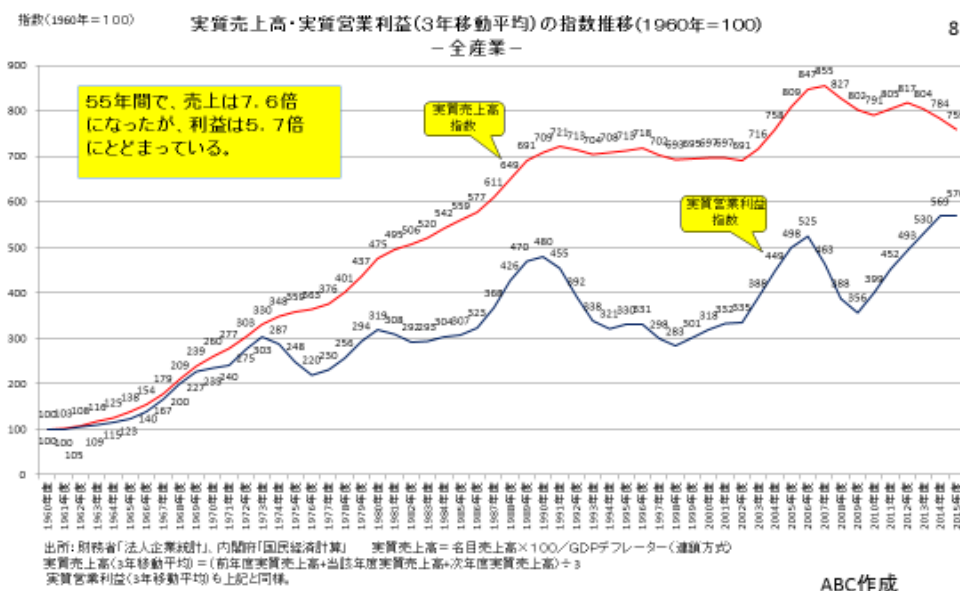
図表 (1-1) に 1960 年から 55 年間の売上高と営業利益額の推移を示した。

毎年の実績値は上下が激しいので、前後 3 年間の平均値を採用してある。

売上高の増加に対して利益額は追いついておらず、二つの線は乖離している。

何故日本企業は儲からなくなってきたのか、その理由の一つは、為替相場が大きく影響していることである。

図表 (1-1) 実質売上高、営業利益の推移



日本の輸出額はGDPの12~16%程度であり、国内消費額の方が圧倒的に多い。しかし

為替レートは中国、韓国などの競争相手と輸出品価額の差は、大きく企業の収支に影響する。

1980年以降の円高はウオン安と比較して厳しくウオン/円の比は2倍程度に差が開き輸出企業は苦戦を強いられた。

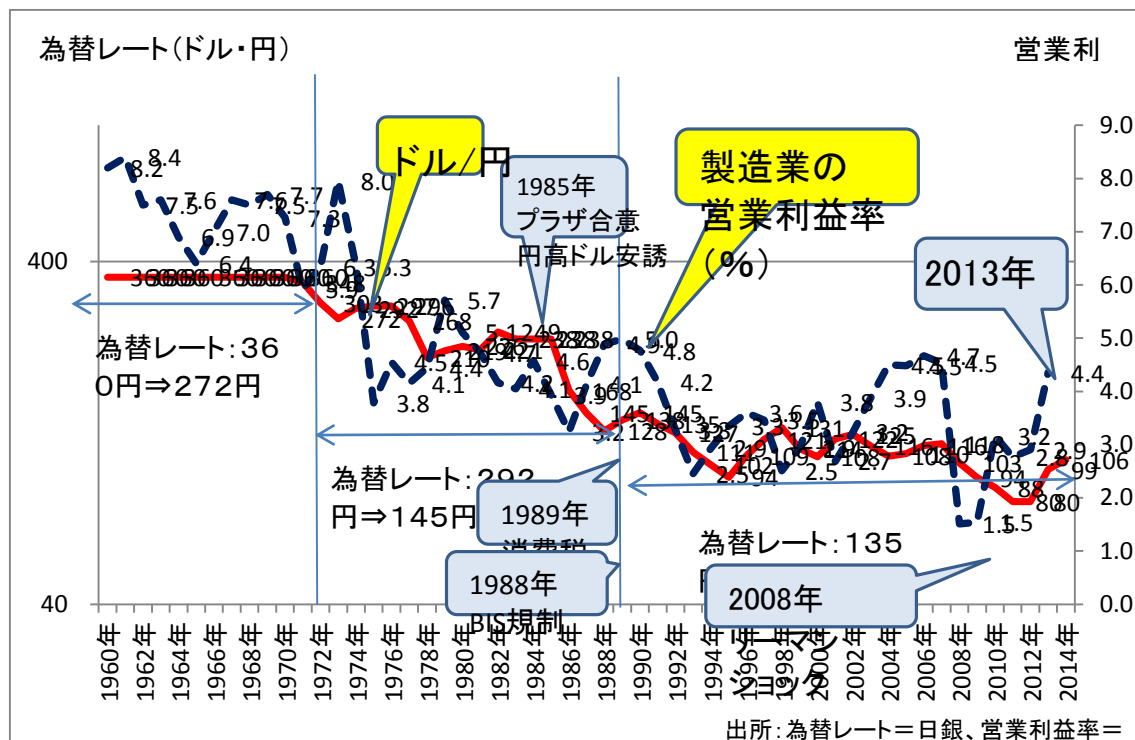
輸出力を技術力だけでカバーしようと試みた時期もあったが、短期的に2倍近い為替差には対抗し切れなかった。

為替問題を回避しようとして日本企業は現地生産に切り替えてきたので、輸出額シェア比較では、中国12.4%、米国8.7%、ドイツ8.0%、日本3.7% (2014年比較 IMF、International Financial Statistics) になっている。

しかし企業収益にはこの為替の問題は避けて通れない影響力を持っている。

2013年以降、アベノミクスにより、為替問題は対策がとられ営業利益率は回復しつつある

図表 (1-2) 営業利益率と為替相場



次に示すのが直近 30 年間の税収の変化である。

1997 年 GDP は 500 兆円を示したが、それ以降は横ばいである。

法人税は 1991 年の 20 兆円であったが、それ以降は減少傾向である。

1991 年には法人税は利益額の 43%であったが、その後国際状況も反映し法人税率は低下し、今は 23% である。その代わりに消費税が登場してきたが、この消費税率をアップするたびに、景気は低迷傾向になりがちになるので、税収を消費税に頼ることのむずかしさを秘めている。

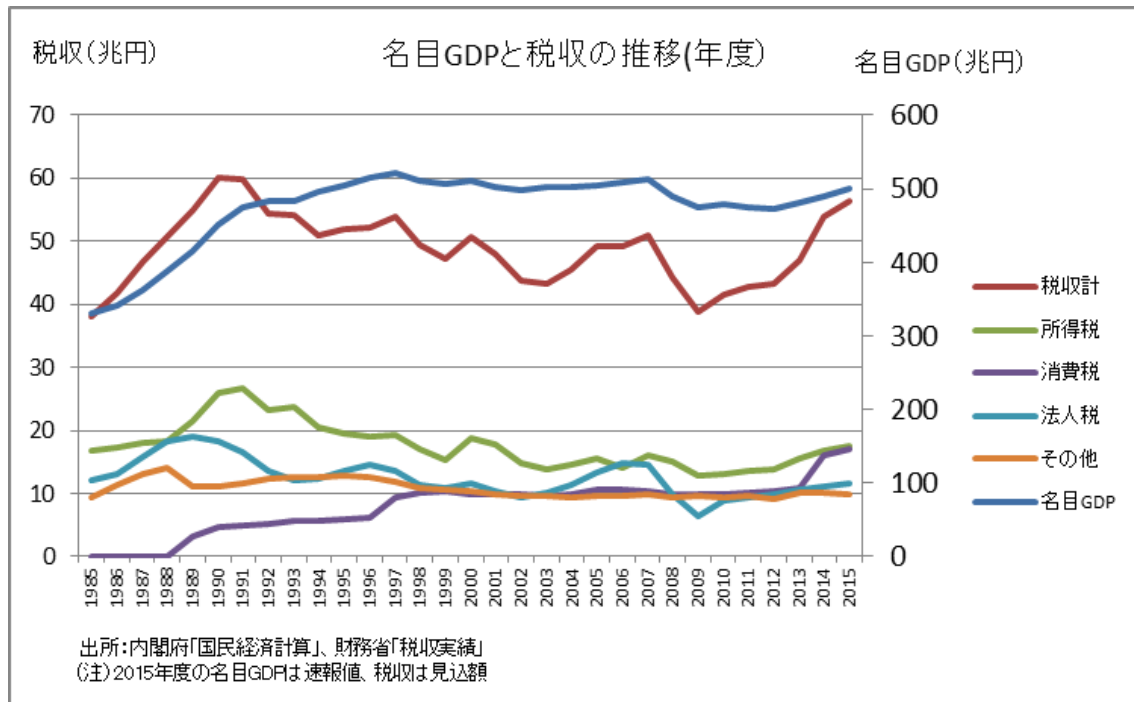
利益が減少したことと、税率が低下したことの二面の影響で法人納税額は低下してきたが

「利益をあげれば税収が増加する」ことは事実である。

GDP の増加を志すと同時に「企業の営業利益率を向上させるために何をすればよいのか」

この問題を考えることは日本にとって、重要なテーマである。

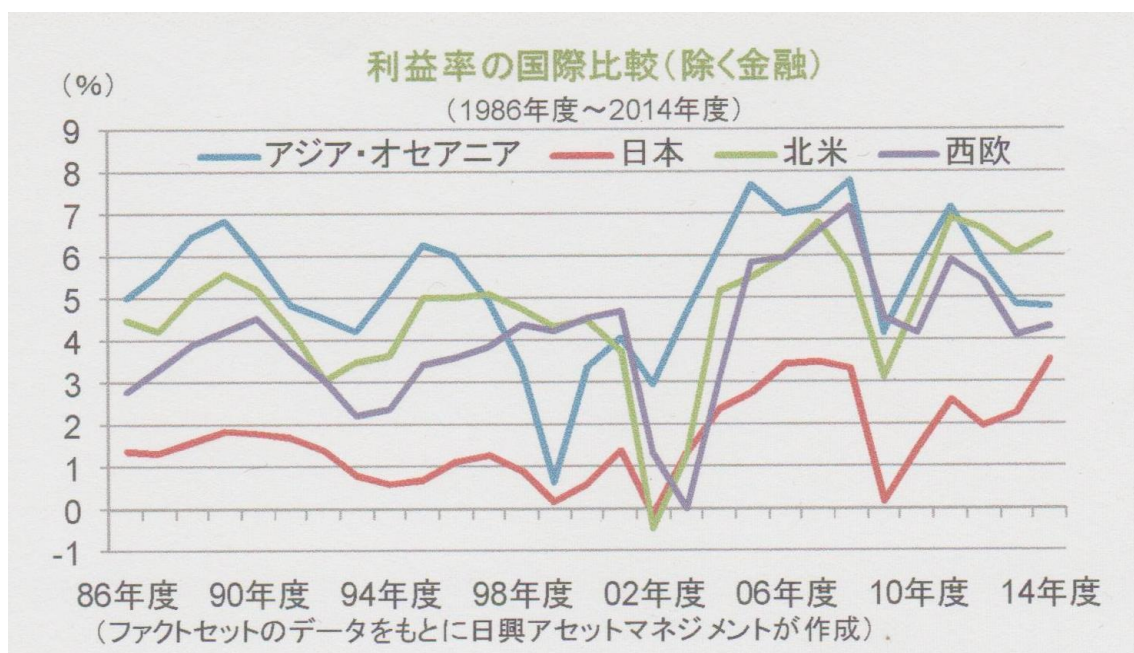
図表 (1-3) 名目 GDP と税収の推移



諸外国と比較しての営業利益率の比較を示した図が図表(1-4)である。

日本独特の習慣や法律が外国からの国内投資おし難くしているとの意見もあるが、外国人投資家から見て日本企業の営業利益率の低さが日本企業の魅力を低下させていることは否定できない。

図表(1-4) 利益率の国際比較



直近20年間の日本の変化をいくつかの項目でチェックしてみよう。

- ・売上高、付加価値、家計支出は伸びていない
- ・営業利益額と率は改善の兆しが見える
- ・設備投資(残存簿価)は15%減少している。投資が進まず償却が進んでいる。
- ・内部留保金が2.6倍に上昇した。これはBIS規制で銀行が貸し渋りをした影響もあるが、新規投資案件に魅力的なものが少ない、国内消費が伸び悩んでいるなどの原因も否定できない。戦後日本は米国

発の新技术を見習って投資を進めてきたが、これからは新技术、新サービスを自ら生み出す力がないと、成長できない時代に入ってきた。

ABC 協会はこの新商品、新サービスを産み出す方法を研究してゆかねばならない。

そのための研究チームをいくつか立上げ、関係者と議論を初めている。

図表 (1-5) 日本の20年間の変化

日本の20年間の変化 (単位:兆円)						
No	項目/年度	1995	2014	比率	出所	算出式
1	売上高	1,485	1,448	0.98	法人企業統計 (除金融・保険業)	
	営業利益額	35	53	1.50	"	
	営業利益率	2.4	3.7	1.54	"	
2	付加価値額	277	285	1.03	人件費+支払利息等+動産・不動産賃借料+租税公課+営業純益	
	人件費	203.1	195.9	0.96	役員給与+役員賞与+従業員給与+従業員賞与+福利厚生費	
	労働分配率	73.3	68.8	0.94	"	人件費/付加価値額
	非正規社員率	20.9	37.4	1.79	「労働力調査」	
3	家計支出	237.7	239.1	1.01	内閣府「国民経済計算」	家計最終消費支出(除く帰属家賃)
4	設備投資(残高)	329.1	280.1	0.85	法人企業統計 (除金融・保険業)	有形固定資産(土地を除く)+2001年から無形固定資産(ソフトウェア)期末残高
5	内部留保(残高)	135.1	354.4	2.62	"	利益剰余金

諸統計を基にABC 協会が作成

(2) ABC協会が目指すもの

ABC協会の目指すものは「日本企業の競争力強化」である。

その手段は三つある

その1は「企業経営のムダを省き、経営の効率化を図ることである」

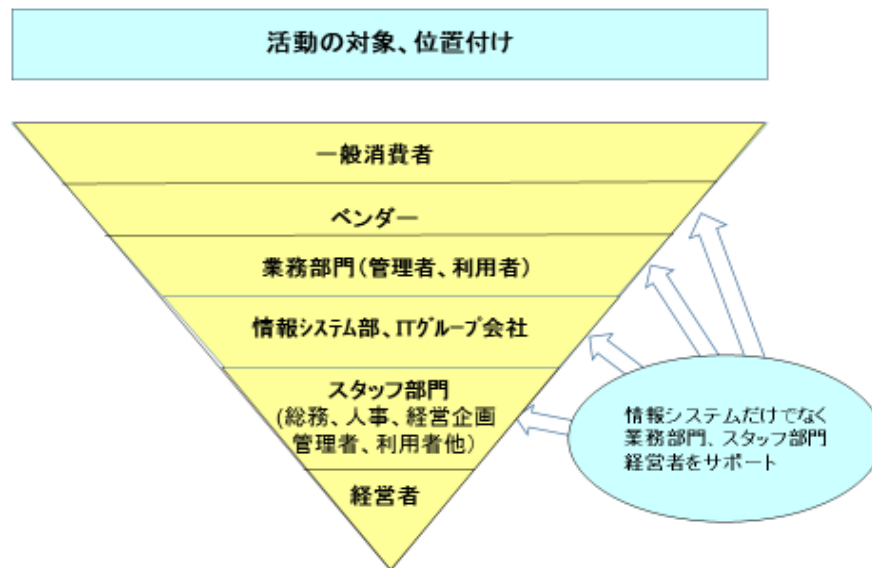
その2は「社員各自の能力をアップさせ、組織の活性化を図り生産性を向上させることである」

その3は「新商品、新サービスを生み出し日本および世界市場への進出拡大を図ることである」

したがって、ABC 協会の関係者は単に情報システム部門だけではなく、企業の全関係者である。

その意味を図表 (2-1) に示した。

図表（2-1）ABC 協会の対象者



新商品、新サービスを生み出し、活用し、効果を出すプロセスと発想法、アクションの関係を示したのが、図表（2-2）である。

戦略・企画段階で新商品、新サービスの創造をするための第一フェーズの発想法は **Creative Thinking**、**Design Thinking**、**Innovation Thinking** などと呼ばれるが、右脳を活用し、何もないゼロから新商品 1 を生み出す。

このためには「何かもっと良いものがあるのではないかと感じる力、すなわち問題感知力と新しいものを考え出す発想法」が必要である。

与えられた問題を解く力ではなく、問題を見つけ解く力が必要である。

2016 年度はアドバンスト・ビジネス・プロジェクトを立上げ、この右脳型発想法に加えて社会的利益を目指して、企業収益を確保する **Creative Sheared Value** 経営の研究を始めた。

新商品、新サービスが決まった場合は、第二フェーズの商品開発、システム開発、人材育成を早期に実現する力が求められる。

これは 1 から 10 にする力であり主として左脳力が求められる。いわば実行力であり多くの関係者をリードし実現する経営力が求められる。スピードを上げて実現するためにはリーン開発などの手法が有効である。あらかじめ考えていた「A プラン」通りに物事が進むことはほとんどない。新しい道を切り開いてゆく柔軟な発想力「B プラン」が必要である。

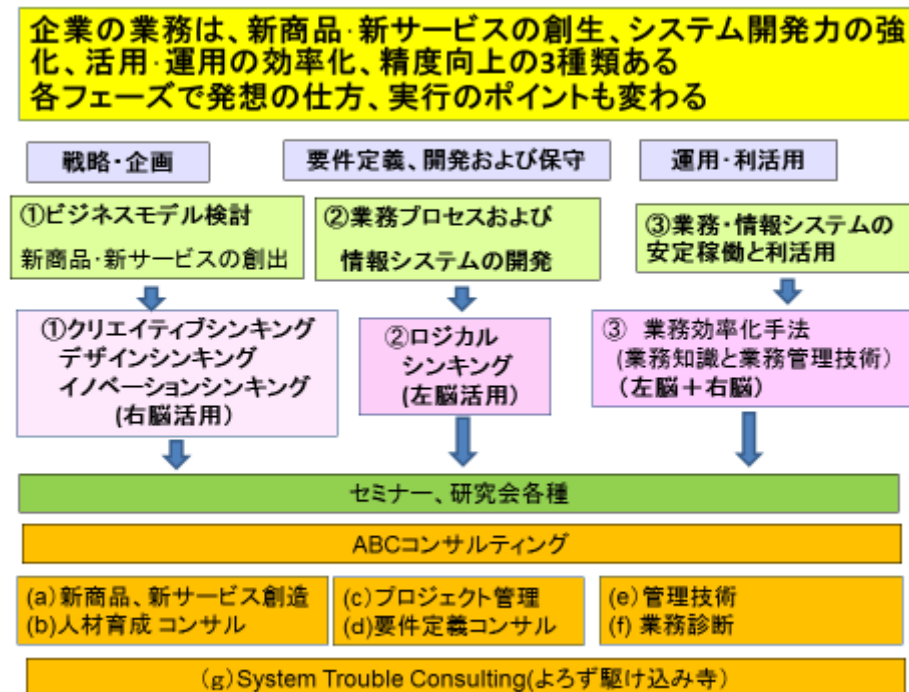
実際にある程度安定し事業の展開が見えてきた場合は、第 3 のフェーズ運用、利活用にはいる。ここでは事業の効率化が求められるので、単に業務を知っているだけでは、「問題点を見つけ改善、改革することはできず、業務管理技術が求められる」

ムダ、ムリ、ムラをなくすとともに、関係者が意欲的に活動できるための仕組みが必要になる。

ABC 協会は以上のごときコンセプトに基づき、さまざまなセミナー、コンサルティングを実行するために、多くの関係者の支援をえてユニークな活動を実施し、発足 2 年足らずで会員企業数が 50 社に達したが、まだまだ理想には遠く及んでいない。

なお努力を継続しますので皆様の絶大なるお支援を期待します。

図表（2-2）企業活動と発想法の関係



3. 理事の構成

	2016 年度	2017 年度
役付役員	会長 本山和夫 (東京理科大学理事長) 副会長 細川泰秀 (ABC協会) 専務理事 岩佐洋司 (ABC協会) 常務理事 三木 徹 (ABC協会)	会長 本山和夫 (東京理科大学理事長) 副会長 細川泰秀 (ABC協会) 専務理事 岩佐洋司 (ABC協会) 常務理事 山田裕美 (ABC協会) 常務理事 三木 徹 (ABC協会)
理事	小田滋 (3/28 に退任) ((株)DIC プラスチック副社長) 北上真一 ((株)ジェイティービー、IT セキュリティ対策室長) 幸重 孝典 (ANA システムズ(株)代表取締役会長) 山上 伸 (東京ガス(株) 常務執行役員) 山田 裕美 (クノール食品(株) 代表取締役社長) 越智 正昭 ((株)ハレックス 代表取締役社長) 岩田 好廣 (アイエックス・ナレッジ(株)理事)	北上真一 ((株)ジェイティービー、IT セキュリティ対策室長) 幸重 孝典 (ANA システムズ(株)代表取締役会長) 山上 伸 (東京ガス(株) 常務執行役員) 越智 正昭 ((株)ハレックス 代表取締役社長) 岩田 好廣 (アイエックス・ナレッジ(株)理事)
理事 (2017 新任)		土志田貞一 ((株)岡村製作所・常務取締役企画本部長) 嶋岡正充 (ソニー生命保険 (株)・代表取締役) 藤原章一 ((株)リクルート・ホールディングス・常勤監査役) 張 磊 (インテル (株)・執行役員インダストリー事業 本部長) 奈良橋三郎 (住友電気工業(株)・執行役員)
事務局の体制	事務局長：三木常務理事	事務局長：岩佐専務理事

(役職は、2017 年 6 月 1 日現在)

4. 2016 年度分科会の活動状況

4. 1 会員活動（分科会）一覧

分類	名称（部会長、アドバイザー）	区分	活動概要
フォーラム	(1)新規事業推進フォーラム (JTB・北上室長)	前年度からの継続	新規事業を如何に立ち上げてきたかを、各社の事例紹介を通じて相互に意見交換。
	(2)自己成長塾 (クノール食品・山田社長) 創造力、ホスピタリティ、行動力を備えた右脳型人材の育成をテーマに、企業を超え自己成長を目指す人を対象に、自ら学ぶ「塾」形式にて人材育成	新規	企業で活躍する人材像を考え、企業の枠を超えた人材像を自由な立場で意見交換。 自主性、創造性、実行力、ホスピタリティを習得し、自ら成長する場とする。
研究会	(3)エンタープライズ・アジャイル (テクノロジックアート・長瀬社長、住友電工情報システム・山下様)	新規	企業の基幹系システムにアジャイル開発を適用する場合の課題や取り組み方につき、情報交換。
	(4)ディープラーニング (クラスキャスト・佐々木社長、XEENUTS・西田社長)	新規 2017 年 3 月～4 月	・2カ月で4回を開催。製造業に焦点を当て、ディープラーニングの適用分野を検討。
プロジェクト	(5)アドバンスト・ビジネス (PMアライメント・中谷取締役)	新規	右脳型発想法にCSV (Creating Shared Value)を組み合わせて、世の中に役に立つ、新商品・サービスを生み出す研究。そのための人材育成方法の追究を合わせて検討。
	(6) 日本企業成長戦略分析	新規	日本企業の営業利益率の実態の把握を通じて、国への貢献の在り方を研究。この成果は、アドバンストビジネスプロジェクトへ反映。
アカデミー	(7)YAT (Yet Another IoT) (NPO 法人国際情報科学協会・広瀬理事)	新規	・Yet Another Intelligence of Things (YaIoT: もう一步先のIoT) ・各界でご活躍の講師を招き、もう一步先のIoTについて、講師、参加者を交えて意見交換。

(フォーラム等の説明)

フォーラム	さまざまな分野（例えば企画、人材開発、営業、購買、物流）におけるリーダーの方々企業がの枠を超えて集まり、お互いの課題や進むべき方向を自由な立場で意見交換する「場」。各々2カ月に1回程度
研究会	テーマを決め、そのテーマを深掘りし議論。会員企業以外にも学術関係者、専門家を加えたチームを編成し、広く意見・知見を求めます。各々2カ月に1回程度
プロジェクト	テーマを決めて議論を行い、報告書にまとめて広く啓蒙。学術関係者、専門家を加えたチームを編成し、広く意見・知見を求めます。各々2カ月に1回程度
アカデミー	アカデミーは、各界で活躍の講師を招き、講演に続き、講師に参加いただき、参加者の経営課題との関わりを含めて意見交換。各々2カ月に1回程度

4. 2 各分科会活動概要

以下に、2016年度の各分科会の活動概要を報告する。

- A. 「アドバンスト・ビジネス・プロジェクト（ABP）」2016年度報告
- B. 「日本企業成長戦略分析プロジェクト」2016年度報告
- C. 「YATアカデミー」2016年度報告
- D. 「自己成長塾フォーラム」2016年度報告
- E. 「新規事業推進フォーラム」2016年度報告
- F. 「エンタープライズ・アジャイル研究会」2016年度報告
- G. 「ディープラーニング業種別研究会」報告

A. 「ABP(アドバンスト・ビジネス・プロジェクト)」2016年度の報告

日本企業が新商品、新サービスを産み出し、グローバル競争でリードできるための対策を考える会は、以下の事項について中谷英雄リーダーのもとで2か月に1回集合し議論を重ねてきた。内容の概況を報告します。

参加メンバー

13社、13名（ABC協会を除く）

チーム1 「イノベーションの理解とCSV+CX」を考えるチーム

1. 2016年度検討の振り返り「イノベーションの理解とCSV+CX」

中谷リーダーの指導の下に以下のスケジュールで6回にわたって議論した。

- 第1回2016年 4月18日 右脳型発想法とCSVの紹介
- 第2回2016年 6月13日 CSV事例紹介：ネスレ
- 第3回2016年 8月 8日 マーケティングの新潮流顧客経験（CX）デザインを学ぶ
- 第4回2016年10月17日 変革をどう推進するか？
- 第5回2016年12月19日 モチベーションとイノベーション
- 第6回2017年 2月 国内CSV事業の先進事例を通じて、何が言えるのか？
(ソーシャルビジネス、ソーシャルイノベーションの方向性)

2：議論内容

最初にイノベーションを引き起こすリーダーについて時代ごとの変容を理解した

リーダーシップの5大理論と2つの現代理論

- 理論1：個性 (Trait)の理論 (1940年代～)
- 理論2：行動 (Behavior)の理論 (1960年代～)
- 理論3：コンティンジェンシー理論 (1960・70年代～)
- 理論4：リーダー・メンバー・エクスチェンジ (LMX) (1970・80年代～)
- 理論5：トランスフォーメーション・リーダーシップ (TSLとTFL) (1980年代・90年代)
- 現代理論1：シェアード・リーダーシップ (SL) (2000年代～)
- 現代理論2：SL × TFL (現代～今後)

参考：

理論1:個性(Trait)の理論 リーダーの持つ個性に注目(1940年代～)

- ・「リーダーを務める人は、他の人と比べて特異・人格がある」という前提に立つ

理論2：行動 (Behavior)の理論

- ・ リーダーの部下への行動スタイルに注目 (1960年代～)
- ・ リーダーごとに部下に対する行動スタイルが異なり、その違いが部下・組織のパフォーマンスに影響すると考える
- ・ 部下との友好的な人間関係を重視するスタイルに分類すると主張。
当時、リーダーシップ行動の定量化手法が考案され、世界中の研究者の間で「望ましいリーダーシップ行動」が検証されるようになった。
- ・ しかし、その研究蓄積の結果、「普遍的に有効なリーダーの行動スタイル」に関する学者のコンセンサスは得られず、この分野もやがて行き詰るようになった。

理論3:コンティンジェンシー理論

- ・個性や行動が成立する条件に注目
- ・リーダーの個性・行動の有効性は、その時々「状況・条件」によるというもの
しかし、この研究が蓄積されるにつれ、学者からその「条件」の種類があまりに多く提示された。
逆に言えば、これは「リーダーの特性の個性・行動スタイルは、非常に限定された条件でしか適用しない」のであれば、普遍性は失われる。
- ・この意味で、コンティンジェンシー理論もまた、行き詰るようになった。

理論4:リーダー・メンバー・エクステンジ (LMX)

LMXは、同じリーダーでも部下との心理的な交換・契約が異なることに注目する。理解すべきは、「リーダーと部下一人ひとりがいかに質の高い関係性を築けるか」に着目。すなわち、分析の焦点をリーダー個人から、「リーダーと部下それぞれの関係性」にシフトされたのが、LMX。

理論5:トランスフォーメーション・リーダーシップ (TSLとTFL)

- ・部下をよく見て、管理するリーダー (トランザクショナル・リーダーシップ) (TSL)
- ・部下を観察し、部下の自己意志を重んじ、あたかも心理的な取引・交換 (=トランザクション) のように部下に対して「アメとムチ」を使いこなす、「管理型」の側面を持ったリーダーシップ。
- ・TSLは、「質の高いLMX」をもたらさうとするリーダーの態度とほぼ同義
- ・LMXはリーダー=部下の「関係性」を主な対象にするが、TSLは、リーダーのスタイルそのものに焦点を当てている点が両者の違いといえる。

現代理論1:シェアード・リーダーシップ (SL)

- ・従来のリーダーシップ理論は、いずれも「グループにおける特定の一人がリーダーシップを執(と)る」というのが前提
- ・一方でSLは、「グループの複数の人間、時には全員がリーダーシップを執ることが重要」と考える
- ・「リーダー⇒フォロワー」という「垂直的な関係」ではなく、それぞれのメンバーが時にリーダーのように振る舞って、他のメンバーに影響を与えあうという「水平関係」のリーダーシップである
- ・近年の実証実験でも、①垂直的なリーダーシップよりもSLの方がチーム成果を高めやすいこと。
②この傾向は特に複雑なタスクを遂行するチームにおいて強いことを明らかにしている。

現代理論2:SL × TFL

- ・現代のリーダーシップにおいて最強のリーダーシップのパターンは、「SL × TFL」の掛け合わせである可能性を示唆
- ・すなわち、「チームのメンバー全員がビジョンをもって、全員がリーダーシップを執りながら、お互いに啓蒙し合い、知識・意見を交換する姿」
- ・これからの知識産業・知識ビジネスと呼ばれる分野では、参加者全員がTFLを目指さなければならない
- ・それであれば、必要なのはTFLの基本要件である「ビジョン」を、知識産業に属するすべての人が持つこと。全員で内省する姿勢が求められる。

今後の人材育成企業の条件とは

- ・今後の知識社会では個人の創造性が重要である。それを高めるのが、人の「内発的動機 × PSM」というのが、グラントの研究結果。だとすれば、どのような企業が「内発的動機 × PSM」の高い人材を生み出せるのか?
- ・それは「TFLとSL」に満ちた企業である。TFL × SLの満ちた組織では、必然的に内発的動機の高い人が育つはずである
- ・結果としてTFL × SLが高い組織では、メンバーの内発的動機 × PSMが高まり、個人のパフォーマンスを高め、それが高い組織のパフォーマンスとして顕在化するのではないか。

次に「イノベーションを推進するやる気、意欲のモチベーションについて学んだ

- ・モチベーションとは何か
- ・心理学・経営学におけるモチベーションの定義は、たとえば以下のようなもの
モチベーションとは、行動の①方向性、②活力、③持続性に、影響を与えるものである
- ・モチベーションとは、才能、スキル、業務の理解度、環境における制約などを一定とした上で、個人の行動の①方向性、②規模、③持続性を説明する、諸処の変数の関係性に関するものである

- ・モチベーションの2つの種類

- ・外発的動機

報酬・昇進など、「外部」から与えられる影響で高まるモチベーションのこと

- ・内発的動機

外部からの影響なしに、純粋に「楽しみたい」「やりたい」といった、内面から湧き上がるモチベーションのこと

これまでの実証研究で、外発的動機よりも内発的動機のほうが、個人へのコミットメントや持続性を高めることなどが、ほぼ学者のコンセンサスとなっている

現在理論：プロソーシャル・モチベーション（1990年代～）

- ・プロソーシャル・モチベーション（PSM）は、

- ・「他人視点のモチベーション」のこと

- ・ PSMが高い人は、関心が自身だけでなく他者にも向いており、他人の視点に立ち、他人に貢献することにもモチベーションを見出す

- ・これは、けっして「社会貢献」のような大きなものだけでない。「顧客視点に立つ」「取引先との視点に立つ」「同僚の視点に立つ」といった、身近なものを含む

- ・ PSMと内発的動機の「補完効果」が注目されている

- ・「PSMと内発的動機がともに高いレベルにあると、互いが補完し合って、その人の高いパフォーマンスにつながる」

理由は、「他者に貢献することを、自らの楽しみとして感じる」からだ

- ・ PSMは「他者視点に立つ」ことである。したがってPSMが高い人は新規だけでなく、そのアイデアが「相手にとって有用か」までを考える。さらに、他人に役立つことを「面白い・楽しい」と感じるから、クリエイティブな作業にコミットするようになる

（創造性に富む人材を育む組織 まとめ）

イノベーション創発に優れた企業では、「新たな発見の種の段階から発芽させ、実を結んでいくにはそれにふさわしい人と組織が必要であるという（栽培）の考え方」を取っており、「社員の自立性や自主性に期待し、これを増幅させるような行動規範、カリチャーコードをしっかりと植え付け、人間が本来持っている創造性に対する信頼を根底に置いて創造力をかきたてる」場を提供しているのではないかと（IDEO社の事例より）

（IDEO社の事例より）

- ・ この事例から、人々は、モチベーションという刺激を受けて自らの可能性を種に光を当て、それを啓発・耕し・育成して日々成長させ、充実感とやりがいを感じながら自己実現を目指す、そしてその過程でイノベーション（価値創造）がもたらされる可能性が高くなるのではないかと

- ・ また、知識社会の現在においては、モチベーションという外的・内的刺激を受けてすぐにイノベーションに直結するのではなく、他人、社会への貢献と内発的動機を育む「場」があって、そこでその人の持つ創造性が生まれて、それがやがてイノベーションをもたらすのではないかと？

（ハーバードビジネスレビューより）

CSV (Creating Shared Value) とは

- ・ マイケル・ポーター教授のCSV論の主眼は？

（「共通価値の戦略」、ハーバードビジネスレビュー、2011）

社会課題を解決することを通じると同時に自社にとっての高い経済的価値を追求する

- ・ ネスレのステークホルダーへの共通価値提供

経済価値、社会価値に加えて知識価値を合わせて目標にしている特徴がある

ステークホルダー	経済価値	知識価値	社会価値
消費者	消費者にとってのお値打ち感の創出	栄養と健康に関する知識の提供	スマートグリーン商品の提供
サプライヤー	原料やパッケージング業者にとっての経験価値の提供	農民への知識提供、食のバリューチェーンの改善	安定的な作物管理や家畜の健康管理などのプロセスの整備
同業他社	価格・コスト削減圧力を通じた同業他社の生産性向上	影響や競争を通じた知識の伝達、食産業全体の効率向上	労働・環境基準の改善
従業員	従業員とその家族にとっての仕事と収入の確保	従業員教育の実施	公共や職場における安心・安全・健康の担保
コミュニティ政府	税金・インフラなどの提供	子供の健康に関するコミュニティ教育の提供	地域開発と資源の持続可能な利用
株主	株主価値の向上	生態系全体の価値向上にかんする資本市場の理解向上	ペンションハンドなどESGを重視する株主価値の向上

出所：「CSV経営戦略」名和高司、東洋経済新報社

・ネスレは、なぜCSVに挑戦するのか？

論点1：金融危機の引き金は、投資銀行より、むしろ米国の政治家である

論点2：未来を憂う

論点3：目に見えないものが重要

論点4：ネスレにとってCSVの重要性

論点5：信用は具体的な行動から生まれる

論点6：透明性の高い企業を目指すネスレ

評価1：力を合わせれば全員が勝者になれることを証明した

評価2：他者を犠牲にした繁栄はあり得ない

□マーケティングのチャレンジと期待 顧客経験Customer Experience (CX)

リーダーシップを各自が発揮しなければならない・マーケティング担当者は、テレビ、ウェブサイト、SNSという、すでにあるチャネルを通じてだけではなく、根本から顧客の価値を見直した、新しいつながりを意識しなければならない

- ・宣伝担当が市場に投入される商品を宣伝する、ウェブ担当であればアクセス数を改善するなど、単発のアプローチでは顧客の変化に対応できなくなっている
- ・つまり、価値変化を反映し、一連の顧客との関係性を考える顧客経験(CX)の視点を持った、
- ・顧客経験(CX)視点のリーダーシップことが、これからのマーケティングのミッションであり、求められるアプローチである。
- ・顧客はテレビや雑誌で品物をしり、商店で品物を確認し、ネットで最安値での入手方法を探して購入することが珍しくない時代に入った。この消費者行動の変化を知ったうえでの販売戦略をとらざるを得ない。

・顧客経験(CX)実現のための手法：カスタマージャーニーの概念

・カスタマージャーニー

顧客の一連のブランド経験を旅に例えた言葉。顧客がブランドや商品を認知、購買、再購入する段階で、ブランドが提供する接点を行き来する一連のプロセスを意味する。見直しが注目されている理由は、環境の変化により、顧客の行動プロセスが変わってしまったため、企業視点の「商流」では、正しく顧客経験を追えなくなっている

・カスタマージャーニーマップ

顧客のブランド経験を時系列で「行動」、「感情」、「接点」などの観点で可視化した資料。自社

の「課題や機会」を発見し、顧客経験を目的とするためのツールとなる

- ・カスタマージャーニーコンセプト

顧客に対してどのような経験を提供するのか、という基本的な考え、企業が掲げる「顧客理念」が反映される

「責任」から「戦略」への転換

CSRは、義務的に行うものという印象がある。受け身の印象。

- ・このCSRという言葉の持つ限界に目をつけたのが、ポーター
- ・CSVでは、戦略的ではなく、戦略そのものにしてしまおうという狙いがある
- ・言い換えるなら、責任から戦略への転換である

CSR	c s v CSV
・善行 ・シチズンシップ、フィランソロピー、持続可能性 ・任意、あるいは外圧によって ・利益の最大化とは別物 ・テーマは、外部の関心や個人の嗜好による ・企業の業績やCSR予算に制限される	・経済的便益と社会的便益 ・企業と社会の共創 ・真の競争力の獲得 ・利益との連動 ・テーマは企業ごとに異なり、内発的 ・企業の予算全体の基盤を構築

CSVを目指している日本企業がいくつか出始めている。

JPホールディングス、ヤクルト、セブンミルサーボス、ヤマト運輸、セコム、森永乳業、資生堂、JTBホールディングス、キリン、伊藤園などである。

しかしこれら日本の大企業が、

- ① 大きな社会的価値をあげているか、
- ② 高収益をあげているか

などデータを分析してみると、まだまだ依然と比較してCSVを表意するほど、大きく評価できるまでには、至っていないように思える。

長期的視点にたって眺めてみたい。

チーム2 人材育成を考えるチーム

ディアグロー社の内山社長をリーダーにして以下のごとき研究を実施した

1：企業の人材像

企業経営を成功させるためには

a：0から1を産み出せる人 価値発掘型人材

b：1を10に成長させることができる人 改革推進型人材

c：10を10から100に維持・発展できる人 実行型人材

の3種類が必要であるが、日本企業の人事施策は、この差を意識して使い分けることが不十分であるように見える。

この3タイプごとに発想法は異なるし、必要能力も異なる。

したがって研修コース内容も当然差が出てくる。

図表1 必要能力別研修コース

SE研修コース 必要能力別 能力開発の体系化(実行力だけでなく問題感知力、発想力を評価すること)			
	a:価値発掘型人材	b:改革推進型人材	C:実行型人材
	ユーザーが求める新たな価値を見いだせる人材	様々な人を巻き込み強い推進力で価値実現をする人材	ITを駆使し期待されるシステムの開発・保守・運用を推進できる人材
業務目的	0→1 霧から1を生みだせること 線路を引く人(5%)	1→10 プロジェクトの創世期において十分な力を発揮すること 列車を手配ダイヤを組む人(10～20%)	10→10~100 ある程度軌道に乗った業務を、さらに発展させ安定運営できること 列車を運行し乗客、通行人を守る人(70～80%)
発想法	右脳型 問題感知力、発想力	左脳型+右脳型も一部可能 工夫改善力	左脳型 計画力+実行力
必要な力	「もっと良いものがあるはず」と考える力 ・本質追究力(目的追究力) ・観察力、洞察力、発想法	「必ず成功させる信念」 ・本質追究力 ・構想力、思考力 ・受容力・共感力・質問力、柔軟交渉力	「堅実な実行力」 ・計画作成力・実行力 ・報連相力 ・技術習得力
研修	(e3)Critical Thinking (b1)Creative Thinking (b2) Design Thinking (b3) Innovation Thinking (d1)Yaiot	(e3)Critical Thinking (a4)Logical Thinking (b1)Creative Thinking (a5)経営管理力	・(e1)ビジネス基礎研修 ・(a1,2,3)業務分析力 ・(c1)Software Hardware Technology ・(c1)Software Hardware Technology ・(c3) Project management ・(c4)要件定義 (c5)XRAD ・(c6) Enterprise Agile

ABC作成

2

2：組織診断、職場診断、個人診断

企業経営には上記3種類a, b, cの人材が必要であるが、そのためには以下の3種類の診断が必要となる。

(2-1) 個人診断

個々の課題や成長機会の特定をするための、個人のアセスメント

(2-2) 職場診断

360度診断等の職場やチームのアセスメント

(2-3) 組織診断

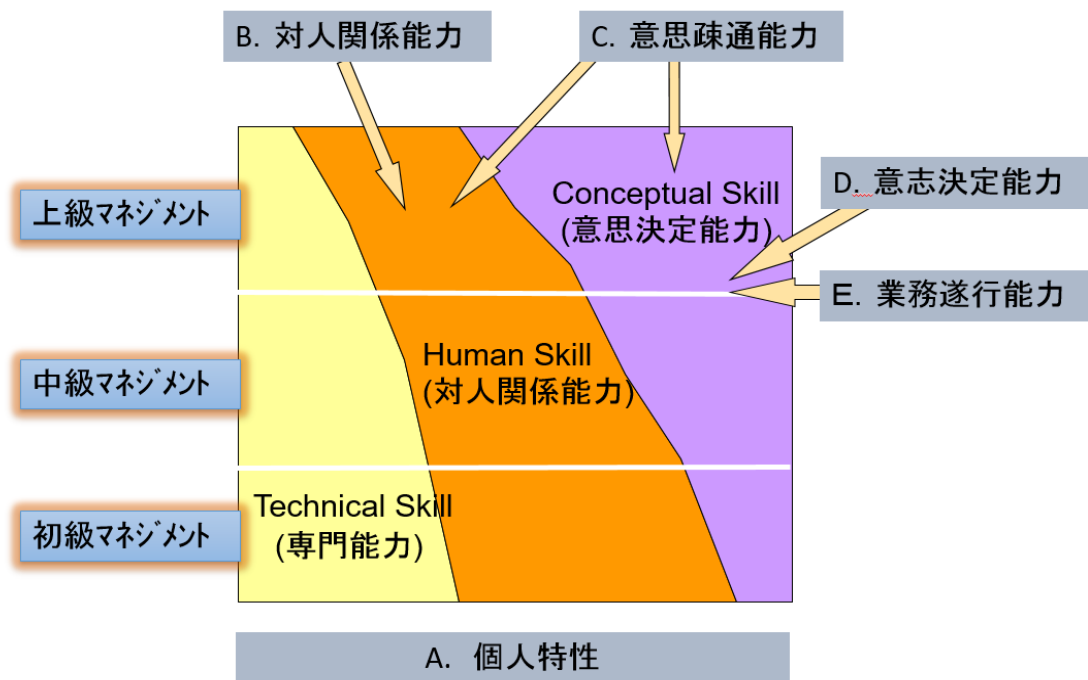
従業員満足度等の企業のアセスメント

等を実施して特徴を伸ばしてゆくことが望ましい。

3：初級、中級、上級に必要な能力

この3級ごとに専門能力、対人関係能力、意思決定能力のウェイト付けが変わってくることも視野に入れて、人材評価をする必要がある。

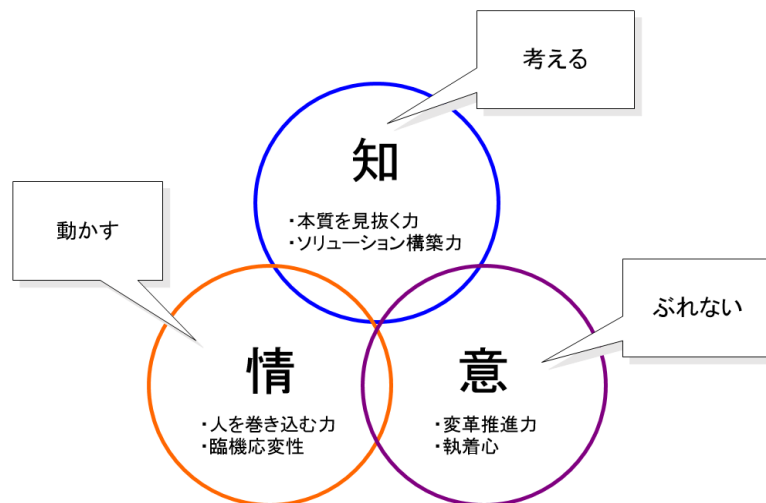
図表2 専門能力、対人関係能力、意思決定能力



4：リーダーに必要な知情意

個人の力を評価する場合は、この3種類の使い分けができる人材であるか、否かを問わねばならない

図表3 知情意



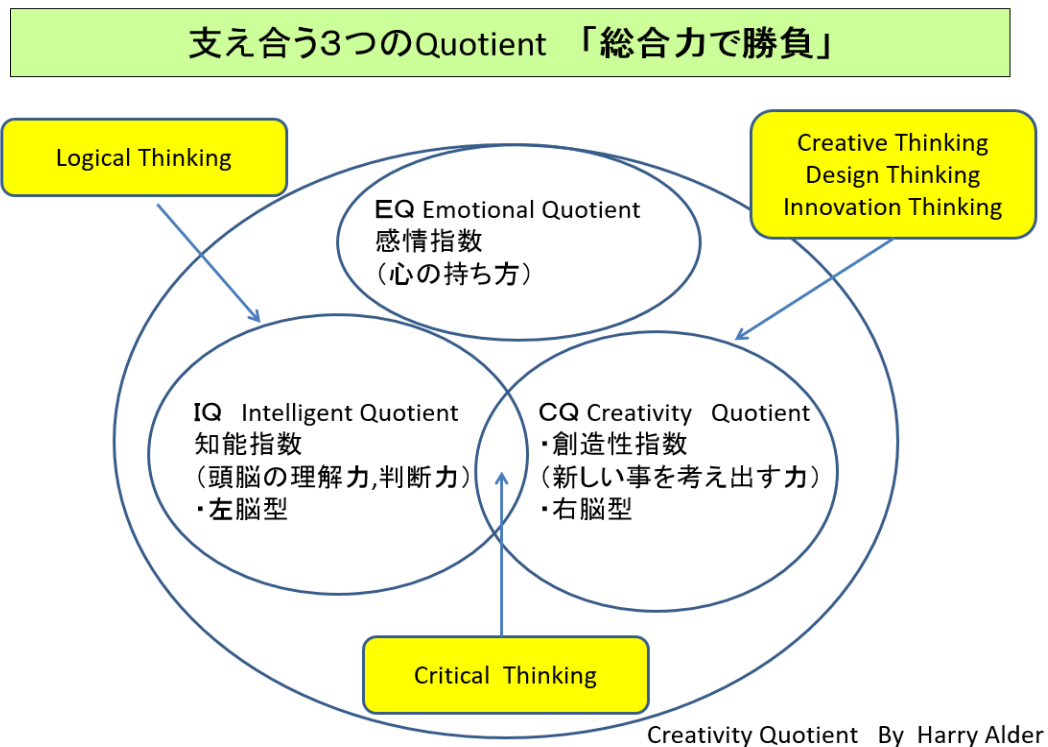
5：IQ, EQ、CQ

人の能力を評価する場合、従来はIQが使われてきたが、感情指数のEQと創造性指数のCQの3要素に配慮せねばならない。

日本企業がグローバル競争で優位に立つためには、新商品、新サービスを生み出すことが必要であり、この3種類の特徴を生かした人材を発掘し育成することが期待されている。

耳慣れないのがCQであるが、これはHarry Alderが提案したものである。

図表4 IQ, EQ、CQ



6：問題感知力、発想力、実行力

企業においてイノベーションは必修であるが、「もっとよい方法や手段はないか」「もっとよい商品やサービスはないか」を考え付く問題感知力が最初に必要となる。

次いで新商品、新サービスを徹底的に考え生み出す力が要求され、最後にビジネスとして実現してゆくための実行力が必要となる。

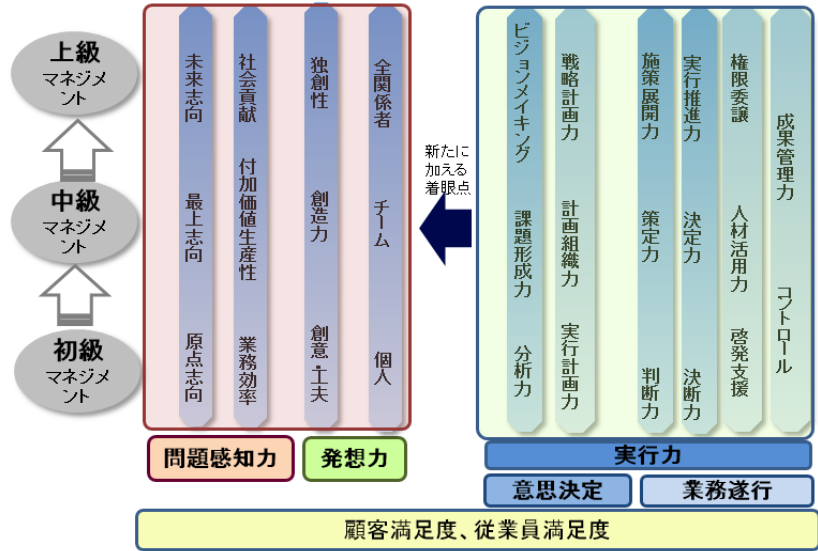
実行力には計画を立てる意思決定力と業務遂行能力が問われる。

この問題感知力、発想力、実行力にも初級、中級、上級の3種類が存在し、各クラスに応じた成長のためのカリキュラムが準備されねばならない。

図表5 出世魚型能力開発

能力開発の体系化(実行力だけでなく問題感知力、発想力を評価すること)

個人が時間の経過や役割によって変化(成長)していく能力開発:出世魚型能力開発



なお、この3種類の力は15の区分に分けて評価できる。
価値発掘型人材、改革推進型人材、実行型人材毎に各職場や職種、個人に応じてウエイト付けをして活用せねばならない。
15評価は更にアセスメントに展開する必要があるが、今年はそのまでの準備はできなかった。次年度の課題である。
図表6 問題感知力、発想力、実行力の評価案

イノベーション人材の評価案					
大区分	中区分	説明	タイプ別活用区分		
			a	b	c
問題感知力	本質追究力	もののことの本質を見極める力、自社の業務効率から社会問題解消へと思考できる力	5	4	3
	観察力	現実を観望し、正しく現状を把握する力	5	3	3
	洞察力	次に、あるいは将来発生する現象、要求を推察できる力	5	3	3
	志向力	原点から最上のものを見極め、更に未来を予測する力	5	3	2
	共感力	現実を新鮮な目で見て判断し、感動を持つ力	5	3	2
発想力	問題分析力	原因、背景、理想、現実を把握し何が問題か、解決すべきことは何かを見極める力	4	5	3
	構想力	課題の解消に向けて人物金情報を組み立てる力	4	4	3
	独創性	従来とは大きく異なる視点で、斬新なアイデアを出せる力	5	4	3
	柔軟発想力	課題の多様性を理解し、柔軟な発想ができる力	4	4	3
実行力	計画立案力	複数の具体的なアクションを、時間、費用に配慮し組み立てる力	4	5	5
	問題解消力	発生してくる課題を手際よく解消できる力	3	4	4
	質問力	回答や課題を引き出せる質問を出せる力	4	4	3
	交渉力	課題を解消するために組織を動かせる力	3	4	3
	説得力	交渉相手を論理的、心理的に納得させることができる力	3	4	2
	臨機応変力	自体的変化を受け入れ、次なる戦術を立て成功に導く力	3	5	2

7: 今後の課題
以上のごとく人材育成問題を研究してきたが、更に以下の問題も追究せねばならない
1: 減点主義 加点主義
・具体的にどのような制度か (敗者復活戦の有無、どこまで回復可能か)

- ・成功事例と秘訣
- ・給与とボーナスの配分
- ・役職推薦制度

2：人材育成の場の与え方

- ・仕事（テーマの与え方、経営戦略との対応）、動機付け、指導配慮のポイント
- ・各自からのイノベーションテーマの募集、実態把握、計画づくり
- ・他社情報の収集（事例の学びと分析）

3：育成方針（カリキュラム）

- ・人材期待型別の研修内容（右脳型、左脳型）
- ・座学と実習の具体的方法

4：個人、組織目標の与え方と評価法

- ・目標値、計画値の作り方と中間評価、実績評価項目
- ・個人評価とチーム評価
- ・評価者は誰か

5：その他

- ・コース設定
 - ・（例）イベント会場からの吸収すべきもの→観察力、洞察力、共感力、構想力）
 - ・（例）他社見学、工場別研修、
 - ・（例）参考書の輪読

以上

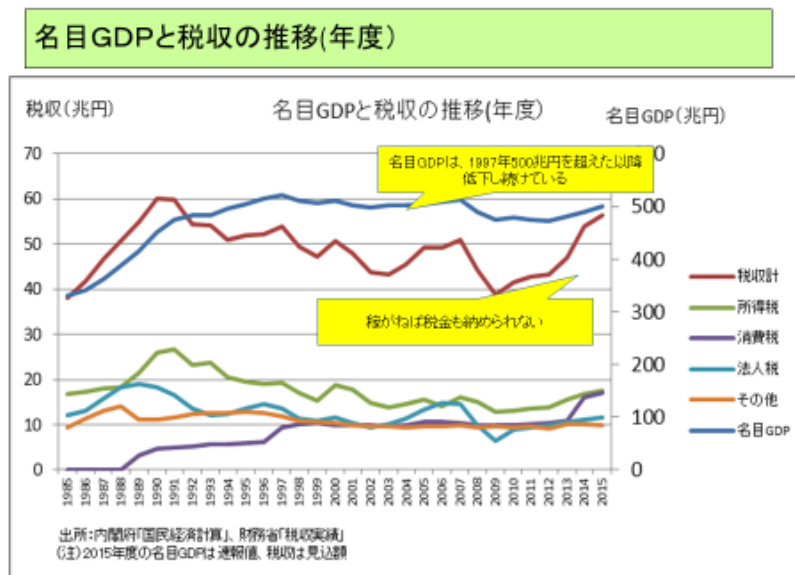
B. 「日本企業成長戦略分析プロジェクト」2016 年度報告

2016年度は日本経済の活性化対策について議論した。

1: 日本経済の実態

日本の GDP は 1997 年に 500 兆円に達したが、それ以降伸び悩んでいる

図表 1-1 名目 GDP と税収の推移



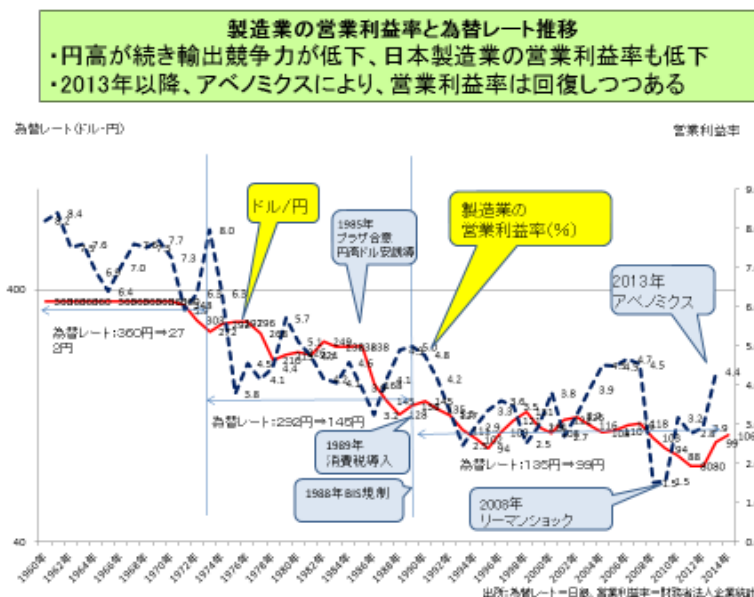
10

1人当たりGDPで見ると
世界の27位である
引用 Globalnote
2016.10

消費税を上げますか？
企業の営業利益率を上げて
法人税を納めますか？

これは為替レートによるところが多く、その対策として、海外への工場移転が進んだ。

図表 1-2 製造業の営業利益率と為替レートの推移

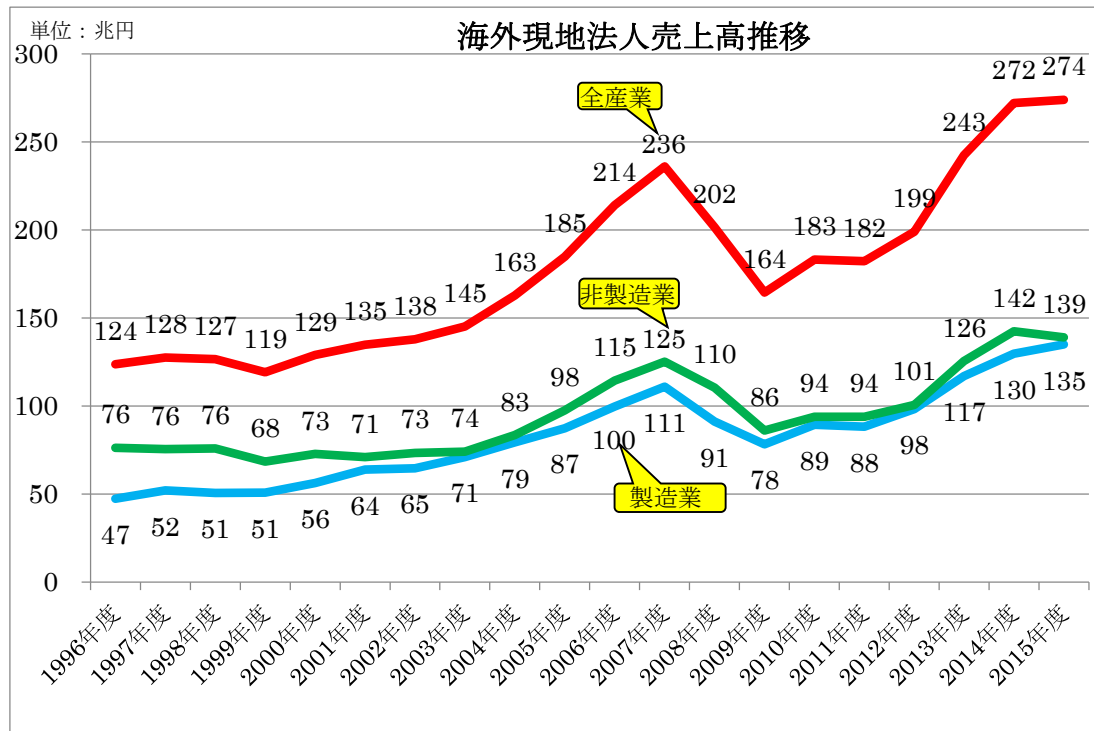


7

為替レートと営業利
益率は密接な関係
がある。
技術戦略だけでなく
金融、財務、成長戦
略が必要

海外生産量の推移を図表 1-3 に示すが、2015 年度で 274 兆円に達している。

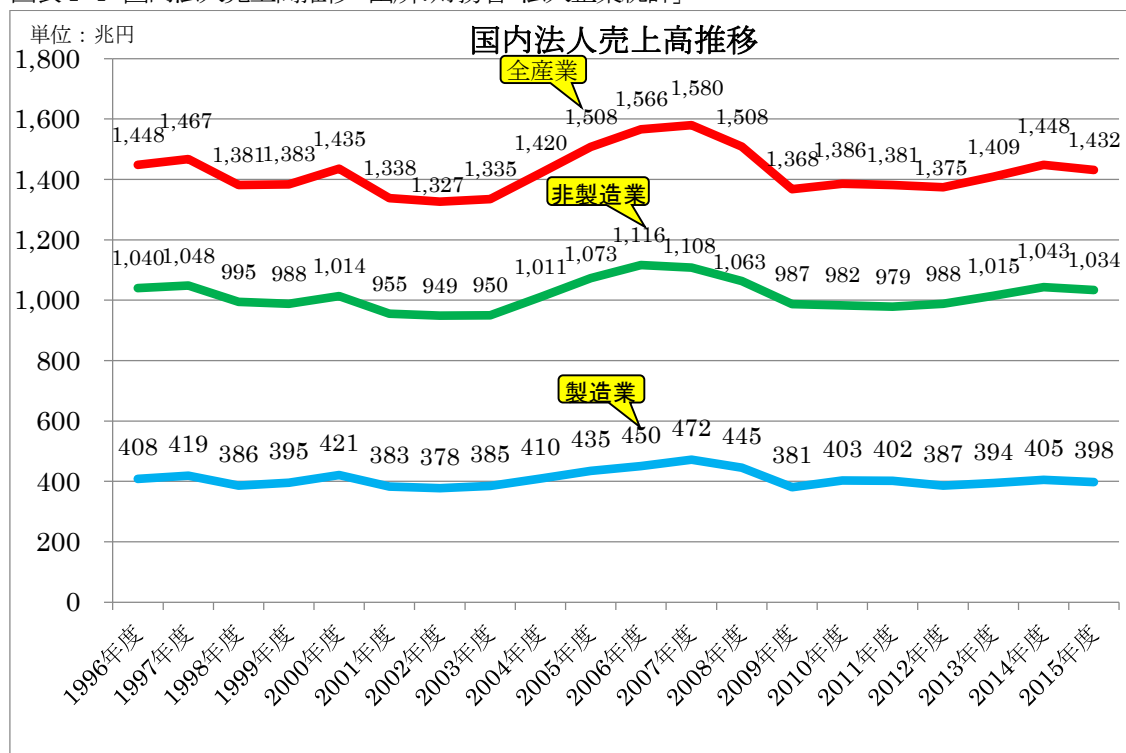
図表 1-3 日本企業の現地法人の売上高



出所：経済産業省「海外事業活動基本調査」

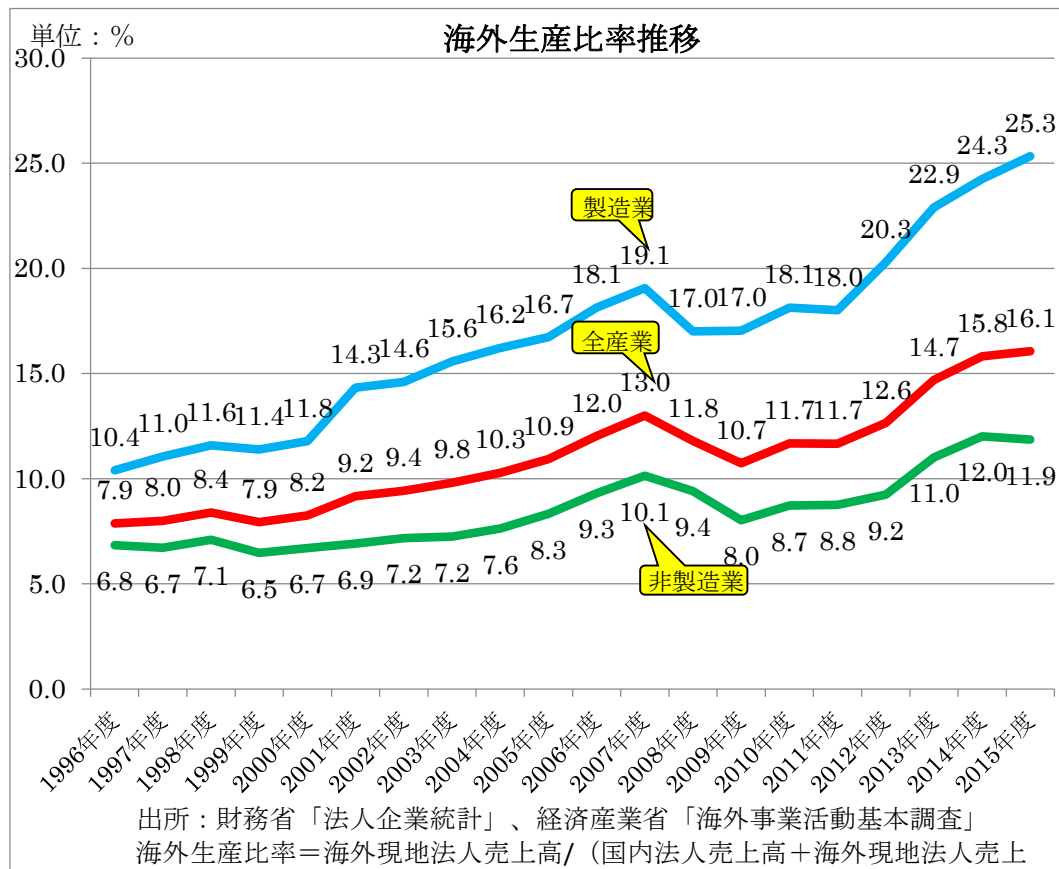
では国内法人の売上高推移を示す。2008[[N1](#)]年度のリーマンショック以降海外の法人売上高が上昇傾向に対して、国内は停滞気味である。その結果海外生産比率は全産業で16%(2015年度)になっている。特に製造業の海外生産比率は25%に達しており、日本国内製造業の苦境がうかがえる。

図表1-4 国内法人売上高推移 出所：財務省「法人企業統計」



[N2]

図表 1-5 海外生産比率



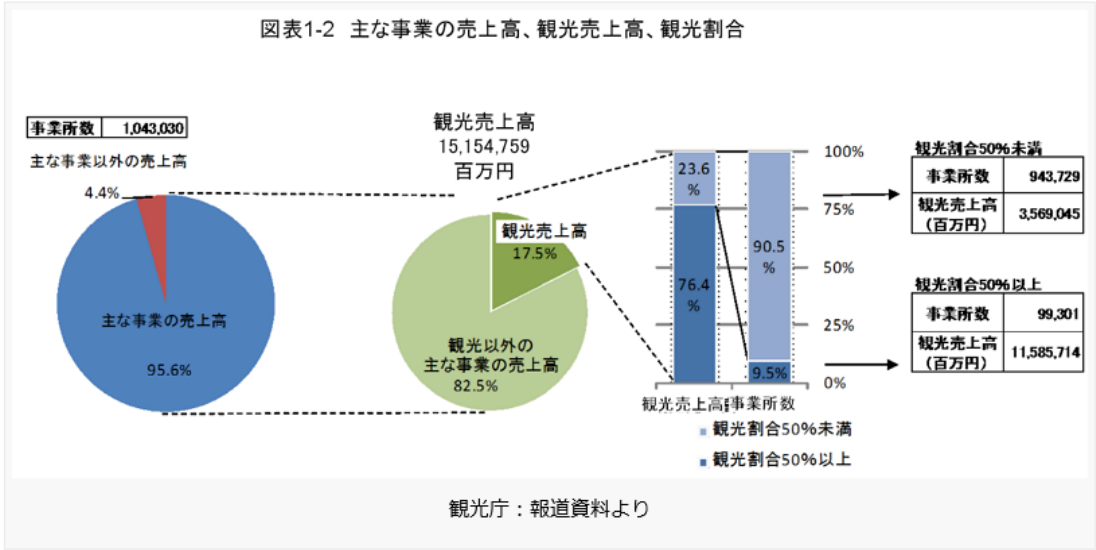
物づくり以外でも収入は得ることができる。

日本にとって観光事業は一つの大きな収入源である。もう一つの収入源の観光はどのような状況であるかを見たのが図表 1-6 である。

官公庁の調査 2015 によると観光事業の売上高は 15 兆円となっているが(図表 1-6 参照)

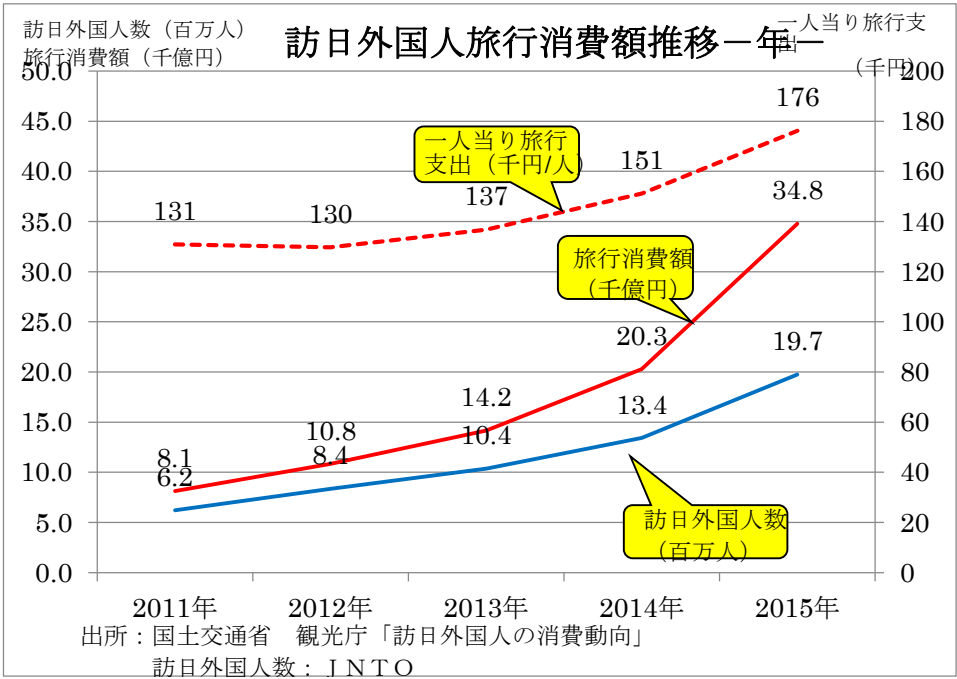
関連事業含めると、全国の観光地域 5861 エリアにおける観光関連事業所(観光産業事業所)は 104.3 万件で、その従業員は 845 万 5 千人、売上高は 90.6 兆円だったとの報告もある。

図表 1-6 観光事業



更に外国人旅行者のみを、対象にしてみると、図表 1-7 以降の数値である。

図表 1-7 外国人旅行者の旅行消費額



[v3][v4][v5]

	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年	年平均 伸び率(%)
旅行消費額 (千億円)	8.1	10.8	14.2	20.3	34.8	44.0
名目GDP (兆円)	4,716	4,753	4,791	4,869	4,991	1.4
旅行消費額/GDP	0.17	0.23	0.30	0.42	0.70	

2：内部留保金の実態と課題

(2-1) 概況

企業活動によって蓄えられた「内部留保」が増え続けている。

法人企業統計によると、2015年度の企業の内部留保(利益剰余金残高)は378兆円と過去最高になった。

「企業は、内部留保を貯めすぎだ。内部留保に課税し、企業が賃上げや投資に回さざるをえない仕組みを作るべきだ」との提案がある。

また、政府は、「内需を拡大するためには、内部留保を設備投資や賃金の増加につなげることが重要だ」と企業に迫っている。

しかし、設備投資については「日本は人口減少により需要が減少しており、投資拡大は難しい。」「海外の需要に対しては、日本国内で生産し輸出するやり方では経済摩擦は避けられないため、現地で生産するしかない。」「日銀は、金融緩和によって金利を下げ企業の設備投資を促そうとしているがうまくいっていない。」等の指摘がある。

賃金については、「むしろ、医療や介護など社会保険料の増加が可処分所得を少なくしており、消費の停滞を招いている」との主張がある。

これらの議論について何が正しいのか、内部留保に関するデータを分析することにより、確認してみた。

先ず「企業は内部留保を貯めすぎ」の主張について、内部留保は現金預金だけでなく、設備投資・研究開発・運転資金、M&A等にも使われており、内部留保が多いことをもって批判することはできないのではないのか。

ただ、収益をあまり生まない現金預金を必要以上に保有することは望ましくないといえる。

資産に占める預金現金の比率を企業規模別に見ると、大企業より中小企業のほうが高い。これは、不況時になると金融機関の貸出態度が、大企業より中小企業に対し厳しくなり、資金繰りも厳しくなるため、中小企業は不況時に備えて極力現金預金を保有しておこうというインセンティブが働くためと考えられる。

このように、内部留保を預金現金に積み増しているのは中小企業で、大企業は海外への直接投資等にまわしている。「内部留保に課税すべき」との議論があるが、むしろ中小企業に与える影響が大きいのではないのか。大企業も海外に投資できなくなり、成長の芽を摘むことになるのではないのか。

中小企業が不況時に備えて現金預金を保有しなくても済むような仕組みが望まれる。

リスクが高く民間金融機関が独自で融資しにくい部分を政府系金融機関が補完する仕組みやハイリスクハイリターンなベンチャービジネスへの成功報酬型金融の導入拡大等考えるべき対策は残されている。

「内部留保が国内の設備投資に回っていない」のは、少子高齢化等による国内需要の低下により、企業が日本の将来の成長に期待が持てず投資に慎重になっていること、新興国の台頭による海外の需要の増加や低廉な生産コスト、貿易摩擦の回避等のため、生産拠点を国内から海外に移す動きが大きくなっていること等が大きな原因と考えられる。

しかし、研究開発等により、世界に誇る技術で市場を拡大している企業もたくさんある。日本の生きる道は、教育の重視により、国内の優秀な人材を育成すると同時に、世界の優秀な頭脳を集め、絶えずイノベーションを起こし続ける以外にないのではないのか。

(2-2) 内部留保は資金源 (数値は2014年度実績 単位:兆円) [N6]

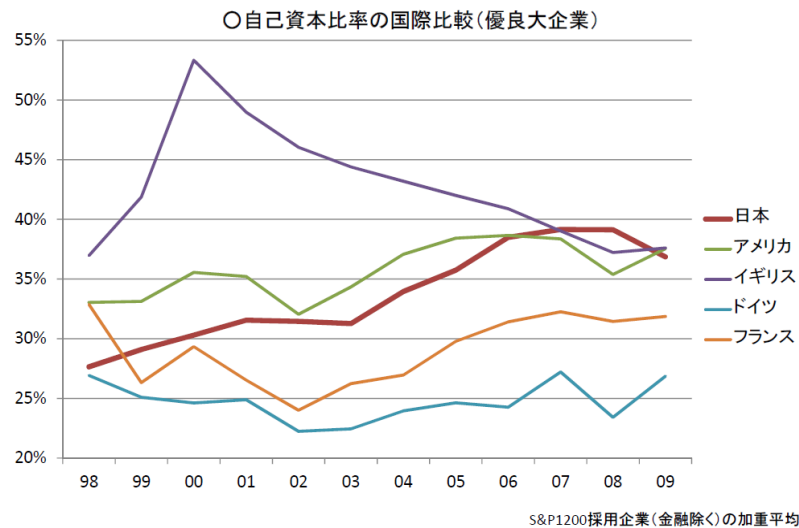
一年間の企業活動の結果得られた当期純利益は、配当(中間配当を含む)と内部留保に処分される。

内部留保と減価償却が資金源となって、設備投資や運転資金等に使われ、余った資金は、現金預金や有価証券等に運用される。

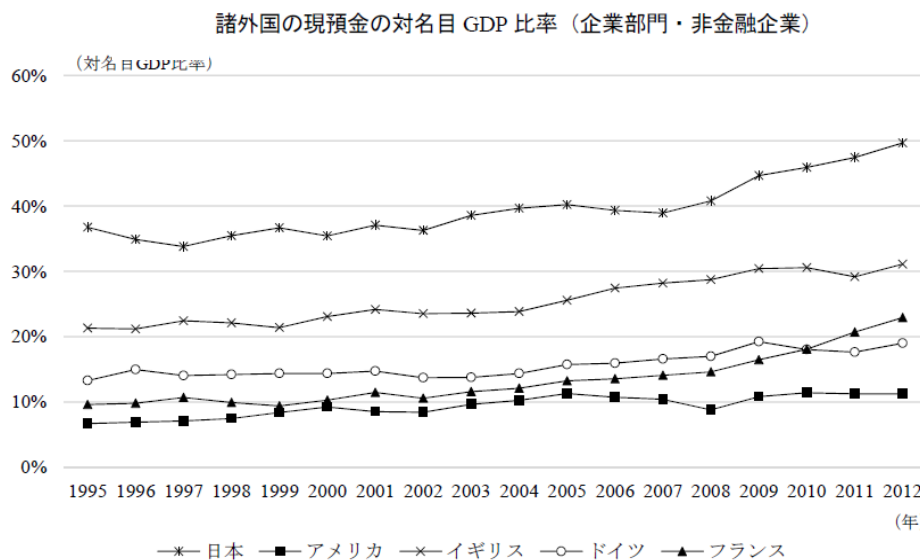
資金が不足する場合は、金融機関等からの借入れや、増資・社債発行等で充足する。

一年間の企業活動の結果得られた当期純利益は、配当(中間配当を含む)と内部留保に処分される。

図表 2-1 自己資本比率 国際比較



図表 2-2 現預金の対名目 GDP 比較



「現金・預金」

内部留保(利益剰余金)の使い方について、企業が現金預金を積み上げていることが問題視されている。収益をあまり生まない現金預金を必要以上に保有することは確かに望ましくないといえる。

企業規模別に見ると、資本金1億円以上の大企業より1億円未満の中小企業のほうが預金現金比率が高い。また、1997年度以降大企業はほぼ横ばいであるが、中小企業は一貫して上昇している。

これは、不況時になると金融機関の貸出態度が、大企業より中小企業に対し厳しくなり、資金繰りも厳しくなるため、中小企業は不況時に備えて極力現金預金を保有しておこうというインセンティブが働くためと考えられる。

このように、内部留保を預金現金に積み増しているのは中小企業で、大企業は海外への直接投資にまわしている。中小企業は銀行の貸し渋りが影響しているが、これは BIS 規制が影響していると思われる。

参考:

- ① BIS規制は、国際間における金融システムの安定化や、銀行間競争の不平等を是正することなどを目的として、1988(昭和63)年7月にバーゼル銀行監督委員会により発表され、1992(平成4)年12月末(日本では1993年3月末)から適用が開始されました。銀行の自己資本比率は8%以上であること

(注) 米国では1984年から1992年の間に、金融自由化、不動産融資、発展途上国融資の影響で、2000 を超

える金融機関が倒産した。この防止対策として、この BIS 規制が作られた

②市場リスク規制

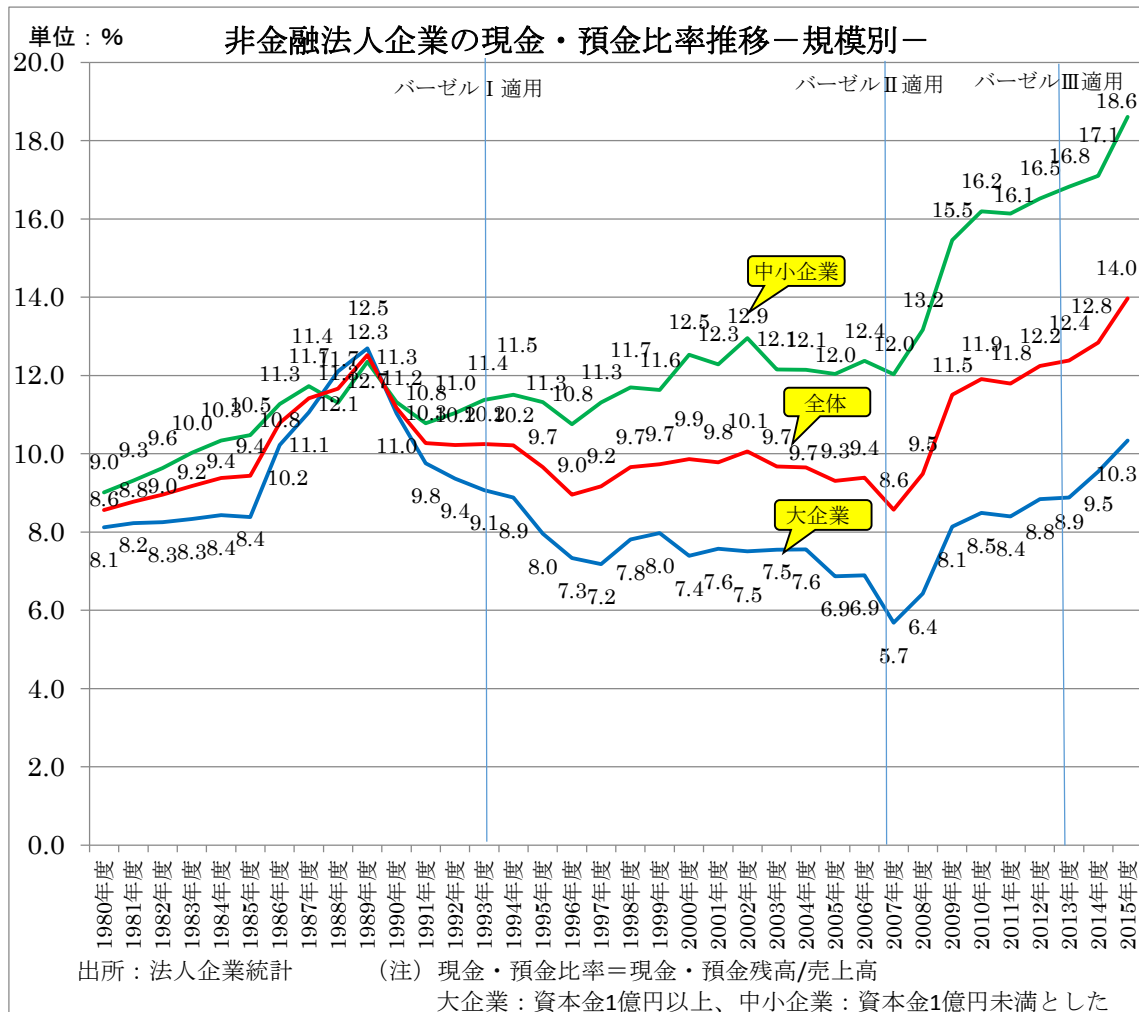
1996年 信用リスク、市場リスク

③新BIS規制

1998年 日本では2007年3月末から適用。

④2010年9月には規制内容を再検討した「バーゼル3」が公表された。「バーゼル3」では、自己資本の「量」と「質」の見直しを柱とし、「量」では自己資本比率の水準(8%以上)の引き上げを、「質」では普通株や内部留保など、より資本性の高いものを多く保有するよう示唆。

図表 2-3 企業規模別の現金・預金比率推移



[N7]

[N8]

3. 過剰な内部留保金を持たない対策

非金融法人企業の活力を保ちつつ貯蓄超過を減らす方法についての考察

この問題に対していくつかの方法があると思えるが、当プロジェクトで議論した内容を添付する。

(1) 企業の期待成長率を高め、企業の国内における設備投資を盛り上げること。

・人口の動きを考えると、国内における今後20年程度の有力な成長分野は、高齢者関連分野。社会保障の切り詰めを考えるのではなく、社会保障の充実と高齢者の自立支援（健康な人で意欲のある人は生涯現役も可能にする等）により、高齢者が安心して好きなことにお金を使えるようにすること。

・日本の潜在的な成長分野は余暇産業。日本に長期休暇制度を導入して国内旅行需要を増やし、地方を

元気づけること。(長期休暇制度の導入に関する小論参照) [N9]

(2) ある程度プラスの金利水準で経済が正常に回るような状況に持っていくこと。

・財政政策の活用(政府支出の増加、ないし増税と政府支出増加の組み合わせ)により、ある程度プラスの金利水準でも経済が正常に回るような状況に持っていくことが必要。金利水準が上がれば企業の利払いが増え、企業の貯蓄超過の縮小につながる。(それが家計に回って消費を増やし、経済にプラスの影響を与える。)

・この方策は上記(1)にもつながる。

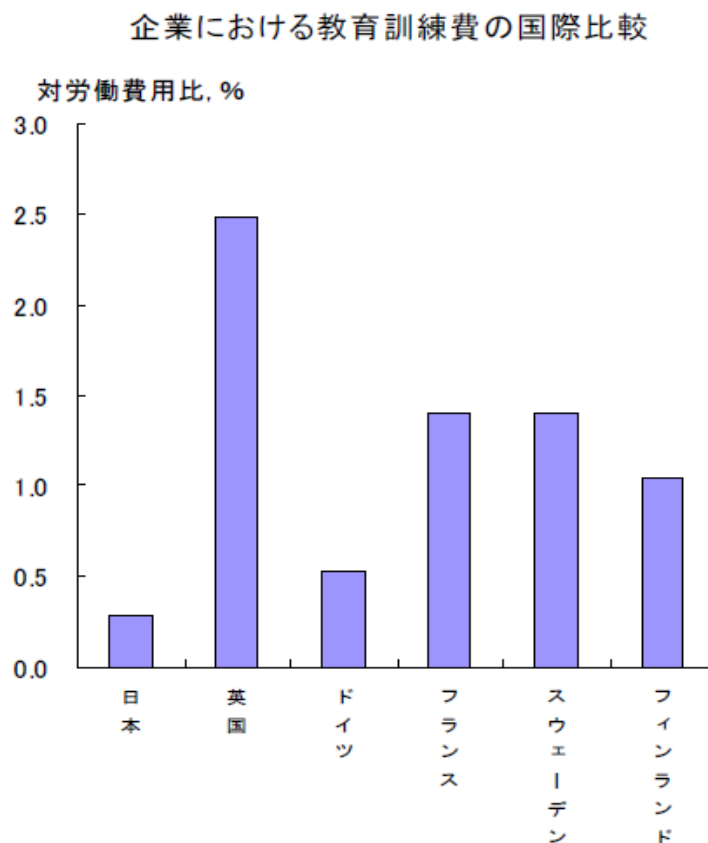
(3) いざというときの企業の資金繰りの安心感を高める金融制度に転換すること

・企業の現在の現金預金の保有額は明らかに過大であるが、いざというときの備えという側面もあると考えられる。いざというときの企業の資金繰りの安心感を高める金融制度になれば、企業も無駄な現金預金を保有する必要はないので投資に回すか、投資機会がなければ配当ないし賞与に回すことによって貯蓄超過を減らすようになるであろう。ただし、いざというときの企業の資金繰りの安心感を高める金融制度がどのようなものかよくわからない。

(4) 企業が従業員の能力開発投資により大きな支出を行うこと

- ・日本の企業の教育訓練経費は先進国の中でも最低の部類。
- ・労働生産性の向上、競争力の強化のためにも大幅な強化が必要。

図表 3-1 教育訓国際比較

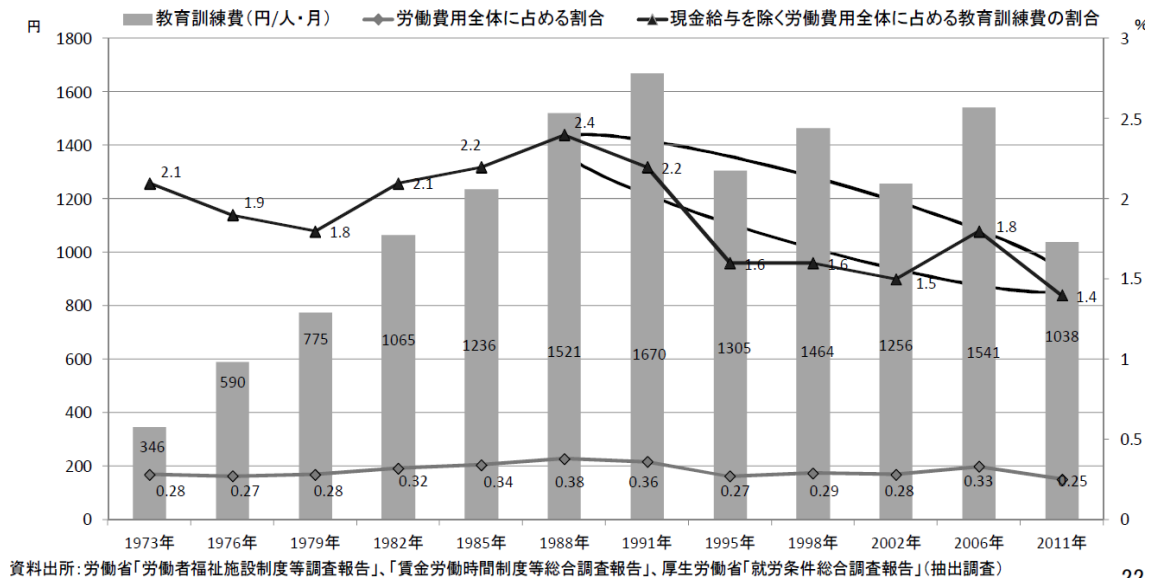


出所：経済産業省「通商白書」2005年

図表 3-2 企業の教育訓練費推移

企業の支出する教育訓練費の推移

○ 民間企業における現金給与を除く労働費用に占める教育訓練費の割合の推移をみると、80年代においては一貫して上昇していたが、90年代以降低下・横ばい傾向にある。



(5) 新商品、新サービスを各企業が生み出し国際競争力を向上する施策を自ら生み出すイノベーション力をつけること。

これについては最初に触れたのでここでは割愛する

(6) 各企業の経営体質の改善を図ること

米国人コンサルタントであるが日本大企業のいくつかを診断した結果に基づき、以下の特徴を把握したロシェル・カップの指摘である。

日本のビジネスマンは、終身雇用制の影響もあるが、自社で働くことへの好感度は低い、t [N10]みなされている

図表 3-3 日本企業と社員の関係

**エンゲージメント
社員のモチベーションを測定する鍵**

基本的な労働条件	給与、福利厚生、雇用の保証、職場環境、条件、仕事と生活のバランス、報酬・表彰
仕事	任務・仕事の内容、エンパワメントと自主性、チームワークと同僚の関係、自分の仕事が企業の全般的な目標にいかに関与するか
成長	キャリアにおける機会、学習と能力開発、挑戦
リーダーシップ	直属上司との関係、上層部リーダーシップへの信頼、所属部リーダーへの信頼
企業の習慣	企業内の効果的なコミュニケーション、賢明な人事管理の慣習、多様性の受容
企業の要因	企業使命への共感、自供の名声・評判・ブランド、企業市民活動・社会的責任、倫理

この質問に対する答えは世界最低の評価実績となる
非常に高い8%、ある程度高い26%、低い32%、非常に低い34% エーオンヒューリット社調査 他社調査でも同じ

日本企業の社員は、なぜこんなにも、モチベーションが低いのか？
ロシェル・カップ著 クロスメディア・パブリッシング

9

実際に日本企業と米国企業の上層のリーダーシップを比較したデータである。

図表 3-4 上層部のリーダーシップの評価の日米比較

残念ながら日本企業の部長以上の幹部の意欲と努力は米国企業の半分以下の評価である。

上層リーダーシップ

調査事項	調査に回答した 日本人社員で 同意した割合	調査に回答した アメリカ人社員で 同意した割合
リーダーは組織のポジティブな印象を社外に与えることを推進している	43%	80%
リーダーは困難な状況に立ち向かっている	36%	60%
リーダーは社員が100%の力を出す気を起こさせている	24%	54%
上層リーダーシップは組織の価値の範例を自ら示している	37%	61%
上層リーダーシップが提出する情報を信じている	32%	55%
上層リーダーシップを信頼し上層リーダーシップに自信を持っている	30%	55%
上層リーダーシップは社員の福利に誠実な興味をもっている	25%	48%
上層マネジメントはコストを低減している	22%	59%
上層マネジメントはビジネスを成長させている	21%	61%
上層マネジメントは将来のリーダーを育成している	17%	41%

図表 3-5 日本企業の粗末なエンゲージメントと低い生産性の根源（1）

では、対策はどのように考えればよいのか、ロッシュ氏の指摘を少し修正した表を示した。

指摘はおおむね当たっていると思わざるを得ないが、この内容の議論は 2017 年度のテーマであり、個別の議論はこれからである。

日本企業の粗末なエンゲージメントと低い生産性の根源(1)

	中区分	小区分	議論の焦点
雇用スタイル	労働力の区分	正社員(総合職と一般職に区分)と非正規社員の扱いの差	・日本で総合職と一般職を分けていない企業がどの程度あるのか ・その企業はどのようなルールを設けているのか ・諸外国ではどのようなルールは存在しているのか ・非正規社員の扱いは、どの程度の効果を企業にもたらしたのか ・このような区分けしている国はどこで、どのような問題が生じているのか
	非標準的労働者の扱いが下手	高年齢者、外国人労働者に対するネガティブな固定観念	・高年齢者の扱いの日本の差は具体的にどの程度か、何故そのような差が出てくるのか ・高年齢者の固定観念は大きいと思われるが、どのようなルールを作ればよいのか ・外国人労働者への固定観念の整理と排除するために諸外国が採用した施策
	自分の仕事を選ぶ方法の寡少	興味や適性のない仕事を拒否できない、単身赴任も拒否できない	・終身雇用制の長所と欠点の明確化 ・固定観念は正しいか(日本は従業員教育に金を使わないデータあり) ・外国でも終身雇用制の企業もあるものではないか、そこでの対策は
人事管理の慣行	報酬と業績評価	年功序列が主体、励ましや改善すべき点の指摘不足	・日本で年功序列が主体ではない会社はどの程度存在しているのか ・その会社ではどのような効果、問題が生じているのか ・励ましや改善すべき点の指摘不足のために各社はどのような措置を採用しどのような 真実を付けているか
	リスクに立ち向かうサポートの欠如	リスクへの挑戦を奨励しない。失敗を厳重に懲戒する傾向がある	・失敗あるいは成功した場合の処遇、処置(報酬と昇格)の実態は、その影響は ・リスクのある仕事に挑戦する社員を増やす施策とは
	仕事の内容が明確に定義されていない	職務内容記述書がないので、業績評価が難しい	・業績評価ができる職務内容記述書の書き方とは ・職務内容記述書を基にした審査、対話の観点とは ・職務内容記述書と人事評価との関係は
	社員を解雇する良いプロセスがない	解雇の対象となる社員を確定するプロセスが確立されていない	・プロセスがないだけでなく、制度そのものの問題ではないか ・日本の現状でも解雇がしやすい方法はあろうか ・解雇された社員の再就職を容易にする国の対策は何か
	人事部はコスト削減を強要するがそれで社員のやる気両立については無効	コスト管理より社員のやる気を両立させた方が効果は大きい	・ダニエル・ピンクの唱えるモチベーション3.0とは ・やる気を上げる方法とは何か、実際に採用した効果的手法とは ・各社でルールとして採用している方法はあるか ・各自でamで採用している効果的手法は
	社員を一生懸命働くのが当然と考えている	社員が愚直な表現でも真実に現れ上げない	・社員からのクレームを吸い上げる制度の実態とは ・クレームがあった場合の対応のうまさ、下手さとは ・直上位置管理者の対応が不十分な場合のアクションは

12

以下のレポートは、ABC の HP に掲載されますので、参照ください

(参考) 停滞の基本的な原因とその解消に向けた財政政策の活用

2016年2月12日 (11:10)

牛嶋俊一郎

C. 「YetAnother IoT アカデミー（略称 YAT アカデミー）」2016 年度報告

1. 開催趣旨

革新技術により産業構造を大きく変化させる事で絶対的優位性を獲得しようとする”構造競争”が欧米で顕著になっている。産業構造競争であり個々の製品機能競争ではないという視点を持つ必要がある。

モノをインターネットで接続する事で膨大なデータを収集する事をベースにしたビジネスモデルの追求ではなく、そこから一步進んで、「モノの賢さ」（モノを賢くすることで）生み出される価値に早急にシフトすべきであると考ええる。

「サービスはモノを通じて提供される」という視点に立って、競争優位性のあるサービスとそれを支えるモノを同時に考案する事が必須な時代になっている。しかしながら、これを可能にする人材が不足しているのが実態である。

当「Yet Another IoT」では、モノに賢さを導入するとどのようなビジネスチャンスが広がるかを検討していく過程で人材を育成し、従来はAI やIoT とは無関係と思われたビジネス領域にさえ、大きな競争力向上の機会が存在する事を明らかにする事を目的としている

Yet Another CC に敬意を表して

現在のIoT（Internet of Things）に対して、我々は、IoT(Intelligence of Things)という考え方を提唱する。

理由は現 Internet of Things という旗印の下で開発される製品／サービス／文化は、「モノをインターネットに接続する」という概念を超えた存在になると容易に予想できる。この変化の本質は、「インテリジェント化」にあると我々は考えている。Intelligence of Things が重要なのであり、「モノをインターネットに接続すること」は本質でもなく、最終目標でもないと考ええる。

「モノのインテリジェント化」という名称でも、これまでの「モノのインターネット」という名称でも、長期的に見れば、同じ到達点に達すると考えられるが、「モノのインテリジェント化」のほうが、回り道をせず、より広い視野で、早く到達することができると考える。速さ・早さこそが、グローバル競争力の源泉となるであろう。

知財・データ立国にむけて

「速さ・早さ」以外に、YaIoT を掲げるもうひとつの理由は、モバイル時代にグーグルなどにインフラ&データを制圧されたという苦い経験があるからである。携帯電話 i モード黎明期の検索ビジネスで脚光を浴びた今泉兄弟を覚えておられるだろうか。

モバイル時代を振り返れば、今泉兄弟の小手先の成果を喧伝している裏で、非常に大きなビジネスをグーグルが仕掛けていたのである。いま「携帯」という言葉を「IoT」と読み替えたとき、今泉兄弟と同じことが発生していないだろうか。

変化を感じて、それを兄弟でできる範囲でものにするというスタイルではなく、変化を大きめに認識し、大きめのビジネスを仕掛けることが必須なのである。小物家電にインターネット接続機能をつけてビジネスにするのは、今泉兄弟がこじんまりとした検索ビジネスを行ったのと同じ構図である。モバイルにおけるグーグルはインフラを整備しデータを制した。IoT 時代にも、モバイル時代（今）と同じように、インフラとデータだろうか？本当に今の延長線上のビッグデータ中心のビジネス（＊2）でいいのだろうか？モバイルの過去事例から戦略的に考える必要がある。延長線上なら一日の長のあるグーグルに根こそぎ持っていかれてしまう危険性が大きいと考えている。

「モノの賢さ」（モノを賢くすることで）生み出される価値にシフトすべきであると考えている。

2. 開催実績

2ヶ月（奇数月の第3水曜日）に1回（16：00～19：00）ゼミ形式で実施

■第一回（2016年7月20日）

「自然現象における知的な振る舞い」

講師：三村昌泰氏

（明治大学研究・知財戦略機構特任教授、先端数理科学インスティテュート所長、グローバルCOEプログラム「現象数理学の形成と発展」拠点リーダー）

人工知能（AI）、ビッグデータ、スーパーコンピュータなどを使わずにも、自然現象の中には知的な現象がある。それは、モノを賢くする単純であるが強力な知見を与えてくれる。今後 YaIoT を考える上での基礎となる考え方となる。

■第二回（2016年9月21日）

「Intelligence of Things におけるソフトウェアの重要性と対応必須課題」～プログラミング・パラダイムシフト～

講師：杉村領一氏

（Invited Researcher at Artificial Intelligence Research Center, AIST, Japan Tizen Association）

IoT の時代は、ソフトウェアが重要となる。これは極めて明らかである。特に、人工知能の世界ではプログラミンのパラダイムシフトが起こっており、「ソフトは賃金の安い外国に外注」という既成概念では到底太刀打ち不可能。IoT 時代のソフト対策を、早急に経営層として改革していく必要がある。AI での過去現在未来（分水嶺）を示し、何が変わろうとしているか、何を変えなければならないのか問題提起する。

■第三回（2016年11月16日）

「脳コンピュータは作れるか？人工知能の現在と未来」

講師：加納敏行氏

（大阪大学／NECブレインインスパイアードコンピューティング協働研究所 教授・副所長）

人工知能の現在の状況と未来を語る事で、装置としての智能と、ネットワークでつながった先の巨大コンピュータ処理での智能との関係を把握する。

これにより、Things だけの能力の限界と、ネットワークでセンタマシンの AI 処理と接続する事で無限の可能性を理解し、アイデアの可能性・発展性を探る事を目的とする。

■第四回（2017年1月18日）

「データ解析・人工知能が企業に与える影響」

講師：神津友武氏

（有限監査法人トーマツ（様）ディレクター、デロイトアナリティクスの研究開発部門リーダー、東京工業大学大学院 特任准教授）

AI による企業経営の自動運転は可能だろうか。経営の意思決定を支援するデータアナリティクス及び AI の現状と将来の課題について問題提起する。研究開発、生産、物流、販売、財務や監査等の企業活動においてデータアナリティクスがどのように活用されているか、どのように企業価値向上に貢献しているかを事例検討し、AI, IoT, Blockchain 等の技術トレンドを見据えて将来を展望する。

■第五回（2017年3月15日）

「ブロックチェーンの仕組みの本質と今後のビジネス動向」

講師：前嶋 陽一氏

（有限監査法人トーマツ デロイトアナリティクス研究開発部門）

近年、様々な分野で注目を集める「ブロックチェーン」であるが、IoT や AI と結びつくことで、その活用範囲は金融業界を超えあらゆる産業に広がると目されている。ブロックチェーンはインターネットの普及と同じように、システムインフラとして利用されるだけでなく、社会の構造を変え、企業間競争のルールチェンジを引き起こすメガトレンドとも言われている。ブロックチェーンの仕組みの本質を理解し、AI, IoT と結びつくことで訪れる将来について議論する。

■第六回（2017 年 5 月 17 日）

「北米における AI 関連事業の活況と日本の課題」

講師：仲田正一氏

（株）NTTドコモ法人ビジネス本部 IoT ビジネス部 担当部長）

杉村領一氏（Invited Researcher at Artificial Intelligence Research Center, AIST）

AI を取り入れた事業がこの一年で指数関数的に増大している。事業構想立案に当たって、AI は新奇性を狙った位置づけから、それがないと競争力を失う中心的存在へと急速に変化している。この予想以上に早い変化への対応を考えるにあたって、北米での AI ベンチャーの具体的活動状況と、今後の課題について提言する。

3. ご参加メンバー

16 社（団体）、16 名（ABC 協会を除く）

D. 「自己成長塾フォーラム」2016 年度活動報告

1. フォーラム開催の趣旨

激変する IT 社会においては、体系的な教える知識より業務の中から自ら学び成長する力が必要となる。10年後を見据え、企業で活躍する人材像を考え、企業の枠を超えた人材像を自由な立場で意見交換し、自主性、創造性、実行力、ホスピタリティを習得し、自ら成長する場とする。

2. 参加者

13社、14名

3. 開催実績

第1回 4月22日(金) 16:00~18:00 ABC 協会会議室

フォーラムの趣旨説明

参加の自己紹介

テーマ選定・ディスカッション

第2回 6月10日(金) 16:00~18:00 ABC 協会会議室

【選択理論心理学】と社内導入事例

1. 選択理論心理学の概要 選択理論とは

【生存】

- ・人間は人生の初期から生存の欲求を自覚している。
- 力の欲求を得るために、生存の欲求を無視する能力がある（拒食症）
- 動物は、生存の欲求が唯一の基本欲求である。
- ・愛は、生存の欲求から分離した。愛を示した人が生存するために優位を占めた。
- ・力の欲求も分離した。力の欲求を満たす事に成功した人が、そうでない人よりも生存の機会を多く持つようになり分離。
- ・自由 他人から支配されずに、もっと容易に生存できるようになるために自由が必要になり、他人からの力から身を守るのに役立つ様になった。
- ・楽しみ 学習に対する遺伝子からの報酬である。生存には直接関係しない
- ・愛、力、自由の獲得に密接に結びつく多くの事を学習するにつれ分離。

【愛・所属の欲求】

愛・所属 生涯を通して愛に満ちた関係が維持する事を求める。
 愛と所属の両方を見つける。友情はという所属感を得ることは容易である
 困難なのは、性的な愛
 遺伝子は誰かを求めているが相手が誰であるかは拘らない。
 最初は、愛とセックスは同時進行するが
 配偶者の片方が、外部コントロールを実践する愛は存在しなくなる
 自分の孤独は、相手があると責め合う。
 しかし、セックスは継続される。セックスは気分を良くしてくるので、それで十分
 セックスは、力の欲求とも深く係っている
 パワーセックス（ヘンリー・キッシンジャー）
 愛は受けることの方を考える。愛を与えることで継続はしない。
 一方通行ではない、愛を受けるのも一つの技能である。
 愛を感謝して受けるのを学ぶ事は、人間関係においても有益である。

【力】

人間の明白な欲求は「力の欲求である」

十分な食料があるとき動物は、獐猛にはならない。

十分な持てる者が、必要以上に所有する事は、他人が必要を満たせなくなる事を指す。

社会のために働く事で力の欲求を満たす

力はそれ自体は良くも悪くもない。どの様に定義づけ、どの様に手に入れ
どの様に使うかが違う。

【自由】

自分でやりたいことが妨げられることがある。ここで力が用いられる。

自由の欲求は、他人の人生を無理やり強制して言うとおりにさせたいという

あなたの欲求と、その様な強制から自由になろうとする私の欲求との間に、正しい
バランスを取らせようとする自然の試み。

悪い例 外部コントロールの落とし子 (マタイ伝七章十二節)

「何事でも、自分のしてもらいたいことは、他の人にもそのようにしなさい」

【楽しみ】

楽しみの欲求は遺伝子に組み込まれている。

人間は生涯遊ぶ唯一の生き物で、遊びから一生学ぶ。

遊ぶのをやめた時が、学びをやめた時である。

他人と仲良く関わっていく最善の方法は、一緒に学習する楽しみをもつことである。

【上質世界 (quality world)】

*目標の世界、将来の世界、目的、ゴール

現実の物を見ても、人によって同じ見方はしない。大きな違いがある。

自分が見たいと思うやり方で知覚して生きている。

個人の世界 (生涯を通して創造し続ける世界)

自分の欲求を満足してくれる具体的なイメージ写真

共に居たいと思う人

最も所有したい、経験したいと思う事

行動の多くを支配してる考え (信条)

上質世界にある人、物、信条のイメージ写真に近くなる行動を選択している

ほとんどの人が、自分の基本的欲求については何も知らない

知っているのは、自分の気分

上質世界をほとんどの人は知らない

例 娘の芝居 評価

同じ上質世界を持っていない限り完全な客観性はあり得ない。

上質世界に無い物は、あるがままに見える

人は現実世界をあるがままでなく、自分が見たいと思うような見方で見ている。

2. 社内勉強会テキストから選択理論の要の説明 (投影のみ)

- ・一般職 「自律とモチベーション」
- ・外部コントロール/内部コントロール、成功循環モデル

3. 組織風土変革への取り組みの事例紹介

4. 取組みの効果と課題
5. 質疑・意見交換

第3回 9月16日(金) 16:00~18:00 11名 ニューウェルシティー湯河原 合宿

「瞑想、ポジティブ心理学概要」

1日目

ポジティブアプローチ

問題の種類を見極める

□ カネビン・フレームワーク

- ◆ イギリスのデイビッド・スノードン教授が世の中のシステムを洗い出し、そこに起こる問題を以下のように分類できると研究成果を発表した

複雑で原因が
錯綜している問題

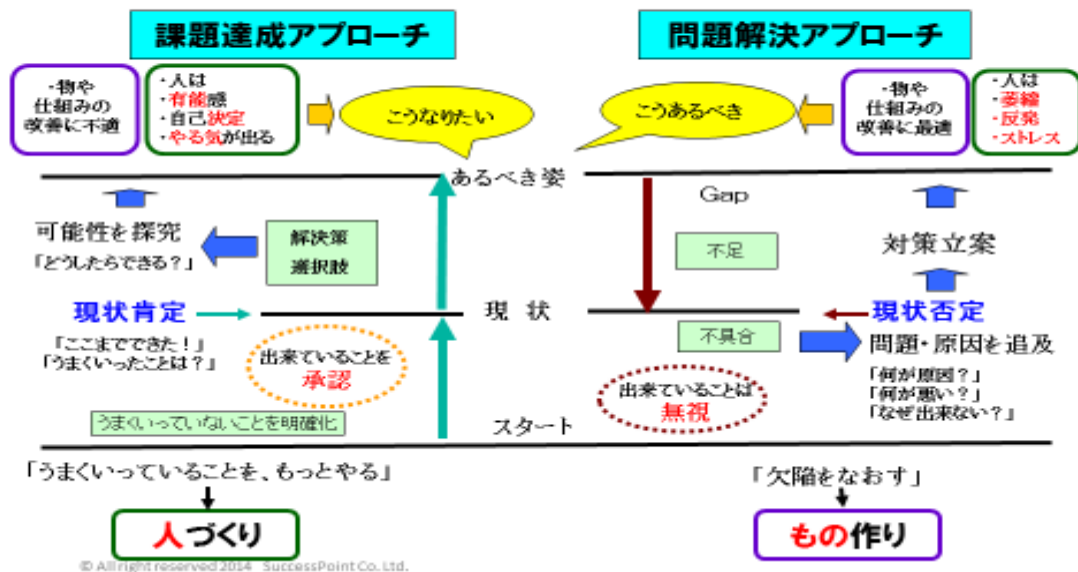
原因が明確だが、
専門家が必要な問題



まずは対処し、
後で最適な解決を見つける問題

原因が明確で、
誰にも原因が分かる問題

ポジティブアプローチとギャップアプローチ



7

瞑想が何故ビジネスに適しているか？

マインドフルネスとは

プラーナーヤーマとは（ヨガの呼吸法）

プラーナーヤーマとは

- ・ プラーナーヤーマはサンスクリット語の Prana と Ayama という 2 つの単語をつなげてできた言葉
- ・ Prana は「気・エネルギー」を意味する。・ Ayama は「延長する」「止める」という意味
- ・ プラーナーヤーマは呼吸サイクルを延長することによって生命エネルギー＝気を増大する実践方法
- ・ 外側（身体）と内側（こころ）を橋渡しする

呼吸の調節

- ・ ふだん呼吸は意識されることなく脳神経系を介して自動調節されています。
- ・ ストレスや感情の変化は脳を介して呼吸を変化させます。
- ・ プラーナーヤーマはこれを逆向きに使います。
- ・ 呼吸を意識的に変化させることで心の状態やストレスによる心身の反応をコントロールしていきます。
- ・ 呼吸回数と深さは、感情の変化、身体の酸素需要量によって変化します
- ・ 呼吸は神経系と血中のガス濃度によって調整されます

プラーナーヤーマの効果

二酸化炭素の良い効果

- ・ 筋肉の弛緩作用があって、ストレスで凝り固まった筋肉が柔らかくなり、交感神経の興奮が抑えられる
- ・ 血管内、消化管内、気管支内の平滑筋にも弛緩作用がおよぶ
- ・ 脳血管も血中二酸化炭素濃度が上昇すると拡張し、脳が酸素を取り入れる量が増加する
- ・ 抗酸化物質は二酸化炭素濃度が高い状態で産生が増加し、抗炎症作用も高まる
- ・ 徐呼吸による二酸化炭素の上昇は精神面に穏やかな覚醒状態をもたらす
- ・ 心は「極めて心地よい清寂感」を感じる

プラーナーヤーマを使った瞑想の実践

第4回 10月14日(金) 16:00~18:00

「クリティカル・シンキングの紹介」

クリティカル・シンキングとは

イノベーション時代において、固定概念に縛られ有効な思考が出来ない状況に陥らないための思考方法
健全に思考することで、柔軟な発想を引き出します。

「自分で方向付けを行い、自己鍛錬を重ね、自分で自分の思考をチェックし、修正を行っていくことだ」

リチャード・ポール&リンダ・エルダー 東洋経済新報社

思考方法は、「正しく考える」ロジカル・シンキング

「正しく発想する」クリエイティブ・シンキング

「正しく疑う」クリティカル・シンキング

三位一体で考える



第5回 12月9日(金) 16:00~18:00

ディスカッション中心

テーマ1:【自己成長に対して何を期待しますか】

テーマ2:【自己成長するとは】

テーマ3:【今後何をすれば自己成長すると思いますか】

第6回 2月25日(金) 14:00~18:00

各自の価値観の紹介

「価値観」抜き

キャリアアンカー診断

E. 「新規事業推進フォーラム」2016 年度報告

1. 開催趣旨

- (1) 広い意味でのネタ探しをどうしていけばいいのか
情報に対してアンテナを高く張り、いかに、ビジネスとしての嗅覚を高めていくにはどうするのか。
- (2) ターゲット市場の設定とマーケティングの実践
仮想ターゲット市場をどう設定して、何を調査し、ターゲット市場を押さえていくのか？
- (3) 新規事業開発の成長段階
phase 1（企画・テストマーケティング）⇒phase 2（インキュベーション段階）⇒phase 3（事業の安定期）と進む中で、どのようにマイルストーンを設定すればいいのか、マイルストーンで考えるべき要点や投資すべき対象、マーケットのズレの調整など、ビジネスモデルの変革をどのように捉えて、進めているのかの事例研究など。また、撤退基準の在り方などを議論していく。
- (4) ビジネスモデルの策定のポイントと構造の理解
投資型モデルなのか、変動費型モデルなのか、限界利益、貢献利益の理解と営業キャッシュフローを

$$\text{営業利益} = \text{EBIT (Earnings Before Interest and Tax)}$$

$$\text{税引き後利払い前利益} = \text{営業利益} \times \text{税率} = \text{EBIAT (Earnings Before Interest After Tax)}$$

$$\text{償却前利払い前利益} = \text{EBITDA (Earnings Before Interest and Tax and Depreciation and Amortization)}$$
の理解と共に。
- (5) ビジネスモデルの変革のタイミング
実際にスタートしてから、2～3回はマイルストーン時まで、ビジネスモデルを想定のままではなく、変革をしていく必要になるケースが多い。そのタイミングと発足力をどう身につけるのか？

2. 開催実績

- | | | | |
|-----|-----------|-------------|------------------------------|
| 第1回 | 10月21日(水) | 16:00～18:00 | |
| 第2回 | 12月2日(水) | 16:00～18:00 | (株) JTB ビジネスイノベーターズ (天王洲アイル) |
| 第3回 | 2月3日(水) | 16:00～18:00 | 全日空 (株) (汐留) |
| | (2016 年度) | | |
| 第4回 | 4月6日(水) | 16:00～18:00 | 東京ガス (株) (横浜) |
| 第5回 | 6月1日(水) | 16:00～18:00 | 住友電工情報システム (株) (赤坂見附) |
| 第6回 | 10月5日(水) | 16:00～18:00 | インテル (株) (有楽町) |
| 第7回 | 12月7日(水) | 16:00～18:00 | アサヒビール (株) (浅草・吾妻橋) |
- ※各回とも、18:00～20:00 情報交換会

3. ご参加メンバー

14社、16人

F.「エンタープライズアジャイル研究会」2016 年度報告

1. エンタープライズ・アジャイル研究会設置の狙い

アジャイル開発が、話題になっているが、基幹系システム分野への適用は、まだまだ少ない。欧米ではアジャイル開発が主流といわれているが、J U A S メトリックス調査 2014 によると、基幹系システムでの適用は 5%にとどまっている。また、エンタープライズ・アジャイル分野での研究会、情報交換会はほとんど開催されていない。

そのため、「エンタープライズ・アジャイル研究会」を設置し、

- ・企業の基幹系システムにアジャイル開発を適用するには、どの分野が向いているか
- ・なぜ、日本ではアジャイル開発の適用が少ないのか
- ・アジャイル開発を進めるための課題、その課題の克服はどうすればよいか

契約、ドキュメンテーション、保守、人材育成、など

などを検討。

本会はこの分野で活躍の長瀬嘉秀様にアドバイザーをお願いし、この研究会を指導いただく。

【長瀬嘉秀様の経歴】

(株) テクノロジックアート 代表取締役

「ハイブリッドアジャイルの実践」(リックテレコム、監修)、「アジャイル開発マネジメント クイックガイド」(技術評論社、監修)、「アジャイル概論 (アジャイルソフトウェア開発技術シリーズ・応用編)」(東京電機大学出版局、監修)、UML などの著書多数。

2. テーマ

(1) 参加各社におけるアジャイル開発への取り組み状況の相互紹介

アジャイル開発に取り組んでいない会社は、課題等の状況をご紹介

(2) 日本企業の基幹系システムにおいて、アジャイル開発が採用できる分野についての意見交換

(3) 企業の基幹系システムにアジャイル開発を適用するための課題確認と適用検討、 など

- ・なぜ、日本ではアジャイル開発の事例が多くないのか、アジャイル開発が向いた分野はどこか、そのための課題と対応策をオブザーバを含め、参加メンバーで意見交換
- ・エンタープライズ・アジャイル開発には、「ハイブリッド・アジャイル開発」も含めて、意見交換

3. 参加メンバー

16社21名参加(ABC協会を除く)

4. 実施概要

・2016年7月より2017年3月まで5回開催。エンタープライズ・アジャイル分野で著名な長瀬嘉秀氏にアドバイザーをお願いし、各社のエンタープライズ・アジャイルへの取り組みの紹介、基幹系システムをアジャイル開発で取り組み場合の課題、進め方等につき、意見交換を実施。各回ともに欠席者がほとんどなく、熱心に議論を交わした。

・参加各社においては、基幹系システムをアジャイル開発で取り組んでいる事例は少なく、取り組んでいる場合でもパイロットシステムで実施しているところが多い。一方、大手SIer企業では、数多くのアジャイル開発に取り組んでいるところもあった。

・本研究部会の議論を山下部会長が「エンタープライズ・アジャイル研究会活動のご紹介」として取まとめ、ABC協会主催の「エンタープライズ・アジャイルセミナー」(4月18日開催)にて紹介。

2017年度は、この活動報告を更に深掘りする。

G.「ディープラーニング業種別研究部会（製造業）」報告

1. ディープラーニング業種別研究部会（製造業）開催の目的

- ・ディープラーニングの適用事例も多く出始め、各企業での適用検討も増えつつある。
- ・ディープラーニングをどの分野、どの業務に適用できるか、またそのもたらす影響について、悩んでられる企業が増えつつある。
- ・このような状況を踏まえ、ABC協会では、現在のディープラーニングを取り巻く技術や適用状況を共有したうえで、業種別にどのような分野において、ディープラーニングが利用できるかの研究部会を開催する。
- ・ディープラーニングの適用は、業種により異なるため、業種別に参加者を募り、適用シーンを明確にした成果物を作成することを目指す。今回は、製造業を対象とする。

2. 本研究部会の進め方

- ・ディープラーニングの適用に、早くから取り組まれている
株式会社クラスキャット 社長・佐々木規行 様、
株式会社XEENUTS 社長・西田 泰彦 様
に、アドバイザー（モデレーター）としてご参加いただき、本研究部会をリードしていただいた。

3. 参加メンバー

9社10名参加

4. 実施概要

- ・3月～4月に、4回研究会を開催
- ・第1回会合で、アドバイザーの佐々木様、西田様より、世の中の先進企業におけるAI、ディープラーニングへの取り組みを紹介いただき、以降の回で各社においてAI、ディープラーニングがどの分野に適用できるかの議論を実施。

5. 2016年度のセミナーの実施状況

(1) オープンセミナーの実施状況

①ABC協会主催、または共催

- ・7月～3月までで、ABC協会主催のセミナーを11回開催。

その大半は下期に実施し、下期開催は9回。1月以降は5回と1カ月に2回程度開催している。

- ・2016年度は、ABC協会だけでは集客力が弱いと考え、共催、協賛をお願いした。その結果、無料の場合は、共催、協賛の場合、20名以上集客することができるようになってきた。今後とも共催、協賛のセミナーを企画していく。

	セミナー名	講師、共催、協賛	実施日
1	実用重視ITモダナイゼーション最新動向	住友電工情報システム、ソフトロードと共催で開催	7月
2	AIとコグニティブ・コンピューティング最前線	NVIDIA、XyXon、クラスキャット、カミノス	9月
3	IoT最前線	東京エレクトロデバイス、タレス・ジャパン、リニアテクノロジー KMT 研究所、カミノス	10月
4	デジタルマーケティング最前線	コニカミノルタ、日本IBM、ロックオン、カミノス	11月
5	セキュリティ対策最前線	ネクストイット、ラック、ANA システムズ、ジーナツ、緑マーケティング研究所	12月
6	システム・トラブル駆け込み寺開設記念セミナー：システム・トラブルの最近の動向 ～パッケージ採用の落とし穴	ICT ケイエイパートナーズ 細川副会長、本間コンサルタント	12月
7	世界最高の販売戦略&目標設定	アガペー・ミッション・早崎社長	2月
8	Deep Learning 研究会案内セミナー	ジーナツ・西田社長、クラスキャット・佐々木社長	2月
9	世界最高の販売戦略&目標設定	アガペー・ミッション・早崎社長	3月
10	企業の業績向上に役立つ文章作成能力向上講座	TOA・福田(修)社長	3月
11	テレビ局に取材をさせるには	千葉テレビ放送・大林ディレクター Personal Marketing・小磯社長 カミノス・西川社長	3月
12	エンタープライズ・アジャイル開発の現状と課題	テクノロジー・アート長瀬社長、ニッセイ情報テクノロジー・中野様	4月

②ABC協会が共催のセミナー（先方のセミナーに協力）

主催	セミナー名	実施日
(株)サクセスポイント	AI（アプリシエイティブ・インクワイアリー）1日体験セミナー	5月
同上	中高年が輝く働き方	11月

同上	ポジティブ心理学をベースとした AI(アプリ・ウェア・インクワイリー)の実践的活用方法	12月
(一社)ICT経営パートナーズ協会	生産性向上は会計システムの総点検から	2月
ネクストイット(株)	標的型攻撃にも、脆弱性攻撃にも、内部情報流出にも負けない、最新脅威対策	3月
(NPO)オープンソースソフトウェア協会	「コーポレートサイトにちょうどいい」baserCMS 生い立ちと今	4月
株KB マネジメント ブレイズコンサルティング(株)	ビジネスルールと意思決定マネジメント入門セミナー	4月
(一社)ポジティブ・イノベーションセンター	レジリエンス(困難を乗り越える力/折れない心の作り方)	4月

2. ネットセミナー(ネット教育)

(株)管理技術ラボ(八木社長)とコラボし、「管理技術ネットセミナー」を2017年6月～9月に12回コースの開催を決定。ここでネットセミナーの実績と経験を重ね、他のネットセミナーを企画していく。

6. 特別プロジェクト：「ふるさと創生ITプロジェクト」

国の方針は「地方創生・一億総活躍社会の実現」を掲げています。

(株)ジインズの廣瀬光男社長が以下の目的で「ふるさと創生IT 協同組合」の設立を検討、ABC協会として協力、支援することとなった。尚、「ふるさと創生IT 協同組合」は、2017年5月に設立された。

<設立目的>

人口減少が進んでいる地方に対し「ふるさと創生IT 協同組合」を設立し、中央官庁および大手メーカ&大手企業から「IT 事業の受け皿」として「地域の活性化（創生）」を図るプロジェクト（協同組合）を創出した。

各県のシステム会社と連携して地方発の社会システム等の相互開発及び活用も検討する。

<ABC 協会の役割>

ABC 協会は「要件分析・プロジェクト管理・コンサル」など側面からの支援をする。

ABC 協会としては地方の会員も増やす目的もある。

<2017年3月3日（金）に設立総会>

山梨県（株）ジインズ社・沖縄県（株）新世紀システムズ・（株）リュウズシステム・鳥取県（株）アクシス・徳島県（株）サンシステムエンジニアリングの5社が理事会社でスタート。

<来年度に向けて>

ABC 協会のコンサルタントも含め多くの意見を取り入れ「総務省の補助金」を意識した提案をして行く方がより具体化が見込める。

<ABC 協会作成のイメージ図>

会員活動

12

■ITふるさと創生プロジェクト

<目的>

人口減少が進んでいる地方に対し「ふるさと創生IT協同組合」を設立し、中央官庁および大手メーカ様&大手企業様から「IT事業の受け皿」として「地域の活性化（創生）」を図るプロジェクトです。
地元の優秀な若者を「ITふるさと創生プロジェクト（ふるさと創生IT協同組合）」が安定した雇用促進を図るプロジェクトです。



<取組テーマ>

- ①地方の定住人口の増・・・地元雇用の拡充と大都市からの老若男女移住（U・J・Iターンの推進）
- ②東京一極集中解消に貢献・・・ゆとり空間とガーデンシティ・地方で臨住隣接都市を開拓
- ③未来に向けた地域経済の活性化・・・地方の雇用拡大により地域の消費経済の拡大に貢献

<ふるさと創生IT協同組合（H29年4月新設予定）>

事務局：山梨県笛吹市（株）ジインズ 内 廣瀬光男 (hirose@iins.co.jp)

<国の政策>

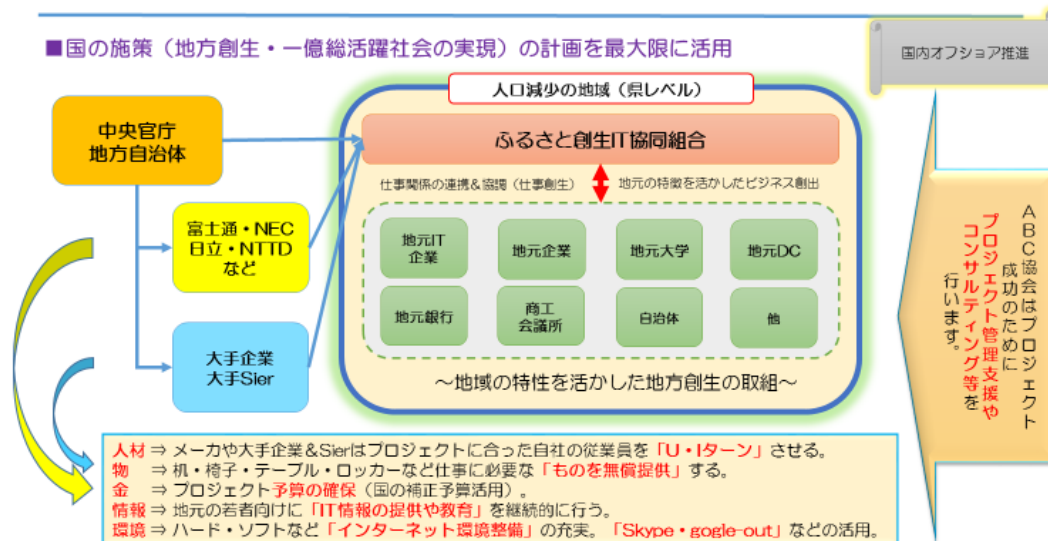
「まち・ひと・しごと創生関連事業（内閣府）」の活用

<参考>（H28年度第二次補正予算：900億円＋1746億円）



ITふるさと創生プロジェクト（イメージ）

■国の施策（地方創生・一億総活躍社会の実現）の計画を最大限に活用



(2)「落し物」駆け込み寺システムについて

毎年「落し物・忘れ物」が多く、スマホ等を利活用した簡単に見つけ出す仕組みは無いかを検討（2016年10月）。

<参考>

平成27年中に警視庁に「落し物」として届けられた件数は約378万件。
多い順⇒①証明書類（50万枚）・②衣類（46万枚）・③傘（43万本）。

<国の方針（想い）>

2020年には4000万人の訪日外国人を目指す方針（想い）。「おもてなし日本」のイメージを更に良くするために「ABC協会」としても検討に入った（2016年10月）。

<大阪の㈱ナニワ計算センター製品活用検討>

10年程前から「遺失物管理システム」を独自に開発し340の導入実績あり。
製品として落ち着いている事も含め協調（コラボ）して行くことにした。

<㈱ナニワ社とABC協会の役割>

㈱ナニワ社は「遺失物」として持ち込まれた時からの管理システムを提供中。
ABC協会は「落とす前の予防（例：QRコード：証明シール）」の仕組みを検討。
※「予防（例：QRコード：証明シール）」＋「遺失物管理システム」⇒おもてなし日本！
※ABC協会としては「ふるさと創生IT協同組合」との連携も検討して行くことにした。

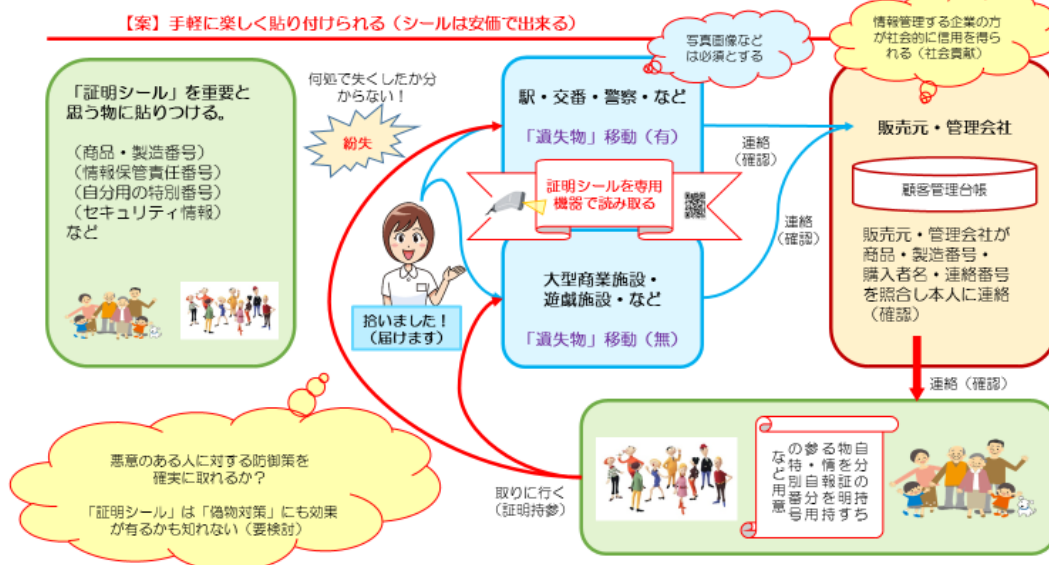
<来年度に向けて>

テーマは身近なところではあるが、詳細に詰めていくと「壁・ハードル」が結構ある。
当方の知識不足もあると感じている。今後はABC協会のコンサルタントも巻き込み、色々な意見を取り入れたい。また、総務省の実証実験Projを探し提案して行く事も検討したい。

＜イメージ図＞

「落とし物」駆け込み寺システムの概要（「証明シール」の活用）

3

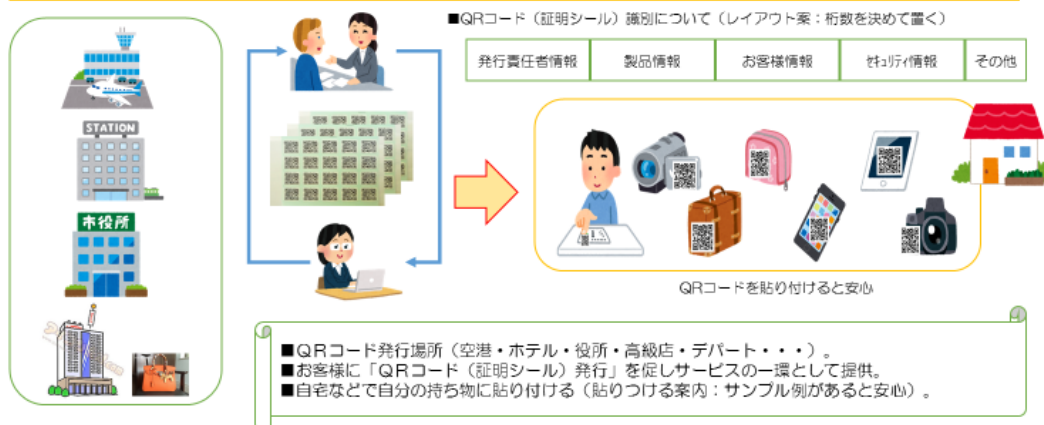


QRコード（証明シール）の発行イメージ

5

出典：株式会社計算センター（一部変更）

1. 証明シール発行は「対面方式」とし「旅行会社・空港・港湾・公共施設・高級店」などのカウンターで行う。
 （発行内容の確認 → その場で「店側と本人」との間で確認をする）
2. ラベルは（例：20枚/シート）無償（サービスの一端）。有償も検討も必要か。
3. 自分の持ち物にラベルを貼付する（自宅でもOK）。



■2017年度の計画（案）（6. 特別プロジェクト）

① ふるさと創生プロジェクト

ABC 協会のコンサルタントの意見も取り入れ（連携しながら）「総務省のイニシアティブ 2017（重点施策）」の計画を調査し「ふるさと創生プロジェクト」にふさわしい事項を選び出し、「ABC 協会（コンサルタント含む）」と「ふるさと創生 IT 協同組合」と一緒になり検討し「総務省の助成金（補助金）」を目当てに「ふるさと創生 IT 協同組合」が主体で実証実験 Proj を立ち上げる。ABC 協会はコンサルタントも含め実証実験 Proj の支援を行う。

たぶん2年前後の計画になると思う。

②「落とし物」駆け込み寺システムについて

基本的にABC協会は「落とし物」に関して「予防する」仕組みを提供する予定。

「遺失物」で何処かに保管された場合は「(株)ナニワ社（大阪）の遺失物管理システム」に連携を取るようにする。

「予防する」に関して、昨年度は「安価で簡単に自己管理」できる「特殊なQRコード付き証明シール」を検討したが、それは暫く保留にする（「予防提案」を複数検討するため）。

今年度はもう少し調査し「最適で安価なiBeacon（アイビーコン）機器」が無いか探す。

ただし、iBeaconは何時もスマホのBluetoothや位置情報を「ON」にしていなければならず、「電池の消耗や位置情報はプライバシーの問題もある」ので普及は難しいと考える。

新たなキーワードとしてセキュリティに強い「割符」と言うシステム（技術）を検討して見る。また、総務省の「IoTサービス創出支援事業」を調べ「予防」にふさわしい補正予算を見つけ検討してみる。「割符」も含めABC協会のコンサルタントと連携を取る。

7. 2017 年度の分科会活動計画

2016 年度は、7 分科会を開催し、一部であるが報告書もまとめることができた。2017 年度は、更に分科会を発展させ、幅広いメンバーに参画いただくことを目指す。

(1) 分科会活動の一覧

分類	名称（部会長、アドバイザー）	区分	活動概要
フォーラム	(1) 自己成長塾 (元クノール食品社長、現ABC協会常務理事・山田様)	継続	創造力、ホスピタリティ、行動力を備えた右脳型人材の育成をテーマに、企業を超え自己成長を目指す人を対象に、自ら学ぶ「塾」形式にて人材育成。
	(2) マインドフルネス・イブニング フォーラム～気づきの力を成長させるフォーラム～ (株) 城真・杉浦なな子社長、サクセスポイント・清水様)	新規	・今世界中で最も注目されている研修であるマインドフルネス（気づきの力）を通して、豊かなコミュニケーションの土台を育み、アイデア発想、生産性の向上を目指します。 ・また、マインドフルネスを軸として、「傾聴」「免疫力」「メンタル」「頭脳&メンタルUP料理」等、各回ごと楽しい講演も企画しています。
	(3) 働き方改革と女性活躍研究会 講師：キャリア研究会会長 野木秀子様、他	新規	・働き方改革は本来、人口減少に伴い有効労働者人口の問題を克服する糸口を探るためのものでした。長時間労働の抑制で女性や高齢者を労働市場に取り込み、1人当たりの生産性を上げることを狙っていましたが、議論の中心は残業時間の上限や非正規労働者の待遇改善にとどまっています。 ・様々な人や仕事に、どのような取り組んでいくのか、プライベート、家庭含め、一人ひとり自らが考え働き方を改革する必要があります
研究会	(4) エンタープライズ・アジャイル (テクノロジックアート・長瀬社長、住友電工情報システム・山下様)	継続	企業の基幹系システムにアジャイル開発を適用する場合の課題や取り組み方につき、情報交換を行う。
	(5) オープンソース・ソフトウェア活用 (オープンソース活用研究所・寺田所長)	新規	OSSは幅広い分野で着実に使われている。参加各社におけるOSSの活用、注目のOSSについて活用の意見交換。
	(6) IBM Watson コグニティブ・コンピューティング実践勉強会 (日本 IBM Bluemix エバンジェリスト 木村様)	6月～12月)	人工知能や機械学習の適用事例など把握し、自社における活用や新規ビジネス実現のため、実際に Watson 環境を構築し、自ら簡単なシステムを構築を行う。

	(7) 日本型経営を考える会 小田 滋 氏 元DICプラスチック株式会社 取締役副社長	新規	人口減少、高齢化による国内消費の低迷もあり、日本企業にはイノベーション、グローバル化が期待されている。一方日本企業の営業利益率は諸外国と比較して低いことが指摘されている。さまざまな原因が考えられるが、日本企業を取り巻く環境、法律、制度、ルール、人材育成制度が、米国と比較して柔軟ではないことが指摘されている。しかし日本にも従来型ではない制度を持って実施している企業もある。ではどのように変革していけば「日本企業がグローバルでも発展できるのか」知恵を出し合う。
	□デジタルマーケティング研究会	新規	計画中
プロジェクト	(8) アドバンスト・ビジネス (PMアラメント・中谷取締役)	継続	右脳型発想法にCSV (Creating Shared Value) を組み合わせて、世の中に役に立つ、新商品・サービスを生み出す研究を行う。そのための人材育成方法の追究を合わせて検討する。
	(9) 日本企業成長戦略分析	継続	日本企業の営業利益率の実態の把握を通じて、国への貢献の在り方を研究する。この成果は、アドバンストビジネスプロジェクトへ反映させる。
アカデミー	(10) アドバンスト・テクノロジー	新規	アドバンスト・テクノロジーについて、講師をお招きして、講演いただき、講師囲んで、意見交換する。
	(11) New Business アカデミー	新規	各界で活躍の講師をお招きして、講演いただき、講師囲んで、New Business について、意見交換する。

(注) 「デジタルマーケティング研究会」は、詳細がまとまりましたところで別途案内します。

2. 各分科会活動のご案内

(1) 自己成長塾フォーラム (継続)

1. 分科会名称	自己成長塾フォーラム
2. 分科会活動の概要	各企業における活躍する人材は様々です。しかし、活躍している人材は共通なマインドなどの人間力は企業を超えて不変です。 激変する IT 社会においては、体系的な知識も必要であるが、より業務の中から自ら学び成長する力が必要です。 10年後を見据え、企業で活躍する人材像を考え、企業の枠を超えた人材像を自由な立場で意見交換し、自主性、創造性、実行力、ホスピタリティを習得し、自ら成長する場とします。
3. アドバイザー、部会長	クノール食品株式会社 代表取締役社長 山田裕美様
4. 参加対象、募集人数	(1) 参加対象 (参加していただきたい方) ・人材育成を検討している担当者 ・企業内のミドル層で自らが成長したい方 (2) 募集人数 20～30名
5. 参加費用	ABC協会の会員企業 6,000円 (年間) (消費税別) 会員企業以外 6,000円 (年間) (消費税別)
6. 開催日程、時間	原則として、隔月、時間は3時間程度。 年1回 合宿あり
7. 開催場所	原則、アイオス五反田アネックス 場合によっては、参加企業での開催あり
8. 取り上げるテーマ	個人の意識改革 (選択心理学)、呼吸法を活用した瞑想、組織との関係性、自ら行動を起こさせ組織力を高めるポジティブ心理学を活用したAI (アプリシエイティブ・インクワイアリー)、アドラー心理学などをベースに自ら考え、意見交換をベースに検討を進めます

(2) マインドフルネス・イブニングサロン (新規)

1. 分科会名称	マインドフルネス・イブニングサロン (気付きの力を成長させるフォーラム)
2. 分科会活動の概要	・先が見えない現代を生き抜くためには、イノベーションを起こすアイデア発想力が必要です。 そしてアイデア発想力は、考え方や手法だけではなく、いかに様々な人との深いコミュニケーションを図れるかこそが土台です。 そこで本サロンでは、今世界中で最も注目されている研修であるマインドフルネスを通して、豊かなコミュニケーションの土台を育み、アイデア発想、生産性の向上を目指します。 ・マインドフルネス（気付きの力）は脳細胞を活性化させることが科学的に検証されており、その効果はシリコンバレー中の企業、Google やインテル、フォード、アメリカ海軍などが研修として取り入れるほど特にEQ（心の知能指数）を高め、深いコミュニケーションの基礎となる心のトレーニングとして効果的です。 本サロンではヨーガの呼吸法も取り入れながら、脳を鍛えていきます。 こうしたトレーニングは、1人で継続するのは難しいものです。 本サロンでは、定期的の実施することにより、仲間と共に楽しく無理なく習慣化し、自らトレーニングが出来ようになれるようカリキュラムを組みました。 マインドフルネスを軸として、「傾聴」「免疫力」「メンタル」「頭脳&メンタルUP料理」等、各回ごとの楽しい講演も企画しております。 ＊本会を進めるにあたり、この分野で活躍中の杉浦なな子様、清水良胤様にアドバイザーをお願いし、このフォーラムを指導いただきます。
3. アドバイザー	【杉浦なな子様の経歴】株式会社誠真 代表取締役 傾聴コミュニケーション 自殺防止センター相談員 頭脳&メンタルUP料理研究家 元コミュニケーション障害であったが、「聴く」ことで悩みを克服し、独自の傾聴コミュニケーション・メソッドを確立。コミュニケーション方法やコミュニケーションの基礎となるメンタルの作り方のセミナーを開催しており、「具体的に何をしたら良いのか、行動レベルで理解出来た。」など実践で役立つと好評を得ている。
4. 参加対象、募集人数	対象者目安は、30歳代～40歳代の中堅男女 (1) オープン参加 (2) 募集人数 30名
5. 参加費用	全6回 1回当たり、3,000円/回（消費税込み）
6. 開催日程、時間	原則として、隔月、第4水曜日。時間は2時間程度。 19:00～21:00 セミナーでは、お菓子、お茶を用意いたします
7. 開催場所	アイオス五反田アネックス
8. 取り上げるテーマ	(1) マインドフルネス・プラーナヤーマ (2) 傾聴とは

(3) 働き方改革と女性活躍研究会 (新規)

1. 分科会の名称	働き方改革と女性活躍研究会
2. 分科会活動の概要	働き方改革は本来、人口減少に伴い有効労働者人口の問題を克服する糸口を探るためのものでした。長時間労働の抑制で女性や高齢者を労働市場に取り込み、1人当たりの生産性を上げることを狙っていましたが、議論の中心は残業時間の上限や非正規労働者の待遇改善にとどまっています。 様々な人とどの様に仕事に対し取り組んでいくのか、生産性向上などへの目新しい処方箋は示せていませんが、プライベート、家庭含め、一人一人自らが考え働き方を改革する必要があります。 参加者自身で、女性の視点、男性の視点から、自らの働き方に関して、様々な知識人より講演を聞き、人生の目標を考えてまいります。
3. アドバイザー、部会長紹介	【アドバイザー】講師：野木秀子 (のぎ ひでこ) キャリア研究会会長 KHA コンサルティング株式会社 代表 講師：小林 千早都 キャリア研究会 副会長 ユニアデックス株式会社 チーフ・スペシャリスト 元 一般社団法人 電子情報技術産業協会(JEITA) ・ソリューションサービス事業委員会 副委員長 ・次世代 IT 利活用検討専門委員会 委員長 講師：小早川 昭子 キャリア研究会 幹事 ・株式会社スマーディー 代表
4. 参加対象、募集人数	(1) 参働き手の減少に危機感を抱く方、自らを少しでも高めたい方、仕事と家庭を両立させたい方、働き方を見直したい方。男女問わず、一般の方からリーダー、経営者を対象としています (2) 募集人数 20名～30名
5. 参加費用	会員価格 3,000/回 (消費税別) 非会員価格 3,500/回 (消費税別)
6. 開催日程、時間	2017年7月～2018年3月 研究会開催 全5回 16:00～18:30 (懇親会の開催回は、19:00)
7. 開催場所	アイオス五反田 (本館) 〒141-0022 東京都品川区東五反田 1-10-7
8. 取り上げるテーマ	研究会 プログラム概要 (予定) 第1回 7月5日 待ったなしの働き方改革 第2回 9月6日 ダイバーシティと女性活躍 第3回 11月1日 働き方改革の具体例 第4回 1月17日 稼ぐ女性社員の育て方 第5回 3月7日 総括 (今後の生き方とは)

(4) エンタープライズ・アジャイル研究会 (継続)

1. 分科会の名称	エンタープライズ・アジャイル研究会
2. 分科会活動の概要	欧米ではアジャイル開発が主流といわれているが、日本では基幹系システム分野への適用は、まだまだ少なく、エンタープライズ・アジャイル分野での研究会、情報交換会はほとんど開催されていない。 当研究会は、昨年設置したが、昨年は、各社の取り組み内容の相互情報交換、エンタープライズアジャイルのための契約、人材育成、QCDについて意見交換を実施した。 2017年度は、昨年度のテーマを深掘りします。 また、本会を進めるのあたり、昨年同様にこの分野でご活躍の長瀬嘉彦様にアドバイザーをお願いし、この研究会を指導いただきます。
3. アドバイザー、部会長紹介	【アドバイザー】長瀬嘉秀様 (株) テクノロジックアート 代表取締役 「ハイブリッドアジャイルの実践」(リックテレコム、監修)、「アジャイル開発マネジメント クイックガイド」(技術評論社、監修)、「アジャイル概論 (アジャイルソフトウェア開発技術シリーズ・応用編)」(東京電機大学出版局、監修)、UMLなどの著書多数。 【部会長】山下哲郎様、住友電工情報システム (株) ビジネスソリューション事業本部シニアマネージャー
4. 参加対象、募集人数	(1) 参加対象者 (参加していただきたい方) ・ 基幹系システムの開発の経験者 ・ マネジャー、SE (2) 募集人数 20名～30名
5. 参加費用	ABC協会の会員企業 18,000円 (年間) (消費税別) 会員企業以外 30,000円 (年間) (消費税別)
6. 開催日程、時間	原則として、隔月、奇数月の第4水曜日、15:00～17:30 5/24(水)、7/26(水)、9/27(水)、11/22(水)、1/24(水)、3/28(水)
7. 開催場所	アイオス五反田 (本館) 〒141-0022 東京都品川区東五反田 1-10-7
8. 取り上げるテーマ	昨年同様、各社の事例紹介に加え、 2017年度は、昨年の議論を踏まえ、次のテーマを取り上げます。 (1) 品質向上のための更に進めた施策の議論 アジャイル開発のためのテスト基準、品質基準など (2) プロダクトオーナー (PO) の重要性の議論 (3) アジャイル開発での分散開発 (4) デザイン思考とアジャイル開発の親和性の議論
9. その他	昨年からの継続ですが、新規の方もぜひご参加ください。

(5) オープンソース活用研究会 (新規)

1. 分科会名称	オープンソース活用研究会
2. 分科会活動の概要	OS Sは、多くの企業に採用されているがまだまだ活用の余地が多い。今後、クラウドシステムがますます普及すると予想されるが、クラウドシステムの多くは、オープンソースソフトウェアを活用している。本研究会では、OS S活用の現状を確認したうえで、各社においてどの分野にさらに活用できるかを、 ・参加各社の事例を含む情報交換 ・アドバイザーの寺田雄一様より、今お勧めのオープンソースの紹介などを通じ、各社でのオープンソースの活用を検討いたします。
アドバイザー	(株) オープンソース活用研究所 代表取締役所長 寺田雄一様 寺田様の経歴は、表の欄外に記載。
3. 参加対象、募集人数	(1) 参加対象 各社でオープンソースの活用を検討されている方、今後オープンソースの活用を検討されたい方 (2) 募集人数 10名～30名
4. 参加費用	A B C協会会員企業 18,000円 (年間) (消費税別) 会員以外 30,000円 (年間) (消費税別)
5. 開催日程、時間	隔月。原則として、第4月曜の15:00～17:30 5/22(月)、7/24(月)、9/25(月)、11/27(月)、1/22(月)、3/19(月)
6. 開催場所	アイオス五反田 (本館) 2階 会議室 〒141-0022 東京都品川区東五反田 1-10-7
7. 取り上げるテーマ	(1) オープンソースの参加各社における活用状況の相互の情報交換 (2) クラウド時代を考えた場合に取り組んでおくべきことの意見交換 (3) 企業での活用が進まないとした場合の課題と対策の検討 (4) 今おススメのオープンソースの紹介 ・人工知能: TensorFlow ・ビッグデータ: Apache Hadoop, Apache Spark ・シングルサインオン: OpenAM ・CMS: Drupal, Liferay, Mautic ・クラウド管理: OpenStack 第1回 (5月22日) は、寺田様より「今おススメのオープンソースをダイジェストでご紹介」

【寺田雄一氏の経歴】

(株) オープンソース活用研究所 代表取締役所長

株式会社野村総合研究所 (NR I) 入社後、証券会社基幹系システム、オンライントレードシステムなど、大規模システムのアーキテクチャ設計、構築に従事。

2003年に、NR I 社内に、日本初となるオープンソース・ソリューションセンター設立。その後、社内ベンチャー制度にて、オープンソース・ワンストップサービス「OpenStandia」事業開始。オープンソースビジネス推進協議会 (OBCI)、OpenAMコンソーシアムなどの業界団体も設立。

2013年、NR I を退社し、株式会社オープンソース活用研究所を設立

2014年、セミナーによるリード獲得サービス「マジセミ」を開始。

主な著作 オープンソースがよ～くわかる本 (秀和システム、2016年)

野村総研時代の著作は多数

(6) IBM Watson コグニティブ・コンピューティング実践研究会 (新規)

1. 分科会名称	IBM Watson コグニティブ・コンピューティング実践研究会
2. 分科会活動の概要	本勉強会では、人工知能や機械学習の適用事例など把握し、自社における機械学習の活用ならびに機械学習を取り入れた新規ビジネス実現のための体験として、自ら簡単なシステム構築の実践を行います。 一人で勉強するのは中々つらいので、新技術を様々な企業から集まり、参加者全員により、機械学習をさせるテーマを決め、IBM Watson を活用するクラウドサービス IBM Bluemix を無料枠で活用して、自らプログラミングしながら機械学習のシステム構築を行います。勉強会では参加企業における現状の課題を人工知能テクノロジーでどのように解決できるかなどの意見交換をし、教師データをどうするかなどの問題を参加者で検討する勉強会を目指します。
アドバイザー	日本アイ・ビー・エム株式会社 ソフトウェア開発研究所 Bluemix エバンジェリスト 木村 桂 様
3. 参加対象、募集人数	(1) 参加対象 初心者参加可能 (2) 募集人数 15名
4. 参加費用	会員 50,000円 (消費税別) 非会員 65,000円 (消費税別)
5. 開催日程、時間	6/15, 7/13, 8/31, 10/12, 11/16, 12/14 全6回
6. 開催場所	アイオス五反田 (本館) 2階 会議室 〒141-0022 東京都品川区東五反田 1-10-7
7. 取り上げるテーマ	第1回 IBM Bluemix とは、Watson とは何か? アカウントの取り方、料金系も含めた説明 意見交換会 (立食による簡単な食事) 第2回 Watson による画像認識アプリケーションの構築 画像認識 API を使用して、参加者自身で作成し動作させます 第3回 Watson によるテキスト分析アプリケーションの構築 自然言語処理サービスを活用して、実際にテキストデータの分類を行う。システムを構築し、動作確認をします 第4回 Watson による数値分析アプリケーションの構築、 Watson Analytics テンプレートを利用して数値解析のアプリケーションを構築し、動作結果を確認・検討します 第5回 参加者による AI システムテーマ選定とアプリケーション構築 オープンデータを活用してアプリケーションの構築後 アプリケーションを動作させ結果の検証 第6回 振り返り精度を上げるためにはどうするか 社内にあるデータを如何にセキュアにクラウドで活用するか (トンネリング技術を活用したハイブリッドクラウドの活用方法) 振り返り懇親会 (立食による簡単な食事)

【木村 桂氏の経歴】(講師：日本アイ・ビー・エム株式会社 ソフトウェア開発研究所
Bluemix エバンジェリスト 木村 桂 様

(7) 日本型経営の改革を考える会

1. 分科会名称	日本型経営の改革を考える会
2. 分科会活動の概要	人口減少、高齢化による国内消費の低迷もあって、日本企業にはイノベーション、グローバル化が期待されている。一方日本企業の営業利益率は諸外国と比較して低いことが指摘されている。さまざまな原因が考えられるが、日本企業を取り巻く環境、法律、制度、ルール、人材育成制度が、米国と比較して柔軟ではないことが指摘されている。しかし日本にも従来型ではない制度を持って実施している企業もある。 ではどのように変革していけば「日本企業がグローバルでも発展できるのか」知恵を出し合いたい
アドバイザー、部会長紹介（必要に応じ）	小田 滋 氏 元D I Cプラスチック株式会社 取締役副社長 海外の会社経験豊かな小田様に知見の提供含めてリードをお願いしました
3. 参加対象、募集人数	(1) 参加対象 自社の諸制度、人材育成制度を考えておられる役員、マネジャーの方 (2) 募集人数 10名前後
4. 参加費用	ABC協会会員企業 30,000円(年間)(消費税別) 会員以外 50,000円(年間)(消費税別)
5. 開催日程、時間	6回/年 16時～19時30分 2時間基本的考え方の紹介をした後、意見交換会を軽い飲み物を楽しみながら意見交換会をさせていただきます
6. 開催場所	ABC 会議室および参加各社の会議室をお借りします
7. 取り上げるテーマ	雇用制度、人事管理の慣行、人材育成の方法、企業文化、イノベーション施策などについて、日米比較、日本企業各社の事例に基づく比較を議論していただきます 必要に応じて有識者のご招待も考えます 検討会終了後に簡単なレポートとして取りまとめます

(8) アドバンスト・ビジネスプロジェクト

1. 分科会名称	アドバンスト・ビジネスプロジェクト
2. 分科会活動の概要	日本企業の活性化は、国家予算の構造改革をもたらす。そのためには企業のイノベーションは欠かせない。過去数年間にわたって日本企業の活性化問題を議論してきたが、それにさらに磨きをかけるために二つのチームを構成して議論を進めたい。 活動のビジョン 民間企業は、CSR（企業の社会的責任）を踏まえつつ、本来の事業開発力を生かした新しいビジネスモデルによって、より良い社会、持続的な未来を創造していくためにCSV（Creating Shared Value）＝共有価値の創造」を研究する。 Team 1 活動の目標 1) CSV を取り巻く背景、取り組み企業・事業の事例を深耕する 2) CSV による事業活動・社会課題の解決に向けて、活動を進める上で必要不可欠なビジネス、マネジメント上の手法・技法・フレームワークの活用方法を理解する 3) 研究活動のセミナー等による情報発信を行う Team 2 の活動目標 右脳型人材の確保、育成は日本の今後の最大の課題となる そのために右脳型人材の定義、素養、育成方法と評価について追究し問題感知力、発想力の、アセスメントを作成する
3. アドバイザー、部会長紹介	Team 1 はPM アラインメントの中谷英雄コンサルタント Team2 はデアーグロー社の内山コンサルタントを中心に議論する
4. 参加対象、募集人数	(1) 参加対象 この課題に感心を持っている管理者、経営者の方の参加を期待しております (2) 募集人数 各チーム10名程度
5. 参加費用	ABC協会会員企業 5,000円（年間）（消費税別） 会員以外 10,000円（年間）（消費税別）
6. 開催日程、時間	12回/年程度を予定 TEAM 1 と TEAM2 は2ヶ月に一回交互に議論する。 TEAM 1 と TEAM2 の両方に出席されても良いが、どちらかに絞って参加することも可能
7. 開催場所	原則としてABC 会議室
8. 取り上げるテーマ	上記記載 今年は各社の調査、実態報告などをお願いすることがあります。

(9) アドバンスト・テクノロジーアカデミー

1. 分科会名称	アドバンスト・テクノロジーアカデミー (旧「Yet Another IoT」アカデミー)
2. 開催内容	アドバンスト・テクノロジーについて、各回講師をお招きして、講演いただき、講師を囲んで、意見交換する。経営者が、新しいテクノロジーをどう捉えていて、経営の中にどのように取り入れていくかを、意見交換の中で、ヒントを得る場である。
3. 座長	(交渉中)
4. 募集人員	経営者 (CEO, CIO, CTO 等) 向けのアカデミーである。メンバーは昨年度の「Yet Another IoT」アカデミーを引き継ぐ関係で、本年度は新規募集を行わない。
5. 参加費用	会員企業 40,000円 (年間) (消費税別) 非会員企業 60,000円 (年間) (消費税別)
6. 開催日程	(奇数月の第3水曜日 16:00~19:00) 9月20日(水) 16:00~19:00 11月22日(水) 16:00~19:00 1月17日(水) 16:00~19:00 3月14日(水) 16:00~19:00 (この月のみ第2週となります) 5月16日(水) 16:00~19:00 7月18日(水) 16:00~19:00
7. 開催場所	参加企業持ち回り
8. 開催形式	各90分の前後半の2部形式と致します。 前半: 講師による講演 後半: 講師を交えて、ゼミ形式の質疑応答と各社の実情を踏まえた意見交換

(10) New Business アカデミー

1. 分科会名称	New Business アカデミー
2. 開催趣旨	(1) 広い意味でのネタ探しをどうしていけばいいのか 情報に対して、アンテナを高く張り、いかに、ビジネスとしての嗅覚を高めていくにはどうするのか。 (2) ターゲット市場の設定とマーケティングの実践 仮想ターゲット市場をどう設定して、何を調査し、ターゲット市場を押さえていくのか？ (3) 新規事業開発の成長段階 phase 1（企画・テストマーケティング）⇒phase 2（インキュベーション段階）⇒phase 3（事業の安定期）と進む中で、どのようにマイルストーンを設定すればいいのか、マイルストーンで考えるべき要点や投資すべき対象、マーケットのズレの調整など、ビジネスモデルの変革をどのように捉えて、進めているのかの事例研究など。また、撤退基準の在り方などを議論していく。 (4) ビジネスモデルの策定のポイントと構造の理解 投資型モデルなのか、変動費型モデルなのか、限界利益、貢献利益の理解と営業キャッシュフローを営業利益=EBIT (Earnings Before Interest and Tax) 税引き後利払い前利益=営業利益×税率=EBIAT (Earnings Before Interest After Tax) 償却前利払い前利益=EBITDA (Earnings Before Interest and Tax and Depreciation and Amortization) の理解と共に (5) ビジネスモデルの変革のタイミング 実際にスタートしてから、2～3回はマイルストーン時までに、ビジネスモデルを想定のままではなく、変革をしていく必要になるケースが多い。そのタイミングと発足力をどう身につけるのか？
3. 幹事団	北上様（JTB）、松浦様（アサヒビール）、黒木様（全日空）
4. 参加対象、募集人員	・企業内で、事業推進に従事されている方 ・募集人数 10名～15名
5. 参加費用	会員企業 30,000円（年間）（消費税別） 非会員企業 50,000円（年間）（消費税別）
6. 開催日程	（隔月開催、奇数月の第2木曜日） 第1回 7月13日（木） 16:00～19:00 第2回 9月14日（木） 16:00～19:00 第3回 11月 9日（木） 16:00～19:00 第4回 1月11日（木） 16:00～19:00 第5回 3月 8日（木） 16:00～19:00 第6回 5月10日（木） 16:00～19:00
7. 開催場所	ABC 協会・本館会議室（五反田）
8. 開催形式	各90分の前後半の2部形式と致します。 (1) 前半：講師による講演 (2) 後半：講師を交えてゼミ形式の質疑応答と各社の実情を踏まえた意見交換

8. 2017 年度研修・セミナー計画

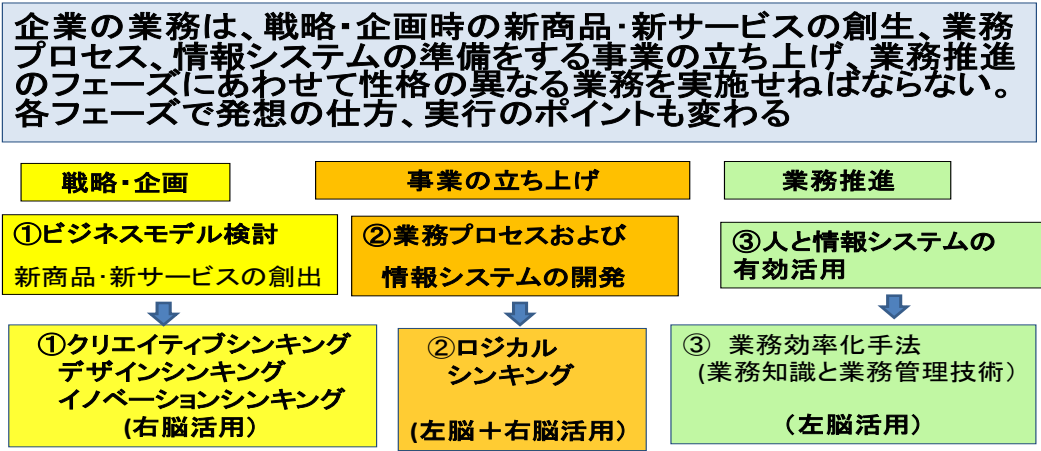
8-1：まえがき

経営を実行していくためには戦略・企画、事業立ち上げ、業務推進の3段階にわたって適材適所で人をアサインし、各人の能力をフル活用させねばならない。

着目して欲しいのはこの3段階で能力の活用の仕方が異なることである。

戦略・企画時には0から1を生み出すことが得意な人を選び、事業の立ち上げ時期には少々 の難問を吹き飛ばし1を10に育て上げる人を活用し、業務推進時期に入ったならば安定運営ができる10を10から100にする人材をうまく活用することが肝心である。

図表 1 企業内の業務



8-2： ABC 協会の研修コース

ABC 協会の研修体系は、戦略企画、事業立ち上げ、安定経営段階の、3 フェーズに渡ってユニークかつ有効なプログラムを準備している。

図表 2-1 ABC 協会の研修コース

戦略企画	事業立ち上げ	安定経営
0 から 1 を生み出す a：価値発掘型人材	1 から 10 へと発展させる b：改革推進型人材	10 を維持する c：実行型人材
11：新商品、新サービスの 創造（右脳型発想と CSV）	21：経営管理論	31：経営管理論
12：：右脳型人材の発掘、 育成	22：組織、人材育成論 （右脳、左脳活用論）	32：組織、人材育成論 （左脳活用含む）
13：：マーケティング理論	23：マーケティング実践論	33：事業の効率化、品質向上 （業務診断、工場管理技術）
14：新技術の理解と新商 品、サービスへの展開（AI,	24：クリティカルシンキング	34：クリティカルシンキング

IoT, BigData およびユニークツール)		
15：新ビジネス事例研究（計画中）	25：事業準備（要求定義、要件定義プロジェクト管理など）	35：モチベーション論（動機付け、組織効率化）
	26：新技術の理解と活用セキュリティを含む	36：新技術の理解と活用セキュリティを含む

◆戦略企画

戦略企画段階は、0 から 1 を生み出すための人材を発掘しレベルアップすることがキーポイントになる。そのためのコースは 5 種類ある。

- 11：右脳型発想に基く新商品、新サービスの創造では、問題感知力とは何かを知り、そこで見つけた問題をユニークな発想力で解決するための力を増強させるカリキュラムが第一である。
- 12：11 実施するための人材の発掘と育成方法論を学び、発展させて自社のものとする仕組みが必要で、そのための具体的な方法論を組織として定着する仕組みつ作るコースが 12 である。
- 13：考案した新商品をいかにして世の中に訴えてゆくのかマーケティングを学ぶコースである。
- 14：新技術の理解と新商品、サービスへの展開の基礎となる知識、技術は数多くあり、この多様なノウハウを学ぶのが、このコースである。
- 15：新ビジネス事例研究（計画中）

11 の補足説明

(a1) 右脳型発想法実践 コース 日常業務ではあまり使わない右脳を鍛えなおすために、をまず受講し、ものの見方の硬直性から抜け出す訓練が有効です。

(a2) 優れた顧客経験（CX）提供実践 ～革新的なサービス・ソリューション創出

自社のビジネスをどのように「顧客の時代」に適応させていくべきか、そのためにまず顧客経験とは何か、ビジネスにおいて何故重要か、といった基本となる考え方をご紹介します。「顧客中心の価値創造」に本気で取り組みたい方々に向けて、具体的な検討プロセスと手法を解説します

(a3) 社会で必要とされる（CSV）共通価値探索実践

～社会にインパクトのある価値を提示～

「顧客中心の価値創造」に本気で取り組みたい方々に向けて、具体的な検討プロセスと手法を解説します。

「社会価値」と「経済価値」の違いを理解し、組織が求める方針と、目標、「社会価値」「経済価値」、施策（アイデア）間での連鎖を整理し、ステークホルダーに訴えるノウハウを習得していただきます。

(参考)新たな価値創出研修

右脳型発想法+顧客経験(CX)+CSV（社会価値と企業収益の共存）

講座名	内容
右脳型発想法実践 ～ものの見方の硬直性から 抜け出す～ 1日間	当講座では、目まぐるしく変わる動向に反応し、最新の経済市場に順応することを迫られる競争の激しい時代においては、革新的な解決策や効果的な戦略を思いつくことが出来る能力が必要であり、その実現に向けた習得できる技法としての「右脳的発想法」をご紹介します。 また、「右脳型発想法」と従来の「左脳型発想法」の違いを理解し、非連続的（破壊的）イノベーションを起こすためのパラダイムシフトの実践方法を習得して頂きます。 更に、「右脳型発想法」を実践する上で、個人、チーム、組織にどのような変革が必要となるか、その条件を考察して頂きます。 講義：演習の割合は、「3：7」です。
優れた顧客経験（CX）提 供実践 ～革新的なサービス・ソリ ューション創出～ 2日間（1日も可能）	当講座では、自社のビジネスをどのように「顧客の時代」に適応させていくべきか、そのためにまず顧客経験とは何か、ビジネスにおいて何故重要か、といった基本となる考え方をご紹介します。そのうえで、顧客経験価値に焦点を当てて提供すべき顧客経験を理解し、これまで誰も気づいていなかった核心をついた解釈（インサイト）を定義する。そのインサイトを基に、アイデアを出し、それらを統合する方法を、実践で使える具体的手法を通して学んでいただきます。「顧客中心の価値創造」に本気で取り組みたい方々に向けて、具体的な検討プロセスと手法を解説します。大上段の概念論にとどまらず、実際に企画を検討している方のレベルアップに役立つ実践セミナーです。 講義：演習の割合は、「2：8」です。
社会で必要とされる（CS V）共通価値探索実践 ～社会にインパクトのある 価値を提示～ 1日間	ソーシャル課題をベースとした新しいビジネスが生まれ、ソーシャルイノベーションが生まれるのは、「社会価値」と「経済価値」が循環し、価値を共創する仕組みが不可欠です。その実現に向けては、まず、「社会価値」と「経済価値」の違いを理解し、組織が求める方針と、目標、「社会価値」「経済価値」、施策（アイデア）間での連鎖を整理し、その結果をステークホルダーと合意形成する事がとても大切になります。ステークホルダーに価値連鎖の説明責任を果たす」ことを主眼に、議論していきたいと思っています。 講義：演習の割合は、「2：8」です。

右脳型発想法 実践	～ものの見方の硬直性から抜け出す～ 1日間
学習形式	講義・演習 (30%・70%)
コース 概要	当講座では、目まぐるしく変わる動向に反応し、最新の経済市場に順応することを迫られる競争の激しい時代においては、革新的な解決策や効果的な戦略を思いつづことが出来る能力が必要であり、その実現に向けた習得できる技法としての「右脳的発想法」をご紹介します。また、「右脳型発想法」と従来の「左脳型発想法」の違いを理解し、非連続的（破壊的）イノベーションを起こすためのパラダイムシフトの実践方法を習得して頂きます。 更に、「右脳型発想法」を実践する上で、個人、チーム、組織にどのような変革が必要となるか、その条件を考察して頂きます。
到達目標	1.「右脳型発想法」の重要性と活用方法が理解できる。 2.暗黙の前提になっている支配的な現実の見方と、これまで検討してこなかった次元への「パラダイムシフト」の各種手法が、体得できる。 3.イノベーションを起こす上で、個人の意識改革、組織の阻害要因・意識改革の必要性が理解できる。
対 象 者	超上流フェーズ（要求定義、企画業務）に携わる情報システム部門、情報グループ会社の方、あるいは、それを支えるベンダー企業担当の方
日 数	1日間
時 間	9:30～17:30

カリキュラム		
A M	1. イノベーションの本質論	1) イノベーションとは本質的にどう定義されるのか？ 2) どうやって、イノベーションを起こすのか？ 3) 右脳型発想法とは何か？
	2. 右脳型発想法実践（演習1）	1) 右脳型発想法 VS 左脳型発想法 2) 左脳型発想法（演習） 3) 右脳型発想法（演習） 4) 右脳型発想法の有効性を振り返る
P M	3. ルール、規範を意図的に超えるためのパラダイムシフト実践（演習2）	1) 解釈のパラダイムシフト 2) 戦略・ソリューションのパラダイムシフト
	4. イノベーションを起こすフレームワーク、プロセス、手法、マインドセットの体験（演習3）	1) ある東南アジアの村の潜在ニーズを解決する 2) 銀座のデパート地下の潜在ニーズを解決する

	5. イノベーションを起こす条件を見出す（演習4）	1) イノベーションを起こす企業の活動をビデオで観察 2) イノベーションを起こす条件を整理 3) 自社でイノベーションを起こすための阻害要因と戦略を提示
※コース進行状況により、上記カリキュラムを変更/調整する場合があります。		

優れた顧客経験（CX）提供実践 ～革新的なサービス・ソリューション創出～ <u>2日間（1日も可能）</u>	
項目	詳細
学習形式	講義・演習（20%・80%）
コース概要	当講座では、自社のビジネスをどのように「顧客の時代」に適応させていくべきか、そのためにまず顧客経験とは何か、ビジネスにおいて何故重要か、といった基本となる考え方をご紹介します。そのうえで、顧客経験価値に焦点を当てて提供すべき顧客経験を理解し、これまで誰も気づいていなかった核心をついた解釈（インサイト）を定義する。そのインサイトを基に、アイデアを出し、それらを統合する方法を、実践で使える具体的手法を通して学んでいただきます。「顧客中心の価値創造」に本気で取り組みたい方々に向けて、具体的な検討プロセスと手法を解説します。大上段の概念論にとどまらず、実際に企画を検討している方のレベルアップに役立つ実践セミナーです。
到達目標	1.顧客経験に焦点を当てることの意義が理解できる。 2.ワークショップ課題「社会システム」、「新商品・新サービス」で、革新的イノベーションを起こす流れを体感して、体得しプロセスが説明できる 3.顧客が求める本質的な価値を提示する事ができる
対象者	超上流フェーズ（要求定義、企画業務）に携わる情報システム部門、情報グループ会社の方、あるいは、それを支えるベンダー企業担当の方
日数	2日間 ※1日での開催も可能
時間	9:30～17:30

カリキュラム		
一 日 目	1. 従来アプローチの限界と新しい視点	1) 既存ニーズではなく、手つかずのニーズを対象にする 2) 部分ではなく、全体を捉える 3) 過去の延長ではなく、非連続性をつくりだす 演習
	2. エスノグラフィーと人間中心のイノベーション	1) エスノグラフィーの考え方と背景 2) 人間中心のイノベーションプロセス 3) 手がかりとCASDサイクル 演習
	3. 行動観察からインサイトを得る	1) 行動観察の優位性 2) インサイトの本質 3) 水平思考／アブダクション 4) インサイトを遠ざけるメンタルプロセス 5) 人類学者のモード 演習
	4. 行動観察の実践～具体的な進め方～	1) 『誰』の『何』を観察すべきか？何を記録すべきか？ 2) 五感への手がかり 3) パターン～モデル化 4) 行動観察と組み合わせて行う様々な定性調査の手法の解説 演習
	5. ワークショップ：行動観察をベースに顧客経験を革新する	(観察調査の実践～得られた知見のアウトプット方法までをワークショップにて体験) 1) 行動をいくつかのフェーズに分ける 2) フェーズ毎に隠れたパターン～ゴールを発見する 3) ゴールを軸にグループに分ける 4) グループ毎にプロセスをモデル化する 5) 現状のプロセスを評価する 6) フレームワークを使ってプロセスを革新する 1日目：ソーシャル課題で、満たされない欲求を解決する
二 日 目		2日目：既存のサービスで、潜在ニーズを理解し、革新的なアイデア・ソリューションを提示する
	6. ワークショップ：ブランドロイヤリティのレベルを上げる	1) 顧客経験をマネジメントする 2) 顧客のゴールに沿って一貫性のあるやりとりを繰り返す 3) ブランド力を高める 4) ホリスティック（包括的）なアイデアを提示する

1日目のワークショップ課題：ソーシャル（社会）課題を解決する

2日目のワークショップ課題：革新的なサービスを提供する

社会で必要とされる（CSV）共通価値探索実践 ～社会にインパクトのある価値を提示～	
項目	詳細
学習形式	講義・演習（20％・80％）
コース概要	ソーシャル課題をベースとした新しいビジネスが生まれ、ソーシャルイノベーションが生まれるのは、「社会価値」と「経済価値」が循環し、価値を共創する仕組みが不可欠です。その実現に向けては、まず、「社会価値」と「経済価値」の違いを理解し、組織が求める方針と、目標、「社会価値」「経済価値」、施策（アイデア）間での連鎖を整理し、その結果をステークホルダーと合意形成する事がとても大切になります。ステークホルダーに価値連鎖の説明責任を果たす」ことを主眼に、議論していきたいと思っています。
到達目標	1) CSV（共通価値）の重要性、論点が説明できる 2) 市場・社会への影響（インパクト）の測定方法を習得する 3) プロジェクトの優先順位付け、プロジェクト撤退の客観的な説明方法を学ぶ
対象者	超上流フェーズ（要求定義、企画業務）に携わる情報システム部門、情報グループ会社の方、あるいは、それを支えるベンダー企業担当の方
日数	1日間
時間	9:30～17:30

カリキュラム		
午前	1. 社会を取り巻く環境変化	1) 日本経済の変化 2) CSV（共通価値）の重要性 3) CSV経営の事例ご紹介 ・欧米企業 ・日本企業 4) ソーシャルインパクト評価の重要性
	2. 投資要求に合った価値連鎖の説明	1) 企業におけるインパクト測定の狙い 2) インパクト創造サイクル

午後	3. インパクト測定計画を用いて価値創出を説明する (演習)	1) 組織のミッションを明確にしておく 2) 方針を基に、プロジェクト候補創出 3) 結果をどう活用するかを検討する 4) 主要なインパクトを特定する 5) 一次インパクトを価値連鎖ベネフィットマップで整理 6) 二次インパクトを洗い出す 7) ベネフィットマップを完成させる 8) 測定データ収集計画を作成する
	4. 選択と集中、投資価値の最適化方法を体得する (演習)	1) ポートフォリオ 2) コンポーネント評価方法 3) 投資価値の最適化実施 4) 選択と集中
	5. プロジェクト撤退の理由をステークホルダーに説明する (演習)	1) 撤退、中止の意思決定上の考慮事項
※コース進行状況により、上記カリキュラムを変更/調整する場合があります。		

講師略歴 中谷英雄

株式会社ピーエム・アラインメント 取締役 ビジネスコンサルティング部長

2013年 米国 PMI 最優秀教育プロバイダー認定

PMI 認定 PMP ・スクラムアライアンス認定スクラムマスター (CSM) ・プロダクトオーナー (CSPO)

<略歴>

日本ユニシス (在籍 7 年)

三井住友信託銀行 (在籍 13 年)

(株)ピーエム・アラインメント (10 年)

- ・コンサルティング・サービス (イノベーション、アジャイル、マネジメント) (企業、NPO 向け)
- ・教育サービス (イノベーション、アジャイル、マネジメント) (企業、NPO 向け)

<研究会活動>

- ・PM 関連 : PMIJ 会員(アジャイル PM 研究会会員、プログラムマネジメント研究会会員)
- ・イノベーション関連 : JUAS (イノベーション研究会会員 JJIP3)
PMIJ 会員(ソーシャル PM 研究会)
- ・震災復興関連の NPO 向けに、イノベーションプロセスの活用支援展開中

<PM 関連書籍著>

監修 PMI 日本支部 「PM ツールの実践的活用」プロジェクト

翻訳メンバー PMI プログラムマネジメント標準 第2版

【受講者の声】

- ・イノベーションのプロセスについて体系立って説明頂き、本質を垣間見れた気がします。
- ・こういうことにプロセス、手法があったことに「目から鱗」だった。
- ・視点が増えて、ためになった。
- ・とても楽しく、頭でよりも「体」で感じる事ができた。
- ・また、大変よくまとまっていて理解し易かった。
- ・実例を用いながら「演習中心」に進めて頂き、楽しく学ばせて頂くことができました。
- ・イノベーションは天才肌の人が起こせるもので、自分は違うと思っていた。
- ・メソッドを学ぶ事で受講前は出なかったアイデアが出る事が分かった事が収穫だった。
- ・常に勉強して体験を継続していくことが大切だと思った。
- ・グループ討議で刺激を受けた。
- ・講師のフォローが的確に入って理解しやすかった。
- ・多くの発見がありました。
- ・「勇気」もらえました。
- ・「会社に戻って活用」できるネタが多くあった。
- ・解決すべき課題の定義がその後の発想を大きく左右することが分かった。
- ・インサイトの観点は一生モノだと思いました。
- ・適用できるのは自分の技量によるところもあるが、熱意をもってイノベーションを起こしたい

13：補足説明 マーケティングセミナー

以下は、2016年度に開催のマーケティングセミナー

日程	セミナー名	講師	料金
10/25	「コニカミノルタのデジタルマーケティング戦略」	デジタルマーケティング統括部Webコンサルティング部長 岩嶋宏幸	無料
	デジタルマーケティングと顧客のエクスペリエンス	日本アイ・ビー・エム（株） インタラクティブエクスペリエンス事業部長 工藤 晶	無料
	「これからマーケターが知るべき、勝ち続けるデジタルマーケティング戦略」	（株）ロックオン マーケティング部 シニアコンサルタント 吉本啓顕	無料
	営業不要の自動化システムの誕生	（株）カミノス・コーポレーション 代表取締役 西川 宏	無料
	世界最高の販売戦略&目標設定 —ブライアン・トレーシー論—	アガペー社長 早崎	有料
	テレビ局に取材をさせるには	千葉テレビ プロデューサー他	有料

14：補足説明

以下は2017年度に開催のAIセミナー

日程	セミナー名	講師	料金
9/14	コグニティブ・コンピューティング 「Watson」の最新情報	（株）カミノス・コーポレーション 代表取締役社長 西川 宏	無料
	NVIDIA が提供する	NVIDIA（エヌビディア）エンタープライ	無料

	AIプラットフォーム最前線	ズ・ビジネス事業部長 杉本博史	
	AI CMS「HeartCore」によるディ ジタルマーケティング最前線	(株) ジゾン製品戦力本部長神野 純孝	無料
	ゲーグルディープラーニング「TensorFlow」を 実装したアプライアンス最前線	(株) クラスキャット代表取締役社長 佐々木規行 (株) XEENUTS代表取締役 西田 泰彦	無料
2/8	Deep Learning 研究会 案内セミナー		無料
6/15	Watson の修得 演習問題の実行を通じて, Watson を習得する	IBM 日本アイ・ビー・エム株式会社 ソフトウェア開発研究所 エバンジェリスト 木村 桂 様	有料

IoT セミナー

以下は2016年度に開催のIoTセミナー

日程	セミナー名	講師	料金
10/25	1. IoT とコグニティブ・コンピュー ティング —IoT の最終ゴールは「認識」	(株) カミノス・コーポレーション 代表取締役 西川 宏	無料
	現場の EXCEL 台帳から IoT 時代のシ ステム化へのプラットフォーム	(株) KMT 研究所 企画担当 藤本康秀	無料
	IoT のラスト・ワン・マイル —接続信頼性と電池寿命の両方を設 計時に保証する方法	リニアテクノロジー (株) ダスト・ エバンジェリスト 小林 純一	無料
	アイデアをかたちにする IoT プロト タイプ開発サービス” Min Lab”	東京エレクトロンデバイス (株) CNカンパニー アプリケーションサー ビス開発室長 神本光敬	無料

◆事業立ち上げ

事業立ち上げ時期用のセミナーを以下に示す

21：経営管理論

経営には何が必要か、目標設定と評価の仕方、事業の見えるか方法、問題に直面した時にはどのように対処するのか、などの経営の基礎を学ぶコースである。

22：組織、人材育成論

企業の組織の作り方、業務詳細記述書の作成方法、モチベーションの活性化法、右脳、左脳活用論など組織人材に必要な事項を習得する。

23：マーケティング実践論

13のマーケティング理論の実践編である。具体的に事業は誰のために実施するのか、顧客満足度をいかにあげ収益を高めるのか日々に直面する問題への対処方法を学ぶ

24：クリティカルシンキング

これは問題の本質を把握し適切な対処方法を学ぶプログラムで、米国の政府に所属した人は一度は必ず受講している。

問題の定義、目的、本質と些末な問題の見分け方、業務推進の目標設定と評価方法など事業推進上の基礎を学ぶ

25：事業準備

企業内の業務は人手で実行するか、コンピューター含めて機械で処理するか、いずれかである。情報システムはコンピューターに依存するので、その道具の準備に必要な知識、要求定義、要件定義、プロジェクト管理などを学ぶ。SE が学ぶのは当然であるが業務担当者がシステム化について必要な知識を習得するためのコースである

26：新技術の理解と活用

業務立上中も新技術は登場してくるので、その技術の本質と活用方法を考える能力を取得する。新技術を自分の業務にいかにも活用させるか、Technology Based Thinking を理解し自己の業務への適用方法を考えるためのコースである。

セキュリティについて学ぶのもこの一つである。

セキュリティ・セミナー

日程	セミナー名	講師	料金
12/9	(1)「セキュリティソフトウェアの現実・ウイルスチェックの欺瞞」	(株) カミノス・コーポレーション 代表取締役社長 西川 宏	無料
	「ANA グループのサイバーセキュリティ対策と CSIRT 構築」	ANAシステムズ (株) セキュリティセンター 阿部恭一	無料
	「テレワークの情報漏洩対策」	ネクスト・イット (株) 代表取締役社長 仲西敏雄	無料
	セキュリティ脅威に対する実効的な組織体制とガバナンス	(株) ラック 常務理事 内田昌宏	無料
	企業におけるスマートデバイス活用のセキュリティ対策	(株) XEENUTS 代表取締役 西田泰彦	無料
	「これだけはやっておこう！低予算でできる標的型メール対策」	縁マーケティング研究所 野々市恭徳	無料

◆安定経営

安定経営フェーズのための研修プログラム

31：経営管理論

日本企業全体がこのフェーズに入っているが、安心してはいけぬ。

実は日本企業の営業利益率は諸外国と比較して低く、これが日本国家の大量国債発行の元になっているともいえる。また一人当たりの生産性も米国の 2/3 である。

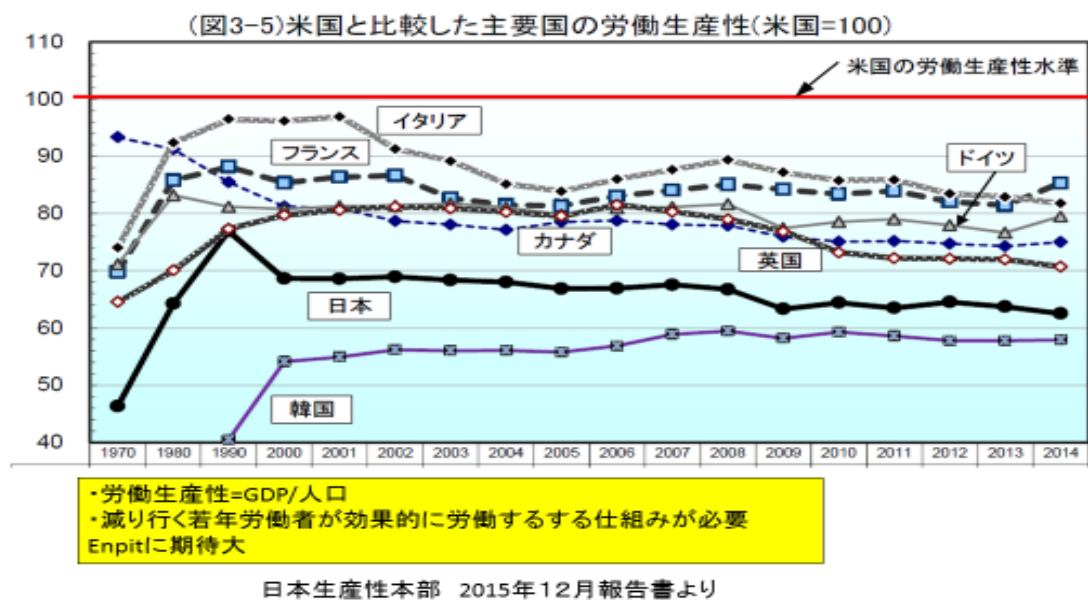
この状態を脱皮するためには無駄を省き、一人当たりの生産性を高める工夫をせねばならない。この実態をどう改善するかこのプログラムがこの経営管理論である

図表 31-1 利益率の国際比較

上場企業の連結決算の最終利益(税引後利益)の比較



図表 31-2 生産性比較



32 : 組織、人材育成論 (左脳活用含む)

1人当たりの生産性を高めるためには二つの方法がある

その1は作業のムダ、ムラ、ムリを省くことである
 その2は一人一人が生き生きと活動し各人の生産性を高めることである
 この手法の概要を図表32-1に示した。

図表 32-1 ホワイトカラーの生産性

ホワイトカラーの生産性向上			8	41
大	中区分	小区分		
無駄の排除	見える化（タイムスタディ、質問方式、WEB診断）	重複作業の排除、行動履歴・実態が把握できる		
	基本ルールの見直し（社内、社外） （作業方法手順の見直し、基準標準化、業務管理マニュアル作成）	共同作業（バッファの共有）		
		会議時間の効率化（コミュニケーション能力強化）		
		在宅勤務の増加、出張時間の削減（web会議の採用）		
	イベントへの迅速な対応	フューマン・アラートに基づく例外作業への対応		
	ABC, ABM（活動基準原価計算・活動基準管理）	行動評価基準の見直し、組織集約分化		
生産性の向上	業務を進化、拡大できる	エビデンスに基づき適切な行動支援ができる		
	労働意欲の向上	自ら動く人材の育成、モチベーション3.0の実現		
	IT活用能力の向上（EUC化、）	管理職は自分でデータ分析し資料作成		
	ツール、設備の導入	ソフトウェアツール、AIによる知恵の共有、新設備の導入		
	読み、書き、聞き、話す力の向上	文章作成能力読解力のレベルアップ、論理思考、質問力		
	外部能力の活用（外注化、オープン化）	専門技術の活用		
	適材適所配置	（エニアグラム、ハーマンモデル等の活用）		
	問題感知力、発想力の向上	右脳型発想法の修得		

33：事業の効率化、品質向上（業務診断、工場管理技術）

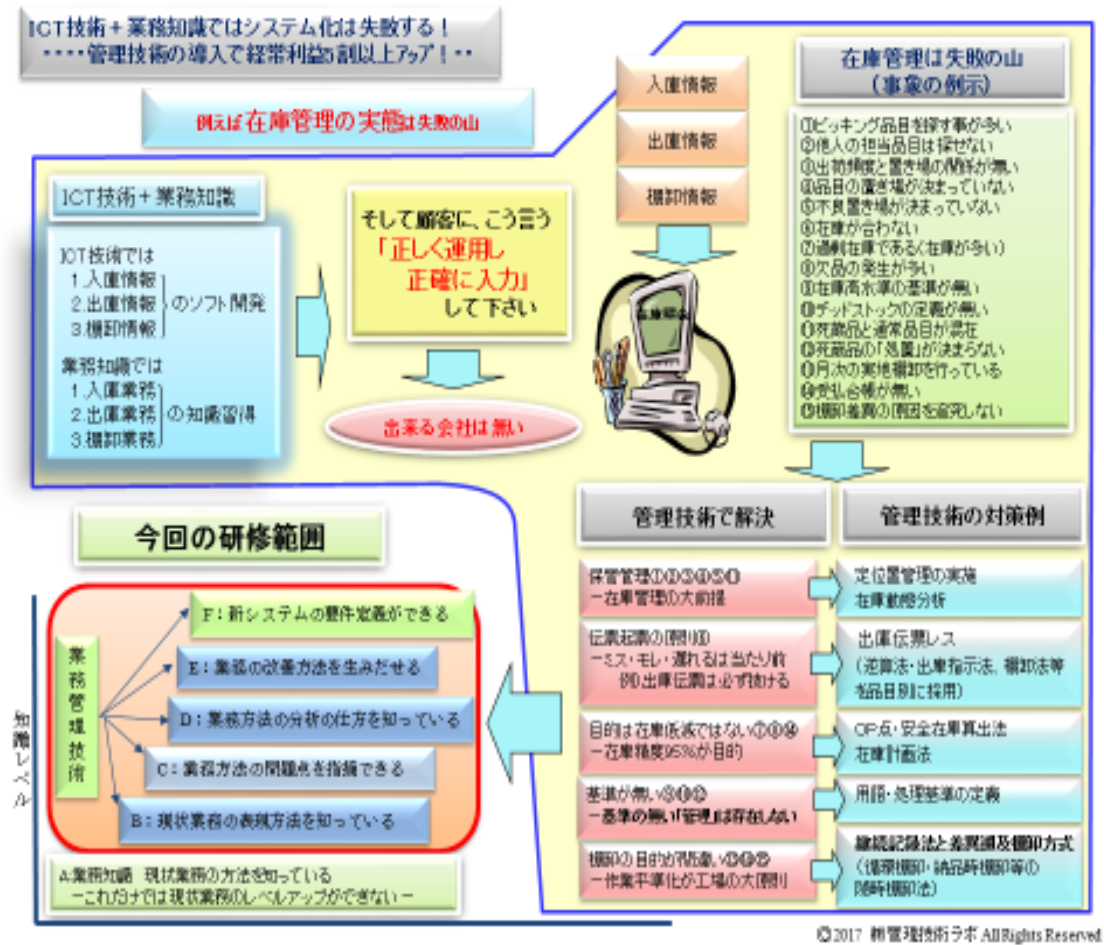
事業の効率化を図るためには、単に自社業務方法を知っている、ICT 技術を知っているだけでは業務改革はできない。業務管理技術を習得していなければ折角導入した新システムも役に立たない。そのためにこの業務管理技術とは何かを習得せねばならない。

業務知識がある第1段から現状業務の表し方を知っている→現状業務の問題点を指摘できる→現状業務の分析方法を知っている→業務の改善方法を見つけ出せる→新システムの要件定義ができるなどの

Step をあげてゆかねばならない。

そのためのコースである。

図表 33-1 業務管理技術



34：クリティカルシンキング

基本的にはコース 24 と同じである

35：モチベーション論（動機付け、組織効率化）

企業内で働く人は、給与や資格だけでなく「やる気」をいかに出してもらうかによって大きく成果が異なってくる。

マインドフルネスほかの考え方をこのフェーズを担当する管理者は習得してほしい。

上記研修を3フェーズに分けて整理をしたが、

① 書く力研修 福田修先生

② サービスサイエンス 諏訪先生

などの、全フェーズの基盤となるコースも実施してゆく

{参考資料} ABC 研修情報フォーマットと記入例

2017 年度からの研修事業の PR には下記の表を作成しご案内する

コース名	新商品、新サービスの創造
コース内容	イノベーションを起こす発想の仕方を学び、右脳型発想の基本を知る。問題感知力、発想力の基礎を学び考えるための急所を理解し、新商品を生み出す源泉力の強化をする

ゴール	新種品、新サービスを生み出す発想力が豊かになる
研修形態（該当する項目に○をつける、複数可）	オープン、オーダー、ネット、その他
講師名、経歴	星野豊 このコースを開発し5年間で100社経験あり
研修形態	座学とチーム別に分かれての演習
受講対象者(前提など)	特に問わないが、問題感知力、発想力に関心のある方
募集人数	Max24名
所要日数、時間	2日間 x 8時間
開催時期	5月、10月の年2回開催予定
プログラム	1日目 日本経済、日本企業の実態、発想力の基礎 2日目 演習問題による右脳強化訓練
費用	6万円/2日間
配布資料	当日配布

◆ABC 協会の研修のコンセプト

企業経営にはさまざまなタイプの人材が必要であるが、ではその能力、特徴は何で図るのか、研修コースを提案するに際してまず基本的な考え方を整理しておかねばならない人の能力は3種類の指数で図ることができる。

古くから馴染みがある知能指数はIQ（Intelligent Quotient）である。

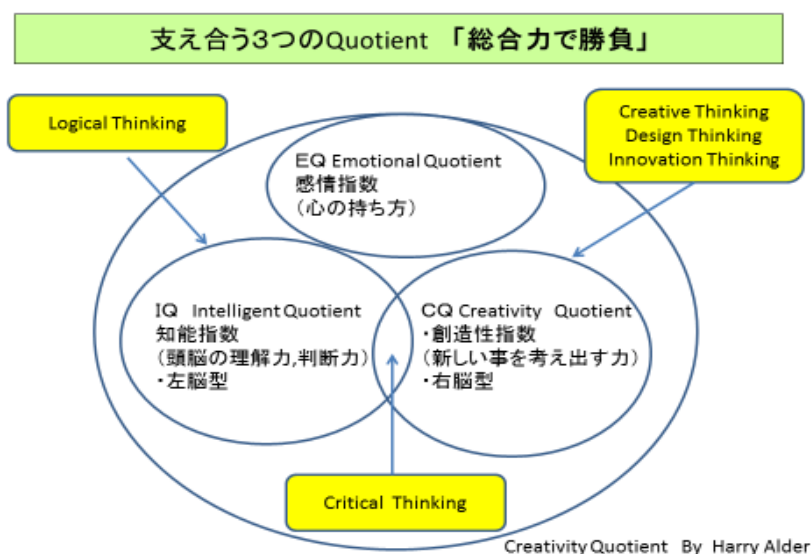
その後人とのコミュニケーションが重視されるのに伴い感情指数EQ(Emotional Quotient)が登場してきた。この二つの要素が従業員評価に企業においては使われてきた。

しかし時代は変わった。日本の労働人口が減少する中で、豊かな生活を求めるためにはグローバルに通じる斬新な商品やサービスを生みだし世界市場で勝負する必要がある。

そのためには問題感知力、発想力を重視せねばならない。

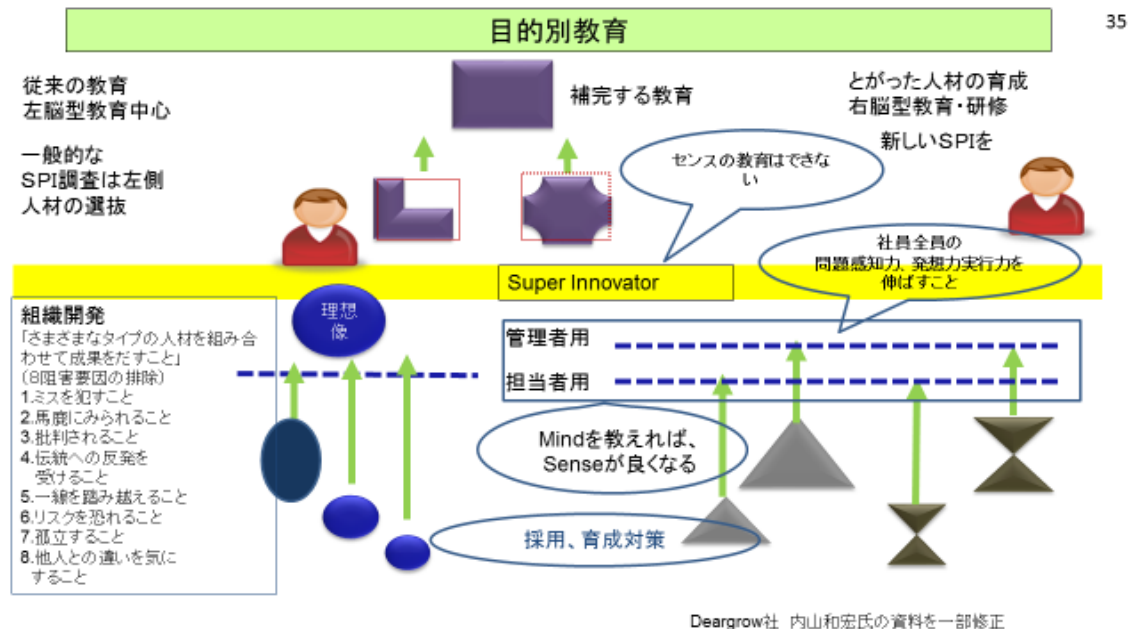
この能力を測るために創造性指数が登場してきた。これはHarry Alderによって提唱されたものである。まだ未成熟な感じはあるが考え方としては興味深いものがある。

図表1 人の能力を測る三つの評価指数（Quotient）



日本企業はできるだけ人格、業務処理能力の高い人を採用し、社内でより人格的に丸い人に育ててきた例が多い。ユニークな発想ができる右脳型人材も中に含まないと、グローバル時代に対応し難くなっている。右脳型、左脳型人材を組み合わせる経営力を高めてゆくことを組織開発と言う。実行力だけでなく、問題感知力、発想力を組み合わせる育成することが期待されている。

図表2 目的別教育



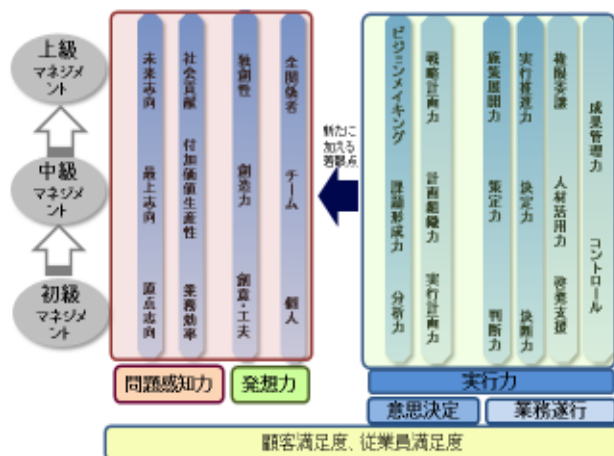
この3種類の問題感知力、発想力、実行力は企業の職階級に合わせて初級、中級、上級と上昇させてゆかねばならない。このイメージを描いたのが図表4である。

各企業はこの体系を念頭におき育成体系、人材評価体系を作つてゆかねばならない。

図表3 能力開発の体系化

能力開発の体系化(実行力だけでなく問題感知力、発想力を評価すること)

個人が時間の経過や役割によって変化(成長)していく能力開発:出世魚型能力開発



ディアグロー社 内山和宏氏作成

各タイプ別に必要な力と研修プログラムを整理したのが図表4である。
これに基づききめ細かい指導をすることが企業の業績向上に役立つ。

図表4 社員のタイプ別育成

34

SE研修コース 必要能力別 能力開発の体系化(実行力だけでなく問題感知力、発想力を評価すること)			
	a:価値発掘型人材	b:改革推進型人材	C:実行型人材
	ユーザーが求める新たな価値を見いだせる人材	様々な人を巻き込み強い推進力で価値実現をする人材	ITを駆使し期待されるシステムの開発・保守・運用を推進できる人材
業務目的	0→1 零から1を生みだせること 線路を引く人(5%)	1→10 プロジェクトの創世期において十分な力を 発人揮すること 列車を手配しダイヤを組む人(10~20%)	10→10~100 ある程度軌道に乗った業務を、さらに発展させ安定運営できること 列車を運行し乗客、通行人を守る人(70~80%)
発想法	右脳型 問題感知力、発想力	左脳型+右脳型も一部可能 工夫改善力	左脳型 計画力+実行力
必要な力	「もっと良いものがあるはず」と考える力 ・本質追究力(目的追究力) ・観察力、洞察力、発想法	「必ず成功させる信念」 ・本質追究力 ・構想力、思考力 ・受容力・共感力・質問力、柔軟交渉力	「堅実な実行力」 ・計画作成力・実行力 ・報連相力 ・技術習得力
研修	(e3)Critical Thinking (b1)Creative Thinking (b2)Design Thinking (b3)Innovation Thinking (d1)Yaiot	(e3)Critical Thinking (a4)Logical Thinking (b1)Creative Thinking (a5)経営管理力	・(e1)ビジネス基礎研修 ・(a1,2,3)業務分析力 ・(c1)Software Hardware Technology ・(c1)Software Hardware Technology ・(c3)Project management ・(c4)要件定義 (c5)XRAD ・(c6)Enterprise Agile

ABC作成

問題感知力、発想力、実行力の3種類の力を評価するための15項目を図表5に掲げた。
 従業員の評価はこの15項目で行うが、0から1を生み出す価値発掘型人材、1を10に発展させる改革推進型人材、10を10にあるいは100に持ちあげる実行型人材の対応に分けて
 評価尺度にウエイト付けをすることを整理してある。
 今後更に具体的な案に仕上げてゆく

図表5 イノベーション人材の評価案

35

イノベーション人材の評価案

大区分	中区分	説明	タイプ別活用区分		
			a	b	c
問題感知力	本質追究力	もののことの本質を見極める力、自社の業務効率から社会問題解消へと思考できる力	5	4	3
	観察力	現実を観察し正しく現状を把握する力	5	3	3
	洞察力	次に、あるいは将来発生する現象、要求を推察できる力	5	3	3
	志向力	原点から最上のもを見極め、更に未来を予測する力	5	3	2
	共感力	現実を新鮮な目で見て判断し、感動を持つ力	5	3	2
発想力	問題分析力	原因、背景、理想、現実を把握し何が問題か、解決すべきことは何かを見極める力	4	5	3
	構想力	課題の解消に向けて人物金情報を組み立てる力	4	4	3
	独創性	従来とは大きく異なる視点で、斬新なアイデアを出せる力	5	4	3
	柔軟発想力	課題の多様性を理解し、柔軟な発想ができる力	4	4	3
実行力	計画立案力	複数の具体的なアクションを負荷、時間、費用に配慮し組み立てる力	4	5	5
	問題解消力	発生してくる課題を手際よく解消できる力	3	4	4
	質問力	回答や課題を引き出せる質問を出せる力	4	4	3
	交渉力	課題を解消するために組織を動かせる力	3	4	3
	説得力	交渉相手を論理的、心理的に納得させることができる力	3	4	2
	臨機応変力	自体的変化を受け入れ、次なる戦術を立て成功に導く力	3	5	2

ABC作成

9. 2017 年度コンサルティング事業計画

2017 年 7 月時点で、日本企業は表向きは活況を呈しているように見えるが、国家の一般会計予算の 1/3 は国債発行で賄っており、累積国債は 1000 兆円を超えている。

この状況を打破するためには

- ① GDP を増やす
- ② 企業の営業利益率を向上させる
これには「新商品新サービスを生み出す」
「企業内の無駄を省く」
「組織の活性化、人材の能力向上」の 3 方法がある。
- ③ 国の無駄な支出を減らす

そのために ABC 協会は研修事業を実施しているが、「一度学んだだけでは実行し難い」問題が山積している。そのためには、以下述べるコンサルタント活動が有効となる。

ABC 協会のコンサルタント活動は、ABC に登録していただいているコンサルタントの活躍と関連企業のご協力で成り立っている。

ABC が発足して 2 年間は、このコンサル活動の準備期間であった。
これから本格的活動に入る。

コンサルティングの活動を徐々に改善を積み重ねる漸進的改革タイプと従来と異なる発想で商品やサービスを生み出す革新的改革の 2 種類に分けて表示したのが図表 1 である。

すぐに実行可能(黄色)、少し準備が必要(黄土色)現時点では内容検討が必要(桃色)の 3 種類に分けて表示してある。

図表1 ABC コンサルティング活動体系

ABCコンサルティング活動体系	
漸進的改革 Exploitation (徐々にイノベーションを重ねる)	革新的改革 Exploration (画期的な新商品、新サービスを創出する)
業務効率化支援 (管理技術、ムダの排除)	プロジェクトの立案・実施 ふるさと創生IT協会との協調 ・ハレックスデータの活用 ・忘れ物システム ・各社案
要件定義書の確認 (要件定義書の診断)	商品サービス戦略 ・TED ・Sprint ・CSV
ツールの導入支援の協力 ・XRAD ・アンバサダーソフト	人材育成 ・IBM流経営幹部の育て方 ・マーケティング特別訓練 ・人材育成法、評価法
プロジェクト管理支援 (プロジェクトマネージャーへの補佐)	企業改革 ・責任分担論
組織開発支援 ・Appreciative Inquiry ・マインドフルネス	新技術の活用 ・機械、電気、化学などの技術進歩の予測と活用 ・オウンドメディア、ブロックチェーン、量子コンピュータなどのICT技術の導入指導
SCC、STCC システム問題の駆け込み寺	
ABCコンサルタント、関係各社の活用で可能	ABCコンサルタントおよび関係各社の準備が必要
教材、講師の準備が必要(研究会実施中)	

では各コンサルティング活動のメニューの概要を紹介する。

§ 1：漸進的改革のコンサル

■業務効率化支援 (管理技術、ムダの排除)

コンサル名	業務効率化支援 (管理技術、ムダの排除)
必要背景	企業活動は日々変化し、いつしか類似作業、重複作業などのムダが発生してくる。 本来の目的を十分に達成しておらず「今回のシステム導入は失敗」と言われていた導入したシステムも、業務管理技術を持ったコンサルが見れば、少しの改善で目を見張るような結果が得られることが多い。 ベテラン診断者の目で一度現状業務を見直すことをお勧めします
コンサル内容 (プロセス)	まず業務記述書を確認したうえで、現状の把握活動を実施し、ムダ、ムラ、ムリを見つけます。同時に生産性向上のための労働意欲向上対策を検討する必要があります。 システム化検討段階、導入後の利用不十分段階でこの診断を受けることをお勧めします
講師名、経歴	診断専門企業をテーマに応じて選抜します

所要日数、時間	
開催時期	
費用	

■要件定義書コンサルティング

コンサル名	要件定義書コンサル
必要背景	プロジェクトの失敗成功は要件定義書の出来栄だが、大きく影響することが、分かっている。該当プロジェクトについての技術、業務知識、成功への熱意が、不足している SE が書いた要件定義書は特に問題が多い。 システム開発の初期段階で、ドキュメントに重要な内容が適性に盛りこめられているかどうかを診断し、修正確認することはプロジェクトを成功させる第一歩である。
コンサル内容（プロセス）	ABC が推薦する要件定義書(12 種類のドキュメント)を概観し、業務処理定義書を中心にレビューする。 特に業務経験不足の SE が新規プロジェクトを担当する場合はこのサポートを活用することをお勧めする。 要件定義書の概要確認→一次確認（特殊な分野か、よい提案が可能かどうか判断する）→本格的提案活動のプロセスを経て実施する
講師名、経歴	該当システムを数年以上の経験を持っている有識者が担当する
所要日数、時間	課題を明確にできるまでは集中 その後は宿題とフォローの繰り返し（10 時間/月程度）
開催時期	プロジェクトの初期段階 最初の一次確認は短期間で行う
費用	XX 円/年

■ツールの導入支援

コンサル名	ツールの導入支援の協力
必要背景	優れた機能を持ちながら販売が伸びていないツールが多い ユーザーとベンダー双方にとっての損失であるので、普及活動を支援する。
コンサル内容（プロセス）	ユーザーの要望、ベンダーの希望、コンサルタントの支援意思が一致したソフトウェアの販売、開発支援を行う
推奨ソフト	・XRAD、・新規優良ツール（下表参照・・・優れたツールを発見次第、追加拡張します）
講師名、経歴	ABC 登録のコンサルタント
所要日数、時間	随時
開催時期	
費用	相談次第

(参考)

番	商品名	特徴	社名
1	Metadefender CORE、KIOSK	世界一のセキュリティ商品の追究、ウィルスソフトの並列処理	NextIT セキュリティ情報の収集ではトップ企業
2	@割府	データをビット単位に分割	
3	Visual Center1	RDBMS、イメージ画像、動画,EXCEL 何でも格納可能	KMT 研究所 XMLDB に強い
4	STILL	汎用 DB と EXCEL+α 追加機能でアプリを開発	アイエルアイ総合研究所 20 年以上販売
5	XRAD	ユーザー企業にフィットした各社の超高速開発ツール	各社

■プロジェクト管理支援

コンサル名	プロジェクト管理支援
必要背景	情報システム開発のプロジェクトマネージャーには多様な能力、経験が必要である。 この能力はプロジェクトの規模によって大きく変わってくる。 特に大規模プロジェクトには経験豊かな経験者が必要であるが、プロジェクト規模にフィットする能力のプロジェクトマネージャーを見つけることは難しい。
コンサル内容（プロセス）	経験不足なプロジェクトマネージャーに経験豊かな ABC コンサル・プロマネをつけて、プロジェクトに付き添い、計画の立て方の指導、実行管理のポイントの指摘、経験に基づく評価項目の設定と評価値の提供をする。
講師名、経歴	テーマに応じて ABC のアシストを選抜します
所要日数、時間	必要時間のみ希望に応じて対応します
開催時期	
費用	

■組織開発支援

コンサル名	組織開発支援
必要背景	「最近の社員は言われたことしか、しない」と嘆く管理者が増えていますが、企業の経営方針、ルール、指導方針がそのように仕向けている可能性も秘めています そのような壁を打ち破る方法を考えます
コンサル内容（プロセス）	Appreciative Inquiry に基き「ポジティブ組織づくり」などの研修を通じて 社員のやる気を高める方法を学び、実践で活用するレベルにまで高めます
講師名、経歴	サクセスポイント社他の講師が推進します
所要日数、時間	随時
開催時期	

費用	
----	--

§ 2 : 革新的改革 (Exploration) のコンサルティングメニューには以下のものが含まれる

■プロジェクトの立案及び実施

コンサル名	プロジェクトの立案実施(1) 気象海洋データの活用
必要背景	ハレックス社提供のビッグデータである気象海洋データを用いた日本各地区のニーズに合ったアプリケーションを作成し活用する
コンサル内容 (プロセス)	ハレックスデータの意味の理解→各地区の活用ニーズの発掘→追加機能の確認、開発→利用のプロセスを経て、画期的なアプリケーションを開発し、利用推進をする
講師名、経歴	ハレックス社 SE、ABC コンサル、ふるさと創生 IT 組合の代表に加えて大学などの専門家を含めた体制を作る
所要日数、時間	
開催時期	
費用	国の助成金の活用も配慮する

■商品サービス戦略

コンサル名	商品・サービス戦略
必要背景	日本がグローバル競争において優位に立つためには、世界に売れる新商品・新サービスが必要になる
コンサル内容 (プロセス)	TED、Sprint、CSV などの新しい発想法を習得し、右脳をフル活用する必要がある。 これらの手法の目的、機能、活用方法を学ぶコースである 理論を学ぶ→演習を通じて自分のものにする→アイデアを出す→販売方法、収益獲得方法と収支見込の算出→事業企画→生産販売の実施→各種問題の見直し、など実践的な支援をする
講師名、経歴	各手法、事業化の専門家の協力を得るためのコンサルタントを選抜し、協力する
所要日数、時間	随時
費用	

参考：

・『TED (Technology Entertainment Design) とは？

Ideas worth spreading (広める価値のあるアイデア)の精神のもと、学術・エンターテインメント・デザインなど、様々な分野の第一線で活躍する人物を講師として招き、短時間で効果的な情報を提供する定期的にカンファレンスを開催しているグループです。

カンファレンスの模様は、TED Talks という動画アーカイブとしてインターネットを通じて全世界に無料で公開されています (随時更新)。

・SPRINT 最速仕事術ーあらゆる仕事がうまくいく最も合理的な方法

SPRINT How to solve Big Problems and Test New Ideas on Just Five Days

5日間で、アイデアをまとめ、行動に移す方法です。全速力で走るスプリントは、グーグルのジェイク・ナップが提唱し、グーグルで展開し、今や世界で使われつつあります。

以下に少し引用します。

『グーグルが生んだ究極のスピード仕事術「スプリント」』。グーグルでその超合理的なノウハウを生み出した本人自身が、その方法について手取り足取り公開した話題の新刊『SPRINT 最速仕事術』。世界で衝撃をもって迎えられ、23 カ国で刊行の世界的ベストセラーとなっている。』

・CSV Creating Shared Value 社会問題の解決をすることを前提に自社の経済的価値を高めることを狙う経営手法。従来の CSR を一歩前進させたもの。

GE、ネスレなどが世界的に有名である

■人材育成【その1】

コンサル名	・ IBM 流経営幹部の育て方
必要背景	日本がグローバル化時代にますます深入りせざるを得ない時代に突入している。日本企業は終身雇用制をはじめとして独特な経営風土・文化を築いてきたが、これが成長の壁になっている点も否定できない。では IBM はどのような経営幹部育成方法を採用してきたのか。IBM 出身の社長は 20 人以上を数える。彼らはどのような育成方法で学んできたのか。 各社の実態に合わせた人材育成の改革案を考えてみたい。
コンサル内容（プロセス）	1：各社の人材育成方法についてのヒヤリング 2：改革案の提示と議論 3：実際の育成指導
講師名、経歴	西川宏 IBM 営業戦略部門責任者、シリコンバレーにも明るい。米オラクルでビデオオンデマンドプロジェクトに参画
所要日数、時間	課題に応じた期間確保 第一回 9 月実施予定
開催時期	随時各企業の予定にあわせて
費用	課題の大きさに応じます

■人材育成【その2】

コンサル名	マーケティング特別訓練
必要背景と目的	一流のセールスマン、事業家、経営者になるための特別訓練 従来の日本式販売方法とは大きく異なるマーケティング方法を知って、自社の新商品・サービスを伸ばしてもらうための特別訓練コースです
コンサル内容（プロセス）	1：マーケティングとは 2：日本人の考えるマーケティング 3：マーケティングの層別 4：Sales 強化（推論編）（実践編） 5：マーケティング教育と訓練 6：日露戦争勝因 7：マーケティングプラン 8：4P と STP

	9：マーケティング戦略 10：マーケティングガイド 11：マーケティングプロモーション計画 12：マーケティングマテリアル 13：ストーリーボード 14：リハーサル 15：ラポールを作れ 16：ブリーフィング 17：提案活動
得られる結果	・売上が立てられるようになる ・営業戦略が組立てられる ・マーケティングプランが作れるようになる ・説得力のあるプレゼンテーションができるようになる ・ビジネスの回転が早くなる ・利益が増える
講師名、経歴	西川宏 IBM 社長室長ほか。シリコンバレーにも10年以上勤務経験あり。
所要日数、時間	2時間勉強会×4日 この中に参加者も参加する実技あり ・各社内に専門推進組織あるいはプロジェクトの準備をしてください
開催時期	第一回 9月予定
費用	サポート内容によって変化

■人材育成【その3】

コンサル名	プロ人材育成法、評価法
必要背景	イノベーションを進めたい企業には、 a：価値発掘型人材 b：改革推進型人材 c：実行型人材 の3タイプの人材が必要で 従来の実行能力主体の育成方法、評価方法から「問題感知力、発想力、実行力」の3種を評価する方法へとシフトする必要がある。
コンサル内容（プロセス）	「問題感知力、発想力、実行力」を初級、中級、上級では何が実行できなければならないかのMAPを理解する。 アセスメント基準が自社にふさわしいかをトライしてみる。 その結果を踏まえてアセスメント基準を修正する
講師名、経歴	ディアグロー 内山社長他
所要日数、時間	企業規模、特徴によりスケジュールを設定する
費用	相談

■企業改革（計画中）

コンサル名	企業改革 責任分担論
必要背景	日本企業が今後成長を続けてゆくためには、新商品を生み続けることができる経営方法、組織、人材育成方法など各企業の考え方を大きく

	変えてゆかねばならない。 「与えられた仕事を低能率でこなす人」の会社から「自らが発案し商品、業務プロセスを改革してゆく」会社へと変えてゆくためには、何をどうすれば良いのか、抜本的問題を取り上げて対応策を実行する。
コンサル内容（プロセス）	日本企業の基本問題→諸外国との差→改革案の創造→実行時の問題想定と対策準備→実行→反省→対策を繰り返すことになる 2017 年はそのための準備段階である
講師名、経歴	ABC 理事、研究員を中心に推進する
所要日数、時間	
費用	

■新技術の活用【計画中】

コンサル名	新技術の活用
必要背景	単に IT 技術だけでなく・機械、電気、化学などの技術進歩の予測と活用に加えて、・オウンドメディア、ブロックチェーン、量子コンピュータなどの ICT 技術の導入指導ができる指導者を育成する、あるいは専門の企業と組み、ABC 会員に新技術紹介、導入支援をする
コンサル内容（プロセス）	新技術の動向情報の入手、進歩発展予測、導入時の課題予測と対策などを理解し、ABC 会員他一般企業への紹介を行う
講師名、経歴	ABC 理事、研究員を中心に推進する
所要日数、時間	
費用	