

日本の持続的な成長と活性化を目指す

誠実を伝える情報紙

10/15 2015

# Earnest

Vol.03 No.5 (S012)



**経営者のセンスウェアを学ぶ**

経営を学び、売上を伸ばし、雇用を創出し、税金を払い、日本を豊かにする

[西河技術経営塾 3期生入塾]

..... 2頁



**ビッグデータ活用の最前線**

ー独自開発のデータマネジメントプラットフォームー

[技術経営人財育成セミナー(第15回)] 上村崇ALBERT社長 講演

..... 4頁



**多方面の知識を学ぶ**

西河技術経営塾・上級コースの科目構成答申案がまとまった

[上級コース検討研究会(第8回、9回)]

..... 6頁

**OPINIONS**

企業の経営者となつたばかりの頃は、社員を自ら面接して採用を決めていました。入社試験としては、一般教養のペーパー試験と個人面談の二つで、採用を決めていたのですが、一般教養試験は、どの程度の教養なのかを知るため、採用の合否には使いませんでした。採用の可否は、私との会話のキャッチボールで私の基準で決めていました。当時、世間一般で高学歴の優秀な人材の応募は皆無でした。それでも世の中の景気が良くなく、倒産した会社の社員やリストラにあった社員等応募者はそれなりに多くありました。新卒者の有効求人倍率も低く、この頃には大学卒業でも就職先がなく若者のニートという社会問題も多くあった時代でした。

私の持論は、素直な人材を採用したいと常日頃考えておりました。採用面接のために採用希望者は履歴書にあらゆることを自己アピールとして書いてきます(特に良いことばかり)。面接情報としては一通り目を通し、面接に臨みますが、履歴書の情報だけではその人が、素直なのか、嘘つきなのか、自分勝手なのか、協調的なのか、判断はなかなかつけないで、私には「辞めたこと、止めたこと」を聞き

**素直な人は仕事の吸収力がすごい**

出、それを展開していきま。会社を辞めたこと、プロジェクトを止めたこと、部活動を止めたこと、バイトを止めたこと。人それぞれ何かしらの経験があるものです。採用の決定の判断は「自分が悪かったと思います」という言葉です。

数年間採用を行っていましたが、応募者からなかなかこの言葉が出てきません。多くは上司が悪いとか、気が合わないとか、運が悪い等、周りや他人のせいにして、自分を反省できない人が実に多いと感じました。最後に「自分が悪かったと思いますか」と聞いてみると、ぼかんと変な顔をして帰っていきます。もちろん不採用にしました。

こんな人もいました。「私が入社した会社は、いつも潰れてしまうのです」「私の存在自体が悪いかも」。色々話をすると、常に反省をしながら生きてきたようで、とても素直な人です。もちろん採用はしましたが、弊社は潰れることなく現在活躍しています。

素直な人は仕事の吸収力がすごくあります。現在のトップマネージャーは私の選んだ人たちが構成されています。時間が経過し、現在は採用に参与していませんが、最近問題を起す社員は、自分勝手な人が殆どです。会社により採用基準は様々であると思いますが、参考になればと思います。(西河洋一)

## 経営を学び、売上を伸ばし、雇用を創出し、税金を払い、日本を豊かにする



前列左から塾生のあつまる不動産の小泉代表、エヴィクサーの瀧川社長、松井美樹、タムラ製作所の渋谷技術統括部長、ヴィクセスの林社長。後ろ左から講師の大橋克己氏、前田光幸氏、浅野昌宏氏。

## 経営者のセンスウェアを学ぶ

9月2日、第3期生6名の塾生が入塾した。西河洋一塾長・理事長は塾生に「自分は何でも識っている」ということで、物事を判断すると、重要なことを聞き逃す。素直になつて分からないことがあつたらとことん聞いて欲しい。経営経験豊かな講師がいるので、対応できる」などを話した。

### 経済成長、起業家支援に取り組み

講師の小平和一朗はガイダンスで「日本の持続的な成長と活性化を目指し、起業家や事業家支援に取り組み・・・」と財団の設立趣意を説明した。

さらに西河技術経営塾の5つの特徴(図1)を解説し、3つの狙いを示した。一つとして、塾生のブランドづくりに取り組む。二つ目は、「経営学は経営(プレー)をするための、ルールブックである」。三つ目が「現状のビジネスモデルを10倍にする」入塾者全員



入塾式で「200倍、300倍の会社になって社内に貢献して欲しい」と挨拶する西河洋一塾長・理事長

### 西河技術経営塾の5つの特長

1. 日本型技術経営研究の成果(形式知)を学ぶ
2. 実践的思考、変革的思考を塾生参加型で育成する
3. 働きながら学び、学んだことをすぐビジネスに生かす
4. 誠実な若手の技術経営人財を育成する
5. 定員5名程度の少数精鋭教育

図1 西河技術経営塾の5つの特長



(株)DSP  
代表取締役 上川晋一郎

「ビジネスの成功者」になる。塾で実践的な経営知識を学ぶ  
「日本人の経営手法、経営コンセプトを学ぶ」日本人は就職でなく就社、社員は会社のために働く。「お金は、企業の血液だ。経営者はお金の流れを作り、お金の流れを管理する。変化が分かる」簿記を理解し帳簿を見て会社を管理する演習に取り組む。「企業価値を高める取り組み」ブランド構築をして差別化を学び実践する。「経営目標を明示して、常に変化を作る」中長期計画を組み立ててレビュー。「経営学は机上で知識を修得し、実践して身につくものである」学んだことを演習する。

### 3期生の抱負、塾への期待

#### 上川晋一郎

塾で学び卒業する頃3倍成長  
後々入塾した未来の後輩たちの良いお手本になるような憧れる企業家・経営者になる。また、自分でも驚くようなスピードで知識や思考、そして経営者としてのセンスウェアが塾での学びで向上している。年商や規模も大切だが、一番が塾長や講師の先生方の様な立派な人間になり、卒業する頃には会社も自分も入塾する前の3倍以上成長することである。



松井 美樹

松井美樹  
氣付きが多く、毎回ワクワク  
真に経営的な視点で考え、責任者として事業をマネージできる知識と能力をこの塾を通じて身につけたいと考えている。  
大きな企業でも事業開発に携わる人は少なく、相談できる相手も限られているため、この塾で講師や同期の経験知からの助言や異なる視点からのアドバイスは、はつとすると氣付きを得られることも多く、毎回ワクワクしている。



エヴィクサー(株)  
代表取締役社長 瀧川淳

#### 瀧川淳

魂の入った自分の言葉の事業計画  
大学卒業すぐ23歳で創業してから第12期を迎え、個人的に年男でもある区切りの本年。改めて基礎固めをしたいと思い、入塾を希望した。

少数のゼミナール、360度我以外皆我師、ピンピン緊張感の

お金は企業の血液である。会計数値で事業を管理する。会計数値は嘘つかない。  
日商簿記3級レベルの知識は経営者に必須。

**渋谷加津美**  
経営の本質を学ぶために入塾  
技術者として実現してきた、知識・技術を活かし、事業経営を自らの手で実現すべく、経営の本質を学ぶため入塾した。  
少子高齢化が加速し、人口が減少するなかで様々な形態で変わりゆく現状サービスを的確にとらえ、



㈱ヴィクセス 代表取締役 林 高行

**林高行**  
答えのない課題へのアドバイス  
答えのない課題にも新しい視点を得られる。理論的な部分はもちろんのこと、経営者として持つべきマインドセットやモラル、また答えのない課題に対しては、経験豊富な講師陣と情熱的な同期からのアドバイスを得ることが出来、総合的な実力アップの場となっている。  
今は、ビジョンの実現に向けて幾多の困難を超えるためには、塾が欠かせない場となってくれるものと考えている。

ある雰囲気、会社、個人ともに成長のきっかけを掴みたく考えている。5年、10年、20年、そんな先に振り返って、人生の転機となる予感がしている。



あつまる不動産 代表 小泉 厚子

**小泉厚子**  
未来学をしっかりと管理する  
「経営とは何か」「経営者とは何か」漠然とした疑問に明確な答えがなかった。  
入塾し、講義毎に漠然としたものが少しずつではあるが、確実に明確になっていく。  
「人・もの・金・情報・時間」そして未来学をしっかりと管理するために、顧客・競合他社から目をそらさず、常に当店にとって最適な選択・結果が出せるようにしっかりと学んでいきたい。



㈱タムラ製作所 技術統括部長 渋谷加津美

世の中が真に必要とするサービスや商品を提供し続ける事業経営により、真に世の中に貢献する事業経営を目指したい。  
講師および異業種の受講生から多くの刺激を受け、新たな発見につながることを期待している。



**「ACR(自動コンテンツ認識)」「音センシング」ソリューション開発**

**会社紹介と事業コンセプト**

独自開発のACR(自動コンテンツ認識)技術は、信号処理により音に情報を埋め込むことや音の特徴量を認識することで、スマートフォンをはじめとする音センサーを受け皿に、インフラ規模としてのコンテンツ連動、接触データ調査、情報保障、防災減災など、O2OやIoT分野の様々なソリューションへの応用を可能とし、次世代のオートメーション、ダイバーシティを提案してまいります。

エヴィクサー株式会社 代表取締役社長 瀧川 淳

<http://www.evixar.com> TEL:03-5542-5855



**定量分析によるリスク管理、モデル構築はヴィクセスへ**

**会社紹介と事業コンセプト**

データ分析によるリスク管理事業を展開しています。社内ネットワーク、社外、インターネット等、様々な形の、無関係と思えるデータに関連性を導き出すサービスです。対象となるデータソースは、ゆくゆくはIoTと呼ばれる、精密機器などにまで広げる予定です。データ分析を通じて日本企業の競争力を高めるというビジョンの実現に向けてスピーディーに活動を行っております。

株式会社ヴィクセス 代表取締役 林 高行

<http://vixcess.com> TEL:045-561-9122



**女性の為の あつまる不動産**

**会社紹介と事業コンセプト**

1人暮らしをされる女性が安全・安心に生活できるお部屋のご紹介をしております。お客様に寄り添い、女性ならではの視点でお部屋だけでなく夜道や周辺環境もふまえて防犯面でのアドバイスをしております。サービス以上のサービスをご提供することでお部屋探しに留まる事なく住んだ後の女性の「困った」「どうしよう」の際には頼られ、そして地域に愛される不動産屋さんを目指しております。

あつまる不動産 代表 小泉 厚子

<http://atsumaru-fudosan.com/> TEL:03-6454-6313



**“プロフェッショナル”であり続け、社会全体に役立つことができる “企業価値”を追求する**

**会社紹介と事業コンセプト**

DSPは、営業支援アウトソーシング事業や営業コンサルティング事業といった営業サポートサービスをビジネスの軸に、新たに福祉介護事業を手がけるなど、お客様のニーズにお応えするビジネスを常に追求し続けています。

DSP株式会社 代表取締役 上川 晋一郎

<http://www.dsp-net.co.jp/> TEL:03-6268-8309 (代表)

# ビッグデータ活用の最前線

## — 独自開発のデータマネジメントプラットフォーム —

技術経営人財育成セミナー(第15回)



「分析と言うのは、エクセルとか、オフィスのデータで分析出来る位の容量を四則演算の延長で集計していくモノが多かったが、ビッグデータ時代の分析は、超大容量のデータで、かつ形式が整っていない様々な形式のバリエーションがある」と話す、講師の上村崇ALBERT社長。

## アルベルトの強みは、データ分析力

平成27年6月15日に財団にて、(株)ALBERT代表取締役社長の上村崇氏を迎えて第15回目の技術経営人財育成セミナーを『ビッグデータ活用最前線』と題して開催した。同社は、分析力をコアとするマーケティング・ソリューションカンパニーである。高度なマーケティング・ソリューションを提供するコアコンピタンスは「マーケティング・リサーチ」「多変量解析」「データマイニング」等のテクノロジーで支えられている分析力である。独自で開発したアルゴリズムや手法を使っている分析によって、この分野の優位性を確保している。

講演では、企業に蓄積されている大量データを分析して、企業の意思決定や問題解決を実現する例を聞くとともにビッグデータの活用事例を聞いて、変革の時代の市場戦略などについて学ぶことが出来た。



「1年以上前にM2M、IoTに対応するためのビッグデータ・リアルタイム分析を行うサービスを開始している」と語る講師の上村社長。

**ビッグデータを活用するサービス**  
提供しているビッグデータ活用の領域のサービスが2つある。一つが「アナリティクス・コンサルティング」クライアントからビッグデータを預かり、そのデータを弊社の分析部門で分析し、その結果をレポートニングするビジネス。この領域が売上の10%位を占めている。

次に、高度な分析を提供しながらも、その分析案件で編み出したアルゴリズム・分析手法をこちらの「マーケティング・プラットフォーム」マーケティング・サービスでシステムにして提供している。こちらの事業が売上の90%を占めている。

**データに基づいて意思決定**  
「マーケティング・プラットフォーム」とはクライアントが蓄積可能なビッグデータを自動的に分析して、その結果に基づいて経営者が見る為のダッシュボードを提供したり、「マーケティング・オートメーション」としてメール

やウェブ、ダイレクトメール、店舗の運営、報告を自動的に配信していく。その結果のレポートも自動で行う。データに基づいて意思決定、必要のある部門やチャネルにおけるデータの蓄積から分析、活用までの一貫したシステムというのを提供する。

**ビッグデータで実現したいこと**  
分析力を活用して「マーケティング・ソリューション」を提供していくという事で現状マーケティングの領域にフォーカスしている。結果としてビッグデータ活用の中心マーケットが「マーケティング課題の解決」であるという事があって、自分たちが取り組んでいくべきと思っている領域が、クライアントから見てもメインストリームになっている。

**IoT、各種センサーデータの活用**  
二番目として「各種センサーデータの活用」というのはまだまだ新しい領域で、最近IoT(注1)やM2M(注2)と言った領域が世界的に注目されていて、そこがビッグデータの次の活用領域として伸びてくる。

今まではデジタルデータと言うと、このようなパソコンを目の前に置いて、椅子に座ってアクセスして、例えばeコマースのサイトで買い物をするとか、ウェブサイトで閲覧するとか、そういったものから取れてくるデータがほとんどだったが、スマートフォンやタブレットといった場所・モノがネットとつながり、データセンタールにデータを送ってくる世の中になった。爆発的にデータの種類やデー

(注1) IoT: Internet of Thingsの略である。モノのインターネット(装置と装置を結ぶインターネット)。

(注2) M2M: Machine to Machine(機械同志がネットワークで接続されていること)

(注3) HEMS: Home Energy Management Systemの略である。家庭で使うエネルギーを管理し、節約するシステム。



「世界の市場規模はけた違いに大きいのか」と質問をする石塚利博(株)日立ハイテクノロジーズ知財部主管技師(左)。

データの量が増えている。そういったデータを活用していきたいというニーズが二番目に大きい。

**司会(小平和一朗専務理事)：質問を伺いたい。**

**質問(奥出卓義元防衛大学校教授)：**最初の立上げ時のシステムのなスキルは、アメリカを勉強して、その延長線上でやってきているのか、それとも日本独自のオリジナルでやっているのか。

**回答(上村講師)：**スキルの中身と言う意味では、国内独自である。国内で経験を積んできたメンバーが集まっているので、基本的にアメリカのノウハウを持ってきたというものではない。

**大量データで企業の意思決定 質問(大橋研究員、元クラレ常務)：**データというものが昔は企業の中にだけにしかなかったが、今は顧客との間のインターフェイスが出来る様になった。アナログ的な分析力しかなかった所に、このよう

な形で対話もなく話をしたこともないユーザが、どのような行動を起こすのかが分かるようになった。もう一ついま実践的にマーケティングをやっている方の方向性の確認だとか、経営者が自分の企業がやっていることが選択として正しい方向に行っているのかと言う事がまだ分かり難い。だから企業そのものが周りにあるビッグデータを活用する事をどんどんアピールされたら良いのではないかと。

**回答(上村講師)：**トレンドワードだけ一人歩きして、そのことが「ビッグデータは役に立たない」とか「よく分からない」とか一過性のものに終わらせてしまう事にならないか危惧している。弊社は「ビッグデータ」という言葉が生まれる前から「大量データの分析が企業の意思決定に使われる。人類がデータの分析を元に意思決定していくのは普遍的な事だ」と思っている。大量データの活用を世の中に理解してもらいながら成長して行きたい。「良くわからない」というクライアントも多いので、どのニーズからまず拾っていくべきかも模索し、進めていく。

**ビッグデータの活用で遅れがある 質問(角忠夫松陵大学教授)：**ビッグデータの活用が日本の国力や経済力に物凄く影響すると思う。矢野経済研究所のデータ分析でも、22%は何をして良いのか分からないとある。顧客のポテンシャルが上がらないとダメでユーザの技術者やアナリストを養成して初めて健全なる発展をする。そのためにはユーザとこちら側がいけないか養成していかねばいけないか。



「HEMSで住宅データを集めてビジネスを展開する時代が来る」と意見を述べる西河洋一理事長(右)。

**回答(上村講師)：**そこはまだまだ明確な答えを持っていない訳ではない。業界団体として「データサイエンス協会」を作っており、そこにはブレインパッドとか、弊社とか、日立とか、電通とか、ビッグデータ業界を盛り上げていくという人達が集まって、各業界にどんな人材が必要か、どのようなのノウハウを貯めていくべきかと言う事を整理し始めた。その整理が終わって啓蒙の段階に入っていく。

**意見(上川晋一郎DSP(株)代表取締役)：**いままで自分で考えていたビッグデータの概念とはかなり違っていた。自分が考えていたのはJRのスイカとかで集めているデータでどういった行動をしているのかとかだったが、今回聞いたのは大きい概念ではないものもビッグデータとして活用しているというのは、本当に勉強になった。

**システム投資IIビッグデータ活用 質問(浅野昌宏理事、AFリカ協会 副理事長)：**10年後の市場規模はどの位になるのか。顧客から言うところ、あるいは営業費用の一部と、広告費の一部、商品開発費用の一部と、あるいはコストが出るのか、といった所からコストが出るのか、トータルでの市場規模はどの位か。

**回答(上村講師)：**外部のデータに頼らざるを得ないが、少なくとも5年後には3千4百億円と言われている、さらに5年後には5千6千億円には十分に超えていく規模感だと思っている。いま国内のSI領域でシステム投資に使われている企業の財布が、よりデータ活用・データにまつわるシステムになって行くと思うので、現在のシステム投資のマーケット全体が日本のビッグデータのマーケットになって行く。「システム投資IIビッグデータ活用」という時代になる。

**センサの市場を制する必要性 意見(西河洋一理事長、飯田グループホールディングス社長)：**これからセンサの市場を制する者がマスのマーケットイングを選別すること、どこかの電機会社がやるのかと思う。いま電力が自由化するとHEMS(注3)という売電の時に使う機器がある。通信機能が付いているから住宅データを集めることが出来る。その住宅データを元に物販の会社とかがアクセスしてきて、そこでアライアンスを組んで、例えば「この家庭は共働きだから、夕方になったらお得情報を配信する」とか、その様な時代になるのではないかと。

**回答(上村講師)：**貴重な意見、ありがとうございます。

財団は経営人財を育成し、日本の持続的な成長と活性化を目指す公益事業に取り組む



大橋克己(左から2番目)は「基礎コースで学んだことを経営に生かし、経営術や経営知識を体得する。このことから自らが経営者になっていく過程で、必要な知識と技能が分かってくる」と語る。左は鈴木潤政策研究大学院大学教授、右から2番目が浅野昌宏理事、その右が山中隆敏研究員。

# 多方面の知識を学ぶ

第八回西河技術経営塾・上級コース検討研究会(座長小平和一朗専務理事)を平成27年7月21日に財団にて開催した。第九回の研究会は9月29日に開催した。

第八回では前回に引き続きMOT1・0とMOT2・0についてカリキュラムにどう反映するか 의견交換を行った。第九回では、座長の小平から研究会の議論が煮詰まってきたおり、基本に立ち戻って今後の取り組みが提案された。今後は基礎コースの講義録を参考に教材作りに取り組むこととした。

## 西河技術経営塾・上級コースの科目構成答申案がまとまった

小平座長から過去の議事録を再度読み込んだが、前回の議論は飽和して来ており、検討会の目的を否定する様な意見も出ている。そこを否定されては困るので、ここは基本に立ち戻って当財団の事業計画書に書いてある「上級コースでは『指導者を育成するためには、指導者を育成するためにやる』という目的に立ち返って検討したい」と提案された。

当財団は本年の9月末で第3期を終る。10月からの次期の事業計画の検討にあたり、今後の取り組みの提案があった。

「リーダーコース」「指導者コース」は、第2期の平成26年9月に立ち上げた「上級コース検討研究会」の中で、鈴木潤政策研究大学院大学教授を迎えて取り組みを開始した。今回で9回の会合を重ねてきた。

**研究会の成果の確認**

西河技術経営塾の特徴を再認識することが出来た。

(1) 技術経営の特徴を学ぶ  
(2) 日本型経営の特徴の整理  
(3) 経営を会計数値で管理する

**上級コースの科目構成**

上級コースの科目構成を図2に示す。今までの議論を踏まえて座長が加筆訂正し、提案した。

例えば7項の基礎には、浅野氏から提案の推薦図書百選を30選にして盛り込んだ。6項の総務・経理の中に「人事労務管理」は会社法とは違うので追加した。1項の経営の中に「グローバル経営と日本型経営」を追加した。

財団の基礎コースを、学問領域で考えて、科目にすると図2のよ

うな構成であると考えた。

技術だけを教える講座は含まれていない。

「基礎コース」の教材のレビュー

基礎コースの講義録を参考に教材作りに取り組むこととした。

3期生の講義録を尾崎一成氏の協力を得て文字化した。文字化された口語調の文書を教科書的に書き直した。

その中でも教材の中に残したほうが良いと思われる質疑の部分は残した。塾生に了解を貰って記名で公開していきたい。経営者が経営判断する際にどのような知識が必要かを整理できると期待している。

前田光幸講師が講義のなかで塾生に質問した損益分岐点に対する受講生への質問は、具体的に参考となる意見交換が出来ているので掲載している。

まず文字にしておかないかというところが目的である。教材が出来れば、誰でも教えることがで

1. 経営	11.技術経営戦略の基礎、12.技術経営戦略概論、13.リスク管理、14.CSR、15.経営計画、16.グローバル経営と日本型経営
2. 営業	21.ビジネスモデル、22.マーケティング、23.エンジニアリング・ブランド戦略、24.サービスインベーション
3. 研究・開発	31.イノベーション技術、32.技術開発マネジメント、33.プロジェクトマネジメント、34.知的財産戦略
4. 生産活動	41.生産管理、42.原価計算
5. 情報通信	51.情報通信概論、52.ITビジネス
6. 総務・経理	61.会社法、62.財務会計、63.管理会計、64.リーダーシップ論、65.人事労務管理
7. 基礎	71.報告書・論文、72.推薦図書(30選)の紹介

図2 西河技術経営塾・上級コースの科目構成(答申案)

(注4) ホームページ (http://eufd.org) の研究会/調査研究報告/『連載：グローバル』に後日掲載

きる様になる。参考資料も全て載せている。実際には相当広い知識を持たないと対応が出来ないので、事前学習を塾生がするための資料となる。

出来た教材をみて不足する知識、関連する知識、参考文献の整理、関連図書を紹介などに取り組むことが可能になる。

前田から「一番最後に数ページ、『この講義のポイント』を書いて講義録の様なモノを付け加えて、上級コースの指導者コースの教材にするというのがある。更に足りないモノがあったら付け加えり、ダーコースにも応用できるような形にする。リーダーコースは経営者のリーダーシップを育てることが出来る」との意見が出された。

【意見交換】

推薦図書でハウトゥ本は避ける

浅野：大変結構だと思ふ。推薦図書はハウトゥ本なのか、経営の芯をしつかりさせるための人間力養成といった部分の本の二つがある。

小平：浅野氏の提案にはハウトゥ本は入っていないと思われる。ほとんどのハウトゥ本が数年経つと間違になる。本はピーク時に書かれる。例えば「イノベーション」を教える学科が出来ているが、私ば、そのほとんどの戦略は既に間違となつていて。教える段階ではやってはいけない戦略となつていく。だからハウトゥ本は避けるべきだと思ふ。学者が「一生に一冊」まとめたといわれる本がある、それを推薦する。例えば「技術系ならこの本、マーケティングだったらこの本」と選べれば良い。

前田：それで良いと思ふ。

海外

グローバル体験

(1)

(注4)

四〇年以上前、初めて米国へ行った時の最初の都会はサンフランシスコであった。当時は日本から米国へ行くには飛行機の燃料補給の為に、アラスカ・アンカレッジを経由した。

アラスカまではほとんど海上を飛ぶが見えるのは海ばかり、アンカレッジを離陸してサンフランシスコまでも見える大きな街は僅か。これが東海岸だと、ニューヨークまでアラスカ、カナダ、五大湖あたりを南下してニューヨークまで、何時間と続く広大な原野や都会が見えない光景である。

以来、米国五十州のうち四十州近く旅行したが、東西、南北を移動すると、途中にいくつかの街が見えるが、ほとんどは人がいないところばかり。これが日本では経験出来ない大きさ、広さ、遠さに関する貴重な体験であった。

地図を見て日本と米国を比較しても、広さの差を実感できる人は少ないだろう。やはり実際に行つて自分で移動して、しかも自分で努力すればする程、その実感、経験は強く残る。例えば飛行機ではなく列車、自動車、自転車、徒歩になればその実感の度合いは大違い。もう一つ米国へ行って驚いたのはアメリカ人と異なる人達、

米国 広さの体験と多彩な人々との出会い

理事 杉本 晴重

厳密に言うとならアメリカ人も知れないが外見はアジア人、インド人、中国人、ヨーロッパ、中南米、中東、アフリカからの人々など、飛び交う言語も英語なのか母国語なのか訛りのある英語なのか、とにかく多彩だ。日本人の自分全くなかった。

最近ネットが当たり前になり情報はいくらでもとれる、特にその地へ行かなくても、実際に人と会わなくてもスマホでコミュニケーションは出来ると考える人が多い。しかし実際には知っていないように何も知らないのではないか。人は時間を飛び越える事は出来ないから、過去の事は人、印刷物や遺物、ネットから知ることが出来ないが、空間を経験し人と会う事は出来るし、必ず何か違いを感じ、新たに得る事が多いはずだ。

日本人のグローバル化のまず第一歩はこの空間(地域・国)の違いを経験し、日本人とは異なる人々と付き合ひ、コミュニケーションする事にあると思ふ。英語はほどほど出来れば後でついてくる。私の米国の最初の驚き、感激とする海外との付き合いの原点となつていると今でも思う。

応募 下さい

資金の支援が必要な起業家の方へ

現在までにバイオ関連、電子部品関連、材料関連、環境用設備関連、福祉用設備関連企業の方々から資金支援の申込みがあり、審査をいたしました。事業計画指導や審査継続中の案件も複数あります。

【応募要項】

- ・選考は、1次の書類審査、2次のプレゼンテーションからなります。
  - ・事業計画をA3用紙一枚程度にまとめ、経営者の方の経歴・業績(A4用紙)と共に送付下さい。
  - ・書類選考の上、対象者には詳細内容につき財団にて質疑を含めたプレゼンテーションを行って頂きます。
  - ・選考の上、最終支援対象者の方には具体的支援について相談させて頂きます。
- (注) 応募戴いた書類は御返却致しません。なお、書類は本目的以外には使用致しません。

【書類送付先】

〒151-0053 東京都渋谷区代々木1-57-2 ドルミ代々木704号

一般財団法人アーネスト育成財団 起業家支援応募係 行き

【問い合わせ】

電子メール：office@eufd.org 電話：03-6272-6260、FAX：03-6276-2424

当財団は豊かで明るい持続的な成長をする日本づくりに寄与する

(注5) ホームページ(<http://eufd.org>)の研究会/調査研究報告『連載:企業経営と新製品開発』に全文掲載

**思想** 企業活動をするためには企業の使命と企業目的を最初に決める。これを企業の「思想」という。企業の使命と目的を明らかにしたら、達成するための事業ドメインを決定する。事業ドメインとはどのような業種のどのような製品・システム・サービスを提供する企業なのかを明らかにすること。

**仕事と仕組** 事業ドメインを「仕事」という。事業ドメインを決定したら、この事業を推進する企業の組織機能を決め、社員を募集並びに配置を行う。これを「仕組」という。

**仕掛** 仕組みが整ったら実際の事業活動をするための事務所、工場、設備、治工具、備品、OA機器を整え、各種の作業標準の作成、運営規則の制定などを行う。これらの業務のための設備治工具、標準類、規則などを総称して「仕掛」という。思想、仕事、仕組と仕掛が整えば社員を教育訓練しながら実際の企業活動が開始される。

**躰** 社員の教育訓練を「躰」という。「思想」「仕事」「仕組」「仕掛け」「躰」の頭文字をとって「5つのシ」という。

売り上げが下降してきた。収益性が落ちてきた。新規事業がうまく立ち上がらない等の企業の病気の兆候が表れたら「5つのシ」の思想から健康状態を自己診断することである。思想の診断で大事なことは、社内物のみかた考え方が1本に纏っているかどうかである。

連載：企業経営と新製品開発 **第10回 企業の健康診断:5つのシ** (注5) 研究員 坂巻 資敏

**思想の診断** 社長から出される経営方針と重点施策が正確に理解され、社員が納得してこれを受け止め、自分の仕事の目標に設定しているかである。

**仕事の診断** 事業を評価するとき、自社の経営基盤は何か、強みは何か、弱みは何かを客観的に分析し、競合企業に対して競争優位の経営が出来る事業ドメインを正しく評価し、先を読んだドメインを変ええるか、現在のドメインでさらに競争力を強くするか、経営者が最も頭を使い知恵を出すところである。

**仕掛けの診断** 日常的に現場が行う診断と、年に一回トップが行う診断を組み合わせて行うと効果が増大する。企業活動の現場では、日々問題が発生しこれの対策を講ずるが、製品やサービスの不具合を修理する「手直し対策」と同じ問題を再発させないための「再発防止策」の双方をタイムリーに行う必要がある。問題が発生したとき、真の原因を探求して、二度と同じ問題が起きないように仕掛けを訂正する活動が正しく行われているかどうかをチェックするのが、仕掛けの診断である。

**躰の診断** 「企業は人なり」とある。人の質が仕事の質を決定し企業の業績を決定する。従って社員の躰と教育・訓練は重要である。企業に必要な能力は、「知恵」であり「知識」ではない。「知恵」は、企業目的を達成するために知識をいかに活用するかのである。

**編集後記**

**財団の公益認定の申請**  
当財団は、公益認定を受けるべく平成27年1月14日に公益認定の申請を内閣府に行った。その結果が平成27年10月9日に「公益認定の基準に適合すると認めることが出来ないので、規定による認定をすることはできない」との通知が内閣総理大臣から理事長宛てにあった。申請書には財団の公益目的事業は「人材の育成と活用に関する事業」の一つで、次のアからオまでの5つの事業からなるとしている。

誠実を伝える情報紙

**Earnest**  
アーネスト育成財団 活動報告  
2015年 10月15日  
Vol.03 No.5 (S012)



一般財団法人 アーネスト育成財団  
(Earnest Upbringing Foundation)

〒151-0053  
東京都渋谷区代々木1-57-2  
ドルミ代々木 704号

TEL : 03-6276-6260  
FAX : 03-6276-2424

Home page : <http://www.eufd.org>  
Facebook : <https://www.facebook.com/earnestUFD>

■ 発行人 西河 洋一  
■ 編集人 小平和一朗

イ 西河技術経営塾、ウ 調査研究委員会、エ 事業資金の提供、オ コンサル事業の5つより構成されている。ベンチャーや新規事業に対する「事業資金の提供」について、経営人財の育成を行うには、経営に対する意見が言えるようになりたい、株主となり経営指導を行えるような事業資金の提供が望ましいと考案提案していた。「公益法人が従来から取り組んでいる助成としての資金の提供でお金だけを出す『ばら撒き』になつてしまうことを懸念している。

資金貸付も当財団の『経営人財の育成と活用』の設立目的から外れて『金貸し業』になってしまうので避けたい」と主張した。通知書に「資金の提供が営利を目的にしているものであり、ベンチャー企業等に対するものも含め、営利企業が一般的に行っている」と申請を否定しているが、事業育成のために資金の提供(ばら撒き)が良いということと整合が取れない。つまり、財団提案の「経営人財の育成と事業の育成を行うこと」で、豊かで明るい持続的な成長する日本づくりに寄与する」との目的では同じである事業育成のために与えられるばら撒きの助成金が良くて、株主としての投資がいけない理由にはならないと反論をしたい。意義申立てをするか検討中である。

**3期生6名が入塾した**  
西河技術経営塾・基礎コースの3期生6名が入塾し9月2日から塾が始まった。5月末まで週1回、32日の人財育成の取り組みが始まった。日商3級簿記の知識の有無を確認し、曖昧さを取り除く補講も行っている。(小平和一朗)