

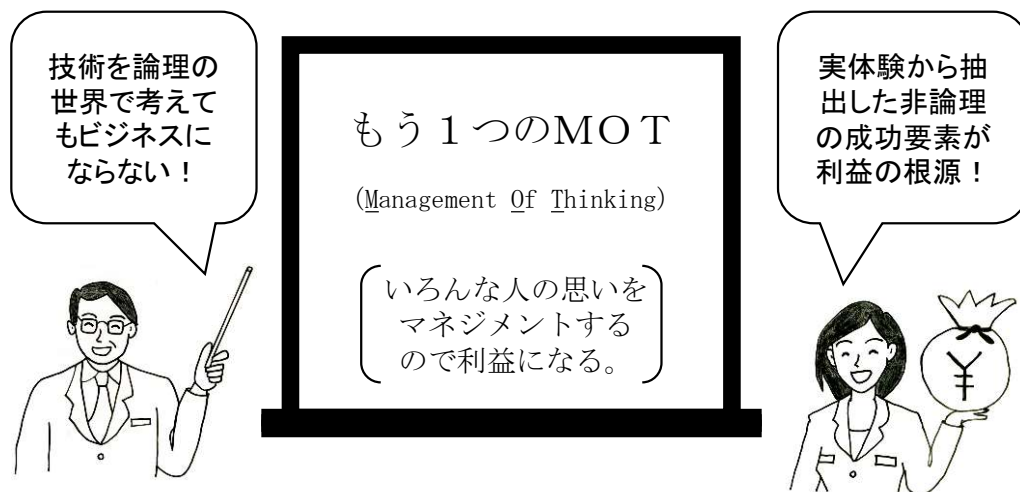
東京理科大学の社会人大学院で大人気の授業を一挙公開！
難しい理論は一切使わない目からウロコの“技術”の換金学

明日の仕事からすぐに役立つ“ビジネスの知恵”をわかりやすく解説
「なぜ良い技術がビジネス化できないのか？」の答えのすべてがここにある。
400社のコンサル経験から抽出したビジネスの成功要素を体系的に網羅

絵でわかる “利益”を生み出す手法と事例 108

MBAを超えるMOT流の
“利益を生み出す手法”を満載

68項目の成功要素と40のビジネス事例をもとに
MOT（技術経営）のエッセンスを1冊に凝縮



出張講義受付中！

東京理科大学 総合科学技術経営研究科 (MOT)

日経BP社

客員教授 児玉 充晴

〔 目 次 〕

はじめに

第1章 情報化時代のMOTの本質

- 1 デスバレーの本質
- 2 人のThinkingをマネジメントする
- 3 ビジネスの原点
- 4 売り方の開発
- 5 売り方の公式
- 6 パラダイムシフトの構造
- 7 ビジネスの入力・処理・出力
- 8 先回り発想がビジネスを主導する
- 9 情報化時代の成果物
- 10 上手な資料作成法
- 11 理解してもらうためのコツ
- 12 議事録の作成法

第2章 “利益”を生むビジネスへの工夫

- 1 ビジネス化のステップ
- 2 ビジネス化のプランニングのコツ
- 3 五方一両得の構図
- 4 法律を味方につける
- 5 特許の上手な利用法
- 6 共同センタタイプのビジネス化の知恵
- 7 課金方法からビジネスを発想する
- 8 新しい業界に参入するコツ
- 9 上手な協業のコツ
- 10 協同組合の活用法
- 11 各種ビジネス化のポイント
- 12 トップが考えるべきビジネス化のポイント
- 13 中小企業・ベンチャー企業が陥る罠 (1/2)
- 14 中小企業・ベンチャー企業が陥る罠 (2/2)
- 15 コアコンピタンス発見法と守り方

第3章 “人”を活用するマネジメント

- 1 人材活用法のポイント
- 2 職場活性化のポイント
- 3 業務の稼働分析をしてみる
- 4 営業を構造化して考える
- 5 あるべき組織像
- 6 企画や人事の機能を現場に持たせる
- 7 上手な業績評価の方法
- 8 職場をよくする企画部門のコツ
- 9 企業変革の手法
- 10 大企業病克服のための治療法
- 11 企業病診断リスト (1)
- 12 企業病診断リスト (2)

第4章	人物評価とマネジメント	
1	人物評価手法（STAR）の原理	
2	人物評価手法（STAR）の解説	
3	過去の行動事実から人物を評価する	
4	人物評価方法の例	
5	人の性格をマネジメントする方法	
7	性格の組み合わせを考える	
8	提案営業のコツ	
9	提案営業での技術営業の役目	
10	占いをビジネスに活用する	
第5章	ビジネスの創出とプランニング	
1	ビジネスシーズを考え出すコツ	（1）
2	ビジネスシーズを考え出すコツ	（2）
3	ビジネスプランの立て方	（1）
4	ビジネスプランの立て方	（2）
5	上手な資金調達法	
6	ビジネスプランの発表法	
7	自社を上手にPRする方法	
第6章	営業心理学の活用	
1	営業心理学の基礎	
2	お客のNOをYESに変える手法	
3	ペーシングの考え方	
4	クレームにおけるペーシング法	
5	聴き上手が“技術”をお金にする	
6	松竹梅の心理学	
7	職場でのコミュニケーションのコツ	（1）
8	職場でのコミュニケーションのコツ	（2）
9	個人の事業計画の立て方	
10	職場でのコミュニケーションのコツ	（3）
第7章	MOT流のビジネスの手法	
1	上手なホームページ構成法	
2	ネットによる保険販売の事例	
3	ネット販売の商品企画	
4	ネットビジネス成功のキーワード	
5	ネットビジネスのプランニングのコツ	
第8章	事例－MOT流のビジネス	
1	ネットビジネス成功のポイント（アラカルト）	
2	老人向け通信サービス	
3	徘徊老人位置探索システム	
4	結婚式仮想体験受注システム	
5	オートコールで選挙に勝つ方法	
6	車用フライトレコーダの活用	
7	eチラシの構成法	
8	商店会での電子マネービジネス	
9	USBキーによるセキュリティビジネス	
10	予約会話サービスのビジネス	

11	I 燃費改善触媒ビジネス	（1）
12	II 燃費改善触媒システム	（2）
13	電力料金節減システム	
14	唐松のフローリング材への適用	
15	温水ろ過システム	
16	はっ水素材の開発と応用	
17	ダイオキシン除去装置ビジネス	
18	感性コンピュータ	
19	高音質IP電話	
20	居酒屋向けのオーダーエントリーシステム	
21	超効率高速処理Webサーバ	
22	低速回線向けの自然動画システム	
23	指紋認証ビジネス	
24	パチンコ必勝法のデータ検索システム	
25	「ダイヤルQ ₂ 」を使ったハンバーガーショップ	
26	香りのビジネス	
27	耳の不自由な人用のパソコン練習器	
28	試作バネビジネス	
29	ネットビジネスで仔猫、仔犬に優しくする方法	
30	ラーメン屋へのコンサルビジネス	
31	うどんチェーン店でのサイドビジネス	
32	歌舞伎のファンクラブビジネス	
33	占いビジネス	
34	皮膚表面のガンの消滅方法	
35	DNA解析ビジネス	
36	個人資産家向けの会計ビジネス	
37	CT触媒の利用	
38	熱による劣等度評価シール	
39	自動連続水質検査ビジネス	
40	2重連トラックの利用	
41	高音質ステレオ用電源フィルタ	

第9章 あなたならどうする？－まとめのための練習問題 どうする？ ①～⑥

ビジネスのケーススタディ CaseStudy1 含浸複合食材

含浸複合食材のビジネスプランシート例 CaseStudy2 立体ビデオ販売 CaseStudy3 ポイント課金サービス

あとがき
著者紹介

はじめに

これまでに約400社の社長の方々にお会いし、話し合いの中で、いろいろな悩みや生きざまの仮想体験させていただき、また一緒に、苦境をうまく切りぬけるための対策や検討を行ってきました。この経験から、企業の悩みとそれを解決するための知恵には、共通点のあることに気付きました。本書では、この知恵の中に存在する**共通した成功要素を、「利益を獲得するためのビジネス手法」として、体系化**しています。

知恵の形式知化やノウハウの体系化は、**ハーバード大学のビジネススクール**へ留学して学んだことがベースとなっています。大学では、ケーススタディで会社経営のとんでもない修羅場を学びました。留学から帰ってきて周囲を見ると「なぜこうしないのですか？」とついつい言いたくなるほど、気付くことが数多くありました。

その後、社命で3年間エヌ・ティ・ティ・リース株式会社へ出向しました。技術が理解できて出資しないという、当時、世の中にはない「**バーチャルカンパニーのベンチャーキャピタル**」を、仮想資本金12億7000万円いただいて作りました。この時の経験が、本書を書く1つの動機になっています。この社命の根底にあったのは、当時、日本電信電話株式会社（NTT）の副社長だった宮津純一郎さんの「NTTのサービスの使い方を創出するのはベンチャーだ。」という発想を実現する必要があったからです。

本書には、「情報化時代に適合するために、**企業をどう変革するか？**」のノウハウを盛り込んでいます。これは、日本電信電話公社時代末期の硬直化した組織をどう変革するか？を旗印に戦ってきた、艱難辛苦の約20年の経験から得られたものです。

また、平成8年から6年半にわたり、金融業界を担当するSEの責任者を担当しました。ちょうど金融再編で企業合併が相次ぐ中で、この嵐を乗り切るための、尋常ではない綱渡りの「**組織マネジメント経験**」から得られた知恵も体系的に盛り込んでいます。

工業化時代に染み付いた文化からの変革をせまられている企業に対して、この**実体験から得られた考え方を**講演すると、受講者の皆さんで思い当たるフシが多いのか、好評をいただいております。

「あなたはなぜビジネスを起こさないのですか？」とよく質問されます。私は「みなさんで共同利用いただく存在になることが日本のためです」とお答えして、タネモミが食べられないように、ノウハウをずっと継続して蓄積してきました。

この本にある1行1行はすべて私の経験したことから抽出されたものであり、「**ビジネス界を生き抜く知恵**」とでも言えるものです。

最近、大学や企業の優れた技術をビジネスに結びつける、技術経営（MOT：Management Of Technology）の専門家の育成が急務となっています。従来、経営学修士（MBA：Master of Administration）の教育が実施されてきました。MOTはMBAの一分野ですが、MBAではビジネス一般のマネジメントを学ぶために、圧倒的に事務系の人が多いという特徴があります。この結果、MBAでは「技術を十分に理解し、その技術をどう換金して経営していくか？」という課題に対して「**地を這いずり回って得た経験をもとに、明日からこうする！**」の答えを出せずにいたと思います。

理系の人たちも、現在、MOTで教えられている、「技術戦略論」とか「知的財産戦略論」といった「〇〇論」をいくら学んでも、「自分が持っている良い技術を明日からどうしたらお金に換えられるのか？」に対して、答えは出ないと思います。**技術をいくら理論で論理的にいじくってもお金にはならないのです。**

本書では、MOTを（Management of Thinking）としてとらえ、「**いろいろな人の考えをマネジメントするのでお金になる**」という考え方に重点を置いて、利益獲得手法を深掘りしています。この「いろいろな人」とは、お客様・経営者・社員・出資家などであり、その多くは“非論理世界”で考え、行動しています。そこが“論理世界”（理論）との大きな違いです。

頭に詰め込む“知識”ではなく、ビジネスの困難を乗り越える“**知恵**”の習得が、現在、社会では**強く求められています**。「〇〇理論」では語れない、**非論理の世界を体験的に学習**しないと、「**技術を換金する**」ことができないのです。

人は一度仮想体験すると、実際その場面になったときに、上手に困難を乗り越えられるものです。本書では、日常の職場で起こりえる“非論理的な事象”に上手に対応していくための、「**仮想体験による困難を克服する知恵**」を幅広く習得してもらうことを念頭においており、多数のビジネス事例や「あなたならどうする？」のコーナーを収録しています。

技術者の多くは、技術の論理の世界から一步でも出たくないで、デスバレーが発生することになります。本書では、このような技術者に対しても、「**論理で語れない、経験から得られた非論理の知恵の活用**」を、体系的に学べるよう工夫しています。

数多くの方々からいただいた、いろいろな経験に基づくビジネスの知恵をまとめた本書が、皆様方のお役に立てれば幸いです。

平成17年5月

児玉 充晴

本書に基づく出張講義を行っています。詳しくは巻末をご覧ください。