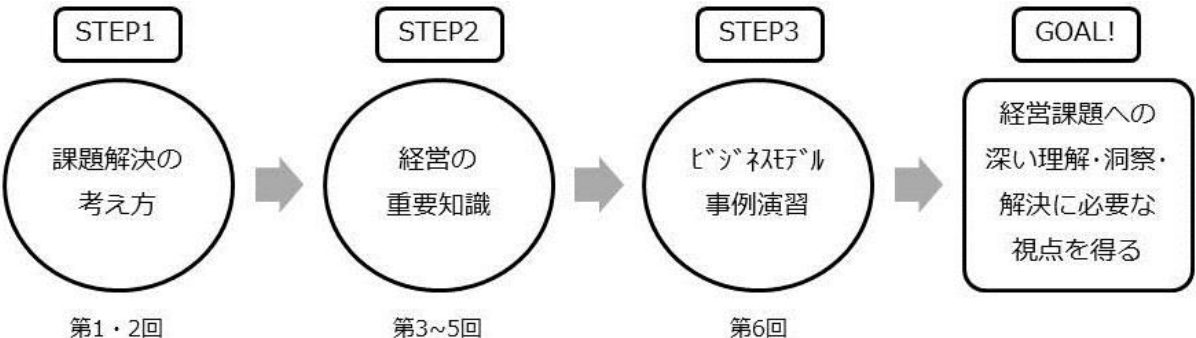


経営課題解決スキル養成コース[基礎](東京)

～ビジネスを理解し、課題を解決する知財エキスパートを目指して～

実施日程	第1回 6月20日(月) : 戦略的思考・基礎 18:30～21:45 弁理士会館 第2回 7月1日(金) : 戦略的思考・応用 18:30～21:45 弁理士会館 第3回 7月14日(木) : マーケティング 18:30～21:45 弁理士会館 第4回 8月10日(水) : 経営戦略 18:30～21:45 弁理士会館 第5回 8月31日(水) : アカウンティング 18:30～21:45 弁理士会館 第6回 9月16日(金) : 総合演習／ビジネスモデル 18:30～21:45 弁理士会館
本講座のイメージ	
概要 ねらい	● 弁理士・知財パーソンとしての価値を高める 昨今、弁理士・知財パーソンはその専門能力を活かして、技術の事業化や海外展開、あるいはそのためのリソースの確保といった、企業が抱える経営課題の解決に貢献することが求められています。本講座を受講することで、経営課題の解決のための基本的な知識・スキルを学び、弁理士・知財パーソンとしての価値をさらに高めるための素地を得ることができます。 ● 顧客企業の課題を解決する思考力・知識・スキルを段階的に学習 全6回のプログラムは、ビジネスへの深い理解力、課題に対する洞察力、そして課題解決のために弁理士・知財パーソンとして持つべき視点の獲得を目的としています。まず、ビジネスの課題解決に必要不可欠な「戦略的な思考」の基本ツールを学びます。その後、「マーケティング」「経営戦略」「アカウンティング」といった、経営を理解するにあたって特に重要度の高い知識をインプットします。最終回は、それまでに学んだ知識・スキルを復習しながら、ビジネスモデル（事業で収益を上げるしくみ）と知財の位置づけについて、実際の企業を題材とした演習を通して学習します。 ● 実務経験豊富な講師陣 本講座は戦略コンサルタントや起業家といった実務経験をもつ講師陣による、レクチャーと演習、インタラクティブなQ&Aセッションで構成されています。自身の業務や顧客の課題を念頭に置き、「ツール・フレームワークをどう活かそうか」実践的な思考を持ちながら参加し、積極的にご質問ください。
受講料	全 60,000 円 (税込・テキスト代込)

講座名		①【戦略的思考・基礎】	
	担当 講師	寺西 厚人（てらにし あつひと） 大学卒業後、日本電信電話株式会社（NTT）へ入社。システム開発・設計業務、グループ会社における通信・コンピュータ関連機器の輸入販売、海外現地法人（イギリス）の企画管理業務等を経てマルチメディア関連の新規事業開発を担当、インターネットプロバイダ事業（「ぷらら」）の立ち上げを行う。その後人材・組織開発のベンチャー企業に移り、企業向けの人材開発ソリューション事業、eラーニング事業、マネジメントスクール事業等の事業責任者として個人・法人に対する人材開発・組織開発事業に携わるとともに、マネジメントスクールや企業研修の論理思考プログラムの講師も担当する。現在は、大企業とベンチャーというまったく異なる組織での勤務経験、人材・組織開発コンサルティングの経験をもとに、フリーで中小企業向けのコンサルティング業務や研修講師等を行っている。	
	実施日	6月20日（月）	
講師からのメッセージ	ビジネスにおける問題解決を難しくしている大きな要因のひとつに、考えや価値観が異なる複数の関係者が協働することの難しさがあります。本講座では、正しい認識を共有し、相手に納得して行動を起こしてもらうための強力なツールとなる、「共通の土台となる考え方」＝「ロジカルシンキング」を学びます。「理屈が通っている」＝「相手が納得して動ける」とは限りません。コミュニケーションの中で相手の状況や考え方を正しく理解し、自分の考え方をわかりやすく伝えるためには、自分の先入観や思い込みを排除し、客観的に考えることが重要です。また、客観的に考えることで、自分の頭の中が整理されて新しいアイデアにつながることもあります。本講座では、単にロジカルシンキングの手法をご紹介するだけではなく、ロジカルシンキングがみなさんの実務にどう有効活用できるのか、そのヒントが得られる場にしたいと考えております。		
スケジュール （予定）	■ 戦略的思考の基本 ・ “ロジカルな思考”とは ・ 考える基本姿勢 ・ 考えを作る ・ 全体像を押さえる ■ 問題解決の思考プロセス&技術 ・ ロジックツリー ■ コミュニケーションの設計技法 ・ ピラミッド・ストラクチャー ➤ 演習：ピラミッド・ストラクチャーを用いて主張を組立てる		
過去の受講者の声	「話が判り易く、かつ実務に応用できそう」（事務所勤務/60代/男性） 「演習も多く分かりやすかった」（企業知財部勤務/30代/男性） 「他人に説明するのに役立ちそう」（事務所勤務/40代/男性） 「受けたことのない内容の講座だった」（企業知財部勤務/40代/女性） 「手を動かして講義を受けられたので、大変面白かった」（事務所経営/60代/男性） 「体系的に学ぶ機会がなかったので、とても勉強になった」（事務所勤務/30代/女性）		

講座名	NEW ②【戦略的思考・応用】	
	担当 講師	小林 敬明（こばやし ひろあき） 東京大学法学部卒業、シカゴ大学経営学修士。日本電信電話株式会社（NTT）に在籍し、主にネットワークサービスのマーケティング、営業支援、事業計画等を担当後、ボストン・コンサルティング・グループにて事業戦略、新規事業戦略、営業力強化、組織再構築等のテーマでコンサルティングを行う。その後日本 BT にて戦略企画本部長を務め、日本テレコムとの提携の他、マルチメディア、EC 等の分野で M&A 提携等の戦略を担当。2000 年からは、HSBC 証券会社調査部シニアアナリストとして通信、放送、広告等の分野をカバー。2003 年に株式会社サイコム・インターナショナルに参画。同社 COO を経て、2008 年のサイコム・ブレインズ株式会社設立とともに取締役就任。経営・イノベーション人材育成担当。さらに、NTT インベストメント・パートナーズのアジア代表、およびシンガポールの DMP（Digital Media Partners）のアドバイザーとして、ベンチャーキャピタルとベンチャー企業への支援や、シカゴ大学ビジネススクール（シンガポールキャンパス）のニューベンチャーチャレンジの審査員を務めるなど、ベンチャー育成を通じたイノベーションの実践にも携わっている。共著に『標準 MOT ガイド』（日経 BP 社）、共訳書にマイケル・クスマノ教授著『ソフトウェア企業の競争戦略』（ダイヤモンド社）、エリック・フォン・ヒッペル教授著『民主化するイノベーションの時代』（ファーストプレス）。
	実施日	7 月 1 日（金）
講師からの メッセージ	戦略的思考のツールについての知識があっても、実際に使うことができれば意味がありません。本講座は「戦略的思考・基礎」の応用編として、企業の課題解決においてツールを活用する感覚を磨きます。演習では複雑な情報から「問題の要因」や「取り組むべき課題」を特定し、「解決策」を立案する一連の流れを体感します。「ツールを使うことは、こういうことなんだ」という感覚をつかむことで、後に学ぶマーケティング、経営戦略、アカウンティングのツールについても、活用イメージを持つことが容易となり、学習効果をより高めることができます。	
スケジュール （予定）	■ 戦略的思考のポイントのレビュー ■ 戦略的思考・応用演習 ➤ ケーススタディ：A工場－生産性向上プロジェクトX 工作機械や生産用具メーカーのアルファ製作所の経営の立て直しのために、製造部門の生産性および勤労意欲の向上をミッションとして課された企画部組織革新リーダーの山田氏は、同社のいくつかある工場のうち、A工場の生産性、勤労意欲の向上において期待どおりの成果を上げることができましたが、B工場では思ったような成果が上がらず、原因の究明と改善策の立案に迫られていました。 ■ 経営基礎スキルとビジネスの関連	

講座名		③【マーケティング】	
	担当 講師	秦 充洋（はた みつひろ） 一橋大学商学部卒 91～96 年 ポストン・コンサルティング・グループ（BCG）にて国内外の大手向け戦略コンサルティング。95 年にはソウルオフィス立ち上げ支援のため、6 ヶ月現地駐在。96 年 医療従事者向け情報サービス企業・（株）ケアネットを創業、共同創業者兼取締役副社長。事業計画の立案、実行、資金調達、管理、放送事業を担当。同社は 07 年、東証マザーズに上場。99 年ネットベンチャー副社長を経て代表取締役社長。1 年で売上高を 80 百万円から 1,500 百万円に拡大。戦略立案、実行、資金調達、有力 B2B 企業買収を実施。ネットバブル崩壊後は事業クローズも実施。02 年 BCG に復帰。プロジェクトマネジャーとして M&A、事業再生、新規事業立ち上げを指導。06 年 ミレニアムパートナーズ設立。起業家育成などに携わる。株式会社ミレニアムパートナーズ 代表取締役。	
	実施日	7 月 14 日（木）	
講師からの メッセージ	マーケティングは事業戦略で構想したことを売上などの具体的成果に結びつけるためのものです。本セミナーでは、「新しい製品・サービスを効果的に顧客に届けるにはどうしたらいいのか」、「いいものを提供しているのになぜ売れないのか、どうしたらもっと売れるのか」、こういった疑問に答えるためのスキルやテクニックの基本を押さえます。どのような顧客を狙うのか、そのために自社の製品・サービスをどう位置づけるのか、具体的な製品や価格、販売方法の意思決定をどう行うのか、といった一連のプロセスを学ぶことを通じて、企業の商品開発/販売戦略の視点や考え方を学んでいただきます。		
スケジュール （予定）	■ 顧客への提供価値を決定する ・セグメント化 ・ターゲティング ・ポジショニング ■ マーケティング・ミックス ・4つのP（製品・サービスの内容、価格設定、販促、チャネル） ■ 技術を利益に変えるには：「マーケティングが特許の価値を変える」 ➢ 演習：「弁理士としての自分」のマーケティング戦略を考える		
過去の受 講者の声	「講師の話が平易な言葉使いで分かりやすかった」（企業知財部勤務/50 代/男性） 「お客のニーズ、新たな切り口の考察の助けになった」（事務所勤務/30 代/男性） 「新製品の販売手法へのアドバイス、クレームドラフトに役立ちそう」（事務所経営/60 代/男性） 「新しいニーズの見つけ方のヒントになった」（企業知財部勤務/30 代/男性） 「通常の弁理士会の研修では得ることのできない情報を得られた」（事務所経営/40 代/女性） 「非常に面白いと感じた。仕事に役立てられるようもっと勉強したい」（事務所勤務/40 代/男性） 「STP などについて具体的にやってみることができて役立った」（事務所経営/40 代/男性）		

講座名		④【経営戦略】	
	担当 講師	杉本 眞一（すぎもと しんいち） 一橋大学商学部卒業。ボストンコンサルティンググループにて6年半にわたり経営コンサルタントとして様々な業種・テーマにわたる戦略立案および実行支援プロジェクトに従事。その後、富士化学工業株式会社にて電池材料事業部長として新規事業の立上げを指揮した後、モニターグループ等戦略コンサルティング会社を経て、マーケティング戦略・ブランド戦略の策定および実行支援を専門とするプロフェットに参画。大手流通業やNEXCO（旧日本道路公団）等のブランド戦略立案に携わる。2007年4月に同社日本代表を退任し、ボナファイデコンサルティング株式会社を設立、同社代表取締役。キッコーマンのコーポレートブランド戦略立案をはじめ、マーケティング戦略・ブランド戦略の策定支援を中心にコンサルティングを行っている。	
	実施日	8月10日（水）	
講師からのメッセージ	戦略論は、大きな岐路に立たされた時の決断の方法論とも言えます。ビジネスに正解はありません。だからと言って、経験と勘に頼ってはいは失敗のリスクは下がることはありません。環境変化の激しい今日、以前にも増して論理的に考え抜かれた戦略が必要です。が、方程式のように答えは出てきません。本セミナーでは、経営戦略の基本用語やフレームワークを知るだけでなく、それらを使って戦略を考えるための思考方法や、企業経営に必要な大局的な視点を学ぶことを目指します。		
スケジュール （予定）	■ 戦略とは何か ・戦略の定義・要件 ・企業戦略と事業戦略 ■ 戦略の策定プロセスと環境分析 ・戦略の策定・実行プロセス ・内部／外部環境分析 ■ 戦略オプション ・ポーターの基本戦略 ・競争的地位に基づく戦略 ・アンゾフの成長マトリクス ・戦略オプションの評価 ➤ 演習：知財を活かした企業の戦略/環境分析 ✓ 知財戦略を活用して競合との差別化に成功している企業の事業戦略とは？		
過去の受講者の声	「経営について非常によく理解できた」（事務所勤務/30代/男性） 「とてもわかりやすく講義を進めていただき非常に理解が深まった」（事務所勤務/30代/男性） 「考え方やツールの使い方が多少なりとも理解できた」（企業知財部勤務/40代/男性） 「事例や演習が多くわかりやすかった」（企業勤務(知財部以外)/30代/男性） 「新しい市場開拓のヒントになりそう」（企業勤務(知財部以外)/50代/男性）		

講座名		⑤【アカウンティング】	
	担当 講師	寺石 雅英（てらいし まさひで） 一橋大学商学部卒業。一橋大学大学院商学研究科博士後期課程修了。名古屋商科大学商学部講師、助教授、群馬大学社会情報学部教授等を経て、2011年4月より大妻女子大学キャリア教育センター教授。群馬大学名誉教授。この間、郵政研究所、日本資産流動化研究所、建設経済研究所、道路経済研究所等の客員研究官や研究委員、国際ベンチャー企業協議会監事、実践経営学会理事などを歴任。2001年には、国立大学教官として日本初のJASDAQ上場企業の社外監査役に就任（㈱エスイー）。さらに現在はJASDAQに上場する総合余暇サービス提供企業の社外監査役も務める（㈱コシダカホールディングス）。全国の地域振興プロジェクトや温泉旅館の再生プロジェクトのコンサルタントとしても活躍中。専門はファイナンス論、起業論、投資情報行動論、交渉論。主著に、『現代経営学』（同文館）、『ベンチャー創造のダイナミクス』（文眞堂）、『環境変化と企業経営』（同文館）等。	
	実施日	8月31日（水）	
講師からのメッセージ	この講座で目指すのは、財務諸表を読めるようになること、すなわち財務諸表から必要なメッセージを引き出し、パッと見た瞬間に気の利いた一言が言えるようになるためのポイントがわかることです。もしアカウンティングに対して「細かい、規則に縛られる、正確性が重視される」などのイメージをお持ちになっているとすれば、そのイメージは大きく変わるはずです。財務諸表は、細かい部分にこだわればこだわるほど全体像が見えにくくなり、永久に読めるようになりません。重要なのは、ざっくりと「どうしたらいいの?」という視点で見るための<ツボ>を押さえられるようになること、その結果として大きな結論を出すことができるようになることです。本講座でそのコツを学んでいたき、少しでもアカウンティングを身近に、面白く感じていただければと思います。		
スケジュール （予定）	■ 会計を捉える視点 ・ 「わかる」⇒「読む」⇒「見せる」の重点移行 ・ 「実体」と「フィクション」の相互作用 ■ 財務諸表を理解する ・ 貸借対照表の基本構造 ・ 損益計算書の基本構造 ・ 知的財産権やR＆Dはどこにどう表示されるのか？ ■ 財務諸表からメッセージを引き出す ・ 読めるようになるために必要な2つのスキル ・ 財務指標の活用方法 ・ 財務指標の裏に潜む要因 ➤ 演習：財務指標を手掛かりに7社の正体を見抜く		
過去の受講者の声	「細かい話でなく、財務の大きな流れ・思想を学ぶことができた」（企業知財部勤務/30代/女性） 「会計に対する苦手意識が少し減った」（事務所勤務/30代/女性） 「実例を用いてわかりやすく説明してもらえて満足した」（企業知財部勤務/40代/男性） 「話がわかりやすく、理解すべきポイントが明確だった」（事務所経営/40代/男性）		

講座名	NEW ⑥【総合演習／ビジネスモデル】	
	担当 講師	小林 敬明（こばやし ひろあき） 東京大学法学部卒業、シカゴ大学経営学修士。日本電信電話株式会社（NTT）に在籍し、主にネットワークサービスのマーケティング、営業支援、事業計画等を担当後、ボストン・コンサルティング・グループにて事業戦略、新規事業戦略、営業力強化、組織再構築等のテーマでコンサルティングを行う。その後日本 BT にて戦略企画本部長を務め、日本テレコムとの提携の他、マルチメディア、EC 等の分野で M&A 提携等の戦略を担当。2000 年からは、HSBC 証券会社調査部シニアアナリストとして通信、放送、広告等の分野をカバー。2003 年に株式会社サイコム・インターナショナルに参画。同社 COO を経て、2008 年のサイコム・ブレインズ株式会社設立とともに取締役就任。経営・イノベーション人材育成担当。さらに、NTT インベストメント・パートナーズのアジア代表、およびシンガポールの DMP（Digital Media Partners）のアドバイザーとして、ベンチャーキャピタルとベンチャー企業への支援や、シカゴ大学ビジネススクール（シンガポールキャンパス）のニューベンチャーチャレンジの審査員を務めるなど、ベンチャー育成を通じたイノベーションの実践にも携わっている。共著に『標準 MOT ガイド』（日経 BP 社）、共訳書にマイケル・クスマノ教授著『ソフトウェア企業の競争戦略』（ダイヤモンド社）、エリック・フォン・ヒッペル教授著『民主化するイノベーションの時代』（ファーストプレス）。
	実施日	9 月 16 日（金）
講師からの メッセージ	ビジネスモデルとは、一言でいうと「どのように価値を創造し、顧客に届けるかを論理的に記述したものです。本講座は、ビジネスモデルへの理解を通して、これまで学んできたトピックが相互にどのように関係しているのか、またビジネスモデルにおいて知財がどのように位置づけられるのかを学習します。演習では、ビジネスモデルを可視化するツールである「ビジネスモデル・キャンバス」を用いて、実際の企業のビジネスモデルを俯瞰的に分析します。経営基礎コースの締めくくりとして復習と総合演習を行い、知識・スキルを実務で使えるものにしていきましょう。	
スケジュール （予定）	■ 学びの振り返り&ビジネスモデルとの関連 ・ ビジネスモデルの定義 ・ ビジネスモデルの主要素：①顧客セグメント ②価値提案 ③チャネル ④顧客との関係 ⑤主な活動 ⑥リソース ⑦パートナー ⑧収入の流れ ⑨コスト構造 ・ ビジネスモデルにおける知財の位置づけ ➤ 演習：サンプル企業のビジネスモデルを理解する ■ 全 6 回のまとめ ・ Q&A ・ 討議 & 講評：今後の展開のために	