

2.5.2 基調講演

- 講師:川田 尚吾 氏 (投資家/株式会社ディー・エヌ・エー 顧問)
- タイトル:「21世紀型地域医療の創出をけん引する高度人材養成プログラム」成果について」
- 講演内容:以下、資料抜粋

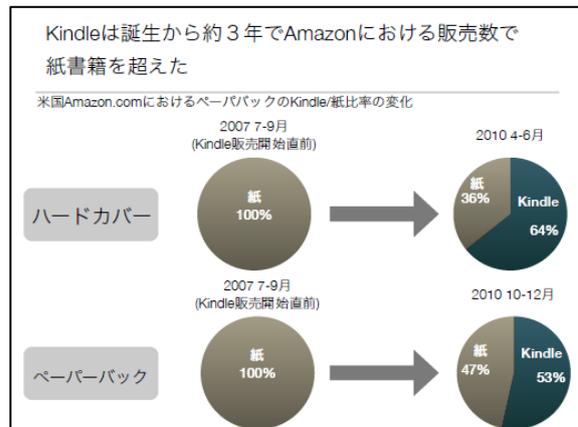
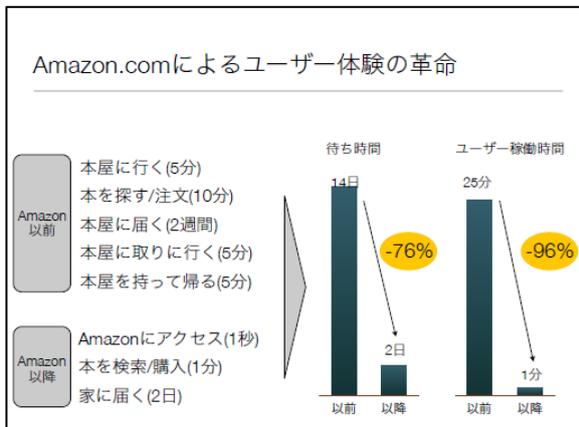
スタートアップの実際

Shogo Kawada, Ph.D

技 x 資

ITによるイノベーションのポイントは4つ

- 革命的なユーザー体験の変化
- スピード
- 裏側の工夫
- Execution Excellence



人 お金 日本のスタートアップの資金調達のイメージ*

	出資者	時価総額	調達額
設立	創業者	原価	なし
シード	エンジェル, アクセラレーター	¥1億前後~数億 or 転換社債	¥数千万
シリーズA	VC	¥10億~	¥数億
シリーズB	VC, 事業者	¥数十億~	¥数億~数十億

〇.D...と続くことあり

Exit!

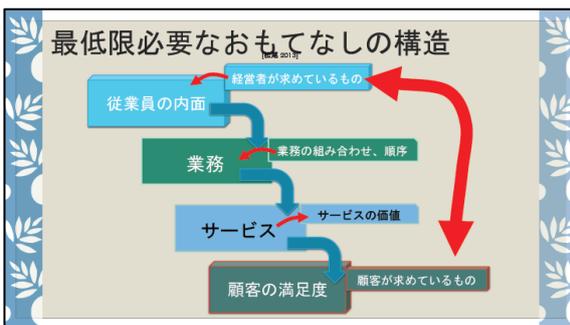
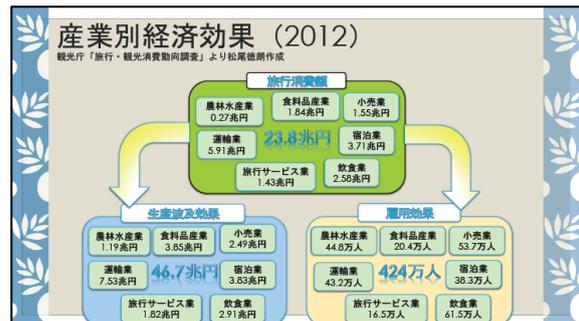
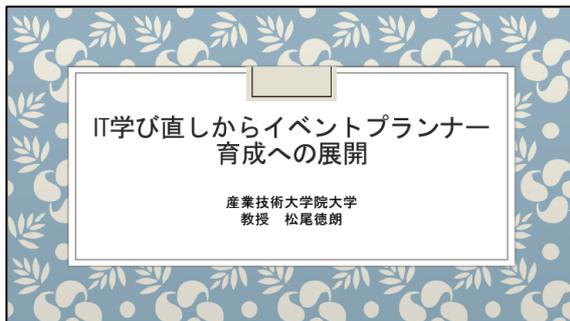
*あくまでイメージで実際は個社ごと、市況で異なる

スタートアップ投資がしやすいようなテクニックがこの10年くらいで発達してきている

- コンバーティブルノート**: 時価総額を決めずに資金調達可能
- ラチェット**: Down valuation時の既存投資家の希薄化防止
- ドラッグアロング**: 一定期間を超えて創業者がExitを拒んだ際の強制売却権
- 優先株**: ラチェットやドラッグアロングの権利の付いた株で、Valuationを上げやすい

2.5.4 交流プログラム講演②産業技術大学院大学

- 講師: 松尾 徳朗 氏(産業技術大学院大学 産業技術研究科 情報アーキテクチャ専攻 教授)
- タイトル: 「IT 学び直しからイベントプランナー育成への展開」
- 講演内容: 以下、資料抜粋



日本の旅行業界はゆがめられている

- 広告の出し方
 - 誇大広告が多い、なかには偽りも
 - 旅程の詳細を示していない
- 商品の提供の仕方
 - 日本旅館に行ったら、従業員は外国人ばかり
 - 夕食は食べ放題会場で、揚げ物ばかり
- 商品情報ページ
 - 電子商取引において標準とされてきている実際の旅行者のレビューが書き込めない
- 消費者の気持ち
 - 当然安い旅行商品なのでこれくらいは当然かなあ

観光振興・コンベンション振興でのいくつかの問い

- 地域に素晴らしい観光資源があれば、観光客数増加、コンベンション誘致件数の増加が見込める？
- ホテル、コンベンションビューロー、PCOなどコンベンションを支援する事業者、団体が揃っていればよい？
- 過去に地域で開催された国際会議の実績や経験を生かして誘致活動をしたほうがよい？
- 将来の国際会議開催件数増加はなんといっても主催者を大事にすることである？
- 地域の大学や病院、企業のキーパーソンと継続的にコンタクトを取る努力をすれば、輝かしい将来が待っている？

コンベンションビジネスにおける高度な人材とは？

- スペシャリストであり、ジェネラリスト
- 高度観光人材に必要、あるいは持っているならば強力な仕事ができる各種能力
 - 動向を読む力と政策に振り回されない判断力
 - 地域の実態、対象の組織、ステークホルダーを知る能力
 - ミクロ経済学とマクロ経済学の理解=インセンティブを創造できる
 - 簿記会計を含む経営知識と意思決定力
 - マーケティング能力、高いプレゼンスキル
 - 企画力、再構成能力
 - 危機管理能力、リスク分析能力
 - コスト管理、生産管理力
- 過去にとらわれない強い臨機応変さ

2.5.5 交流プログラム講演③産業技術大学院大学

- 講師: 吉田 敏 氏 (産業技術大学院大学 産業技術研究科 創造技術専攻 教授)
- タイトル: 「日本のものづくりの盲点 - 高度職業人材に必要な知識の教育のために -」
- 講演内容: 以下、資料抜粋

日本のものづくりの盲点
- 高度職業人材に必要な知識の教育のために -

2017.1.12.
公立大学法人 首都大学東京
産業技術大学院大学
吉田 敏
yoshida-satoshi@aist.ac.jp

1

■ 大学院で学ぶこと
(PBL教育の可能性へ)

- 学術の先端的議論の内容を修得する
通常のノウハウ、知識 は自分で学ぶことができる。
教育者は研究活動による新しい知識の確立へ
- 「考え方」を身につける
企業活動等では身につかない「考え方」を身につける。

3

表1 組織能力の偏在と得意アーキテクチャ：印象論的仮説

地域(国)	偏在する組織能力	得意な(相性のよい)アーキテクチャ
日 本	現場の統合力が偏在	オペレーション重視の 擦り合わせ型製品
欧 州	対顧客の表現力が偏在	デザイン・ブランド重視の 擦り合わせ型製品
米 国	システムの構想力が偏在	知識集約的な オープン・モジュラー製品
韓 国	資金と意思決定の集中力が偏在	資本集約的な オープン・モジュラー製品
中 国	出稼ぎ労働者の動員力が偏在	労働集約的な オープン・モジュラー製品
ASEAN	? (安価な多能工?)	労働集約的な 擦り合わせ型製品?

5

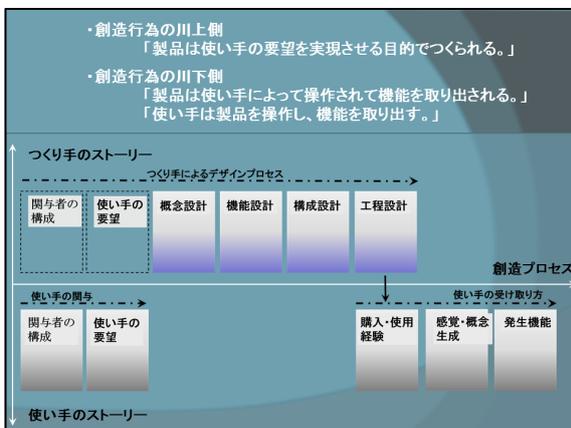
藤本隆宏, 『日本のものづくり哲学』, P183, 日本経済新聞社, 2004年

日本の技術の弱み(日本的創造思考の弱み)

- ・ユーザー視点を持ち難い
- ・極めて強い複雑性があるものを生み出し難い



(C)JAXA



イノベーションをマネジメントする可能性

イノベーションは現象であり、それを引き起こすための事業に絶対的な管理法は無いが(完全にコントロールはできないが)、現象を起こす可能性を高めることはできると考えられる。

- 1 未来の社会的、政治的、技術的变化を推測し、自社独自の方針を掲げる。【戦略作成時】
- 2 過去から学び、阻害要因を除く。【戦略作成時】
- 3 自己組織の特性に応じた各要素の最適化を積み重ねる。【戦略作成時、事業推進時】
- 4 イノベーション推進体制の確立。【戦略作成時、事業推進時】
- 5 変化に対応するメカニズムを持つ。【事業推進時】
- 6 必要な情報を収集し、それを常にアップデートする。【事業推進時】
- 7 適切な評価の実行【事業推進時、評価時】

前田正史, 吉田敏 他, 『Beyond Innovation-「イノベーションの議論」を超えて』, 丸善プラネット, 2009 年より