

MOT

Management of Technology

Tokyo
University of
Science



東京理科大学

大学院 経営学研究科
技術経営専攻 (MOT)

2019年3月号 Vol.1

Business
Magazine



MOTが担う未来

技術が社会を
変える時代の
経営者

MOTが担う明日

今日から
明日へと続く、
継続した学びの
先にあるもの

ビジネスの第一線で イノベーションを創出し続けるリーダーの想いにふれる



市場で活躍されている多才なゲストをお招きし、
ホットピックにビジネスを掛け合わせ、
経営/社会視点でさまざまな知見や洞察を引き出す



合同連携シンポジウム『あるべき知財財と人財の創造』 2018年11月3日(土)開催

協賛：ものこと双発学会、コムズ投資株式会社、農林中金バリュエーションベトナム株式会社、株式会社バリュエーション、レオス・キャピタルワークス株式会社

特別章 ベーシックレポートアワード(BRA)発表と表彰

ベーシックレポートアワードコミティ(BRAC)メンバー：佐藤明氏、奥野一成氏、横野尚氏、若林秀樹教授

第1章 パネルディスカッション 「良きベーシックレポートとは？」

ベーシックレポートアワード(BRA)受賞者より
株式会社バリュエーション 代表取締役 青木 英彦氏 / 桂 竜輔氏
農林中金バリュエーション株式会社 常務取締役 佐藤 明氏
みさき投資株式会社 インベストメント・オフィサー 奥野 一成氏
横野 尚氏

第2章 パネルディスカッション 「あるべきビジネススクールとは？」

一橋大学 大学院 経営管理研究科 教授 Christina L. Ahmadjian 氏
名古屋商科大学 ビジネススクール 教授 岩澤 誠一郎氏
経済産業省 産業技術環境局 技術振興・大学連携推進課 課長 松岡 健志氏
(総合司会) フリーアナウンサー/株式会社PICANTE 代表取締役 榎戸 教子氏

※本学の教員も登壇していますが、外部ゲストのみ記載しています(上記BRACメンバーを除く)。

『立命館MBA・理科大MOT共同連携シンポジウム』 2019年1月13日(日)開催

講演1 「立命館ビジネススクールの紹介&MBAの課題について」

立命館大学ビジネススクール 研究科長 肥塚 浩氏

講演2 「レオス・キャピタルワークスの紹介とMOTへ期待」

レオス・キャピタルワークス株式会社 代表取締役社長 藤野 英人氏

講演3 「シンギュラリティとMOT」

ウェスタンデジタルジャパン株式会社 社長 小池 淳義氏

パネルディスカッション 「日本と日本の大学を巡る環境変化」

立命館大学ビジネススクール 研究科長 肥塚 浩氏
レオス・キャピタルワークス株式会社 代表取締役社長 藤野 英人氏
ウェスタンデジタルジャパン株式会社 社長 小池 淳義氏

新任教員紹介



東京理科大学 教授
日戸 浩之 [2019年4月1日 就任予定]

野村総合研究所 コーポレートイノベーションコンサルティング部 上席コンサルタント。
1985年東京大学文学部社会学科卒業後、同年野村総合研究所入社。1996年東京大学大学院経済学研究科修士課程修了。専門はマーケティング戦略立案、生活者の意識・行動分析、サービス業(教育、人材関連)の事業戦略など。現在、北陸先端科学技術大学院大学客員教授を兼務。
共著書に『第三の消費スタイル』(2005年)、『大衆化するIT消費』(2007年)、『なぜ、日本人はモノを買わないのか?』(2013年)、『なぜ、日本人は考えずにモノを買いたいのか?』(2016年)、『デジタル資本主義』(2018年)などがある。

この春から、東京理科大学 大学院 経営学研究科 技術経営専攻にて教鞭を執らせていただくことになりました。長年にわたり、コンサルティングの現場を通じて培ってきたマーケティング戦略に係る知見を、理論・実践の両面から社会人学生の皆様に伝えていく所存です。特にデジタル領域を中心とする最新のマーケティングの動向については、積極的に取り上げていきたいと考えています。一方で、講義や演習を通じて、皆様が各種のフレームワークの習得や論理的思考力を養成することも重視してまいります。また、企業活動の第一線で腕をふるう実務担当者をゲストに招き、実践知の共有を図る予定です。皆様が、志への道筋を具体的に描けるようになることを目標に、尽力してまいります。

【代表的な著書】

デジタル資本主義
発行元：東洋経済新報社
監修：此本 臣吾
著者：森健、日戸 浩之

大衆化するIT消費
発行元：東洋経済新報社
著者：野村総合研究所消費者マーケティング研究チーム

なぜ、日本人は考えずにモノを買いたいのか?
発行元：東洋経済新報社
著者：松下 東子、日戸 浩之、林 裕之

第三の消費スタイル
発行元：野村総合研究所
著者：野村総合研究所

MOTが
担う未来

技術が社会を変える時代の経営者

写真左から 若林 秀樹 教授 × Robert Alan Feldman 教授 × 榎戸 教子 アナウンサー(ファシリテーター)

人生100年時代を目前に控え、従来のキャリア観に地殻変動が起きている。閉鎖した環境にしがみつき、安穩としているようでは、次世代を牽引する経営人材たりえない。活路を開くのは、異種と交わり、どこまでも学び続ける姿勢だろう。イノベーションの発信地である理科大MOTは、時代の要請にどう応えるのか。3人の識者が、その真価について考察する。

“MOT2.0”、始動。
多様な知の化学反応で
型破りのアイデアが生まれる。

榎戸 東京理科大学の社会人大学院は、2018年から、より経済・経営に力点を移して、教育研究の高度化を加速することに力を注いでいらっしゃいますけれども、今、どんなことが見えてきましたか。

若林 この4月から新しいカリキュラムがスタートし、これまでは“MOT1.0”でしたが、今は“ハイテクMBA”あるいは“MOT2.0”ということになっています。そのポイントは、学生の融合、教員の融合、そして異種結合だと思っています。例えば、普通は一人の教員が一人で授業を行います、複数の教員が議論をするようなことにもトライしています。

Feldman さまざまな分野の人が集まると、相乗効果が大きいです。私の授業では、90分のうち最後の30分はdiscussionです。そこで問題提起をします。例えば、ミクロ経済の中に完全競争市場という理論がありますね。小さな企業がたくさん参入している市場で、どのように企業が出たり入ったりするのか、もし自分が麻布十番のレストランの店主だったら、どうするか。ミッドタウンが出来て、

六本木ヒルズが出来て、何が起きるのか。そういった議論をします。多様な背景の人たちがいるので、けっこう答えが違いますね。それが面白い。
榎戸 日本人は特に議論が苦手、と世界から言われることもあります、Feldman先生から見ていかがですか。

Feldman 変わってきていると思います。日本に限りませんが、一人対多数ということだと、「何か質問はありますか」と聞いても、誰も手を挙げません。しかし、5、6人のグループに分けて「この議論をしてください」となると、それはもう白熱します。

若林 ある授業で、新しいハイテクを紹介し、それに関連する2つの企業を組み合わせて、何かアイデアを出そうという演習をしました。いろいろなチームが興味深いアイデアを出しましたが、最も面白かったのはドローンです。DMM.comと中国のDJIをコラボさせれば面白いのでは、というものです。例えば、競馬場やラグビー場でドローンを飛ばしてはどうか。4K、8Kの高画質と5Gの放送で、ドローンによるリアルな競馬場の映像をお茶の間に届ける。これは素晴らしい!と思ったのですが、DMM.comをよく調べると、実は

すでに同じような企画を考えていました。授業のチームには、いろいろな業種の人があります。真面目な研究者や、ファンドマネージャー、あるいは女性経営者、多種多様な人がいますので、型破りの面白いアイデアが出てきます。

榎戸 Feldman先生は以前、理科大MOTで教鞭を執る理由について、流動性を持つ労働者を増やすため、とおっしゃっていました(Vol.0参照)。つまり、どこへ行っても通用する人を育てたい、と。その手応えはいかがですか?

Feldman けっこういいと思いますね。みんなが自分の価値を改めて理解していると思います。ゼミの中でも、自分の会社はどこがポイントなのか、ということをよく考えていて、ある部署の人が別の部署に異動すれば、もっと話が通じるだろう、といった議論も出てきます。私はA社ではなく、B社の方が価値を發揮できるだろう、そう考える人も少なくありません。

榎戸 実際、授業の様子はどのようなものですか。
若林 とにかく皆さんたくさん質問をされます。例えば、よく2社比較ということをやります。多くの人は、自分の会社だけしか知ることができない。ライバル企業は知っていても、話をしたことはありません。私の授業では、あえて、ライバル関係にある人たちに議論させます。そうすると、

自分の会社が一番良いと思っていても、相手の会社から見れば違うといったように、欠点もよく分かってきます。自分の会社を他人の目で見ると、みんなの目で見ると、そんな訓練をします。自分たちにとって切実な問題ですから、どんどん議論が活性化します。



Feldman 「理論」と「実践」を混ぜて、会話にさせるということが大事です。「理論」が「実践」を理解すれば、より良い「理論」になり、逆もわかりです。だから、太い対話をさせていただき、それがポイントでしょう。

異業種提携から読み解く次代の人材価値。ムラ社会から脱出すること。

榎戸 2018年10月に、トヨタとソフトバンクが提携を発表しました。業界分析の専門家でもいらっしゃる若林先生にお聞きしたいのが、まずはこのニュース、どのように捉えましたか。
若林 まず「来たか!」と思いました。私自身、異業種の方と積極的に交流するので、実はトヨタモビリティサービスのような会社は、どんどん現れるだろうと考えていました。自動車業界では、CASEという語が話題に上がっています。“Connected”、それから自動運転の“Autonomous”、そして“Sharing”、さらに電気自動車の“Electric”。これらの頭文字をとったCASEというワードが、自動車産業のポイントです。トヨタは今まで自動車というハードを売っていましたが、これからはMobility環境を提供するようになります。もちろんトヨタの自動車も販売しますが、中には中国の安い車を扱うかもしれない。そうすると、トヨタユーザーのメリットというのは、例えば、どれだけ自動運転レベル5のエリア範囲が広いのか、どれだけバッテリーが持続するのか、あるいは乗車中にどれだけエンターテインメント性があるのか、ということになります。今後おそらく、他の企業も業種を超えて参入してくるでしょう。

榎戸 この異業種結合が、なぜ今起きたのでしょうか。
Feldman ようやく、技術が互いにplusになる、という状況になったからでしょう。これは新しい話でも何でもありません。例えば今の新聞業界が出来たときに、どのような技術と一緒にになったのか。ひとつは「電報」です。これにより、ニュースを遠くから簡単に取れるようになり、もうひとつは、広く、多く、安く作れるようにするための「新聞紙」です。これは1840年代に出来たものです。もうひとつは「印刷」ですけれども、ゲーテンベルク式の簡単な印刷機から、スチーム・パワーが出てきました。これらの組み合わせ、plus記者を雇うという組織変化が一緒になって、ようやく「それまでになかった」というものが出来ました。今回のソフトバンクとトヨタのニュースは、まさにちょうどいいときに、互いの技術を生かせるようになった、ということでしょう。
若林 先日「CEATEC JAPAN 2018」に行ってきました。エレクトリック・ショウと言われていたように、もともとは電機メーカーの展示会なのですが、今はなんと、トヨタやファナック、ローソンなど、かつてエレクトロニクスと関係のなかった企業が参入していました。さまざまな業界が繋がってきている証でしょう。そういった状況下で、これからの価値とは何か。すなわち、どれだけの「異なる人脈」を持っているか、ということでしょう。これまで、同じムラにおける、同質の価値観を持った同質の繋がりでした。これからの時代では、異質の人間と、どのように連携するか、ということを見ていかなければいけません。新結合こそがイノベーションですから、多様な人脈こそが人材のvalueを生むのです。理科大MOTはイノベーションの場。さまざまな人が結合しやすい環境を設定することが重要だと思います。
榎戸 理科大 MOTでは、こんな化学反応が生まれようとしている、といった例はありますか。
若林 介入するのは控えています。複数名の学生が、新規事業の企画に取り組むかもしれませんが、3年後、はたまた5年後かもしれませんが、いつか理科大MOTの学生が企業のトップや役員になって、A社とB社が提携、そのoriginは理科大MOTの教室にあった……ということが起こってくると思います。その可能性は高いはずですよ。
Feldman 「アドバンスド経済分析」という私の授業は、MOT ペーパー、すなわち卒論を準備する、という側面がありますが、2017年最後の授業で15分の時間を取り、MOT ペーパーに

何を書かかということ課題にしました。ある学生は、日本が電気飛行機を創るべきだと言いました。電気の飛行機って？ 私は聞いたこともないし、ありえないと思いました。しかし、すぐに考え直したのです。電気と飛行機という、これまでになかった組み合わせはありえる、そういうメッセージだと受け取りました。ちょっと調べてみると、電気飛行機はすでに存在しているばかりか、有人飛行さえ実現されていました。アイデアとアイデアが結びついて「これも可能だ!」となる瞬間が面白いですね。

人生100年時代における理科大MOTの真価とは。リカレント教育で“回転率”を高めよ。

榎戸 質の良い情報や議論する仲間に出会え、それによって人生が豊かになり、のみならず、社会にも貢献できる人材になっていく。理科大MOTは、そんな場所だと思います。イノベーションに繋がっていく理科大 MOTの環境だからこそ、見えてきた課題はありますか。
若林 ひとつは時間が短い、ということでしょうか。90分の授業は長いようで、あっという間です。1クラスに20〜30人、1人が3分話して90分ですからね。その短い時間をどう有効に活用するか。もうひとつは教室の問題。だんだん教室も狭くなっていきますし、ロジスティック面の課題は意外と侮れません。



Feldman クラスの中には、純粋科学者のような学生もいれば、調整役のような学生もいます。彼らが一緒にプロジェクトに取り組む上で、いかに良いチームを作るかということは、極めて重要な課題ではないかと思えます。
若林 そう、チームワークも評価の対象です。「実践リーダーシップセミナー」という演習ですね。チームで作り上げるプレゼンテーションにおいて、どうリーダーシップをとるか。あるいは、教員2人と学生たちで議論をするのですが、そのときのファシリテート能力。それらも評価の対象になっています。



Z回いました。「人生100年時代」と喧伝され、リカレント教育に注目が集まっています。就労に生かすために学び直して、また働く、というサイクルが、今後いっそう重要になってくると思います。未曾有の高齢化時代を迎えている中で、理科大MOTだからこそできること、果たすべき役割はどんなことでしょうか。
若林 これまで大学は売り切りビジネスでしたが、これからはrecurring businessの時代。卒業後もフォローし続けるために、「知の健康診断」を開始しました。これは、卒業生が授業を受け、知能の健康状態をチェックするというものです。例えば、ITやデジタルマーケティングなどの学問は寿命が短く、知識があつという間に劣化し、減損します。理科大MOTにいたときは、知識や発想が活性化していましたが、“伝統ある”日本企業に戻って、停滞していませんか？ そう問いかけるわけです。
榎戸 一昔前の終身雇用だったら、一度学んで同じところにずっと勤める、ということでもよかったかもしれませんが、そうした時代はもう終わりを告げています。
Feldman 約110年前、ニューヨークからサンフランシスコに手紙を送るとき、どのような

仕組みになっていたか。電車が通じていたのは、せいぜいシカゴなど中西部まで。そこからサンフランシスコまでは、いわゆる子馬特急を走らせます。そんな時代に、電報が誕生しました。馬に乗っていた人たちはもちろん失業です。では彼らはどうしたか。結局、電報の仕事をするのです。電報によって経済はどんどん成長し、かつて馬を駆っていた人たちも豊かになりました。いつまでも馬に乗り続けるんだ! という感覚でしたら、アウトですね。
若林 今までの日本人は、一生に1回転。20歳の頃に学んだ専門を後生大事に使い続けて、ひとつの会社、ひとつの工場に留まっています。ところが、イスラエルなどのハイテク国家では、一人10回転くらいしています。大学を出てベンチャーに行く、次にベンチャーから大手へ行く、大手から今度は金融機関に行く、あるいは政治家になる、といった具合です。せっかくの人材という財産が、日本では1回転しかしていない。3回転4回転として、なおかつ、さまざまな人とconnectedにならなければいけません。
榎戸 人口減少時代には、人材の回転が突破口になる、ということですね。
若林 大学の価値とは、教員が双方向型の

良い議論をする、という点が挙げられます。しかし、それだけではありません。第二の価値は、ゼミの指導です。例えば、Feldman先生に家庭教師をしてもらうようなものです。今、スマホでもさまざまな面白い授業を見られますが、Feldman先生の全人格を反映した家庭教師は、なかなか見つかるものではないでしょう。第三の価値が、場の提供。理科大MOTの主人公は誰かといえば、間違いなく学生です。学生が良いネットワークを結び、良いイノベーションを実現できるような、異種交流の場を設計すること。我々教員は、それを忘れてはいけません。
Feldman もうひとつ付け加えたい。学生のみんなが明るいことです。そうすると、質問がしやすく、発言がしやすい。競合相手の学生がいても、どんどん発言しますね。場が明るいから、時に厳しくも言える。これが素晴らしいですよ。
榎戸 皆さん、良い環境にいらっしやるわけですね。これからも、日本企業に本当に必要な経営人材が理科大MOTから生まれ、また、この理科大 MOTも時代とともに変化し続けていく。私自身も注目していきたいと思えます。

この詳細は <https://most.tus.ac.jp/mot/talks/> でご覧いただけます。Feldman教授と若林教授の教育方針、授業詳細など深掘りしています。体験授業などの日程と併せて、ご確認ください。



Profile

■ 若林 秀樹 教授

1984年東京大学工学部精密機械工学卒業、1986年東京大学工学系研究科精密機械工学修士課程修了。野村総合研究所主任研究員、JPモルガン証券、みずほ証券で株式調査部長などを経て、2005年ヘッジファンドを共同設立し、10年間ファンドマネジャーとして活躍。2014年サークルクロスコーポレーション設立。2017年から現職。日経新聞等の人気アナリストランキングで電機部門1位に5回輝く。著書に『経営重心』、『日本の電機産業はこうやって甦る』、『ヘッジファンドの真実』などがある。

■ Robert Alan Feldman 教授

1953年アメリカ・テネシー州生まれ。1970年AFS交換留学生として初来日。1976年イェール大学で経済学、日本研究の学士号取得。1984年MITで経済学博士号取得。テレビ番組等でコメンテーターも務める。現在は、モルガン・スタンレーMUFJ証券のシニア・アドバイザー。著書に『日本の衰弱』、『日本の再起』、『構造改革の先を読む』、『フェルドマン博士の日本経済最新講義』などがある。

■ 榎戸 教子 アナウンサー(ファシリテーター)

静岡県出身。大学時代にスペイン国立サラマンカ大学へ留学。さくらんぼテレビ、テレビ大阪のアナウンサーを経て2008年より経済キャスター、BSジャパンの『日経モーニングプラス』のメインキャスターを務めるほか、テレビ東京の『Mプラス11』では株式市場の動きを伝えるマーケットキャスターとして出演するなど、世界および日本経済、マーケットに影響のあるニュースを伝えている。2018年10月より、BSテレビ東京『NIKKEI 日曜サロン』にて、キャスターを務める。

『NIKKEI 日曜サロン』
BSテレビ東京 毎週日曜 朝9時30分
<http://www.bs-tvtokyo.co.jp/official/sundaysalon/>

今日から明日へと続く、 継続した学びの先にあるもの

業種、職種を超えて多種多様な学生が集う理科大MOT。
高い問題意識を持って学び、論を交わす中で化学反応が生まれていく。
その真価と可能性を、学生たちの声を通して明らかにする。

在学生Voice

ビジネスの第一線で活躍する多種多様な学生たちの化学反応

■ 鄭知一さん 2018年4月入学

日本サムスン株式会社／次長

当社はサムスン電子の海外販売法人であるため、開発部門や工場がなく、私自身、技術が分からないという状況に陥っていました。これを打破するために理科大MOTに入学。研究開発職の方からファンドマネージャーまで、さまざまなタイプの学生がいる環境は、まさに「ビジネス界の縮図」。私のような文系総合職が、今後のキャリアを考える上でも絶好の場です。

■ 油谷 祐介さん 2018年4月入学

東芝テック株式会社勤務／
新規商品ハード開発担当 参事

これまでの経験から習得した「技術開発の知識」と、理科大MOTで新たに習得する「技術経営の知識」を組み合わせ、イノベティブな製品を開発することが目標です。皆、ここでは“学生”でも本業では各分野の“プロフェッショナル”。議論の中では、自分の知識に偏りがあることを再認識できます。共に成長した仲間と、いつかビジネスができればと思います。

■ 森田 純恵さん 2018年4月入学

株式会社富士通ゼネラル勤務／
空調機商品開発本部 主席部長

富士通の上級幹部研修で、MBAの素養は習得済みと自負していましたが、宮永博史先生の授業で初回レポートを悪例として紹介され、いきなりつまづいてしまいました。驚いたのは、レポートのコメント。私の弱点を的確につかみ、徹底的に指導してくださいました。開発進捗会議を「プロジェクトの場」としてコンセプト設計をし、実際に職場に導入したところ、実績を伸ばすことに繋がりました。

■ ラウル パウルさん 2018年4月入学

ヒューレット・パカード株式会社／
グローバルクライアントエンゲージメントパートナー

技術経営基盤の強化とイノベーションの活性化は、会社経営（利益ある成長）、経済成長、国家と国民の繁栄にとって最重要です。技術経営のさらなる研究を行い、日本と世界の架け橋になりたいと強く思い、理科大MOTに入学しました。主に自己管理、健康管理、異文化多文化感受性、理論思考、問題定義力、問題解決力、実践思考、エグゼクティブ力を磨き、プロフェッショナルネットワークづくりを実現していくことは、生産性向上、業務の効率向上、お客様への価値創造向上、グローバルキャリアアップと幸福度アップにも繋がります。

■ 市川 創造さん 2018年4月入学

医薬品メーカー勤務／
コンプライアンス・リスク管理推進部

今後のキャリアを描くにあたり、理系の学歴で学んできた知識や教養だけでは足りないと感じ、母校である理科大で技術経営を学び直そうと決めました。一つひとつの授業は、多様な経歴を持つ教員・学生と互いの考えをぶつけ合う、まさに真剣勝負の場であり、新たな気づきを得る機会にあふれています。MOTで学ぶことを、分析力や目利き力という形で物にしていきたいと考えています。

■ 関 類子さん 2018年4月入学

新生フィナンシャル株式会社勤務／
戦略推進部 マネージャー

他大学でMBAを修了し金融機関に勤めていました。金融業はFinTechの技術と、製造・通信で培われたオープン・イノベーションへ対応する過渡期にあり、AIやIoTなどの専門家を有する理科大MOTで学ぶことは有意義だと考えます。通学をきっかけに、今までのキャリアでは考えられなかった、知財に関するプロジェクトにアサインされました。

■ 田村 修さん 2018年4月入学

デジタルマーケティングエージェンシー勤務

長年、広告業界で働いてきましたが、サービス業・金融・製造・研究開発など、普段は話す機会のない分野で活躍する学生同士の交流は、非常に発見が多いと感じます。学生の課題意識は他大学のMBAよりも高く、「ロジックは知っているが、なぜ現場で推進されないのか」といったリアルなマネジメントの悩みを共有できることは貴重です。

■ 亀田 将人さん 2018年4月入学

第一工業製薬株式会社勤務／
資材部 資材グループ

理化学系分野トップクラスの最高学府である東京理科大学で学ぶことは、新製品開発や経営イノベーションの実現を推進する上で必要だと感じ入学を志望しました。働きながら自社を客観視することで、変化の激しいビジネス環境に対応できる技術経営を学び、課題解決やグローバル成長を意識した戦略に活かしたいと考えています。

▶ MOT学生の「生の声」「生ライブ」などを紹介する『在校生コラム』もcheck！



在学生Voice

現在進行形の課題解決に挑戦

ディスカッションによって培う思考習慣が ビジネスの大きな「気づき」に繋がる

双方向型の授業スタイルが理科大MOTのエッセンスといえます。例えば実際の経営者が登壇する「ベンチャービジネス論」ではケーススタディによって授業が進み、最終段階で学生が起業プランを発表します。その過程では、学生と教員、外部講師によるディスカッションが絶えません。普段出会えない方々と、利害関係のない意見交換ができる機会は、非常に有益だと実感しています。また文系のキャリアを持つ学生と、理系キャリアの学生が同じ技術経営を学ぶ環境の中に、自社の開発職(理系)と営業職(文系)の溝を埋めるヒントがあると感じました。常に疑問と意見を持ち、それを言葉にすること。できない理由よりも、実現する方法を考えること。理科大MOTで培われる思考習慣は、今後のビジネスキャリアの中で、大きな「気づき」を与えてくれると考えています。

派遣元企業

株式会社
メルコホールディングス



「つなぐ技術で、あなたに喜びを」を理念にIT、食品、金融の3事業を展開。主要子会社・株式会社パッファローの“BUFFALO”ブランドで著名。牧寛之代表取締役社長のもと、市場の縮小を克服する強靱な経営体制の構築を目指す。その一環として、論理的思考に基づく分析力、課題解決力を備えた人材を育成するため、理科大MOTに幹部社員を派遣。

■平井 大之さん 2018年4月入学

株式会社バイオス勤務/
取締役 マーケティング本部長 (出向元:株式会社パッファロー)

1998年、株式会社メルコ(株式会社パッファロー)に入社。国内営業、海外営業、マーケティングなどを担当。2019年1月より株式会社バイオスに出向。

1年

“MOTペーパー”は事業創造の試金石。 執筆プロセスこそが重要

理科大MOTで学びはじめた当時の驚きは“宙に高く飛んだ”感覚に似ています。異業種の学生や、幅広い知見を持つ先生方と論を交わす中で、自分がいかに小さな土俵の中で仕事をしてきたか、まるで高所から見下ろすように理解しました。このマインドセットを得られる「議論の場」こそが、理科大MOTの真価だと思います。修了要件であるMOTペーパーの作成は、一年近くをかけて取り組みます。ひとつのテーマに対して分析を積み上げ、課題を洗い出し、解決策を論理的に表現すること。こうしたプロセスは、新規事業の立ち上げを行う際にも、必ず求められる素養です。ペーパー執筆を通して、忍耐強く論理的思考を鍛えた経験は、今後の仕事で成果を出す強い推進力になると思います。

2年

■實方 淳さん 2017年入学(※)

メルコインベストメンツ株式会社勤務/
業務管理部長 (出向元:株式会社パッファロー)

株式会社メルコホールディングス傘下の株式会社パッファローにて、法人営業やマーケティング、新規事業開発に従事。同社初、理科大MOTへの派遣学生に抜擢される。

対等に意見をぶつけ合う中で、 多面的思考を鍛える

究極のダイバーシティに巻き込まれることが、理科大MOTの醍醐味です。ただの異業種交流会でなく、共に学び、考え方をぶつけ合う。転職経験がない私にとって、とても刺激的でした。業種、職種を越えて多種多様な学友が集うMOT。学友の意識が高く、共に学び、ディスカッションをし、考えを投げ合っていく。また、多種多様な先生方もサポートしていただき、幅広い知見を得ることができた1年だったと感じています。入学当初は仕事との両立に苦しみました。しかし、学びと実践を繰り返す中で良い循環が起るようになり、今では両輪を回していくことに意義があると感じています。

■鈴木 壮さん 2018年4月入学

日本瓦斯株式会社勤務/エネルギー営業本部 南関東支店長

2000年、日本瓦斯株式会社に入社。神奈川と東京の複数営業所にて、新規営業の開拓や既存顧客の対応、機器販売に従事した後、2006年に営業所長に昇格。2015年には営業部長に昇格。その後2016年4月には電力、2017年4月には都市ガスの小売自由化スタート。競争が激化する都心部での新規顧客開拓に注力。2018年より執行役員となる。

1年

派遣元企業

日本瓦斯株式会社



関東圏を中心に、LPガス、都市ガス、電気をお届けする総合エネルギー企業。LPガスの物流改革、業務クラウド化など、業界を先駆けた数多くの革新的取り組みを進めている。2016年には電力小売自由化、2017年には都市ガス小売自由化がスタート。お客様増加によるさらなる成長に向けてさまざまな事業者との提携を進めている。また、最新ICTを積極的に取り入れ、利便性の高いサービスの提供を目指す。「常に変化し続ける」という企業風土を持ち、「さまざまな業界の考え方に触れ、幅広い知見を吸収すること」を期待して理科大MOTに社員を派遣している。

2年

年齢、役職を超えた関係が、 活発な議論を生み出す

アカデミック、ビジネス、コンサルティングの3領域を中心に、多様なバックグラウンドを持つ先生方が教壇に立ち、ある先生は「理論」をもとに、ある先生は「経験」をもとに、問題解決のヒントを与えてくれます。理科大MOTには、年齢や役職を超え互いを尊敬する風土があり、この距離感が深いディスカッションに繋がっています。授業外の交流も活発で、特に橘川・荻野ゼミのメンバーとは、毎週土曜日を共に過ごし、まるで家族のような付き合いをさせていただきました。この関係こそが大きな資産だと考えています。先生方や異業種の学友の専門分野に興味を持ち、自社にどう活用するか考え続けた2年間でした。

■松谷 理代さん 2017年入学(※)

日本瓦斯株式会社勤務/経営企画本部 海外事業部 兼 コーポレートコミュニケーション部

証券会社、アドバイザーファームを経て、2015年より日本瓦斯株式会社へ、海外事業部とコーポレートコミュニケーション部を兼任。海外事業に加え、IR・資本戦略、他社との業務提携、宣伝・広告、広報・マーケティングなど、幅広い業務を担当している。

学びのStyle

仕事と学びの両立から、培われるもの



■ 横枕 祐さん 2018年4月入学
CKD株式会社勤務/
制御システムビジネスユニット 技術部 開発GMP-T
チームリーダー

派遣元企業 CKD株式会社

「世界のFA（ファクトリーオートメーション）サプライヤー」を目指す、自動化技術のバイオニア企業。自動機械装置をはじめ、流体制御機器や空気圧制御機器など、多岐にわたる機能機器の開発・製造・販売・輸出を行う。その製品数は50万点に上り、国内はもちろん海外にも多くの顧客を有する。



高次の視点と知識を学び取り、 経営思考の技術者へ

「近視眼」から「長期的視野」へ

きっかけは、当社初となる医用バルブの開発を任せられたこと。試行錯誤で新規事業を進めていく中、基礎から社内起業プロセスを学んでみたいと考えようになり、理科大MOTの門を叩くことになりました。トップアナリストとして長年、産業界の趨勢を見てきた若林先生の授業では、「技術」を短期的に消費するのではなく、長期目標に向けてロードマップを描き、事業を展開していく手法を学びました。その他にも財務やM&Aなどさまざまな知識を吸収し、格段に柔軟性が増したように思います。この柔軟性は、私の課題である「事業拡大」に活かされると確信しています。

本質を射抜く、異業種からの助言

多くの学生が一步先の事業展開を考えていることから、問題意識を共有しやすい環境だと感じます。それぞれ専門分野が異なるため、一方の業界では当たり前ということが、他方では新鮮に感じられることも珍しくありません。意外にも、異業種の学生からもらう指摘の方が、当事者の考えよりの確であることが多いように思います。実際、R&D部門を専門とする学生と交わす話は、自社の戦略を練る上で大変参考になりました。コア技術をベースに、より広い領域で企業経営の舵取りをできるよう、理科大MOTで過ごす時間を大切にしたいと思います。

from AICHI

履修科目

科目	単位数
コア科目 MTI類 必修	
イノベーションを生む企業文化	1単位
イノベーション志向型競争戦略	1単位
デザイン思考	1単位
イノベーション志向型マーケティング	1単位
トラック科目 MTI類 選択	
ベンチャービジネス論	1単位
起業家精神の原則	2単位
ビジネスで成功するための戦略	2単位
コア科目 MBA類 必修	
世界の中の日本とアジア	1単位
意思決定の経済分析	1単位
リーダーシップと倫理	1単位
グローバル戦略・組織論	1単位
組織進化論	1単位
グローバル化と知識交流	1単位
経営管理会計1	1単位
経営管理会計2	1単位
トラック科目 MBA類 選択	
データ分析による意思決定	2単位
製造業のサービス化	2単位
チャネルマネジメント	1単位
演習科目 選択	
実践リーダーシップセミナー	1単位
寄附講座 選択	
MBA寄附講座	2単位

週間スケジュール

	月	火	水	木	金	土	日
1時限						●	
2時限						●	
3時限						●	
4時限						●	
5時限						●	
6時限						●	
7時限						●	

金曜日から東京支店入りし、土曜日は講義に集中。夜は学友と酒席を共にし、仮想事業の構想で盛り上がる。日曜日は名古屋への新幹線で課題に取り組む。

◆ これまでの学生の 主な出身企業例

(順不同、入学当時の略称)

- ニコン
- 富士フィルム
- レオス・キャピタルワークス
- 富士ゼロックス
- 沖電気
- 日本郵船
- パッファロー
- 住友3M
- 太陽誘電
- マイクロソフト
- 日立国際
- NTT
- CKD
- 日本IBM
- 新日本無線
- NTTデータ
- IHI
- セコム
- キヤノン
- 武田薬品工業
- パナソニック
- 凸版印刷
- 日立
- 大日本印刷
- ソニー
- アステラス製薬
- TDK
- エーザイ
- ホンダ
- ファイザー
- 総合警備保障
- キリンビール
- 日産自動車
- 日本銀行
- セントラル硝子
- 日本たばこ産業
- 住友大阪セメント
- SMC
- JSR
- シスコシステムズ
- ダイセル化学工業
- 住友ベークライト
- 三井化学
- など



■ 内田 絵理子さん 2018年4月入学
食品メーカー勤務/
経営企画部 事業開発グループ マネージャー

真剣勝負の議論によって、 “自分の軸”が形成されていく

研究開発を、どう社会に活かすか

研究開発業務に従事する中で、新しい事業に繋がる研究開発を戦略的にどのように行っていけばよいのかということに興味を持つようになりました。ちょうど事業開発を担う部署に異動となったことから、新たな学びの必要性も感じ、イノベーションとマネジメントを追究する場として理科大MOTを選びました。印象的な授業は「実践リーダーシップセミナー」。企業の経営層が講演をなさった後、その内容をもとに、学生同士で議論を行います。先生方もグループに加わり、専門的な切り口から解説を加えてくれますが、そこで得られる気づきは、学生だけではたどり着けない貴重なものでした。

多様性にもまれ、自身と向き合う

理科大MOTは、何かを得ようと積極的な人にとっては、期待以上のものが得られる場だと思います。先生方や学友と議論をする場では、常に「自分はどうか」「どうしたいか」「それはなぜか」という問いを突きつけられます。その問いと向き合い、煮詰めた上で意見を交わすことに意義があると思います。あの先生なら、この問題をどう捉えるか。学友ならどうか。そのように多彩な切り口を考えられるようになったことは、大きな収穫です。同時に、皆の異なる考え方にもまれたからこそ、徐々に“自分の軸”を確立していくことができ、意思と責任の伴う発言ができるようになったと実感しています。

from TOKYO

履修科目

科目	単位数
コア科目 MTI類 必修	
イノベーションを生む企業文化	1単位
イノベーション志向型競争戦略	1単位
デザイン思考	1単位
イノベーション志向型マーケティング	1単位
トラック科目 MTI類 選択	
ベンチャービジネス論	1単位
イノベーションの歴史	2単位
研究開発組織のマネジメント	2単位
コンセプト創造と新規事業開発	2単位
中小企業論	2単位
日本企業の海外展開	2単位
デザイン戦略	2単位
組織原則とナレッジマネジメント	2単位
コア科目 MBA類 必修	
世界の中の日本とアジア	1単位
意思決定の経済分析	1単位
リーダーシップと倫理	1単位
グローバル戦略・組織論	1単位
組織進化論	1単位
グローバル化と知識交流	1単位
経営管理会計1	1単位
経営管理会計2	1単位
トラック科目 MBA類 選択	
サービス戦略とイノベーション	2単位
チャネルマネジメント	1単位
演習科目 選択	
実践リーダーシップセミナー	1単位

週間スケジュール

	月	火	水	木	金	土	日
1時限						●	
2時限						●	
3時限						●	
4時限						●	
5時限						●	
6時限						●	
7時限						●	

水曜日、金曜日は終業後に受講。仕事との両立のコツは、タイムマネジメントを徹底すること。日曜日は課題の間に趣味の料理でリフレッシュ。

Topic

立命館MBAとの ビジネススクール間連携スタート

2019年1月に共同連携シンポジウムを開催した立命館MBAと理科大MOT。両校に共通するのは「学生ファースト」の志です。在学中の2年間に、東京と関西で異動があっても修了できるよう、同年春より単位互換制度を実施予定。将来的には、教員や学生、OBの交流を含め、多様な連携を進めていきます。



神楽坂...この坂が経営者の道へ繋がる
異種業種の化学反応が新たな光と志資を創る



MOT Business Magazine

Vol.1 | 発行元：東京理科大学 大学院 経営学研究科 技術経営専攻 (MOT) | 発行：2019年3月1日

【お問い合わせ】

〒162-8601 東京都新宿区神楽坂1-3 東京理科大学 学生支援部 経営学事務課 専門職大学院室
E-mail mot@admin.tus.ac.jp

<https://most.tus.ac.jp/>

