
 <p>中小企業の生き残り作戦！</p> <p>未来職人 こだわりの仕事</p> <p>2015</p> <h1>今後の動向と 製造業の経営</h1>  <p>株式会社 IMEコンサルティング 代表取締役 立居場誠治</p>	<h2>定期経営セミナー開催予定</h2> <ul style="list-style-type: none"> 場所 大田区産業プラザ(Pio) 蒲田 〒144-0035 東京都大田区南蒲田1-20-20 TEL: 03-3733-6600 日時 2月27日(金) F会議室 3月27日(金) F会議室 4月24日(金) F会議室 18:30から1.5~2時間程度 テーマ ・企業経営関連のテーマを時期と希望により選定する
<h2>今後の動向と 製造業の経営</h2> <ul style="list-style-type: none"> I. 世界情勢 II. 日本の政治・経済 III. カルチャー・消費の動向 IV. 企業・産業の動向 V. これからの企業対応 VI. 自律経営 	<h3>I. 世界情勢</h3> <ul style="list-style-type: none"> ・ 米国経済 ・ 欧州経済 ・ 中国経済 ・ 格差問題 ・ 為替
<h3>II. 日本の政治経済</h3> <ul style="list-style-type: none"> ・ 経済「成長戦略」 ・ 法人税減税 ・ 株価 	<h3>III. カルチャー・消費の動向</h3> <ul style="list-style-type: none"> ・ 東京オリンピック ・ ビットコイン ・ 一般消費のターゲット <ul style="list-style-type: none"> ・ シニア ・ おひとり様~世帯数増加
<h3>IV. 企業・産業の動向</h3> <ul style="list-style-type: none"> ・ 賃金・給料 ・ 個人消費 ・ 製造業の国内回帰 	<h3>V. これからの企業対応</h3> <ul style="list-style-type: none"> ・ 2015年のイノベーション ・ ビッグデータ使用により価値創造

<p>2015年のイノベーション</p> <ul style="list-style-type: none"> 自動車業界の技術革新 <ul style="list-style-type: none"> 水素電池自動車 自動運転 航空宇宙分野の成長 <ul style="list-style-type: none"> MRJの開発 衛星ビジネスなどの宇宙産業 無人飛行機(ドローン) <ul style="list-style-type: none"> 米グーグルや米アマゾン・ドット・コムが企業買収などを通じ、無人飛行機(ドローン)の開発を競っている。 商品の配送や農業、警備などにドローンを使えば、これまでの発想にはない新たなビジネスの世界が開けてくる。 <p>自動車、航空宇宙、ドローン、いずれも各種センサー、制御機器等の技術・部品が重要</p>	<p>VI. 自律経営</p> <ol style="list-style-type: none"> 情報収集・分析能力 発想・企画・展開能力 設計(デザイン)・開発能力 実現能力 受注・販売能力 管理・自浄能力
<p>VI. 自律経営</p> <p>1. 情報収集・分析能力</p> <ul style="list-style-type: none"> 企業経営における情報 <ul style="list-style-type: none"> 企業経営は、将来を見据えて戦略を練り、実現することが重要である。しかし、所詮将来の事は分からないモノである。 そのため経営は、情報を組み上げて検討し、判断の最後のワンピースに「勤と度胸」を使うことになる。 しかし、勤と度胸ばかりで物事を判断しては、顧客の信頼や従業員の生活保障などを考えると、たまったものではない。 「勤・度胸」の割合をいかに減らすかを考えることが重要で、そのためには様々な情報収集とその適切な分析が必要不可欠である。 <p>企業は環境対応業、生き残るためにどう変わるか、戦略～計画をたてる為に必要な材料となる「情報の収集」！ 【勤は最後のワンピース！】</p>	<p>VI. 自律経営</p> <p>2. 発想・企画・展開能力</p> <p>発想、アイデア作成の基礎 ジェネリック・・・家電など 第三の方法「部活」 アイデアを製品化！ アイデアの権利と定着率の問題</p>
<p>VI. 自律経営</p> <p>3. 設計(デザイン)・開発能力</p> <p>需要・生産形態の変化</p> <ul style="list-style-type: none"> 新興国需要 <ul style="list-style-type: none"> 基本機能・廉価品重視で、大量生産・大量消費 先進国需要の変化 <ul style="list-style-type: none"> 個別機能とデザイン重視 個別消費～個別販売～個別生産 国内製造業の生産 <ul style="list-style-type: none"> 廉価・大量生産品は最適生産地化＝新興国生産 大量生産→中量生産→少量・微量 少品種→多品種→個別品種 <p>デザインで選ばれる時代 個性が重視される</p>	<p>VI. 自律経営</p> <p>4. 実現能力</p> <ul style="list-style-type: none"> アイデアの具体化、製品化 業務の最適化とBPO クラウドソーシング <p>内部資源のフル活用 内部資源で不足するものは、外部資源の利用 役割分担、費用・利益分担、権利体系の明確化</p>
<p>VI. 自律経営</p> <p>5. 受注・販売能力</p> <p>2015年 次の一歩！ 一般消費の販促・集客策</p> <p>2014年 新市場を切り開いたヒット商品</p> <p>オムニチャネル時代 体験価値が顧客を魅了する</p>	<p>VI. 自律経営</p> <p>6. 管理・自浄能力</p>