

2015年度 前期第4回授業録

朝一担当：佐藤

○AIで集計・分析 期間半分

- ・ 広告代理や企業向けマーケティング支援を手掛けるピアラは独自の販売促進システムに人工知能（AI）を搭載し、データの集計や分析作業を効率化する。コスト削減や期間短縮が見込める。
- ・ 消費者の属性や傾向を AI が分析するマーケティングツール。
- ・ ターゲットを絞って販売促進活動をすることができる。例：Amazon で購入した人におすすめ商品のメールがくるなど。

○WEB2.0 次世代の web のあり方、方針

- ・ OS の上にソフトがある時代から web の上にソフト(サービス)が載る時代へ。例：facebook 上でメール、ゲームなどができるように。
- ・ バナー広告からコンテンツ連動テキスト広告へ。例：Google のリスティング広告
- ・ 百科事典の変化 企業が編集していた百科事典から Wikipedia のような投稿者編集辞典が主流に。 企業が編集→一般が編集
- ・ SEO(Search Engine Optimization)サーチエンジン最適化
時代はドメイン名投機から SEO へ
- ・ パレートからロングテールへ変化
- ・ CGM（消費者発信型メディア）例：Wikipedia

・ WEB3.0

セマンティックウェブ

セマンティック（意味ある）web になるとただの文字である情報にメタデータを付与することで意図した通りのデータが得られることを可能にする。

例：品川の歯医者を検索すると北海道にある品川歯医者が出てくる可能性があるが、品川の歯医者という文字にデータを付与することによって検索で意図したものが出やすくなる。

・クラウドコンピュータ 企業の業務処理をクラウド上でどこからでもできるように

SaaS(Software as a Service)

Paas(Platform as a Service)

IaaS(Infrastructure as a Service)

企業にとって WEB3.0 をどう活かすか？

- ・web3.0 によって業務の変革が求められている（働き方、働かせ方）
- ・web3.0 によってさらに会話のような言葉でサイトへの誘導ができる。更なる集客アップ、新規顧客獲得に貢献できる。
- ・web3.0 による『働き方変革』
- ・会社用パソコンを使用する時代から、会社専用ネットワーク内で自分のパソコンを使用して仕事をする時代に（BYOD）

○MoT

- ・終身雇用などがなくなり日本的経営の崩壊
- ・キャッチアップからフロントランナーへ
日本企業は高い技術のわりに経営が下手

『作ったものを売る』時代 → 『売れるものを作る』時代

- ・PLC の短期化—欠品を起こさないように大量生産体制していた体制から売れるときに売れる分だけ作る体制へ
- ・グローバル化—海外と売れるものがあまり変わらない
- ・アジリティの必要性—開発から販売までの短期化

Technology Of Management → Management Of Technology

MoT：技術を効果的に活用して経営を行うこと

- ・アメリカの国策としてどうやって安くて高品質な商品が製造できるのかを日本から研究
- ・経済産業省 2003 年～2007 年の 5 年間に MoT 人材一万人
技術と経営に明るい人材育成 例：アメリカの MBA に行かせる
しかし、優秀な人材が転職したりすることが多かったため教育のやり方を変更。
『MoT 教育プログラムの整備』

マネージャークラスの教育が必要。

- ・ MoT 教育の取り組み

『エンジニアとしての専門性+リーダーとしての最低限必要な経営ツールの習得』

- ・ MoT と MBA の違い

MoT：技術をベースとして事業を創造

MBA：企業を効率よく経営し、成長させ競争に勝ち抜く

・ 技術戦略—競争に勝つために企業の長期目標とそれを達成するための行動計画と資源の割り当て

- ・ 技術マーケティングの必要性

顧客は技術を理解できない、ほしいものが出ない

…技術が進歩しすぎてマーケティングしても客が追い付かない。

例：小型ウォークマンは技術者の発想による開発

- ・ イノベーション

インクリメンタルイノベーションを狙う—通常の商品も売りながら革新的なものを売っていく

- ・ 研究開発

量的管理手法 → 質的管理手法

一量にすると細かいものを少しずつ出すことで給料をもらおうとするため革新的なものが出ない

- ・ 製品開発の競争力の階層

表層の競争力 … 価格、知覚された品質、ブランド

深層の競争力 … 生産性、開発、不良率

例：Apple 工場は中国のホンハイ

- ・ 技術を再認識

『死の谷』などをどう乗り越えるか？

研究 → 『魔の川』 → 開発 → 『死の谷』 → 事業化 → 『ダーウィンの海』 → 産業化

開発と事業化がこれからの付加価値の源泉

経営感覚を持ったエンジニア、技術感覚のある経営者が必要。

次回 5月13日

朝一担当：中野・伊藤

発表班：Apple 班

ゼミ後 EXPO 見学