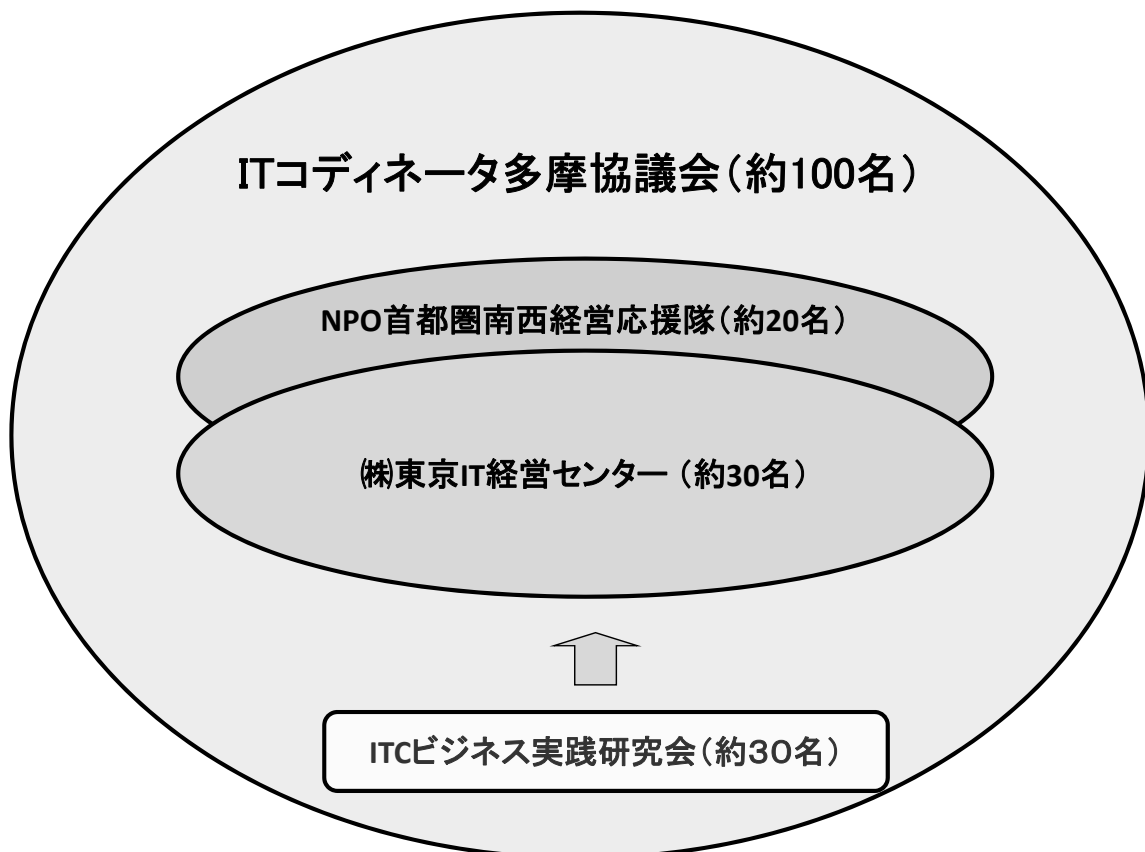


～今こそ、IT活用で企業力強化支援を～
立ち上げられ全国のITコーディネータ

東京IT経営センターが全国のITCを支援します。

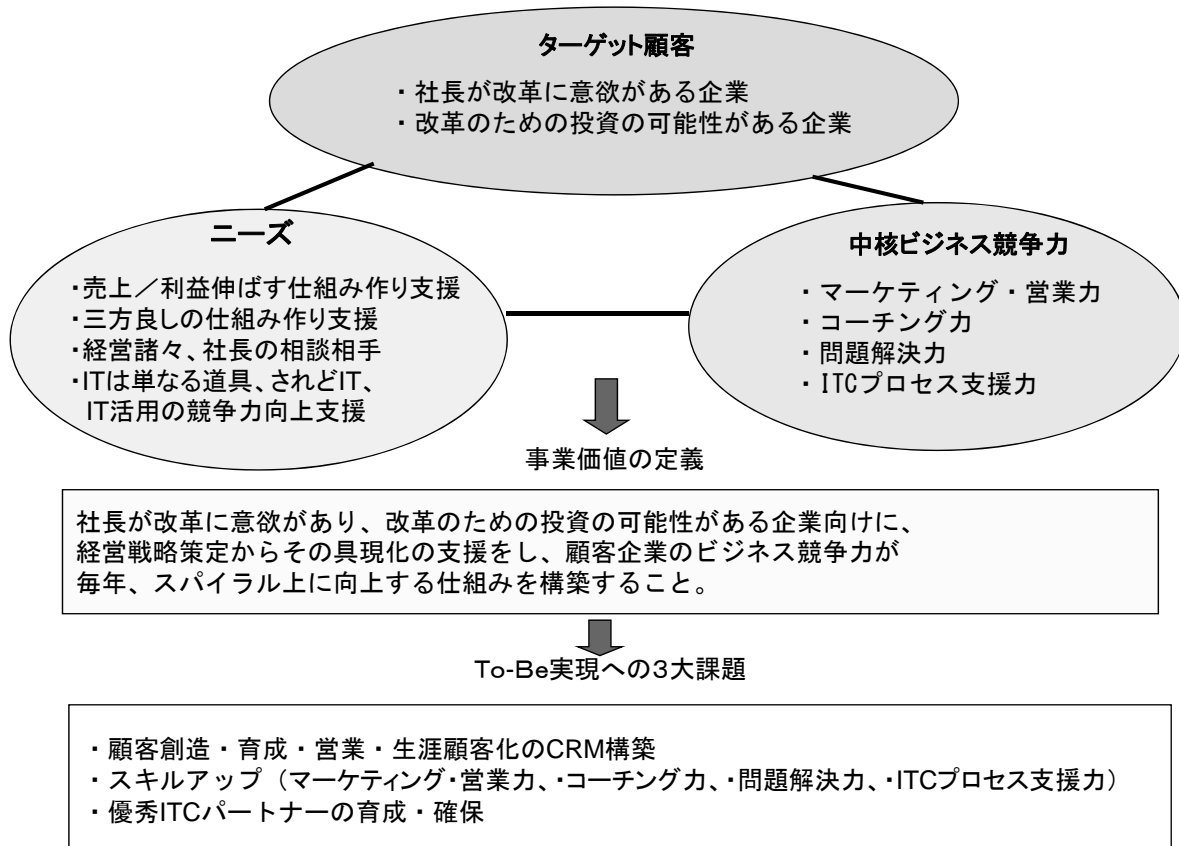
平成23年 2月22日
株式会社 東京IT経営センター



ITCビジネス実践への想い

経営理念	<ul style="list-style-type: none"> ・ITCパートナーとの共生 ・顧客企業のビジネス競争力向上支援 ・顧客企業との長いお付き合い ・結果としての社会貢献
私の想い	<ul style="list-style-type: none"> ・食えるITCビジネスモデルの創出 ・顧客満足度向上で、半数は数年以上の顧問契約 ・ITCビジネス、1000万円プレーヤーが当たり前
戦略目標	<ul style="list-style-type: none"> ・1年後、ITC-Bizメンバーから5人の1000万円プレーヤーを ・5年後、東京IT経営センター売上、3億円(約30人のITCが食える)

新(To-Be)事業ドメイン



■東京IT経営センター仮顧客モデル



中堅・中小企業 年商 ～100億円程度

ターゲット顧客

- ・社長が改革に意欲がある
- ・投資の可能性あり

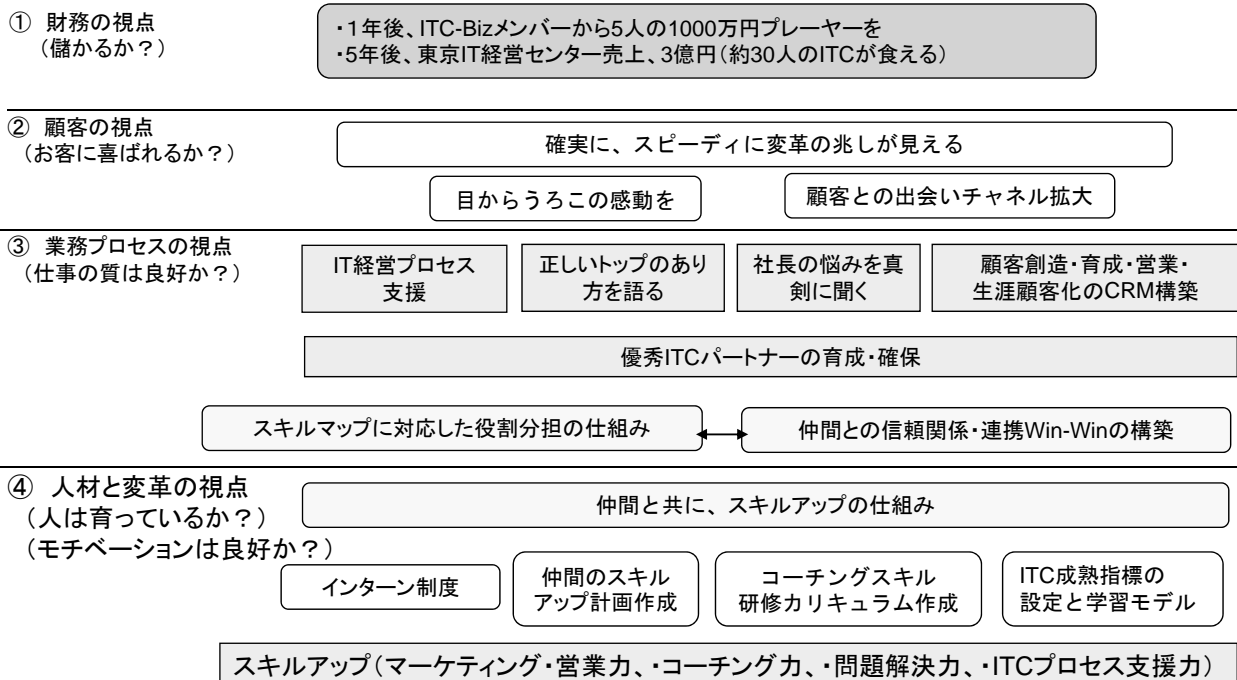
現実

- ・改革したいが明日から、どうして良いかわからない
- ・改革の方法の整理ができていない
- ・投資対効果のイメージがつかめない
- ・社長が日常業務に追われている
- ・社員が忙しくて改革に時間が取れない
- ・分かっているが改革の片腕がない
- ・社長の想いが、下に伝わらない
(ベクトル合わせができない)
- ・経営課題そのものが明確にできない
- ・経営課題の優先度を決められない

社長の想い

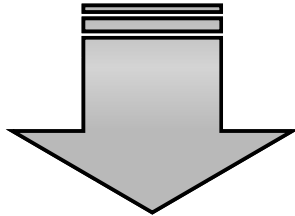
- ・20年後も生き残れる会社でありたい
- ・厳しい中でも、生き生きと働く明るい会社でありたい

ITCビジネスモデル



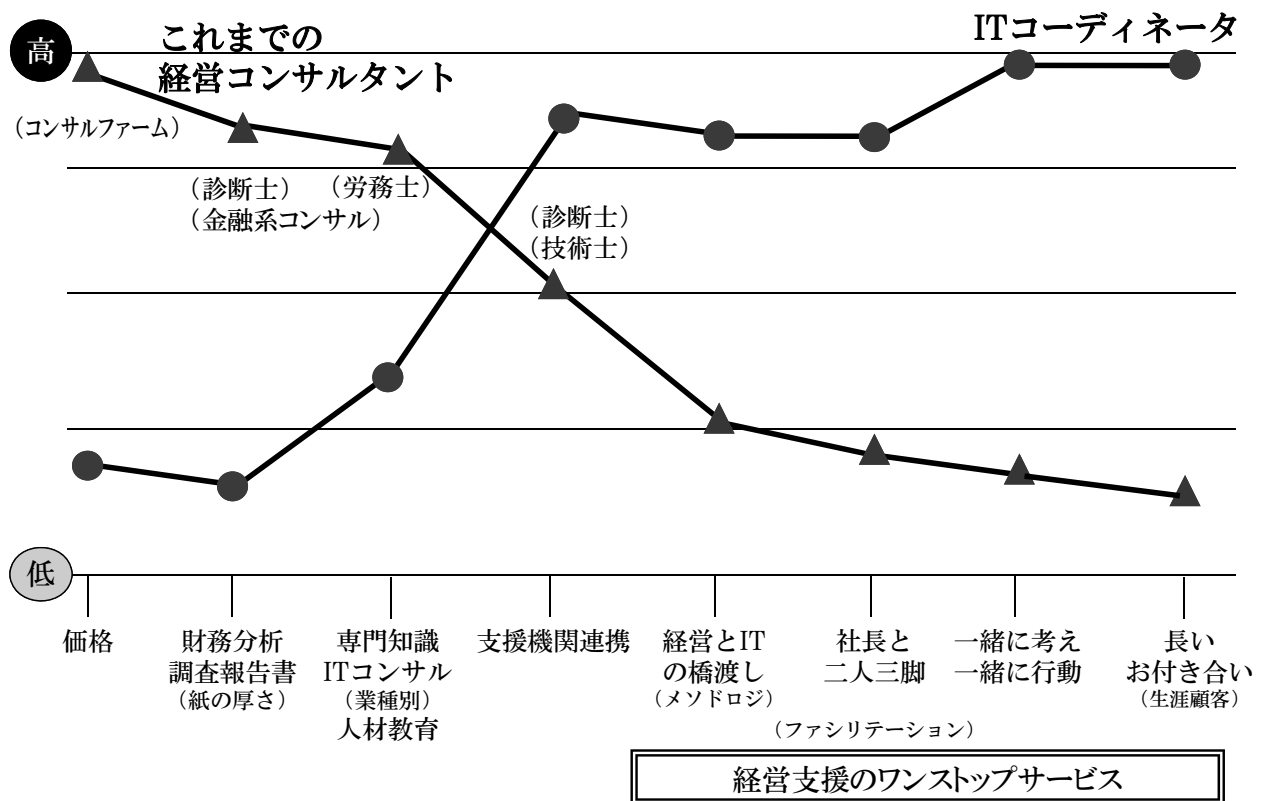
ITCビジネス市場は、いまだ未開拓

レッド・オーシャン戦略
(既存市場戦略)



ブルー・オーシャン戦略
(市場創造戦略)

■ITコーディネータの戦略キャンパス



金融機関をはじめ、支援機関との連携の仕組みを再構築

日本公庫関東地区の現状

ご提案-1：経済産業省 平成22年度 IT経営応援隊 「中小企業経営者等のためのIT経営実践研修」への応募ご提案

儲けの仕組み再点検のすすめ：経営者として知っておくべき経営の基本
～わずかなIT投資で即効性の業務変革を、クラウド活用のすすめ～

対象支店：関東圏各支店、全国主要都市支店

期間：2010年10月～2月

時間：14:00～18:00

会場：要検討（可能なら、公庫様会議室）

- 内容：
- ①企業を取り巻く環境の総点検 ～今、日本が危ない～
 - ②儲けの仕組み再構築 ～押さえるべき経営の基本ルール～
 - ③演習：SWOT分析、事業ドメイン分析他
 - ④わずかなIT投資で即効性の業務変革を
～クラウド・コンピューティングの薦め～

研修後のフォロー：ご希望企業訪問、IT経営力診断、経営戦略企画書作成支援

受講者費用：無料

ITコーディネータ協会からの日本政策金融公庫様へ提案

■将来的に、こんな姿を目指したいと考えています。

1. 全国の貴支店と地域ITコーディネータとの連携

- 1) 毎年度初に、セミナー・経営者研修の年度計画を立て実施する
- 2) セミナー・経営者研修にアンケートで企業支援のニーズは把握する
- 3) アンケート結果に基づき、ご希望の企業様の支援計画(無償、有償)を立てる

2. 公庫様/ITコーディネータ連携による常時経営課題相談窓口運営

- 1) 公庫様が気になる得意先企業様に関し打合せ実施、必要に応じ企業訪問
- 2) 得意先企業様からの相談依頼の場合による企業訪問

2009.6.15

ITベンダーの皆様

ITベンダー連携参加企業募集

- ITコーディネーターを中心とする企業経営サポートの専門家集団・東京IT経営センターと連携して、共同案件開拓・顧客創造をしませんか

(株)東京IT経営センター

連携内容 全体イメージ

- 単なる勉強会や情報交換ではなく、具体的な案件に対して営業から共同で取り組む。
- 中堅・中小企業と向かい合うために必要な提案力やPJ推進力の強化研修を行う。

	共同(支援)	教育・研修
営業	①共同案件開拓 ／顧客創造	③教育・研修 ・ITベンダーの競争力向上 ・集客手段としての 企業経営者向け
導入・遂行	②導入プロジェクト 遂行支援	

■ ITコーディネータ・ビジネス・プロセス

売れる仕組み／儲けの仕組み

顧客創造	育成 (そのうち客対応)	営業 (今、すぐ客対応)	支援実施	生涯顧客化
<ul style="list-style-type: none"> ●リアル <ul style="list-style-type: none"> ・セミナー ・研修 ・成熟度診断 ・金融機関連携 ・支援機関連携 ・支援メニューハンフ ●ネット <ul style="list-style-type: none"> ・HP SEO, SEM Mail問い合わせ ・ブログ ●CRM <ul style="list-style-type: none"> ・SEO, SEM ・顧客台帳 ・会員制度 <p>■営業目標</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●リアル <ul style="list-style-type: none"> ・セミナー ・研修 ・成熟度診断 ・金融機関連携 ・経営者交流会 ・ITベンダー交流会 ●ネット <ul style="list-style-type: none"> ・HP ・メルマガ Mail問い合わせ ・ブログ ●CRM <ul style="list-style-type: none"> ・SEO, SEM ・顧客台帳 ・会員制度 <p>■営業目標</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●電話アポ <ul style="list-style-type: none"> ・営業パートナー ●訪問 <ul style="list-style-type: none"> ・訪問ツール ●見積、契約 ●CRM <ul style="list-style-type: none"> ・顧客履歴参照 ・ホット顧客 フォロー ・SEO, SEM ・顧客台帳 ・会員制度 <p>■営業目標</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●業務変革支援 ●IT経営 <ul style="list-style-type: none"> 成熟度診断 ●ITCプロセス支援 <ul style="list-style-type: none"> ・経営戦略 ・IT戦略 ・IT資源調達 ・導入 ・運用 ・モニタリング ●組織力強化 ●CIO代行 ●エグゼクティブ コーティング ●個別IT経営課題 支援 <p>■QCD目標</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●電話アポ ●定期訪問 ●CRM <ul style="list-style-type: none"> ・顧客履歴参照 ・顧客ホット ・メルマガ <p>■営業目標</p> <ul style="list-style-type: none"> ・LTV (Life Time Value) 最大化 ・お財布シェアの拡大

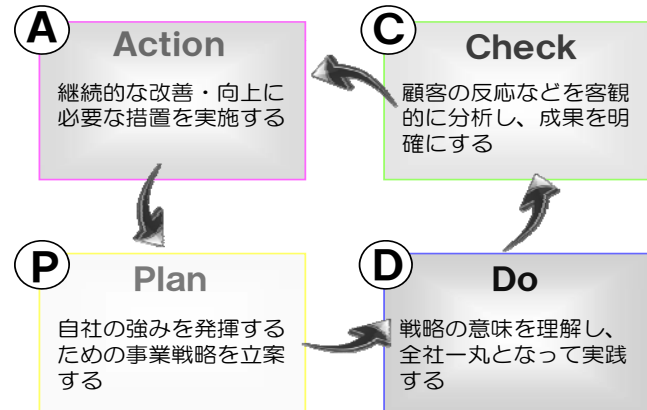
東京IT経営センターから企業経営者へのメッセージ（1）

IT経営で儲かる企業体質づくり

1. PDCAサイクルの仕組みを作り、根付かせ、企業を成長させましょう！！

経営のPDCAサイクルを上手に回せば、企業は成長します。残念ながらPDCAサイクルを構築し、効率良く、且つ早く運用できている会社は数少ないのが現状です。

私達はITを積極的に活用したPDCAサイクルの構築から運用支援を行う事で、企業の成長をお手伝い致します。



東京IT経営センターから企業経営者へのメッセージ（2）

2. 儲けの仕組み構築のため5つの基本ルール

社長の想い—理念、ビジョン—の実現のため、まずは、財務の視点で目標を決め、次に、顧客の視点でやるべきことと目標を決め、次に仕組み作りです。

仕組み作りに欠かせないのが、「見える化」です。社長、幹部は何を見て経営を進めるかを明らかにします。見えるための業務の流れと情報の流れの設計が必要となります。

仕組みが出来ても、人・組織が育ってないと動きません。人はすぐには育ちません。中長期計画で必ず人材育成計画を盛り込みましょう。儲けの仕組み再構築、東京IT経営センター登録のITコーディネータがお手伝いします。

儲けの仕組みを再構築 <押さえるべき経営の基本ルール>

1. 経営のPDCAのゴールは、何か。
経営理念、ビジョン、財務の視点
2. 経営のPDCAのスタートポイント、顧客の視点。
どれだけ、顧客のことを知っているか。
3. 社長は、経営幹部は、管理者は何を見たいか。
見えなければ、何も始まらない。
4. 経営のDoの部分、仕組みがないと動かない。
業務の仕組みの視点、もはや、欠かせぬIT経営。
5. PDCAを廻す基盤、人と組織。
人と組織の成長の視点、最初も人、最後も人。

東京IT経営センターから企業経営者へのメッセージ（3）

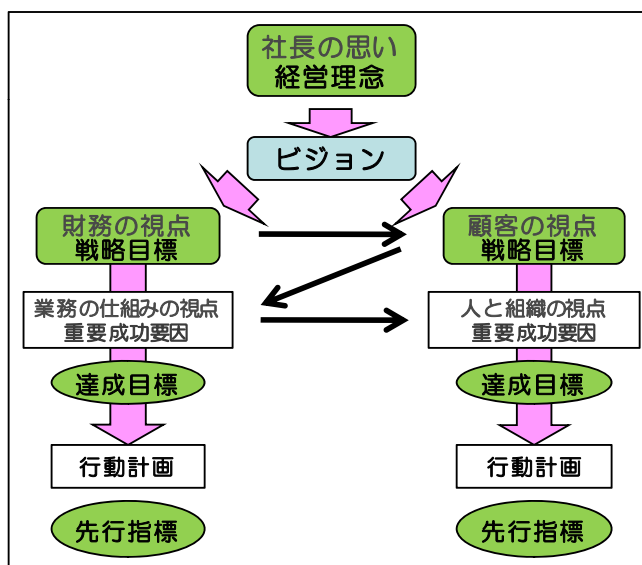
3. 見える化のための指標設定と行動へ落としことが重要。

見える化の為には、戦略目標、達成指標、先行指標と階層的な指標設定が望まれます。一般的には、財務の視点が戦略目標になります。この戦略目標を実現するために欠かせない「重要成功要因」を達成指標として数値目標を設定します。

その達成指標を実現するために、誰が、いつまで、どこまで、どのようにするか、の行動計画に数値目標を設定しましょう。これをここでは先行指標と呼びます。

全社目標が部門目標、部の目標、課の目標、個人の目標へとつながります。先行指標が達成できれば達成指標が実現し、さらに戦略目標が達成でき、結果的に社長の思いが実現することとなります。全社がこれに向けて日々、生き活きと活動する企業となるためにITコーディネータが支援します。

社長の思いから達成へのプロセスを支援



東京IT経営センターから、全国ITCへのメッセージ

●起業家マインド：アントレプレナーシップとは

新しい物事に対して創造意欲に燃え、リスクを引き受けて果敢に挑む姿勢、不確実な未来を楽しむ精神の特徴。

「進取の気性に富む」という感じ。飽くなき探究心や冒険心や没頭、変化を求める心、自分の頭で考え続ける力、何かを始めたなら徹底して勝つまで、やり抜く気持ち。

●アントレプレナーに共通的な特徴

- ・人生のある時期に、大変な集中力と気迫で、新しい知識を確実に修得している
- ・貪欲までに強烈な意志を持って、自ら道を切り開いていく
- ・好奇心な旺盛なアントレプレナーたちは、不確実な未来にいかようにも対応出できるよう、徹底して「学び続ける意志」を持っている
- ・タイムマネジメント重視
- ・自発的に動く

(ウェブ時代の5つの定理より 梅田望夫)

現状認識：ITユーザー企業の視点

1. IT化以前の課題が山積み！ピカピカのITを入れても効果は限定的

強いと言われている製造業でも、米国比較「IT投資」対「生産性改善」の効果は半分。

非製造業は、1/10以下。労働生産性は、世界で21位、先進国で最下位。

2. 中小企業の経営者にとっての関心事は「売上」

「儲け仕組み再構築」に、もはや「IT経営」は欠かせないことの気づき度は低い。

「IT」の冠のあるセミナー、研修、展示会には、まず、経営者は出向いて行かない。

当然、メディアに流しても、DMを打ってもごみ箱へ直行。

3. 中小企業にとって、IT導入は大変重過ぎる

例えば、製造業、年商30億円でも、生産管理システムを導入するとなると数千万円の投資となる。

人・組織が育っていないので、導入も一苦勞、稼働しても、半分の機能も使いこなせない。

現状認識：ITベンダーの視点

1. これまで、大手ITベンダーの2次、3次受け、あるいは派遣の仕事でビジネスが成立していたが、こここのところ急激に受注は減って、生き残り策が見つかっていない。

2. パッケージを持っている企業でも、これまではセミナーで集客し、その中ら営業ターゲットを見定め案件開拓をして成り立ってきたが、もはや“IT”がテーマでは集客できない。

3. 国は、ITベンダーとITユーザーのマッチング事業を進めているが、セミナー、交流会を開催しても、マッチングにならない。

4. 上述のようなイベントでターゲットを決めても、中小企業の最終決済者である社長に会えるまで、10回～20回のアプローチが必要。営業も疲れ果てている。

現状認識：ITCの視点

1. いまだ、「ITCビジネスモデル(儲けの仕組み)」即ち、「本気で中小企業を支援できるモデル」ができていない。
2. このままでは、優秀な若者が、ITCになろうと思わない。
3. 食べていけるITCが少ないのでは、未来が見えない。
4. ニーズは間違いなくあるが、企業との出会いの演出が、国の事業、金融機関頼り。これは、いつまでも続かない、自立の道が必要。
5. 能力はあっても独り立ちできているITCが少ない
 - ・企業経営者とのビジネス未経験者は、独り立ちの自信がない
 - ・ITC支援プロセスでの稼ぐ自信がないため、企業内ITCの起業率は低い
 - ・若い人は、内部統制、プライベートマーク等へ流れる
 - ・残ったのは、定年後のITC

…では、どうすれば良いか

1. ソリューションのひとつとして、**クラウドSaaS・ASP活用を進める。**
(ビジネス競争力アップに、IT活用は欠かせない)
SaaSポータルに品揃えしたソリューションから選択・導入の支援をITCが行う。
2. **金融機関をはじめ、支援機関との連携の仕組みを再構築する。**
3. **ITCビジネス支援プログラムによる全国のITC連携。**
もっと力強く顧客開拓、案件開拓を！！

起業家マインド : アントレプレナーシップ

新しい物事に対して創造意欲に燃え、リスクを引き受けて果敢に挑む姿勢、不確実な未来を楽しむ精神の特徴。「進取の気性に富む」という感じ

飽くなき探究心や冒険心や没頭、変化を求める心、自分の頭で考え続ける力何かを始めたら徹底して勝つまでやりぬく気持ち。

アントレナーシップとは、社会をポジティブにタフに生き抜いていくための総合的な資質

アントレプレナーに共通的な特徴

- ・ 人生のある時期に、大変な集中力と気迫で、新しい知識を確実に修得している
- ・ 貪欲までに強烈な意志を持って、自ら道を切り開いていく
- ・ 好奇心な旺盛なアントレプレナーたちは、不確実な未来にいかようにも対応出できるよう、徹底して「学び続ける意志」を持っている
- ・ タイムマネジメント重視
- ・ 自発的に動く

ウェブ時代の5つの定理より 梅田望夫

ITCの起業心得

ITCの支援で、確実に変革の兆しが見えるように！

- ① 社長に変革の必要性を感じてもらうこと。
「自らの集客力」にて「セミナー」、「ビジネス競争力診断」へ持ち込む。
=> 究極は、CRM構築による「生涯顧客化」
- ② 変革をスピーディに進めること
「正しいトップのあり方」を語り、理解を得、企業を「活性化したチーム」にする。
押し付けではなく、気付き、共感を得るための「コーチングスキル」の発揮
- ③ 社長の悩みが、変革により解消すること
まず、全身全霊を傾け、ひたすら聴くための「コーチングスキル」の発揮
押し付けではなく、気付き、共感を得るための「コーチングスキル」の発揮

ITCパートナーのタイプ分け

役割の視点	
L:リーダータイプ	対顧客責任者 : 営業、経営戦略、IT戦略
S:専門家タイプ	リーダーのもとで得意分野を分担
LS:リーダー補タイプ	サブリーダーとして、リーダーの支援を得てリーダー役をこなす
SS:専門家補タイプ	専門家のもとで、得意分野を分担

稼ぎの視点	
E: 起業家タイプ	定年前生計維持タイプ、定年後もギラギラ・タイプ
SK:そこそこタイプ	定年後世代

東京IT経営センターが全国のITCを支援します。

全国ITCビジネス支援プログラムのご紹介

～東京IT経営センター・ITCパートナー登録のお薦め～

平成 22年 8月28日

株式会社 東京IT経営センター

TIMC-PaaS：ITコーディネータの想い

儲けの仕組み再構築

企業を取り巻く環境は、ますますスピードを上げて変わっています。いまや、10年前、いや5年前の儲けの仕組みが通用しません。ITコーディネータは、売れる仕組み、効率的な業務の仕組み、組織力強化のご支援を致します。



企業カアップで業務変革

これまで、システムの専門家は経営面まではカバーしないことが多く、経営者の思いを十分に反映できないケースもありました。ITコーディネータは経営者の立場に立って、経営戦略に沿ったIT化をナビゲートします。

売上拡大・営業力強化

売上拡大には、Webマーケティング（HPを24時間営業マンに）は欠かせません。ITコーディネータはマーケティング戦略、営業プロセス変革のご支援を致します。

ITコーディネータのドアノックツール（1）

Web戦略書作成のお手伝い（無料）

卸・小売、サービス業から製造業まで
Webマーケティングの蓄め
インターネット活用による売上拡大

◆ステップ1

初日の訪問にて、ワークショップのご説明とヒアリングを行います。

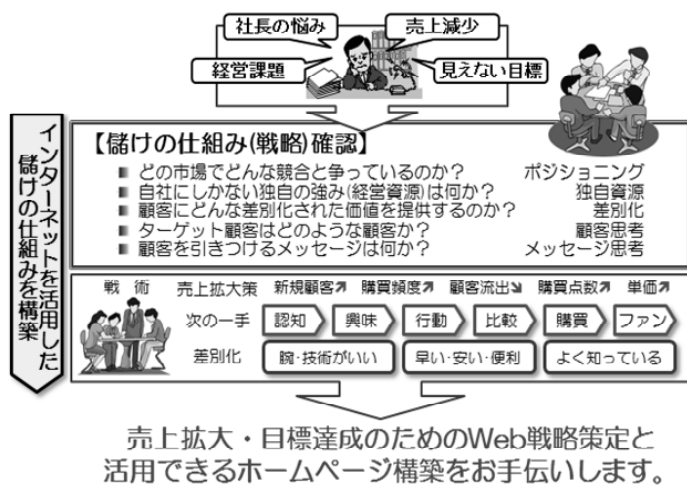
◆ステップ2

企業様の売上拡大の「Web戦略書」作成をお手伝いします。

◆次のステップ

Web戦略書に基づいたホームページ作成および構築から運用定着までの支援は、ご希望により、お受け致します（有料）

売上拡大・成果の出るホームページにしませんか？



Web戦略からWeb構築へ、ITCのドアノックツール “PasS-Web”

PasS-Webは、簡単にWEBサイトの制作・管理運営ができるだけでなく、企業販売に必要な豊富な機能を搭載した画期的なサービスです。

【PasS-Web】の主な機能

- ホームページの制作
- ブログ簡単制作
- モバイル対応・簡単運営
- メルマガ配信・顧客管理
- ホームページ・ブログのSEO対策
- アクセス解析

メルマガ配信・顧客管理

TIMC-PasSは、ブログ、メルマガ、顧客管理を連動させることで、見込み客の顧客化、既存顧客の囲い込みを支援いたします。

【特徴】

顧客登録によりブログの更新通知の送信やDM送信を簡単に行うことができます。

- 新規顧客登録
- 顧客管理(顧客検索、Outlook顧客データ取り込み等)
- DM送信
- ブログ閲覧者を個別に把握し、営業活動に役立てることができます。

DM(ダイレクトメール)機能を使うことで見込み顧客への効果的なアプローチや商品・サービスのPRを行うことが可能です。DMIは顧客全員への一括送信だけでなく、顧客を選択しての送信も可能です。

ITコーディネータのドアノックツール（2）

企業力診断（無料）

◆ステップ1

初回訪問にて、ワークショップのご説明とヒアリングを行ないます。

◆ステップ2：ワークショップ

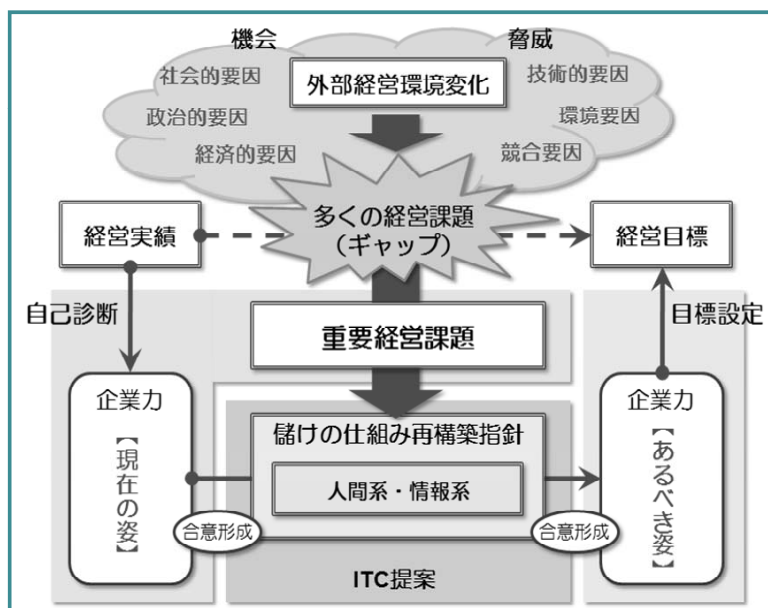
半日のワークショップで企業力強化のポイントを抽出します。

- ① 経営者全員でワークブックに沿って企業力の自己診断を実施します。
- ② グループで討議し、重要経営課題の優先度を決定します。
- ③ 強化すべき企業力強化のテーマ決定の合意形成を行います。

◆ステップ3：まとめ・提案

企業力アップのための業務変革プロジェクトをご提案します。

自己診断結果をベースに儲けの仕組み再構築のために「明日からの業務改革の進め方」をご提案致します。自力で進めて頂くか、別途ITコーディネータとのコンサル契約で進めるか、ご判断頂けるように致します。



診断後の企業力アップ支援サービス

IT活用による業務変革プロジェクト支援

重要経営課題を解決するために、業務変革プロジェクトをご提案します。次の例は、製造業における「低コスト体質への転換」のための受発注生産管理システム構築プロセスです。
①経営戦略の確認ー②IT戦略策定ー③システム要件定義/ベンダー向け提案依頼書作成支援ー④ベンダー/システム評価選定ー⑤導入プロジェクトー⑥稼働後定着支援

営業力強化支援（営業プロセス管理の定着）

先ず「営業プロセスの可視化による顧客対応力強化から業績の拡大を図る」を目標に、お客様の期待に基づく営業プロセスを「顧客創造マップ」として定義します。そして、お客様接点での有効な活動内容を可視化することで、お客様期待に基づく営業戦略シナリオを作成します。

業務工程見える化による課題解決支援

「利益を生むには現場の再点検から」製造業・卸業・小売業からサービス業まで業務工程の見える化による課題解決の提案です。IT化以前、IT化後でも常に、業務工程の見える化、改善が望まれます。

情報システム運用支援

ITを導入したけど活用が定着しない、効果が見えない。等の課題をお持ちの企業様の支援です。上述の管理者が育っていないケースの他に、システム導入時に、業務の流れも変えないと効果は限定的となります。再度、ITの有効活用のため、業務の流れを設計しなおし、運用定着までのご支援を致します。

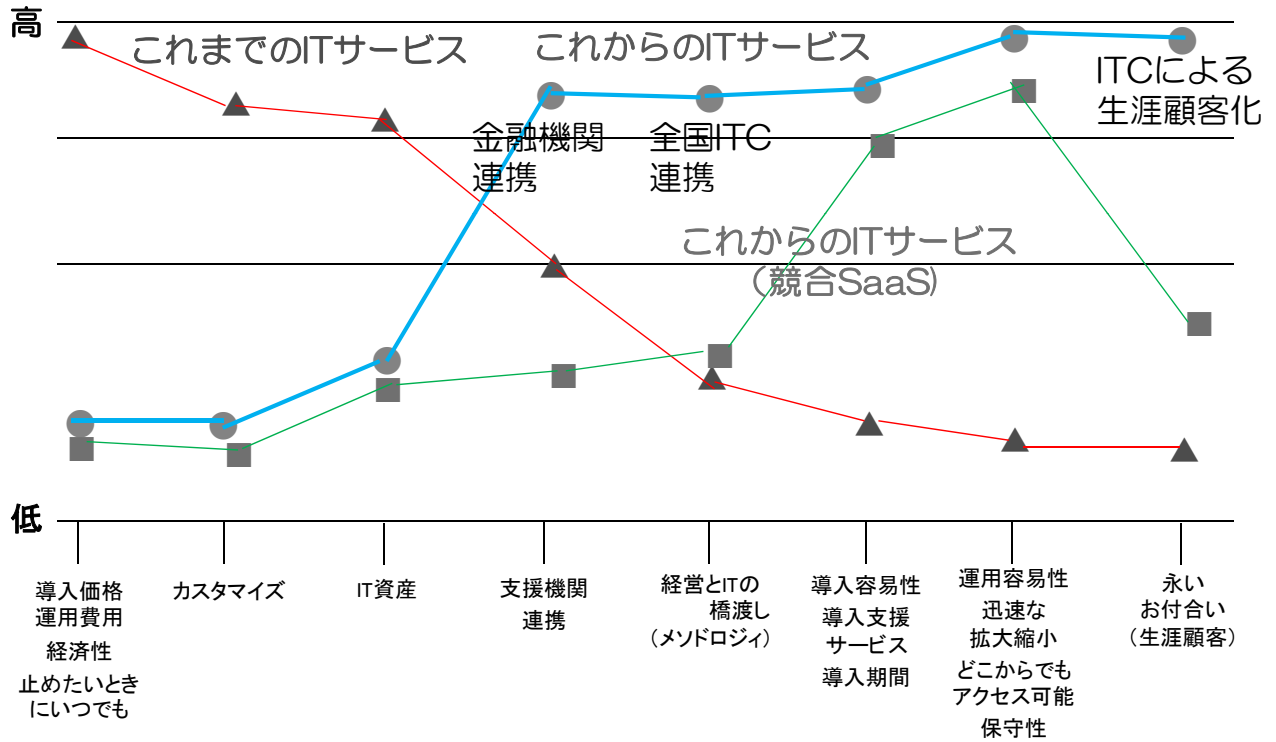
戦略的情報活用支援

導入された情報システムの中には、多くのデータが蓄積されています。そのデータは経営に戦略的に活用されるべきものです。データベースから、Excelに落とす仕組みを作成し、Excel上で種々のデータ分析を行い、業務改善、マーケティング戦略等に活かします。

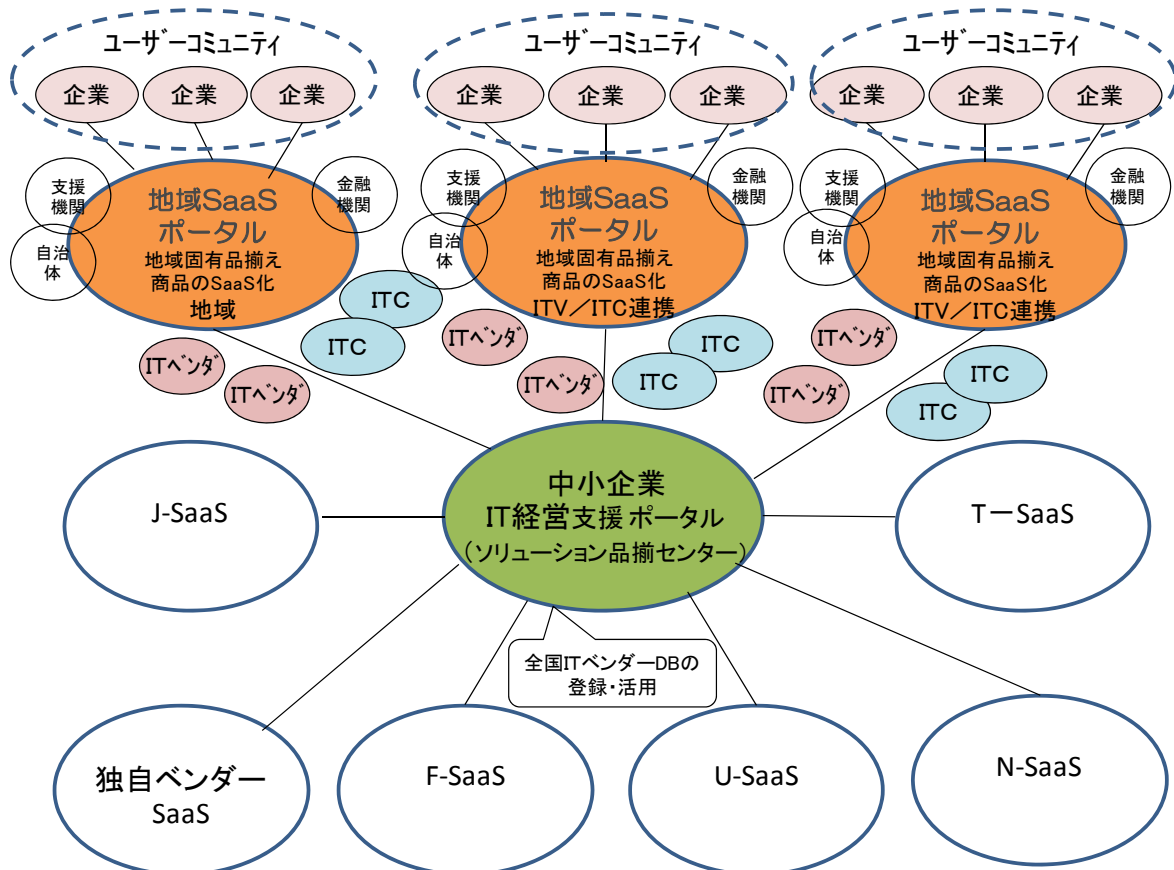
管理者育成支援

中小企業にとって人材は最大の資産です！IT経営の実現を担う管理者育成の支援を致します。管理者が自律していないと、部下も育たない。現状を正しく把握し解決策を模索し、行動へ落としステップがうまく進まない。このような状態でピカピカのITを導入しても成果は限定的、多くの企業がそんな状態に陥っています。

TIMC-PaaS ブルーオーシャン戦略



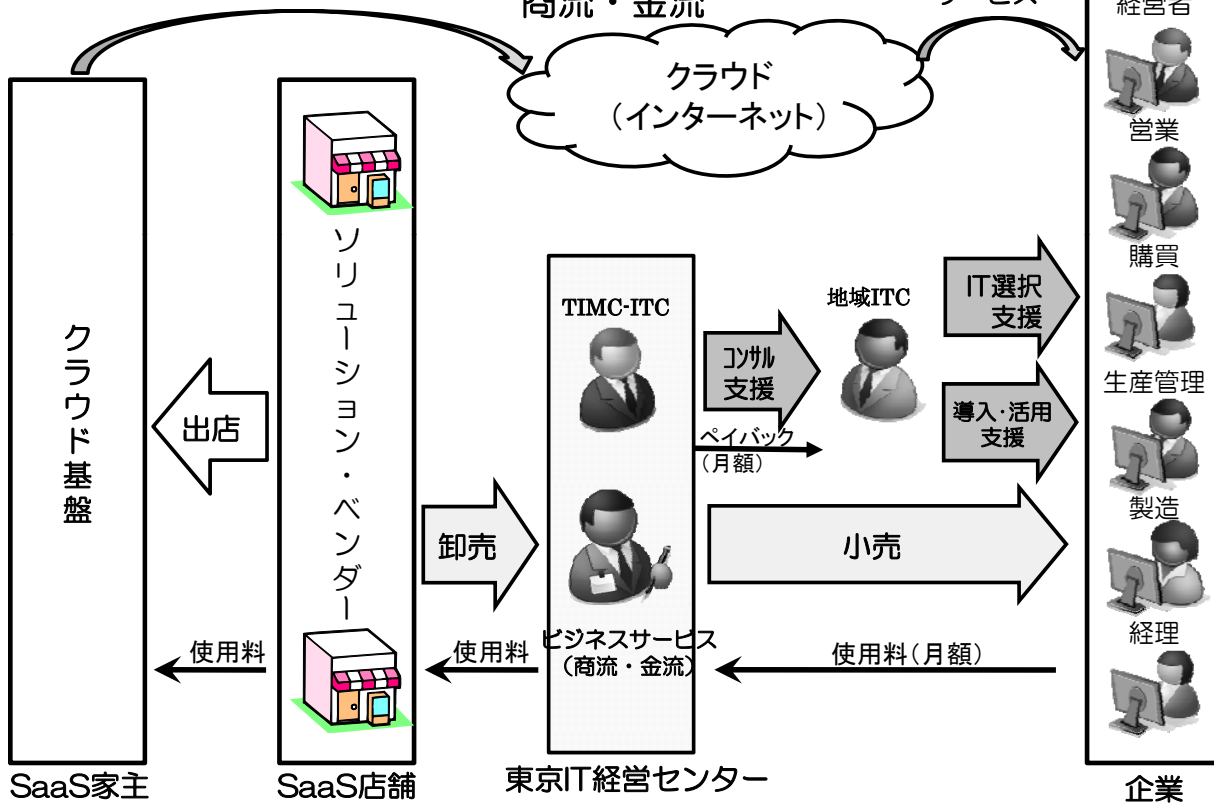
地域の業種・業態にあったSaaS・ASPソリューション品揃え



TIMC-PasS の仕組み

商流・金流

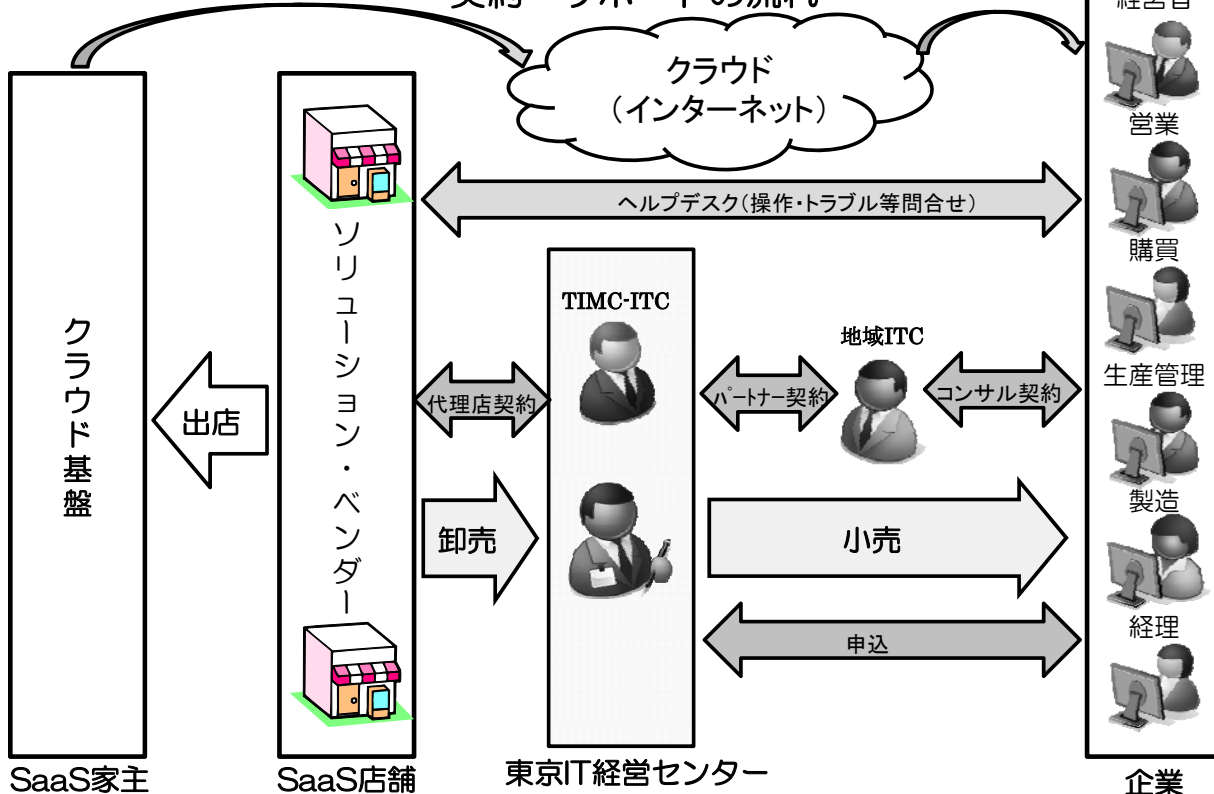
サービス



TIMC-PasS の仕組み

契約・サポートの流れ

サービス



■業種特化基幹システム

①製造業

提供元	製品	業態区分				製品区分						
		個別受注生産型	見込生産型	見込・受注生産混	外部委託生産型	機器製造組立	機械部品加工	電子部品加工	食品加工	化学薬品	プラスチック	
ニキ情報システム	effitA	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
主要機能												
		MRP	受発注	生産計画	在庫管理	工程管理	出荷管理	原価管理	売掛買掛			
		●	●	●	●	●	●	●	●			

②建設業

提供元	製品	建設業グループウェア	営業情報	入札情報	公共工事実績管理	土木工事実績管理	建物管理	技術者管理	廃棄物管理	ISO文書管理	工事日誌安全日誌
エー・シー・エス	Acs建設業統合情報システム	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●

■共通業務分野

提供元	製品	会計	労務動怠	設備管理	CMS	SFA	CRM	CTI	作業分析	BI	グループウェア
エーアイエス	ちゃっかり勤太くん		●								
エーアイエス	ちゃっかりストア		●								
ニックス	EnCollabo		●								▲
ビジネスオンライン	ネットde会計	●									
日揮情報システム	PLANTIA			●							
NIコンサルティング	NIコラボ+顧客創造					●	●				●

■お手軽クラウド

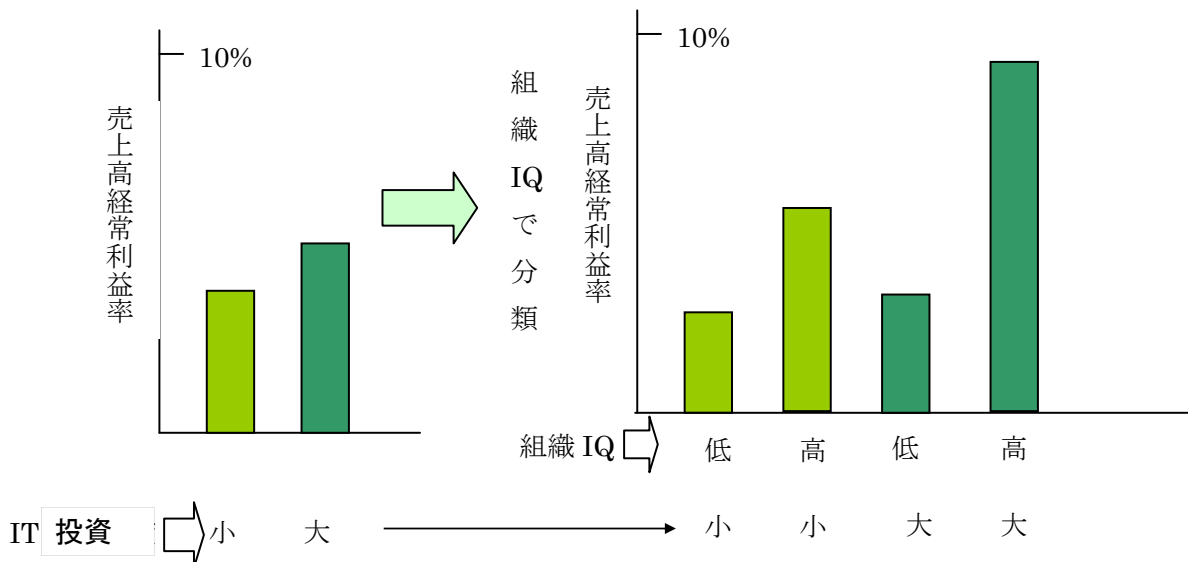
提供元	製品	レストラン	クリニック	動怠							
統計システム研究所	レストランCRM予約IP電話版	●									
統計システム研究所	クリニック携帯予約		●								
統計システム研究所	スタッフ管理システムtok			●							

■企業支援コンサルツール

提供元	製品	工程分析	会議効率化	Web調査							
日本生工技研	Time Prism for SaaS	●									
コミットメントテクノロジー	SuguSupa		●								
東京IT経営センター	PasS-Web			●							

基本5： PDCAを廻す基盤、人と組織
人と組織の成長の視点、最初も人、最後も人

IT投資×組織IQ 対 売上高利益率の関係



- 経営理念
- ビジョン
- 経営目標（長期、中期、短期）



- 顧客満足は、社員の自主性と創造性の発揮から
- 自主性と創造性の発揮は、社員のやる気次第
- 社員のやる気に満ちているのは、やりがいや楽しさを感じているとき



★やりがいや楽しさの原点は何か

- 能力の最大発揮が出来たとき (チームの仲間とともに成長感を味わう)
- 自分の能力を認めてもらえたとき (チームの一員としての充実感、達成感)
- 会社に誇りが持てる時 (チームの一員としての誇り)
- 会社の安定、働きやすい環境 (活性化したチームで働くよろこび)
- 処遇、待遇 (公正な処遇、休みも大事)

■では、活性化したチームとは

1. メンバーの主体性が発揮されている(自分の決定に従って行動している)
 - ⇨ 規則だから、役割だから、仕事だから、やりたくないことを仕方なくやる
2. メンバー間の相互作用がチームを活性化している(相互効果、シナジー効果)
 - ⇨ 個人の主体性が高くても、相互作用がないと主体性が空回り、個人もチームもイキイキしない。

■なぜ、多くの人が職場で欲求不満となっているのか。

1. 主体性が発揮できていない
 - ・自分のやりたいことが組織のなかで出来ていない
 - ・自分の力が組織の中で十分に発揮できていない
 - ・組織の歯車になっている
 - ・組織の中で自分がどういかにされているか分からない
 - ・自分らしく振る舞えない
2. 相互作用が発揮できていない
 - ・メンバーのベクトル(目指すところ)がバラバラ
 - ・淡々と仕事をこなすだけで達成感、満足感がない
 - ・みんなと仕事をしているものの、孤独を感じる
 - ・組織の中で自分が成長している実感が無い
 - ・仕事にやりがいを感じられない

■グループがチームになる、部がチームになる、会社全体がチームになるには

1. 会社の目指すことが、部門の目指すことへ、さらにグループへ、個人へ結びついていること(チームは個人は何を目指して活動するのか)
2. 社員のやる気は、上司、仲間との良好なコミュニケーションから
3. 上司の意識変革
優れた人材獲得は、顧客獲得より困難、だから「働く人が一番大事」
育てるしかない。部下の能力を引き出し、前進をサポートし、自発的に行動することを促す

信 : 「人間の可能性を信じる」、「上司・部下関係の信頼関係を築く」
 認 : 「相手の良いところを見て、心にとめる」
 任 : 「適材適所を任せる」、「任せて任せず」



■では、どうすれば良いか

1. 活性化、部下育成のできる組織編制
2. 会議を変える(活性化のキッカケ作りの場、育成の場)
3. グループをミニ経営の場とする(グループ独立採算制:アメーバ経営もどき)

◆「すごい会議」：短期間で会社が劇的に変わる

■一般的な会議で90%に時間が、単なるコメントの交換

■「提案」、「リクエスト」、「明確化のための質問」以外の発言は、
99%が無駄な発言

「リクエスト」には、以下の内容が必要

- ①誰が
- ②特定の日付と時間
- ③何を持って成功とするのか

意思決定について

■曖昧さの中で前進する能力

- ①参加メンバーは、自分がベストと思うアイデアを提示
全員が合意できなかつたら、
- ②意思決定者が決定する。全員が成功に向け活動する

「すごい会議」:短期間で会社が劇的に変わる 大橋禪太郎 大和書房より

まず、自分の考えを紙に書いてから、順番に発表する

- ①いま、うまく行っていることは何か
- ②この会議で、達成したいことは何か
- ③いま、直面している問題は何か
- ④言いにくい問題は何か
- ⑤あなた自身が抱えている解決に苦慮している問題は何か
- ⑥これからの6～12ヶ月で、このチームが達成すべき成果は何か
- ⑦達成すべき成果に必要な不可欠なアクションは何々か、各担当者を決めよう
- ⑧アクションの担当者が、いつまで何をすれば確実に成果が達成されるか
- ⑨コミットメント(約束)リストの作成と週1回のチェック
- ⑩アクションのため、今から1ヶ月以内に、自分がやるべきことは何か

「すごい会議」: 短期間で会社が劇的に変わる 大橋禪太郎
大和書房より 田中 渉加筆

第1部 ITCの活動心得

- ①現状認識 (ユーザー/ベンダー/ITC それぞれの視点)
- ②独立ITCに求められる起業家精神

第2部 クラウドをドアノックツールに

- ①ホームページを24時間営業マンに
(クラウド活用の構築+CRM)
- ②SaaSポータルに品揃えの活用

第3部 ITCの顧客創造ステップ

- ①Web コンサルの取組み
- ②新規市場・顧客開拓 (金融機関、支援機関との連携)
- ③セミナーの開催とフォロー
- ④全国のITC連携 (もっと力強く顧客開拓、案件開拓を！)

第4部 事例研究：東京IT経営センターの取組み

ご清聴ありがとうございました

(株)東京IT経営センター 田中 渉

会社:042-775-7277

携帯:090-1103-5949

wataru@infoconveni.co.jp

<http://www.infoconveni.co.jp> (東京IT経営センター)

<http://www.timc-pass.jp/> (東京IT経営センターグループ全国ITC連携)

<http://www.timc.jp/> (ITベンダー連携サイト)

<http://infoconveni.blogspot.com/> わたるBlog

Twitter @wataru67

〒252-0143 相模原市緑区橋本3-4-5河津ビル5F
