

# 第 16 回「MASP なんでも高座」

## 【発表内容概要】

2017 年 11 月 15 日

氏名	高橋 史人(タカハシ チカヒト)	会社名	マネージメント&システム研究所
電話等	TEL:045-716-1785 ,Mobile:090-1999-8300,E-Mail: <a href="mailto:ms-labo@mvh.biglobe.ne.jp">ms-labo@mvh.biglobe.ne.jp</a>		
<b>【テーマ】</b> (1)私の履歴書(PART II)～新製品開発で学んだこと“多様化への対応” (2)合意形成技法 ConForM の有用性～戦略課題に適應できるか？			
<b>【問題意識】</b> (1)MASP の知的財産「ConForM」はオペレーショナル業務の課題・問題の抽出、関係者の合意形成に有効である。しかし最近は導入する企業が少ない。 (2)企業は戦略型・創造型の問題(例えば価値創造)に直面している。 (3)「ConForM」の特性を深耕、高座参加者のご意見を拝聴、戦略的な問題、創造型の課題にも有効な技法として改善したい。			
<b>【内容】</b> <b>(1)「私の履歴書」</b> ▼出身:満州国・浦和高校・東京工業大学(経営工学)・味の素・三菱商事(嘱託)・ITF(嘱託) ▼経歴:中央研究所 I3-10 室⇒本社管理部技術課⇒中研システム室⇒本社業務部⇒中研管理部長付(兼)システム室⇒ <u>食品開発研究所</u> ⇒本社新事業開発センター⇒情報システム部⇒関係会社出向(現味の素物流)⇒MS LABO ▼JILS 物流功労賞受賞(2008 年) ロジスティクスシステム研究会 在籍 27 年,主査 8 年(2001~2008,現アドバイザー) ▼実績(業務経歴、コンサルティング実績など) ① 新製製品開発のシステム化(食生活意識構造、食嗜好構造、商品力評価システムなど) ② ConForM 導入による問題・課題の形成(健康食品製販 S 社、大手量販店 I 社など) ③ 顧客の業務改革ニーズを短時間に把握する方法として ConForM を活用する(中堅物流業 T 社の共配送支援システム構築の活用例など) ④ 某法人「製造業会員ニーズ調査」～会員の声を借りて某法人の事業の変革を目指す ⑤ 英国ブランド“Russell Hobbs”日本市場導入指導～商品の遡及は消費者目線で			
<b>(2)「合意形成技法 ConForM の有用性」</b> ① ConForM の概要 ② 企業の問題・課題タイプと ConForM の活用ポイント ③ ConForM の活用事例と活用結果の総括 ④ 考え続けて 4 年「 <u>物流・ロジスティクスの価値創造</u> 」～JILS ロジ研で実現できたこと 価値創造を妨げる問題・課題(アンケート調査)と ConForM による共有化			
<b>(3)戦略的な問題、創造型の課題に有効な技法として改善するためは(討議事項)</b>			
<b>【自己紹介】</b> 高橋史人(タカハシ チカヒト) 東京工業大学工学部経営工学課程(OR/Management Science)卒 味の素、関係会社出向(現味の素物流)を経てマネージメント&システム研究所(MS LABO)設立 現在は物流・ロジスティクス領域のコンサルティング実施			
<b>【アピールポイント】</b> ① システム思考(抽象的ものごとを概念化、システム化すること) ② マーケティング思考(マーケティング・リサーチ,グルイン,統計解析,新製品開発のシステム化) ③ 合意形成技法「ConForM (Conceptual Formulation & Feasibility Study Method)」の実践経験豊富			
<b>【私事】</b> 現在、なんと 主夫業 400 日! 悪戦苦闘ぶり、得られた知見、お伝えしたいこと 東工大社交舞踏研究会出身 ゴルフ歴 40 年・エアロビクス歴 12 年・グルメ探索・音楽 DVD 作成			