

	講演タイトル
	<p style="text-align: center;">差別化を維持し続けるための ドラッカーのイノベーション戦略</p>
	<p>藤屋伸二（ふじや しんじ） 差別化戦略コンサルタント 藤屋ニッチ戦略研究所 株式会社 所長</p>
■ 想定する対象者	
<ul style="list-style-type: none"> ・ イノベーションが当たり前の会社になりたい経営者および後継者 ・ イノベーションをせざるを得ない経営者および後継者 	
■ コンセプト／メッセージ	
<p>イノベーションは大企業のもの？ 決してそうではありません。 イノベーションとは、経営環境に適応するために、すべての規模、すべての業界に必要な経営手法なのです。</p> <p>ドラッカーは、「イノベーションは、関連のない既存の何かと既存の何かを組み合わせ、新しい何かを創り出すことだ」と言っています。</p> <p>たとえば、懐中時計とズボンのベルトを組み合わせ、腕時計が誕生しました。これはそれまでなかった商品ですから、イノベーションによる商品です。</p> <p>しかし、その誕生には技術の応用はありましたが、技術開発（発明）はありません。</p> <p>このように、市場や顧客の“困った！”“もっと便利にならないか”の声に耳を傾け、情報収集することがイノベーションの第一歩になります。</p> <p>こうした事例をたくさん聞けば、御社でもできそうな気になるでしょう。そうなんです。イノベーションとは、自社の可能性を信じることから始まります。</p> <p>本講演では、イノベーションのチャンスを見つけ方、見つけたチャンスの事業への転換の仕組みづくり、さらには運営体制を分かりやすく解説します。本講演でイノベーションの「考え方」と「進め方」を学び、経営環境に合わせて変化し続ける経営体質に変えていきましょう。</p>	

■ 内容

はじめに

1. イノベーションのチャンスを見つける

～あなたの身近にあるイノベーションのチャンス～

- (1) 想定外のできごと
- (2) ギャップ・ニーズの発生
- (3) 市場や人口などの構造変化
- (4) 認識の変化や新しい知識の出現

※ 変化はイノベーションのチャンスです。変化の流れを止められないのであれば、積極的に変化に取り組みましょう。その方法を、事例を中心に分かりやすく解説します。

2. イノベーションのための戦略パターン

～自社にあったイノベーション戦略を知る～

- (1) ニッチ戦略
- (2) 創造的模倣戦略
- (3) 商品の性格を変える戦略

※ イノベーションへの取り組みも、やみくもにではなく、戦略にそって行ないます。中小企業にふさわしい戦略パターンを解説します。

3. イノベーションのための体制を整える

～既存の会社でイノベーションを起こす方法～

- (1) イノベーションを仕事に組み込む
- (2) 「新規事業」と「既存事業」と組織を切り離す
- (3) 評価の基準を別につくる

※ イノベーションは仕事です。ですからルールと手順が必要です。「やるべきこと」と「やるべきでないこと」を分かりやすく解決します。

■受講者の感想

- ・考えさせていただくことが多かった。自社に置き換えて考えます。
- ・“できるかもしれない” “やってみよう” という気持ちにさせていただけるお話しです。
- ・中小企業であることが、逆に強みに感じられました。ありがとうございました。
- ・従来とは違った視点で新しい発見ができた。
- ・売上を上げる手法を学べた。あとはどこまで実行できるかです。
- ・ドラッカーの説明を初めて聞いて、すごくわかりやすかった。
- ・わかりやすく、当社の業界でも活用できる様なことを説明してくれたから。
- ・ドラッカーを中小企業向けにわかりやすく説明していただいた。
- ・面白かった。ヒントがたくさんあった。機会があれば、またお話を聞きたい。
- ・藤屋先生のセミナーは2度目ですが、とても参考になり取り組みやすい。
- ・具体例が多く、スライドの内容が充実していて良かった。
- ・モチベーションの持ち方、事業展開の切り口とやり方⇒視点を変えると、これ程判りやすく、計画を立てやすくなるのだと実感した。従業員の説明に活用したい。

■主宰者様の声

- ・御礼が遅くなってしまいましたが、先日は貴重なお話をいただき、誠にありがとうございました！ お陰さまで、受講された皆さまからも、お話に満足された旨のアンケートの回答を数多くいただき、事務局としても大変嬉しく思っております。
(某社お客様向け全国大会での基調講演 M様)
- ・集客の方ですが、会場の定員(96名)に達しましたので、早々に募集打ち切りをさせていただきました。
(某商工会議所 A様)
- ・先日のアンケート集計ができましたので、結果をこのメールに添付させていただきます。参加された方の満足度が非常に高く、ぜひまたご講演をお願いしたいと考えております。
(某公的機関 S様)

■セミナー実績

新生銀行、広島銀行、十八銀行、西武信用金庫、愛媛信用金庫、凸版印刷、三菱自動車、佐世保重工業、お仏壇のはせがわ、SMBC コンサルティング、九州生産性本部、労働金庫、イセデリカ、東京・大阪をはじめとする各地の商工会議所、東京・埼玉・福岡などの中小企業家同友会、中小企業大学校(仙台、広島、直方、人吉)、JA 熊本果実連・JA 福岡などの農業団体、法人会、工業会、中小企業団体中央会など(敬称略)

■プロフィール

藤屋 伸二（ふじや しんじ）

- ・1956年福岡県生まれ。1996年 民間企業の勤務を経て藤屋マネジメント研究所を設立。1998年からドラッカーをコンサルティング理論のベースに置くようになる。以後、200回以上も読み込んで独自のコンサルティング手法を編み出し、200社を超える中堅・中小企業の業績伸長やV字回復を支援してきたドラッカー活用のスペシャリスト。
- ・著書・雑誌・メディア・講演・コンサルティング・社員研修などを通じて藤屋式ドラッカー活用法の普及活動をしている。このようなことから「日本でもっともドラッカーをわかりやすく伝える男」と言われている。
- ・現在、中小企業経営者を中心に、「必要なことだけをわかりやすく、おもしろく、実践に役立つ」をモットーにした、藤屋式ドラッカー活用法で業績アップの手法を学ぶ会員制の【藤屋伸二の創客塾】を主宰している。
ホームページ <http://fujiya-management.jp/>

【著書・監修書】

『ドラッカーの黒字戦略』

『図解で学ぶドラッカー入門』

『図解で学ぶドラッカー戦略』

『20代から身につけたいドラッカー思考法』

『20代から身につけたいドラッカーのマーケティング思考法』

『20代から身につけたいドラッカーのリーダー思考法』

『48の成功事例で読み解くドラッカーのイノベーション』

『図解雑学ドラッカー経営学』

『まんがと図解でわかるドラッカー』

『まんがと図解でわかるドラッカー・リーダーシップ論』

『まんがでわかるドラッカーのリーダーシップ論』

『まんが元自衛官みのりドラッカー理論で会社を立て直す』

『まんがでわかるD. カーネギーの「人を動かす」「道は開ける」』

など22冊（うち4冊は海外でも発行）の累計発行部数は193万部を超える。