

お知らせ

当社のWebサイトをリニューアルしました!

半年がかりで進めてきた当社のWebサイトのリニューアル、やっとできあがりました! トップページは、すっきりさせることを目指し、そして、トップページから、経営課題別、並びに、企業規模別に、各コンサルティング・サービスをご案内させていただいています。また、コンサルティング・サービスを、紹介系サービス3つ、戦略系サービス8つに分けて、各ページのコンテンツを拡充いたしました。「選ばれる理由」なども掲載させていただきました。さらにブラッシュアップを続けてまいります。是非、一度、ご覧いただけましたら、幸いです^^

- TOP ページ <http://www.tcconsulting.co.jp/>
- 「選ばれる理由」 <http://www.tcconsulting.co.jp/reason>
- コンサルティング事業 TOP <http://www.tcconsulting.co.jp/consulting>

紹介系のサービス

- 1 顧客紹介 & 販路開拓の紹介コンサルティング**
新規顧客を直接紹介します。また、販路となる新たな提携先を紹介します。
- 2 新規事業のための提携先の紹介コンサルティング**
新規事業構築のための提携先を紹介します。事業提携(アライアンス)をアレンジします。
- 3 新規事業のための事業シーズの紹介コンサルティング**
新規事業のネタやアイデア、買収できるM&A案件を紹介します。



ティーシーコンサルティングは、これからも、お客様に愛され続ける会社を目指します!

戦略系のサービス

- 1 事業提携(アライアンス)の戦略コンサルティング**
新規事業の立ち上げにあたり、どのような企業とどのように組むべきかをアドバイスします。
- 2 営業推進の戦略コンサルティング**
どのような会社とどのような事業提携の戦略をおこなうべきかをアドバイスします。
- 3 新規事業の方向性の戦略コンサルティング**
どの方向の新規事業に取り組むべきか、どこに一步を踏み出すかをアドバイスします。
- 4 “強み”の引き出しとブランディングの戦略コンサルティング**
企業の“強み”を分析して見つけ出し、競合他社と比較し、どのようにアピールするべきかをアドバイスします。
- 5 事業構築・収益化の戦略コンサルティング**
事業構築の仕方と収益化についての豊富なノウハウを提供します。
- 6 財務や資金調達の戦略コンサルティング**
財務体質の改善や利益率のアップ、資金調達の仕方についてアドバイスします。
- 7 事業承継の戦略コンサルティング**
社長の代替わりの進め方について、事業展開・組織・株式譲渡の面を中心にアドバイスします。
- 8 社内意見調整 & 社長の考え方変革の戦略コンサルティング**
社内意見を前向きにまとめて決断させる方法や社長・会長の考え方の変革をアドバイスします。

▼感想・ご相談・お問い合わせは、こちら!お気軽に♪ ⇒ tomita@tcconsulting.co.jp

私たちは、事業提携により、新規事業を立ち上げ、あなたの会社の売上をアップします!
～約7年で150社以上の豊富な実績～

【発行会社】: ティーシーコンサルティング

Web site
<http://www.tcconsulting.co.jp/>

Tel : 03-4530-8537 Fax : 03-3470-8538 Mail : info@tcconsulting.co.jp

【住所】: 〒107-0062 東京都港区南青山2-11-13 南青山ビル7階
【最寄駅】: 地下鉄銀座線「外苑前駅」4a出口徒歩3分 1b出口徒歩5分
地下鉄銀座線、半蔵門線、大江戸線「青山一丁目駅」5番出口徒歩4分
☆青山通りの伊藤忠商事の斜め前、ホンダの並び、
外苑いちょう並木の向かい側です!

TC Consulting Co., Ltd

社長 とみたさとしの

新規事業のための 賢's 情報Station

ティージーコンサルティング

発行日: 2014年3月1日

毎月1日発行

2014年 3月号

巻頭特集

本当に有望なビジネス・チャンスは、 認知的に遠いところにある!

～自分の身の周りだけで考えていませんか?～

新規事業の方向性において、人間は、どうしても、自社の事情や業界の固定概念などから、近視眼的になりがちで、認知的(心理的、感覚的)に近いところのビジネス・チャンスを探ってしまうがちです。それが、新規事業の立ち上げを困難にしていると言えます。

これまでの「認知科学」の研究により、人間は、何か新しいことをする際、自分の過去の経験や身近なことから判断しがちであることが証明されています。



それらについて、ダートマス大学MBA准教授の Giovanni Gavetti 氏が2011年にハーバード・ビジネス・レビューに投稿した

「The New Psychology of Strategic Leadership」に、興味深く、まとめています。

「認知的に(ここでは、心理的に…、あるいは、感覚的に…と同義語と考えてよいと思いますが…)、近いところには、本当に有望な収益機会はない!」と、Gavetti氏は、主張しています。

ましてや、組織が確立した業歴のある企業、特に大手企業においては、役員会を通したり、社内の理解を得たりする必要があるので、より一層、過去の延長線上の戦略を立ててしまう傾向があります。

つまり、近視眼的になって、認知的に近いことばかりに捉われてしまうわけです。



さらには、マイケル・ポーターなどの戦略論が普及しており、たとえば、「競争の緩やかなところに出ろ!」といったような戦略を皆が一様に学んでいるがゆえに、結果として、企業の戦略担当者や経営者は、同じ方向で、近視眼的に同じようなことを考えてしまうこととなります。

認知的に近い領域の収益機会については、だれもが探索してしまっているがゆえに、有望なものは、もう残っていないわけです。

そのため、Gavetti氏が論じたように、「認知的に近いところには、本当に有望な収益機会はない!」と言えるわけです。

皆さんも、身近なことや、自分の業界、自分の会社の固定概念にとらわれてしまっていないですか? 本当に有望な収益機会を見つけるためには、認知的に遠い収益機会を探索することが大切です!

実践的には、他業種での成功事例を参考にしたり、異なる組織・人と連携するなどにより、固定概念を打ち破り、直観的な連想に意識を向け、「連想思考」を働かせることが必要です。

その最高の事例としては、航空業界でのLCCが挙げられています。

★次のページに続く



認知的に遠い収益機会を探索することが大切!

直観的な連想に意識を向け、体系的に「連想思考」を活用する事例として出されているのは、LCC（ローコスト・キャリア）です。

航空業界は、歴史的に、高品質志向が常識であったが、サウスウエスト航空の創業者は、他業種であるコーヒーショップが安価でシンプルなサービスが顧客から喜ばれていることを参考に、航空業界でも、そういったサービスを求めている顧客層はいるはずだ! と考え、既存の航空会社が考え出せなかったLCCのビジネスモデルを考え出すことができたという好事例があります。

新規事業の立ち上げにおいても、どうしても、過去のデータからの仮説検証的な検討や、業界の固定概念に囚われてしまうという経験がある方も多いのではないのでしょうか?

やはり、新しいビジネス・チャンスを獲得するためには、認知的に遠い収益機会を探す必要があり、他業種との比較や、異なる組織や異質な人との連携などにより、Giovanni Gavetti氏の言う「連想思考」を働かせることが求められます。

そのことについては、ゴルフ業界と他業種との比較から、ゴルフ業界の活性化への提言を毎月連載してきている『月刊ゴルフ用品界GEW』の2014年2月号の「富田賢の横比較の目線」にも書かせていただいています。

タイトル:「他業種との比較や提携で、新しい収益機会を発見!」

★『月刊ゴルフ用品界GEW』の該当ページのPDFは、こちら!
http://www.tcconsulting.co.jp/wp-content/uploads/Golf_GEW_Tomita_Yokohikaku_201402.pdf

認知的(心理的・感覚的)に遠い収益機会を探索するには、異なる業界との連携が重要とあることから、私が専門としている事業提携(アライアンス)が有効です。

こういった新しい収益機会の探索の観点からも、事業提携(アライアンス)を検討してみましょう!

▼上記の詳細が掲載されているコラムは、こちら!

『第12回 本当に有望なビジネス・チャンスは、認知的に遠いところにある!』

<http://www.innovations-i.com/column/tcc2/12.html>
(フジサンケイ・ビジネスアイの情報サイトに連載中!)

▼この「認知的遠方収益機会論」については、月刊ゴルフ用品界GEWに連載中の『富田賢の横比較の目線』でも、2014年2月号に「他業種との比較や提携で、新しい収益機会を発見!」として、掲載。PDFは、下記。

http://www.tcconsulting.co.jp/wp-content/uploads/Golf_GEW_Tomita_Yokohikaku_201402.pdf

申し込み受付中の富田賢のセミナー講演

★詳細とお申し込みについては、当社Webサイトから!「とみたさとし」と検索!

新規事業立ち上げでは、どの方向に1歩を踏み出すかはとても難しい問題です。新規事業の方向性の戦略を徹底解説!収益機会の見つけ方や事業領域の拡大などを、最新の経営理論と豊富な実践経験で、解説します。本メールレターの冒頭に掲載した、「認知的遠方収益機会論」についても、お話しします。

●2014年3月6日(木曜日) 18:30~20:30
『新規事業立ち上げの戦略立案法』**受付中!**
~どこに一步を踏み出すかの決め方~
日刊工業新聞社主催 メトロガイドセミナー
<http://www.metroguide.jp/seminar/20140306/index.html>

これから10年活躍するための

新規事業 事業提携 の 参考書

昨今、主流となっているコリス&モンゴメリー等の「資源ベース理論」では、企業は、

- (1) 技術資源、(2) 生産資源、(3) 販売資源、(4) 人材資源、(5) 資金資源
- という5つ経営資源の集合体と考えられます。

私が専門としているアライアンス(事業提携)とは、それらの経営資源を交換し合っている行動と捉えることができます。

- 同じ経営資源を交換し合っているのか、それとも、異なる経営資源を交換し合っているのか、また、
- 同じ業界の企業でのアライアンスなのか、それとも、異なる業界の企業とのアライアンスか、

という2つの観点からアライアンスを分類すると、4つにタイプ分けができます。

それを、「アライアンス・マトリックス」と呼びます。

アライアンスを検討する際は、この「アライアンス・マトリックス」を頭に置いて、どのタイプのアライアンスを目指すのか、今検討しているアライアンスは、どのタイプなのかを整理して考えてみると、アライアンスの模索・検討がしやすくなります。

Today's Lesson

アライアンスの検討では、「アライアンス・マトリックス」を頭に置こう!

■アライアンス・マトリックス

	同じ業界との提携	異なる業界との提携
同じ種類の経営資源を交換	タイプA	タイプC
違う種類の経営資源を交換	タイプB	タイプD

▼詳細が掲載されているコラム

第11回 アライアンスは、経営資源の交換! 「アライアンス・マトリックス」を頭に置こう!

<http://www.innovations-i.com/column/tcc2/11.html>

(フジサンケイ・ビジネスアイの情報サイトに連載中!)

☆メールレターを月2回、5000人以上に配信中!

↓配信登録はこちらから↓

<https://www.tcconsulting.co.jp/mailmagazine>

富田賢のつばやき

Working Space

このコーナーでは、富田賢が日々の仕事の中で、気が付いたことやお会いした方について、お届けします!

本原稿2冊、セミナー講演、そして、コンサルティング

現在、私は2冊の本の執筆を進めています。

特に、マイナビ新書さんから出ささせていただく「世界のエリートが教えるちょっとした仕事の心がけ(仮)」は、今、本当に、力を入れています。

私のニューヨークのウォール・ストリートに本社を置く米国系の銀行での経験や、ペンシルバニア大学や上海交通大学などの海外の大学院での経験、旧・住友信託銀行での海外の投資ファンド等との取引の経験などから、世界のエリート達のちょっとした仕事術について、書いています。トップ・エリート達が実践している問題解決の手法についても、取りまとめています。

世界のトップ・エリート達の仕事ぶりは、何も米国のMBAに行かなくても、ちょっとした心がけで、誰にでも取り入れて実践ができることを解説させていただいています。5月末頃の出版予定です。

もう1冊は、総合法令出版さんからの「新規事業立ち上げのためのアライアンス戦略(仮)」。これは、私の定番のセミナーコンテンツです。7月下旬頃の出版予定です。

皆さん、発売をお楽しみに!

by Satoshi Tomita