



ものこと双発学会・ものこと双発協議会

ごあんない書



mono-koto.org



もの・こと・双発

新興国市場をはじめとするグローバル市場への展開においては、個別製品を巡る価格競争が激しさを増す中で、製品単体の売り込みだけでなく、総合的な事業提案・サービス提案により需要を喚起する／ニーズに応えるという方向性の追求が緊要な課題です。また、ICTの進行に伴い、現在では有形／無形のベネフィットが混在して生産・提供されており、もはや製造業者とサービス事業者の境界は曖昧で不明瞭となっています。新しいサービスを届けるには新しいモノが必要となり、新しいモノには新しいサービスが必要となるという現代的な基本視点の下では、多様化する消費者のニーズに、モノまたはサービスそれ単体の事業モデルでは応えられなくなっているのです。“もの”と“こと”の協働を力強く推進するビジネスモデルの提案力が問われていると言えます。

こうした背景のもと、“ものづくり”と“ことづくり”の双発エンジンにより、製品単体の価値から付加価値形成・サービス・エコシステム・ビジネスモデルなどの仕組みを織り込んだ総合的な価値生産への転換を議論する場として、2014年4月に「ものこと双発学会」および「ものこと双発協議会」を設立いたしました。



学術研究発表
分科会
論文

ものこと双発 学会

ものこと双発学会（以下、学会と言います）、および、ものこと双発協議会（以下、協議会と言います）は、共同して、“ものづくり”主体の産業構造から“もの・ことづくり”へと変革発展させるためのあり方を製造・サービス・ITの観点から調査・研究をし、広く社会に啓蒙して、新しいビジネス形態を構築してゆくことを目的としています。学会は、主に実学的な調査と研究の場として研究活動を推進し、協議会は社会実装に向けた議論をする場として啓蒙活動を推進する。学会の研究成果は協議会に持ち込まれ、協議会で顕在化した産業課題が学会に持ち込まれる。学会と協議会とで協働して、“もの・ことづくり”への転換を推進します。



学識経験者・研究者・実務家

研究成果

人材

ものこと双発 協議会

シンポジウム
定例研究会

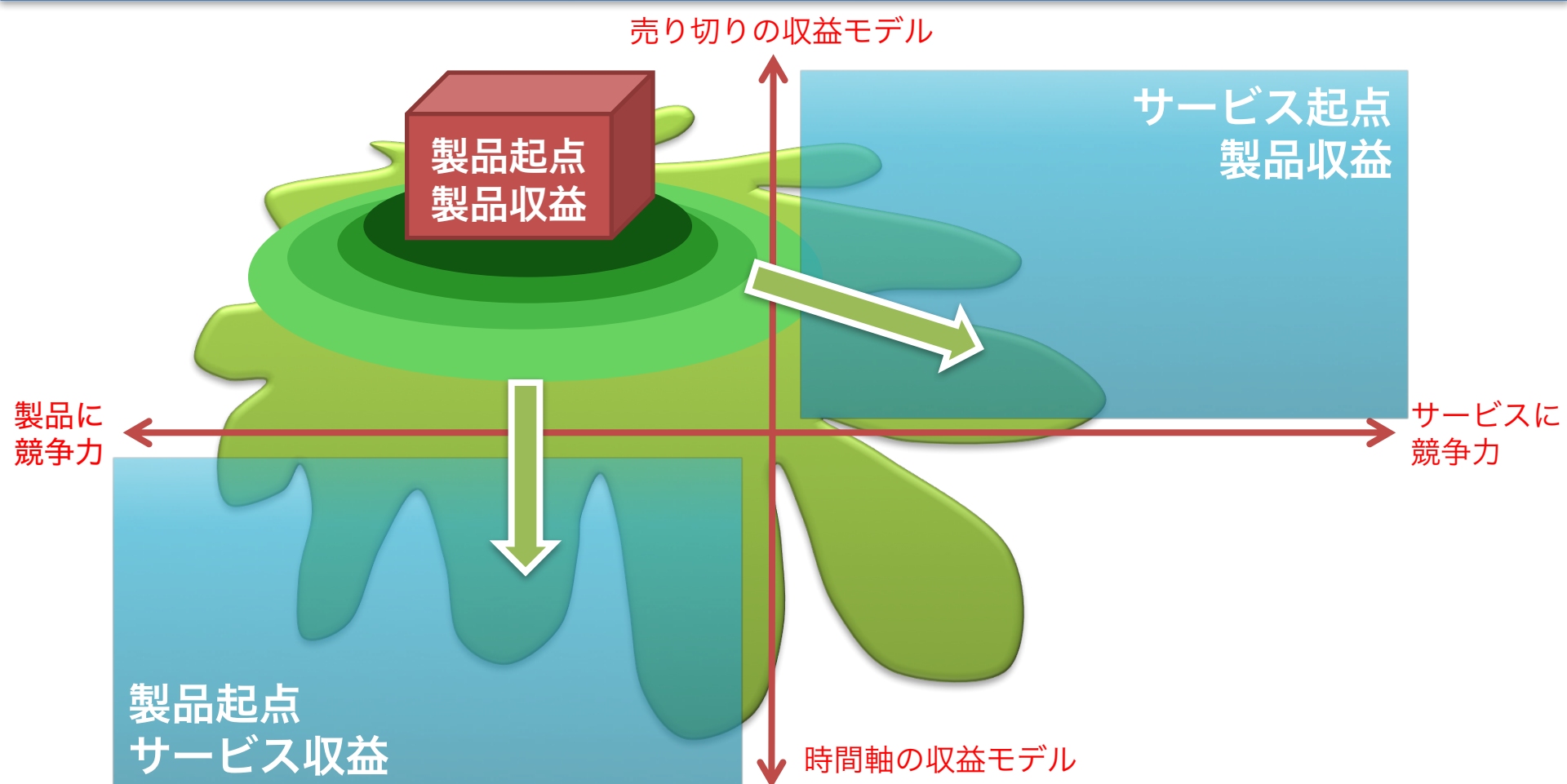
ニーズ

事例



大企業・中小企業

ものこと双発：ものづくりに“仕組み”を織り込んだビジネスデザインへ



こと = 付加価値形成・サービス・エコシステム・ビジネスモデル…

現在のビジネス環境において競争力となる重要な要素は目に見えにくい。この見えにくい要素をどうビジネスに実装するか。目に見える「モノ（製品）」と、目に見えにくい「こと（付加価値形成、サービス、エコシステム、ビジネスモデル）」を組み合わせることにより、新たな競争力を獲得し、（売りきりではなく）時間軸を持った収益モデルを形成する仕組み／仕掛けづくりが、ものこと双発学会・協議会が狙いとする対象と言えます。

⇒パターン1：製品(モノ)を起点にサービスによる収益と組み合わせる

⇒パターン2：「こと」を起点として製品(モノ)の競争力を組み合わせる

① ものこと双発を迫る背景事情

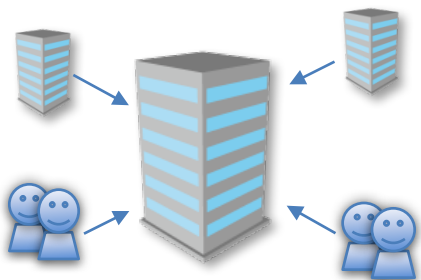


事業者内部の
要因として

- モノ単体での価格競争力の劣化
- 他方で、要素技術については引き続き高い競争力
- 日本発サービスの海外展開に（ガラパゴスではない）普遍的優位性が見られる事例

モノとサービスが融合した形態のビジネスモデルにより、
新たなステージの競争力を獲得できる可能性

② ものこと双発への市場のニーズ



外部の
要因として

- （主に途上国における）事業運営ノウハウの不足
- 人材の不足
- 柔軟なコスト負担能力、コスト処理スキームの不足
- 継続的事業運営に必要な金融手法の不足
- …etc

ものこと双発を求める市場の要請もある

③ サービスのグローバル展開の成否に影響するファクター



- これまでのサービスのグローバル展開事例から学ぶべき要素があるか
- 売り切りではない、時間軸を持った収益構造に伴う課題はあるか
- 特に、サービスの品質管理にかかわる課題はどのようなものか
- 時間軸をもった事業形態にかかわるリスク管理をどう行うか

サービス視点の
問題提起、課題抽出

サービスビジネスからの学びをものづくり産業にインプットできるか

①-③のテーマ
について

事例研究を通じた掘り下げ

学術研究発表
分科会
論文



学識経験者・研究者・実務家

ものこと
双発
学会



ものこと
双発
協議会



大企業・中小企業

シンポジウム
定例研究会

活動の核となるイベント



- **<協議会> 研究会 (月例)**
⇒ 協議会員を中心としたクローズドな事例研究会。学会員も参加できます。
- **<協議会> シンポジウム (年1回-2回)**
⇒ オープンに聴講を受け付けています。
- **<学会> 分科会活動 (定期/不定期)**
⇒ 現在「ITサービス分科会」が定期的に勉強会などの活動を行っています。
- **<学会> 年次学術研究大会 (年1回)**
⇒ 学会員が予稿論文を用いて研究発表する。協議会員も聴講できます。

2014年度イベントスケジュール (ご参考)

2014年度イベントスケジュール (ご参考)				
学会	1Q	2Q	3Q	4Q
		設立記念シンポジウム	研究会	年次研究発表大会 シンポジウム



ものこと双発学会 運営組織

会長 : 本山和夫 東京理科大学 理事長
 副会長 : 田中芳夫 東京理科大学 大学院イノベーション研究科 教授
 理事 : 久世和資 日本IBM株式会社 執行役員 全社CTO
 理事 : 小松崎常夫 セコム株式会社 顧問
 理事 : 関孝則 東京理科大学 大学院イノベーション研究科 教授
 理事 : 関口和一 株式会社日本経済新聞社 論説委員
 理事 : 瀬戸政宏 国立研究開発法人 産業技術総合研究所 フェロー
 理事 : 沼尾雅之 電気通信大学 大学院情報理工学研究科 教授
 理事 : 元橋一之 東京大学 大学院工学系研究科 教授
 理事 : 横澤誠 京都大学 大学院情報学研究科 客員教授

監事 : 坂本正典 東京理科大学 大学院イノベーション研究科 教授
 事務局長 : 沙魚川久史 東京理科大学 総合研究院 客員准教授

設立世話人会 : 田中芳夫(東京理科大学)、元橋一之(東京大学)、横澤誠(京都大学)、沙魚川久史(東京理科大学)
 賛同者 : 関総一郎、大橋秀行、山脇良雄

ものこと双発学会 趣意書

ものこと
双発
学会

新興国市場をはじめとするグローバル市場への展開においては、製品単体の売り込みよりも、サービス、事業運営などを一体としたビジネスモデルの提案力が問われている。個別製品を巡る価格競争が厳しさを増す中、総合的な事業提案、サービス提案を行い、市場の需要を喚起する、あるいは市場のニーズに応えるという方向性が追求される必要があるのだ。その中では、製品は総合的な提案の一要素としての位置づけとなる。グローバル市場において日本産業が再び勢いを取り戻すためには、徹底してマーケット視点に立ち、多様化する市場のなかで顧客にとって真の価値を提供するための“ものづくり”・“品質づくり”・“ビジネス（ストーリー・戦略・企画）づくり”をいま一度見直す必要がある。このため、本学会は、クラウドソーシング・グローバル化・サービス化・ソーシャル化などにつき広く産官学に亘る実務家や多種多様な学識経験者が領域を超えて広く交流し、新たな知を切り拓くための開かれた真理の探究の場となることを志向する。日本の科学と技術により、産業・経済を力強く再生し、活性化させて、日本の産業をものづくりによる一本足打法からもの・ことづくりの双発エンジンへと転換するために末永く寄与、貢献していくことが、本学会の目的である。

デジタル情報化技術（ICT）の普及により一般市場のサービス産業化は目に見えて進んでいる。消費の傾向も、例えば SaaS・PaaS・スマートフォンの台頭に象徴されるように、「モノ」それ自体よりも「モノの利用に付随する付加価値（ベネフィット）」を享受することに重きが置かれていると捉えることができる。消費者のニーズは多様化し、物質的な満足から体験的・経験的な充足感までもが需要の根源となってきた。

一方で、産業界に目を向けると、Open Innovationの必要性が叫ばれてはや10年になるが、この間には、ICTがすさまじい速度で進歩普及し、日本産業のこれまでのビジネスモデル、すなわち品質・コスト・大量供給という仕組みから抜け出た、新たな仕組みあるいは価値提案をする企業が世界で台頭している。これに対し、わが国産業は、ICTによるグローバルなビジネス展開の波に乗りきれておらず、新たな暮らし、ビジネスのあり方を提案するというよりは、他国が切り拓くICTインフラを部分的に享受する“ものづくり”に留まっている面が大きい。成長著しい新興国市場に浸透するに当たって、未だ、従来機能していた「世界同一品質のモノの輸出」という行動パターンが支配的であり、モノとサービスを融合させたグローバルなビジネス展開の構築に至っていない。しかしながら、現在では、ICTの進行により有形／無形のベネフィットが混在して生産・提供されており、もはや製造業者とサービス事業者の境界は曖昧で不明瞭である。多様化する消費者のニーズには、モノまたはサービスそれ単体の議論では応えられなくなっているのだ。新しいサービスを届けるには新しいモノが必要となり、また新しいモノには新しいサービスが必要となる。提供するベネフィットの性質が異なるモノとサービスによる協働、あるいは多くの事業者同士が協働するスキームについて様々な角度から研究ないし提案がなされれば、そのかけ算で多様な価値が新たに創造され得る。モノの所有からコトの利用への転換について、日本の産業形態に適応可能な実学としての議論が必要である。

さらに、ICTの発達は、事業者と消費者の“距離感”を大きく変えた。これが進めば、モノとサービスとの協働に、さらに消費者からの価値の循環を上手く取り込んだ三者間の価値形成が実現されるだろう。消費者にとって新規で多様な価値創造を行うためには、オープンなプラットフォームを通じた価値形成に関して、モノの所有からコトの利用の次の局面、すなわち消費者の役割変化についても更なる議論が必要となってくる。

本学会は、こうした変容する事業環境のなかで、わが国の産業・経済の活性化に寄与するために、モノとコトの協働を力強く推進するための議論と研究の場、そして実践の基盤づくりにかかる活動を進めるために設立するものである。

2014年4月1日 設立世話人会・賛同者一同

目的

本学会は、モノとコトの協働による価値創造を推進するために学術研究および研究交流を図り、もってわが国の産業、経済の活性化に寄与することを目的としています。

主な活動

- ものこと双発に関する研究の推進
- 学際的かつ実地的な学術と知見を有する、研究に従事できる専門家の養成
- 研究発表会、研究討論会、セミナー等の開催

会員の特典

- 研究発表会、研究討論会における発表の申請ができる
- シンポジウム、セミナーなど本学会が主催／協賛する各種活動に参加できる
- ものこと双発協議会が主催／協賛するシンポジウム、研究会などに参加できる
- ものこととの協働に関する多様なネットワークを構築

これらは、研究者あるいは企業人材にとって大きな資産となります。

入会申し込み

ものこと双発学会の会員種別と入会金・年会費は下表のとおりです。また、本学会では会員申し込みの際し、理事等の本学会役員あるいは事務局から 1 名の推薦を要件としております。推薦人を得た上での申し込みをお願い致します。

<会員種別>		<入会金>	<年会費>
個人会員（一般）		なし	10,000円
個人会員（学生）	社会人学生	：なし	8,000円
	フルタイム学生	：なし	3,000円
法人会員		10,000円	50,000円



申込書はwebサイトから
<http://mono-koto.org>

ものこと双発

ものこと双発協議会 運営組織

- 理事長：長島徹 帝人株式会社 相談役/前会長
- 副理事長：宮部義幸 パナソニック株式会社 専務執行役員CTO
- 副理事長：田中芳夫 東京理科大学 大学院イノベーション研究科 教授
- 理事：岩本祐一 株式会社小松製作所 常務執行役員 CTO(兼)開発本部長
- 理事：川上博矛 富士通株式会社 執行役員常務
- 理事：小松崎常夫 セコム株式会社 顧問
- 理事：近藤賢二 三菱電機株式会社 顧問
- 理事：長坂勝雄 千代田化工建設株式会社 代表取締役会長
- 理事：森永一郎 株式会社プランテックコンサルティング 代表取締役社長
- 理事：横塚裕志 一般社団法人情報サービス産業協会(JISA) 会長

- 監事：坂本正典 東京理科大学 イノベーション研究科 教授
- 事務局長：沙魚川久史 東京理科大学 総合研究院 客員准教授

設立世話人会：田中芳夫(東京理科大学)、元橋一之(東京大学)、横澤誠(京都大学)、沙魚川久史(東京理科大学)

賛同者：関総一郎、大橋秀行、山脇良雄

ものこと双発協議会 趣意書

デジタル情報化技術（ICT）の普及により一般市場のサービス産業化は目に見えて進んできました。消費の傾向も、例えばSaaS・PaaS・スマートフォンの台頭に象徴されるように、製品それ自体よりも「製品の利用に付随する付加価値（ベネフィット）」を享受することに重きが置かれていると捉えることができます。こうしたなかで、消費者のニーズは多様化し、物質的な満足から体験的・経験的な充足感までもが需要の根源となってきました。現在では、製品単体の売り込みだけでなく、あるいはそれよりも、サービス、事業運営などを一体としたビジネスモデルの提案力が問われていると言えます。特に、国内市場だけでなく、新興国市場をはじめとするグローバル市場への展開においては、個別製品を巡る価格競争が厳しさを増す中で、総合的な事業提案、サービス提案を行い、消費者の需要を喚起する、あるいは消費者のニーズに応えるという方向性を追求することが緊要な課題です。その中では、製品は総合的な提案の一要素として位置づけられます。新しいサービスを届けるには新しい製品（モノ）が必要となり、また新しい製品（モノ）には新しいサービスが必要となるという基本視点の下では、多様化する消費者のニーズに、モノまたはサービスそれ単体の事業モデルでは応えられなくなっているのです。

こうした背景のもと、今般、製品単体の価値生産からサービスを織り込んだ総合的な価値生産への転換、あるいはサービスを考慮した製品価値の生産について、「ものこと双発」を提唱し、広く産官学に亘る実務家や多種多様な学識経験者が領域を超えて広く交流するとともに、これを日本の産業界に適応可能な実学として推進するために「ものこと双発協議会」を設立いたします。

今後は、併設する「ものこと双発学会」で得られた研究成果や人材を産業界に提案して、“ものづくり”・“品質づくり”・“ビジネス（ストーリー・戦略・企画）づくり”のさまざまな局面を変革していくとともに、更なる「モノとコトの協働を」力強く実現するために活動していきます。

目的

本協議会は、“ものづくり”主体の産業構造から“もの・ことづくり”へと変革発展させるためのあり方を製造・サービス・ITの観点から議論し、新しいビジネス形態を構築について広く社会に啓蒙することを目的とする。

主な活動

- 会員相互の情報交換と経験交流に関する事業
- 啓蒙、人材育成等のための研修会等の開催事業
- 政府、一般社会に対する共同要望、共同提言に関する事業

入会申し込み

ものこと双発協議会の年会費は下記のとおりです。口数は1口から5口までとなります。
なお、会員は経済団体、その他の団体、企業等としております。

年会費 1口 5万円 ※ 1口よりお承りいたしますが、可能であれば2口以上での会費納入をお願いしております。

協議会会員企業（2017.3.1現在）

イシダ, 大崎電気工業, コマツ, サムトータル・システムズ, 情報サービス産業協会, セコム, セールスフォース・ドットコム, ダイキン工業, 千代田化工建設, 帝人, 東京理科大学インベストメント・マネジメント, 西島製作所, 日東工業, 日本エマソン, 野村證券, パナソニック, 富士通, プランテックコンサルティング, 三菱電機, 三菱東京UFJ銀行, 福島工業, 日本特殊陶業



申込書はwebサイトから
<http://mono-koto.org>

お問い合わせ



ものこと双発学会・協議会 事務局

東京都新宿区神楽坂2-6 PORTA神楽坂4階
東京理科大学 ものこと双発研究部門
(Tel) 03-5228-7852 | (Email) info@mono-koto.org

Web <http://mono-koto.org>

Facebookでも発信しています [facebook.com/monokoto.PR](https://www.facebook.com/monokoto.PR)