H02 付加価値創造を最大化する技術（ものづくり）経営の実践

経営学部・経営学科・教授・後藤　時政
tokimasa@aitech.ac.jp

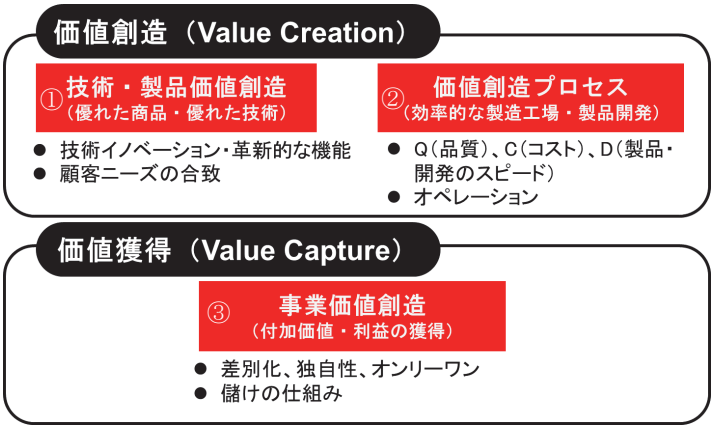
キーワード　技術（ものづくり）経営、付加価値創造の最大化、新しい経営手法の採用、産学連携（技術移転）

概要

技術（ものづくり）経営の目的とは、技術・商品に関するマネジメントの視点から、製造企業における長期的な付加価値創造の最大化を実現することです。

本研究室は、図1に示すフレームワークを用いて、①自社製品（技術）のイノベーション、②ものづくりの現場の効率化、③新しい経営手法の採用（マーケティング活動、知財戦略等）から、付加価値創造最大化のお手伝いをします。

特に①の実現については、当大学との産学連携（技術移転）を検討します。



※延岡、MOT［技術経営］入門より引用

図１　付加価値創造の３要素

セールスポイント

1．図1、特に②および③において改善点が見つかれば、経営学部内の他の教員（財務系、品質管理・生産管理系、マーケティング系）と連携可能である。
2．さらに、①の領域において技術的な問題解決によってイノベーションが実現可能な場合は、工学部および情報科学部の教員の指導が得られる。

企業等での活用例、今後の展望塔

1．新製品による新規事業の開拓、いままで手つかずだったマーケティング、特許利用などによって、付加価値創造の最大化が実現できるとともに、リスク回避にも繋げることもできる

参考資料

延岡健太郎『MOT〔技術経営〕入門』日本経済新聞出版社(2006).