

地球的人財を育成する
グローバルプロフェッショナルズ
創造戦略プロジェクト

第7期


Global Professionals



21世紀型「イノベートジャパン」人材創出のプラットフォーム

CONTENTS

「グローバルプロフェッショナルズ」創造戦略プロジェクト 趣旨	01
(資料)『ヤングレポート概略』 / 『パルミサーノレポート概略』	06
第7期スクールプログラム	07
講師のコメンテーション	09
受講生の声	15
マスターオブ GP が振り返る Global Professionals、そして今	19
特集 山本校長インタビュー Global Professionals(GP) 第7期生に向けて、山本学校長の本音に迫る!	21
発起人・サポーター・アドバイザーボード候補者 / 運営組織メンバー / 活動企画内容	23

 運営事務局

グローバルプロフェッショナルズ創造戦略プロジェクト
〒220-0002 横浜市西区南郷井沢15-12-505 山本国際マーケティング研究所内
電話 045-313-5271・5291 FAX045-313-0480
<http://www.yimi.jp/gp>

「グローバルプロフェSSIONALS」創造戦略プロジェクト 趣旨

山本 学

グローバルプロフェSSIONALS創造戦略プロジェクトスクール校長

わが国日本の復興とその後の著しい経済成長 GDP 世界第2位の現実はもう過去のストーリーになった。「時」は早い。目を見張るばかりの経済繁栄を築いた日本も「モノの無い時代」から「物の豊富」な時代を形成し真の成熟化に突入した。需要構造の極端な変革期を迎えている。これは一般社会における企業や個人のライフスタイルにも俄然変革を求められている。世界で有数の経済大国としてのポジションも神話だと気付いて欲しい。殊にプラザ合意以後世界の経済はグローバル経済、すなわちボーダーレスになってきた。言い換えれば国境そのものが実線から点線になった結果、経営資源である資本や技術、顧客、企業が国境をまたいで自由に移動するようになった。従って、「競争」概念も「順位競争」から「勝負の競争」になってきた。所謂、成長の継続のないところには倒産または崩壊に直面し易くなってきたと言える。ライバルの存在意識から自らの成長戦略構築のみの認識が勝ち残り創造を可能にしてくれる。従って、レベルの高い優位性を保持するための仕組みづくり（研究・学習）が問われてきている。一方、悲しいかな今日の日本国の政治家をはじめ企業経営人は優位性の確保のためなら如何なる犠牲・手段も問わないとの認識が常識化となりつつある。特に今年2011.03.11の東日本大震災による災害から生じた原発の諸問題その為か政府や官僚との癒着による陳腐化現象、産業界の汚職横領などの腐敗等が顕在化し国民多くが不安の坩堝の極みに存在している。特に「人間の二セモノ」現象ほど惨めな現象はないだろう。

そして身近な周りでは目を覆いたくなるような事件や事故、特に若年層の起こす殺害や若い主婦の幼い我が子の殺傷など等、由々しき多くの問題の山積の実態に驚くばかりである。一方日本を含む世界の産業界では高度情報技術社会化による台頭が近隣諸国を含む東北アジア特に隣の国中国での著しい開発・成長、それも加速度的な現象は吃驚の値である。言い換えれば世界標準という枠組みのもとで欧米を筆頭に近隣のアジア諸国は未来の成長を期待して BRICS 市場へのスタートが切られた。周辺諸国の凄まじい勢いある進展とその活動を傍観していいのだろうか。「物の豊富」が当たり前と言う状況に入り込んでくると、「流れ」の変化に気づかず、過去の成功体験やそのシステムや慣習の踏襲に甘んじ、問題解決をして前進しようという気概が失われつつある。つまり、生活習慣病のような病に陥っているのがわが国日本の現状のようである。米国では '85 ヤングレポート、'04 パルミサーノレポートの提言に見られるようにしっかりとした主張がある。それは、将来の繁栄かつプライオリティあるアメリカのために「今日現在」アメリカ人は多くの後輩や子孫にいったいなにをしなければならぬのかについての自戒であり、訓告であり、警鐘を主張している。社会や市場はライブしている。ダイナミックに動いている。「イノベーション」の渦中でもある。それも「地球的」な動きでもある。所謂ここに真の「変革」が求められている。「変革」のないところに国家・産業・企業・個人は破滅の危機に直面するだろう。絶えざる「イノベーション」

が未来の期待値を創出する。ボーダーレスの時代、まさにこれからはグローバル（地球的）志向のみが

- 1) 日本国のグローバルプライオリティ、
- 2) 激しいグローバル競争への挑戦、
- 3) 真実性のあるライフスタイル、
- 4) グローバルコミュニケーション（世界が仲間・友人）そして
- 5) 「氣」づきのもてるマーケティング 3.0 戦略

などを形成可能ならしめる。すなわち、21世紀型グローバルプロフェSSIONALS（地球的一流の人財）の創出を期待し、それを具現化するの今はチャンスである。グローバルプロフェSSIONALSとは地球的志向の枠でロジカルシンキングをもった行動、そしてよりセンシティブかつエキスパートな情報と自らに厳しい戒律をもって自己実現にチャレンジし、日本を含む世界に貢献できる「人（人間）」と呼びたい。このような観点に立ち日本をはじめ世界中に通用するプロフェSSIONALS創造のためここに立ち上げたプロジェクトは早7年を迎えることができた。この活動は世界から期待されるエキサレントな現実である。また、躍進ある日本・世界を創造する人財育成に貢献できるだろうと確信する。

平成 23 年 10 月吉日

●プロフィール 山本 学

山本国際マーケティング研究所 代表
アジアパシフィック経営・マーケティング研究会 主宰
中国遼寧大学商学院（MBA ビジネススクール） 客員教授

大阪生まれ。グローバルマーケティングのプロフェSSIONALコンサルタントとして40有余年活躍中
業種・業態を超えたメカ及び卸・小売流通への経営・販売のための戦略構築指導やそのためのダイナミックな企業内研修の実施
80年代初期からは高度情報技術社会化志向に先駆けたシステム起用の指導を積極的に行い、高い評価を得る
ここ最近では、2,3の海外を含む大学で教鞭をとり世界の若い世代に強烈且つ厳しい啓蒙指導に東奔西走
特に東アジアを中心にした指導活動を積極的に行っている

Producing Global Professionals for the 21th century

Manabu Yamamoto

President, Strategic Project for creating Globally Qualified Professionals



Our country's rapid postwar recovery and its significant economic growth that realized world's second largest GDP is now a story of the past.

"Time" sure flies. Even Japan, who built spectacular economic prosperity has now entered true maturation by creating an era of "plenty of goods" from "lack of goods". Demand structure is facing an extreme transformation.

This means companies and individual's lifestyles in general public are also facing dramatic changes.

Please realize that position as one of the largest economic giant in the world is now a myth. Indeed, world's economic after Plaza Accord has become a global economic, meaning it has become truly borderless.

In other words, as a result of border line itself changing from solid to dotted line, managerial resources such as capital, technology, customer and company are travelling freely across the border.

Therefore, concept of "competition" has been changing from "competition of rankings" to "competition of matches".

We can say that for places without continuous growth, it is becoming easier to face bankruptcy or disintegration.

Recognition of focusing on one's own growth strategy from being aware of rivals will prevail and make creativity possible.

Therefore, mechanism to sustain advantage at a high level (research, study) is now called in question.

On the other hand, sadly today's politicians as well as business administrators in Japan do not object to any sacrifice or means if it is to secure advantages and this is now becoming to be considered normal.

Especially, nuclear power

plant problems occurred by the disaster of The Great East Japan Earthquake tsunami on March 11, 2011.

For this or not, obsolescence phenomenon due to collusion of government and bureaucrat, corruption and etc. such as corrupted embezzlement of industry has become exposed and many people are in the height of anxiety.

Besides, there is nothing more miserable that "fake human" phenomenon. In surrounding areas nearby, we are surprising to find many grave problems such as dreadful crime and accidents, especially murder caused by young people and young wives harming and killing their small children and etc., being piled up.

On the contrary in the field of industry including Japan, thanks to advanced IT rise of neighboring countries including north eastern Asian countries; especially next door country China's remarkable development and growth, further, accelerated phenomenon is astonishing.

In other words, within the frame of global standard, with West at the head of the list neighboring Asian countries, started for BRICS market with expectations on its future growth.

Do we do nothing but just look the terrific progress of neighboring nations and their activities?

When "Plenty of things" becomes a natural situation, the spirit of advance is tend to be disappeared due to the fact that people likely to be contented with following a past success experience, the system, and the custom without not paying attention to current "Flow".

This is like lifestyle-related diseases and like the current Japanese situation.

There is a steady insistence in the United States which is shown as the "Young Report" in 1985 and "Innovate America

(Palmisano report)" in 2004. These prove that American are always cautioning, admonishing and warning themselves to insist on what they should do "today" for a lot of juniors and descendant who assume America's future prosperity. The society and the market are moving.

Besides, it moves dynamically. We are also in a whirlpool of "Innovation". It is "Earth" movement. That is why "Revolution" is necessary.

The nation, industry, the enterprise, and the individual will face the crisis of ruin if there is no "Revolution". Constant "Innovation" creates the expected value in the future.

In Board less age, those who have global thinking make these happens;

1. Global priority of Japanese country,
2. Challenge to acute competition in the world
3. Lifestyle with credibility,
4. Global communication
5. New marketing strategies such as marketing strategies 3.0

In other words, now is the time when we expect for 21st century global professionals and translate it into reality.

We call a global professional who can contribute the world by action with logical thinking, who is sensitive to information, has an expert knowledge and challenge to self-actualization according to his or her own precepts.

This project has been continued for 7 years to create a global professionals who can build the strong position in the world.

This project is one of the exciting activities which is counted by the world and I believe this project also foster human resources with creative talent.

● Profile Manabu Yamamoto

President, Strategic Project for creating Globally Qualified Professionals
President Yamamoto International Marketing Institute
Chair, Asia Pacific Management/Marketing Institute
China Liaoning University Graduate School of Management

In early 80's, promoted a system that matches the coming of the advanced information technology society and received high acclaim. Recently, teaches at the university including 2 or 3 foreign countries, and works hard to serve an insistence and severe enlightenment guidance to educate the younger generation in the world; especially focuses on East Asia. Born in Osaka. Has worked as Global marketing professional for 40-odd years. Regardless of category of business or operation, conducts building management and sales strategies for manufacturers, wholesales and retail distributions and implements an outstanding corporate training to lead the company to success.

「21 世纪全世界规模的专家」是什么

创造「国际通用的人才 (Global Professional)」战略计划 第 7 期「培养人品」「创造对市场有感受性」为主的战略讲座

第二次世界大战后我国日本快速的复兴与成长使国民总生产力 (GDP) 变成世界第 2 经济大国。但这个令人吓得目瞪口呆的经济繁荣已经变成“过去”。从一个「没有物质的时代」形成了「物质丰富时代」, 突入真正的成熟化了。在一般社会上, 企业以及个人需求的生活方式突飞猛进的改革变化当中。同时这也给世界有数的经济大国们提醒“目前的地位有可能会变成神话”。

自从 Plaza 协议以来世界经济成为全世界规模经济, 就是成为真正的无界限化了。换句话说国境线从实线变成点线, 结果, 经济资源的资本, 技术, 顾客, 还有企业跨国境, 可以自由移动了。因而过去的“竞争概念”也是从“竞争地位”变成“竞争胜负”。可以说明竞争的内容越来越极端起来了。所谓没有继续成长的地方就容易面临倒闭或者奔溃。只有以意识竞争对手的存在, 可以认识到自己的成长战略构筑, 争取下次比赛的资格而能够创作。就因此为了保持高层次的优势, 提到需要制作结构(研究·学习)。

一方面, 可惜现在的日本国内的企业经营者为了确保自己的利益, 不顾任何牺牲·手段之想法越来越普遍化。正因如此, 与政府·官僚勾结攀扯的腐败现象, 在产业界上的贪污私吞等腐败现象开始表面化了。

尤其是今年(2011年3月11日)日本东北地区海啸所引起的大地震重大的影响到核辐射。政府对此次的震灾对应的一系列的过程中暴露出政府官员和官僚勾结攀扯现象及产业界上的贪污现象导致国民对政府

露出失望神色。还有没有比「假品」现象更悲惨的现象。而在我们周围的日常生活里发生的惨不忍睹的事件以及事故, 特别是年轻人所引起的凶杀案以及年轻母亲杀伤自己的孩子等, 对于极多严重问题大量在积压的实际情况下感到惊讶。

另一方面, 在产业界上的高度情报技术社会的抬头, 近十年来很显著的开发·成长, 尤其是加速度的现象, 呈现出一种善恶。再说在世界标准的轮廓之下, 以欧美为首, 近邻的亚洲各国也期待未来的成长, 对于 BRICS 市场开始起跑了。难道我们就这样袖手旁观周边各国的迅猛进步和其活动吗?

如果万一认为「物质的丰富」是当然的情况, 有可能就察觉不到“潮流”的变化, 甘心继承过去的成功体验及其结构或者习惯, 结果渐渐失去解决问题而前进之概。

正如陷入生活习惯病的我国日本的现状。如美国的“85 青年报告 (Young report)”, “04 Parumisano report (报告)”里所提倡, 有坚实的主张。那是将来美国为了能够享有繁荣和优先权, 「今天现在」美国人对于后辈以及子孙是应该怎么做自我警惕, 是教训, 又是警钟。社会以及市场很有力地活动。又是在变化·变动的过程里。也就是「地球性」的活动。当然, 这里需要「改革」。没有「改革」的地方, 企业·产业·国家将面临毁灭的危机。不断的「革新」创造出对于将来的期待值。在一个无界限的时代里, 今后只有国际性(全世界规模)志向

- 1) 日本国家的国际优势性
- 2) 对于国际竞争激烈的挑战
- 3) 有证实性的社会生活
- 4) 全世界性的交流(全世界的人都是伙伴·朋友)
- 5) 能够形成以及周知市场战略 3.0 的「理会及认识」。

也就是, 期待创造出 21 世纪国际通用人才, 而现在就是具体化的好时机。在地球志向的框架里, 拥有合乎逻辑思考的行动, 有更高层次的专门信息, 对于自己以持有严格的戒律性而挑战去实现自己, 不仅是对于日本社会而且能够贡献给世界的「人」, 这样的人才能叫做“国际通用人才”。

站在这样的观点上, 为了创出不仅在日本, 而且在世界上能够通用, 我们开始了新的计划, 已经有 7 年了。

这种活动不管在日本国内, 而且在世界各国所期待的兴奋的现实。我们坚信通过培养人才, 创作使日本·世界跃进的人才而贡献。

平成 23 年 10 月吉日

山本 学 (Yamamoto Manabu)

全世界规模专家 (Global professional) 创作战略计划 (Project) 公开学校 校长
山本国际市场研究所 代表 / 亚洲太平洋经营·市场 (marketing) 研究会 主持
中国辽宁大学 工商管理硕士学院 (MBA Business School) 客座教授

1938 年出生在大阪。1967 年创业。当作市场经济 (marketing) 的专家。在国内外的化妆品·家庭电器·食品·饮料等制造厂·组织流通以及小卖专门店有利的指导。从 1980 年初期热烈进行「Knowledge Management」[Customer relationship Management] 的指导活动以及启发。现在当作全球规模市场集团 (Global Marketing Consultant Group) 的顾问, 特别是在中国的活动奔走

「21 世纪 글로벌 전문가 창조배양 프로젝트」

글로벌 프로페셔널즈 창조전략 프로젝트 제 7 기「인간력육성」&「마케팅감성창출」전략스쿨

취지

일본의 부흥과 그후의 눈부신 경제성장으로 인해 GDP 가 세계 제 2 위였던 현실은 어느덧 과거의 영화로 남게 되었다. 시간은 참으로 빨리 변화한다. 눈부실 정도의 경제변영을 이루어온 일본도 이제는「물건이 없던 시대」로부터「물건의 풍부한 시대」로 변화하여 진정한 성숙화 단계로 들어섰고 수요구조의 극단적인 변혁기를 맞이하고 있다. 이는 일반사회에 있어 기업이나 개인의 라이프 스타일에도 변혁을 추구하고 있음을 뜻한다. 세계에서 유수의 경제대국으로서의 위상도 이제는 신화일

뿐임을 인식했으면 하는 바람이다. 프라자합의 이래 세계의 경제는 글로벌 경제, 즉 진정한 보더레스화가 되었다. 다시 말하면, 국경선이 실선으로부터 점선으로 변화하여 경영자원인 자본이나 기술, 고객, 기업이 국경선을 초월하여 자유롭게 이동할 수 있게 되었다. 따라서「경쟁」이라는 개념도「순위의 경쟁」에서「승부의 경쟁」으로 변화하고 있다. 즉 성장이 지속되지 않는 곳에서는 기업이 파산 또는 붕괴에 직면하기 쉬워졌다. 라이벌의 존재를 의식함으로써 스스로의 성장전략구축을 인식하게 되고 경쟁 속에서 살아남기 위한 창조를 가능하게 하였다. 따라서 높은 레벨의 우월성을 유지하기 위한 구조 만들기 (연구·학습) 가 필요하게 되었다. 한편, 아쉽게도 현재 일본의 정치가를 포함한 국내 기업경영인들은 우월성을 확보하기 위해서는 어떤 희생과 수단을 가리지 않는다는 인식이 상식처럼 되고 있다. 특히 올해 2011.3.11 동북쓰나미대지진으로 인해 대두된 원자력 발전등의 여러문제, 정부나 관료들과의 유착으로 인한 진부화(陳腐化) 현상, 산업계의 오직횡령(汚職橫領) 등의 부패가 현저하게 대두되어 국민 모두가 불안함을 느끼고 있다. 특

히「위조품」현상만큼 비참한 현상은 없을 것이다. 최근 눈을 가리고 싶을 정도의 사건사고 특히 젊은이들이 일으키는 살인사건, 젊은 주부가 자신의 어린 자식을 살상하는 등의 많은 문제의 실태에 놀라지 않을 수가 없다.

다른 한편, 일본을 포함한 세계의 산업계에서는 고도로 발전한 정보기술사회의 대두, 특히 이웃나라 중국을 포함한 동북아시아에서의 눈부신 개발, 성장에는 놀라움을 감출 수 없다. 달리 말하면 세계적 표준이라고 불리는 구조 아래에서 구미를 필두로 가까운 아시아 여러나라들도 미래의 성장을 기대하며 BRICS 시장의 진출을 하고 있다. 하지만 우리는 이러한 주변 여러나라들의 눈부신 진보와 활동을 그냥 보고만 있을 것인가. 「물건이 풍부하다」는 것을 당연하다고 생각하면 「시대의 흐름」의 변화를 눈치채지 못할 것이고 과거의 성공담이나 시스템 혹은 습관에 만족하게 되면 문제해결과 전진하려고 하는 기개가 없어지고 말 것이다. 즉 생활습관병이라는 병에 걸려있는 일본사회의 현상태가 바로 그러하다. 미국에서 1985년 Young 레포트, 2004년 Palmisano 레포트에서 제창된 관점들이 바로 이런 현상을 지적한 바 있다. 즉 장래의 변영과 우선권을 갖은 미국이 되기 위해서는 지금 현재의 미국인들은 후손을 위해 무엇을 해야 할 것인지에 대한 자계(自戒)이자 교훈이며 경종(警鐘)이기도 하다. 사회와 시장은 활동적이며ダイナ믹하게 움직이고 있다. 또한「이노베이션」의 도종이기도 하다. 이노베이션 또한「지구적인」움직이기도 하다. 소위 여기에서 진정한「변혁」이 추구된다. 변혁이 없는 곳에는 국가·산업·기업·개인은 파멸의 위기에 직면하게 될 것이다. 끊임없는 이노베이션만이 미래의 기대치를 창

출할 것이다. 국경이 없는 시대에서 글로벌(지구적) 지향만이

- 1) 일본의 국제적 우월성을 유지할 수 있고
- 2) 격렬한 국제 경쟁에 도전할 수 있고
- 3) 진실성이 있는 사회 생활을 만들 수 있고
- 4) 글로벌 커뮤니케이션 (세계가 동료·친구) 그리고
- 5) 깨우치는 마케팅 3.0 전략등의 형성을 가능하게 할 수 있다. 즉 21 세기형 글로벌 전문가 (지구적 일류의 인재) 의 배양을 기대하고 그것을 구체화하는 것은 바로 지금이 기회이다. 글로벌 전문가란, 지구적 지향의 범위에서 로지컬싱킹으로 행동하고 보다 센시티브하고 보다 전문적인 정보와 엄격한 규율성을 갖고 자기실현을 위해 도전하는, 일본을 포함한 세계에 공헌가능한 사람이라고 할 수 있다. 이러한 관점에서 일본은 물론 세계적으로 통용되는 전문가 창조를 위해서 이 프로젝트를 시작한지 7 년을 맞이하게 되었다. 이러한 활동은 일본 국내 뿐만 아니라 세계로부터 기대받는 뿌듯한 현실이기도 하다. 또한 이 프로젝트를 통해 배양된 인재들이 일본, 나아가서 세계를 창조할 수 있는 인재 육성에 공헌할 수 있을 것이라고 확신한다.

- 2011년 10 월에
야마모토 마나부
· 글로벌 프로페셔널즈 창조전략 프로젝트 무료공개스쿨 교장
· 야마모토 국제 마케팅 연구소 대표
· 아시아태평양 경영 마케팅 연구회 주제
· 중국랴오닝대학 (MBA 비즈니스 스쿨) 객원 교수

야마모토 마나부 (Yamamoto Manabu)

글로벌 프로페셔널즈(Global Professionals) 창조 전략 프로젝트 학원 학장

오사카출신.글로벌 마케팅 스페셜리스트로서 활약중. 업종과 업체를 초월하여 다업계에서 경영·판매를 위한 전략적이면서 다이내믹하게 기업내의 연수등을 지도. 1980년초기부터 고도정보기술사회화 지향으로 선구적인 시스템 기용을 적극적으로 지도하여 높은 평가를 받음. 근년 해외 여러 대학에서 교편을 잡고 세계 젊은 세대들에게 강력하고도 엄격하게 지도하면서 동부서주 하고 있다. 특히 동아시아를 중심으로 적극적인 지도활동을 하고 있음.

Рекордно быстрое восстановление Японии после окончания Второй мировой войны и существенный рост её экономики, который позволил занять второе место в мире по показателям ВВП, уже стали достоянием истории.

Однако со временем всё меняется. Даже Япония, добившаяся процветания своей «чудо-экономикой», уже достигла своего пика, где эпоха изобилия пришла на смену дефициту.

В значительной степени изменилась система потребностей в целом, что оказало большое влияние на жизнь предприимчивых людей.

Мы хотим чтобы вы поняли, что статус Японии как мирового экономического гиганта превратился в миф. После заключения соглашения «Плаза» мировая экономика стала глобальной - экономические границы были фактически стёрты.

В результате того, что границы государств стали более прозрачными, такие экономические факторы как финансы, технологии, производители и потребители стали свободно перемещаться через границы, а конкуренция из «иерархической» переросла в «конкуренцию равных».

Сложилась ситуация, в которой предприятия, не поддерживающие свой постоянный рост, столкнулись с реальной опасностью банкротства либо распада.

Осознание важности сфокусироваться на стратегии собственного развития на основе понимания конкурентов становится доминирующим и создаёт условия для творческого подхода.

И тогда на повестку дня встает вопрос о технологиях, способствующих поддержанию стабильного развития и благополучия, а именно, исследование и обучение.

С другой стороны, очень досадно наблюдать за тем, как современные политики и представители бизнеса в Японии не пренебрегают любыми жертвами и средствами, чтобы сохранить свое благополучие, и особенно пугает то, что это становится нормой.

Хорошим тому примером могут послужить проблемы радиации, вызванные

землетрясением и последующим цунами 11 марта 2011 года на северо-востоке Японии.

Ещё больший шок вызывает явление, именуемое японским обществом как «псевдочеловек».

На своё удивление и ужас мы узнаём об ужаснейших преступлениях и проишествиях в соседних префектурах, совершенными молодыми людьми, а также случаи насилия и даже убийств в младенцев своими матерями.

Сложно сказать однозначно, существует ли связь между этими преступлениями и явлениями, описанными в самом начале, но в результате произошедшей трагедии на поверхность вышли факты, неопровержимо говорящие о застарелости системы: сговор правительств и бюрократии, коррупция, расхищение в индустрии.

Эта ситуация заставила очень многих людей почувствовать серьёзную обеспокоенность. В сфере мировой индустрии, частью которой является и Япония, благодаря развитию информационных технологий происходит стремительный рост в странах северо-восточной Азии, особенно поражают темпы развития Китая, который к нам ближе всего.

Более того, в рамках мирового стандарта, где главенствующее место принадлежит странам Запада, с надеждой на будущее развитие Бразилия, Россия, Индия, Китай и Южно-Африканская Республика сформировали свою экономическую коалицию под названием БРИКС.

Неужели нам только и остаётся, что наблюдать за деятельностью и впечатляющими успехами стран-соседей? Когда изобилие в Японии начало восприниматься как естественное положение вещей, дух развития и прогресса стал иссякать в силу того, что люди и подчинились течению и пошли по удобному пути прошлых успехов, восприняли существующую систему как единственно верную и перестали следить за тенденциями вокруг.

Ситуация, которую мы имеем в Японии сегодня, напоминает болезнь, возникающую в силу определённого образа

жизни.

Об этой проблеме говорилось уже в 1985 году в США в так называемом «Докладе молодёжи» и в 2004 году в «Инновационной Америке» (доклад Пальмизано).

Это доказывает то, что Америка уже довольно давно делает акцент на том, что надо сделать сегодня для следующего поколения, в чьих руках будет процветание Америки.

Эти явления динамичны. Мы все вовлечены в инновационную воронку. Это движение земли. Вот почему нам необходим переворот.

Народ, промышленность, инициатива и личность потерпят крах если его не будет.

Непрерывная инновация создаст желаемые ценности в будущем. И только молодёжь, способная к глобальному мышлению, может реализовать нижеследующее:

1. Добиться глобального превосходства Японии
2. Заявить о себе в жесткой конкурентной борьбе в мире
3. Жить, осознавая объективную реальность
4. Мыслить и общаться глобально
5. Применять новые маркетинговые стратегии, подобные 3.0

Другими словами, пришло время специалистов глобального класса, которые воплотят в реальность поставленные цели.

Специалистами глобального класса мы называем людей, способных принести пользу миру своими логическими размышлениями и действиями.

Это люди, способные воспринимать информацию, владеющие профессиональными знаниями и те, кто стремится к самореализации в соответствии с поставленными целями.

Этот проект уже насчитывает 7-летнюю историю подготовки специалистов в глобального класса, способных занять прочное место в мире. Этот проект является одним из самых увлекательных явлений в мире, и я очень надеюсь, что он будет способствовать подготовке специалистов творческой направленности.

Манабу Ямамото

Директор некоммерческой открытой школы «Стратегический проект подготовки специалистов глобального класса»
Представительный директор международного исследовательского центра маркетинга Ямамото
Председатель исследовательского общества маркетинга и управления Азия - Пасифик
Приглашенный профессор бизнес школы (MBA) Института торговли Ляонинского Университета, Китай

Манабу Ямамото родился в Осаке. Занимается глобальным маркетингом уже на протяжении 40 лет. Консультирует большое количество ведущих предприятий Японии разной сферы деятельности по вопросам управления и стратегий продаж, а также проводит уникальные обучающие тренинги для сотрудников этих компаний.

В начале 80х годов предложил систему, которая идеально подходила эпохе общества развитых информационных технологий, за что получил высокую оценку в научных кругах. В настоящее время преподаёт в 3х университетах (в том числе и зарубежных) и усердно работает над развитием образования будущих поколений, где особое внимание уделяет молодёжи Восточной Азии.

『ヤングレポート概略』 Global Competition The New Reality

■競争力の定義

国が国際市場の試練に供する財とサービスをどの程度生産でき、同時にその国民の実質収入をどの程度維持または増大できるか。

■現状認識

生産性、生活水準、貿易収支等から、米国の競争力が低下しており、その原因は為替などではなく製造業の競争力低下にある。

■提言

- 1) 新技術の創造・実用化・保護
 1. 科学技術省創設
 2. 研究開発税優遇措置増進
 3. 共同開発のための独禁法障害撤廃
 4. 製造技術の改良による新技術商業化
 5. 知的所有権の保護強化
 6. 産業競争力ニーズと規制の均衡化
- 2) 資本コストの低減（生産資本の供給増大）
 1. 赤字解消
 2. 税制改革
 3. 通貨政策の安定化
 4. 資本の流れの効率化を阻害する障害撤去
- 3) 人的資源開発（労働力の技能・順応性・意欲の向上）
 1. 政府、産業界、労組間の実効性ある対話
 2. 労使協調化
 3. ストックオプション等従業員奨励策の強化
 4. 解雇労働者支援
 5. 大学・研究所の技術教育支援
 6. 実務学校の支援
 7. 教育面での行政と民間の協力
 8. 教育技術促進
- 4) 通商政策（国際貿易）の重視
 1. 通商政策と投資政策の改善
 2. 外国の不当な慣行対処に向けた内国貿易法の見直し
 3. 独占禁止法緩和に向けた改正
 4. 輸出制限の緩和に向けた輸出管理法の改正
 5. 他国並みのCOCOM規制の緩和
 6. 輸出援助制度拡大
 7. 貿易情報の普及
 8. 輸出入銀行を活用した輸出融資
 9. 国際商社設立の立法化
 10. 多国籍間貿易制度促進

『パルミサーノレポート概略』 Innovate America:Thriving in a World of Challenges and Change

■背景

米国の景気の源は創造力に富んだ経済力であるが、土台が揺らいでいる。最も大切なのは経済成長の実現であり、イノベーションこそが原動力となる。イノベーション戦略を立てる上で重要な変化や要素は以下の3つ。

- 1) イノベーションの新しい形態
- 2) 競争の激化
- 3) 機会の範囲

環境親和型エネルギー、バイオ技術を用いた内科治療法、情報技術を用いた医療、安全保障、製造業といった領域での技術革新、新産業創出と新規雇用が期待される。

■提言

- 1) 人材（イノベーションにとって最も重要な要素）
 1. 多様性に富み、革新的で熟練した労働力の創出のために国家的イノベーション教育戦略を構築すること
 2. 次世代のイノベーターを育てること
 3. グローバルな競争に晒される労働者に対する支援策を講じること
- 2) 投資
 1. 先進的・分野横断的な研究を活性化させること
 - 2.アントレプレナーシップのある経済主体を増加させること
 3. リスクを積極的に取った長期的投資を強化すること
- 3) インフラストラクチャー
 1. イノベーションを通じた成長戦略について国家的コンセンサスを醸成すること
 2. 知的財産権に関する制度を整備すること
 3. 規格の統一など米国の生産能力強化のインフラを整えること
 4. 医療分野をモデルとしてイノベーションのためのインフラ整備をケーススタディ的に行うこと

出典：
2005 日本政策投資銀行
「産業競争力強化に向けた米国動向と日本の課題」

参考：
2005 日本政策投資銀行
「産業競争力強化に向けた米国動向と日本の課題」
2005 NEDO ワシントン事務所
「国家イノベーション・イニシアティブの報告書」

第7期スクールプログラム

第7期 人間力育成講座・戦略マーケティング講座

強いプロフェッショナルズを創る、プロアクティブでインタラクティブな**無料**公開スクール。
世界的・国際的に著名な有知識人・学者・実業家・プロフェッショナルコンサルタントによるプロフェッショナルズ創造のための人材育成カリキュラム。

2012年 4.13 fri 19:00～開講式/懇親会
2013年 2.16 sat 18:00～修了式/懇親会

◆会場 東京銀座資生堂ビル9階
〒104-0061 東京都中央区銀座 8-8-3
TEL 03-5537-6241
http://www.shiseido.co.jp/ginzabld/

◆参加受講者への特典
□特典1 無事修了者には「マスターオブGP」の認定証を授与
□特典2 修了者の希望で「転職」または「海外留学」などの支援対応可

第1回 10:30-15:00 (10:00 受付開始) **テーマ** 自己改革 有限性ある時間枠で挑戦するための原理・原則
機動力・営業力・提案力・人間力を創出する手法
講師 山本 学 山本国際マーケティング研究所代表
中国遼寧大学商学院 (MBA ビジネススクール) 客員教授

5.19 sat 16:00-18:00 終了後懇親会 **テーマ** 『マーケティングの基礎知識』概論とケース
1. 21世紀型マーケティングの定義 2. 環境分析～市場環境と自社状況分析
3. 事業領域の選択 4. マーケティング・ミックス戦略 (4P/4C)
《ケース：資生堂》

第2回 10:30-15:00 (10:00 受付開始) **テーマ** 真のプロフェッショナルズ 企業人としてあるべきヒューマンスタイル
講師 山本 学 山本国際マーケティング研究所代表
中国遼寧大学商学院 (MBA ビジネススクール) 客員教授

6.16 sat 16:00-18:00 終了後懇親会 **テーマ** 『商品開発』
1. 顧客の熟知とニーズ 2. 顧客のニーズ
3. 商品・サービスの価値分析 4. ブランド戦略
《ケース：サントリー》

第3回 10:30-15:00 (10:00 受付開始) **テーマ** イノベーションと成長を加速するリーダーシップ 発明家トーマス・エジソンが設立したGEのケース研究
講師 田口 力 GE インターナショナル・GE グローバル・ラーニング
クロトンビル・リーダーシップ・ジャパン マネージャー

7.21 sat 16:00-18:00 終了後懇親会 **テーマ** 『消費者行動分析』
1. 消費者の特性分析 2. 購買決定プロセス分析
3. ターゲティング 4. 顧客関係管理
《ケース：キャンノン》

第4回 10:30-15:00 (10:00 受付開始) **テーマ** 人財と組織 21世紀型企業とその整合性をもたらしめる人財近代的経営組織論
-日立グループから学ぶ-
講師 眞木 正喜 株式会社日立ソリューションズ 監査役

8.11 sat 16:00-18:00 終了後懇親会 **テーマ** 『マーケティング戦略立案プロセス』
1. 戦略立案思考プロセス (科学的アプローチ→芸術的アプローチ)
2. ミクロ環境分析 (3C for 1C)
3. マクロ分析
《ケース：全日本空輸》

第5回 10:30-15:00 (10:00 受付開始) **テーマ** ブランドで組織の壁を乗り越えろ!
講師 上條 憲二 株式会社インターブランドジャパン エグゼクティブ

9.15 sat 16:00-18:00 終了後懇親会 **テーマ** 『日本を視座に韓国・北朝鮮・中国・ロシアなどの関係各国の現状とその展開』
1. 「問題認識」と「解決手段」のズレ 2. 国際上の大義とはなにか
3. 外交とビジネスの相関性《ケース：中国の北朝鮮、アフリカに対する経済互恵関係》

第6回 10:30-15:00 (10:00 受付開始) **テーマ** 経営に於ける競争戦略 グローバルに競争力のある企業づくりと人づくり
講師 福住 俊男 株式会社グローバルマネジメント研究所 代表取締役社長

10.13 sat 16:00-18:00 終了後懇親会 **テーマ** 『商品開発戦略』
1. 売り切り企業は生き残れない 2. リレーションシップ・マーケティング
3. データベースマーケティング 4. モバイルマーケティング
《ケース：千趣会》

第7回 10:30-15:00 (10:00 受付開始) **テーマ** 人間と経済 暮らしのなかのエコノミー概念
講師 田作 朋雄 PwC アドバイザー株式会社 取締役パートナー

11.17 sat 16:00-18:00 終了後懇親会 **テーマ** 『マーケティング戦略立案のための分析ノウハウ』
1. ミクロ環境の構造 2. 顧客分析
3. 競合分析 4. 自社分析
《ケース：キリンビール》

第8回 10:30-15:00 (10:00 受付開始) **テーマ** 国際社会認識力 現代社会に直面する外交・防衛・安全保障問題
講師 森本 敏 拓殖大学海外事情研究所所長・大学院教授

12.15 sat 16:00-18:00 終了後懇親会 **テーマ** 『経営とマーケティング戦略』
1. 企業内構造分析 2. マーケティングの4段階
3. 目標設定と企業理念 4. 戦略プロセス
《ケース：パナソニック》

第9回 10:30-15:00 (10:00 受付開始) **テーマ** 市場を捉える 五感ブランディングの実践 ブランドらしさのつくり方マーケティング戦略
講師 田邊 学司 株式会社博報堂 ブランドデザイナー

1.19 sat 16:00-18:00 終了後懇親会 **テーマ** 『ユビキタスコミュニケーション』
消費者行動に対応した企業の課題を考える

第10回 10:30-15:00 (10:00 受付開始) **テーマ** イノバイテッド 日本の新しい社会創造とグローバルビジネスへの挑戦
講師 元橋 一之 東京大学大学院教授 工学系研究科技術経営戦略専攻
独立行政法人 経済産業研究所 ファカルティフェロー

2.16 sat 16:00-18:00 終了後懇親会 **テーマ** 『心脳マーケティング』
ついこの店で買ってしまふ理由

講師のコメンテーション



眞木正喜氏
株式会社日立ソリューションズ 監査役

1970年慶應義塾大学経済学部を卒業。日立製作所に入社。20年に亘り、韓国、中国、台湾で現地企業の設立から経営支援までを経験。2000年日立データシステムズソリューションズホールディングコーポレーション社長兼 CEO として、米国でコンサルティング事業を興す。2010年4月現職就任。

グローバル人材育成とそのゴール

少子化問題により日本の人口減少は始まり、2007年問題等も重なり、経済力の低下は避けられない所まで来ています。一方、中国、インドはまだ人口は増加し、その経済規模と力は増加し続けています。中国の人口増加は間もなく止まり、減少に転じますが、インドは更に人口増加が続きます。多分、全世界人口の半分近くを中国、インドの人々が占める事になる訳です。

また、ここ数年の間に、特にインドはIT業界での地位を急激に上げてきています。ソフトウェアの生産性、コストの優位性のみならず、超上流と言われる設計フェーズでも、その力は強力なものとなってきました。この急速な進歩を支える教育システムも見逃す訳にはいきません。更には、インドのIT業界トップ6社である「SWITCH*」が日本へ上陸しており、日本国内で強力なコンペティターとなりつつあります。この背景には、日本IT業界の技術者不足があり、これを補う為に各自治体やインド企業を誘致しているという事実があります。このような現実を見ていながら、「日本語の問題があるから、脅威ではない。」とか、「日本の商習慣には、馴染まないから、大丈夫だ。」等と安心しているIT業者も沢山います。本当にそうなのでしょか？この人達は、インド企業の資金力を忘れていたのではと思えます。

インド企業には、年商2、3千億円程度の独立系ITサービス会社をM&Aする力は十分あります。この事を考えれば、二つの参入障壁は簡単に消えてしまうでしょう。結果がどうなるかは時間が証明してくれるでしょうが、「備えあれば、憂

いなし。」と考え、必死に対策を考えなければいけないと思っています。

IT業界が崩れれば、日本経済全体に与えるインパクトは大きく、放置をすれば、日本の地位は、全世界においてのみならず、東アジアにおいても落ち込む事は明らかでしょう。

一方、日本人の心、文化、価値観が悪い方向へと大きく変わりつつあります。乾ききっていき人間関係、悲しい残酷な事件の急増等、由々しき事態を示す事例の枚挙に暇がありません。

このような状況下、日本人の人口減少に対する急な解決策は有りませんが、国力低下を防ぐ方法はあります。グローバル・ビジネス・モデルで競争しても勝てないかもしれませんが、「温故知新」をベースとして、新しい見方で再評価した新しい日本のビジネス・モデルを作れば、そこに勝機はあると思えます。日本の昔からの心、文化、価値観をもう一度見直し、仲間意識、チーム・プレイ、人への思いやりといったものを取り戻し、世界で通用する人材を育成し、頭脳を重要な経済資源とし、イノベーションをおこして行く事により、経済大国の地位を守るのです。

無論、人口問題、経済的問題ばかりが問題ではなく、地球の資源枯渇、温暖化等の大きな解決すべき問題もあります。これらの問題に対処する為にも同様に、グローバル人材の育成、頭脳の資源化、イノベーションが必須であり、今までとは異なった生き方、価値観が形成される事も必要だろうと思えます。

この施策を有効にする為には、幾つかの挑戦をしないとイケないと思えます。

例えば、ばらばらに存在している「知」と「知」をつなぐ仕組みを作り、新たな「知」を創造できる基盤を確立する事、そして、このプロセスが連鎖反応を起こし、「気付き」の連鎖を誘発し、更に高い価値を生み出していくようにする事などが考えられるでしょう。更に、この仕組みを加速するには、「多様性」が重要だと思えます。専門分野が異なる人達がチームを作って新たな価値創造に挑戦していけば、より早く、より価値の高い「知」が生まれ易くなるでしょう。このような方法を実現すれば、「暗黙知」が「形式知」となり、Web2.0の基盤を通じて凄いい速さで、端から端まで行き渡り、更なる「気付き」の連鎖を生む事になるでしょう。

他にも沢山の手段があると思いますが、とにかく、時間がもう余り残されていないという事実を踏まえて、やるべき事をやるべき時にやらねばならないと考えています。

ゴールは、まずは、アジアに於ける日本、中国、インドの新しい関係と役割を考え、その実現に努力する事が大切ですが、最終的には、アジアだけの繁栄ではなく、全世界がそれぞれの強みを活かし、バランスのとれた秩序と繁栄が実現される事だろうと考えています。

*SWITCH…

インドの六大IT企業の頭文字からとった略称
・(S) サティヤム・コンピュータ・サービス
・(W) ウィプロ・テクノロジーズ
・(I) インフォシス・テクノロジーズ
・(T) タタ・コンサルティング・サービス
・(C) コグニザント・テクノロジー・ソリューションズ
・(H) エイチシーエル・テクノロジーズ

元橋一之氏

東京大学大学院工学系研究科技術経営戦略学教授



1986年東京大学工学系研究科終了後、通商産業省に入省。1993年コーネル大学経営学修士(MBA)1995年OECD 科学技術政策局エコノミスト。1998年フランスから帰国後、中小企業庁、通商政策局、調査統計部に勤務。2000年慶應義塾大学博士(商学)2002年一橋大学イノベーション研究センター助教授、2004年東京大学先端科学技術センター助教授。2006年東京大学先端科学技術センター教授、東京大学大学院工学系研究科技術経営戦略学教授。

グローバルプロフェッショナルズ創造スクールへのメッセージ

グローバル化の進展と技術革新によってビジネス環境が急速に変化する中、プロフェッショナルな人材が求められている。プロフェッショナルは法律や科学技術など特定分野における知識が豊富なスペシャリストとは異なる。Web2.0に見られるインターネットや検索技術の進展によって、スペシャリストの知識はどこでも簡単に手に入るようになった。このような時代において必要となるのは、ビジネスチャンスを見つけ、それを新事業としてクリエイトしていく創造的人材である。

個人の競争優位を考える際にも同様のことが言える。皆さんが社会でプロフェッショナルとして活躍するためには、他人

にない自分独自の強みを磨く必要がある。しかし、新事業を創出するためには個人力だけでは不十分である。皆さん自身が競争優位と考える能力を伸ばすとともに、自分に欠けている分野を補完するネットワークを有することが重要である。これは大企業などの大きな組織に勤めている方にとって、とても必要なことである。社内のネットワークのみならず、外部にも広く人脉を形成し、新たな知識を皆さん自身あるいは、皆さんが所属する組織に取り入れていくことが重要である。

グローバルプロフェッショナルズ創造スクールは、このような優れた個人力と幅広いネットワークの双方を兼ね備えたプロフェッショナルを鍛える場として、

企画されている。産業界や学界などにおける皆さんの先輩にあたるプロフェッショナルを招き、ディスカッションを主体としたコースを経ることによって、創造的人材としての感性や知性が磨かれていくのが実感できるであろう。また、スクール講師だけでなく、受講者同士の人材ネットワークは皆さんにとってのこの上のない財産になることであろう。次世代を切り開く想像力にあふれたプロフェッショナルを目指し、高い志と情熱をもった方々の参加を期待したい。

田口力氏

GE インターナショナル GE グローバルリーディング
クロトンプビル・リーダーシップ・ジャパン マネージャー



一橋大学大学院経営学修士(MBA) (財)社会経済生産性本部、NTTデータユニバーシティを経て現職、日本人材マネジメント協会幹事。世界のトップ企業で知られるGEのリーダー育成機関・クロトンプビルの日本マネージャーとして、グローバルリーダーの育成の第一線で活躍している。

グローバルリーダーに求められる適正とは

個人的な研究の一環として、グローバル企業6社40人のリーダーにインタビューを行い、彼らを成功へ導いたコンピテンシーを調べたことがある。合計11個のコンピテンシーが見出されたが、特に基本的価値観に支えられた思考、行動、不確実な状況下での意志決定と行動、環境変化への柔軟な思考と行動による対応、人の持ち味を引き出す、アジェンダの設定、高いストレス耐性と安定した感情、広い視野は、多くのリーダーたちに共通して見られた。これらのコンピテンシーは教育、研修のみによって開発されるものではなく、日々の仕事の経験や中長期的なキャリアとの運動によって開発されるものであろう。

優れたリーダーたちは、仕事を通じた経験を自らの教訓として意味を解釈して

落とし込み、自らのコンピテンシーを磨き上げるだけではなく、他者に教えたり、伝えたりすることができる。つまり個人的な出来事を帰納的なアプローチを用いていくつかのコンセプトに消化(昇華)している。これによって、リーダーが後進のリーダーを育てるという循環が組織に広まり、リーダーを生み出す組織が出来てくる。

一方、これらの教訓をベースとして、演繹的なアプローチによって後進のリーダーたちを育成するときには、教育、研修が果たせる役割は大きいと思われる。つまり仮に5年かかるリーダー育成を2-3年で行うためには、先に大切な教育やコンセプト、あるいはコツといった事柄を教育、研修を通じて教え込んでおくということだ。

こうした帰納的なアプローチと演繹的なアプローチの往復運動を個人的にも、組織的にも行うことが、プロフェッショナルやリーダー育成には肝要である。インタビューしたリーダーたちは、自らの経験から導き出した教訓を自分の基本的価値観に据え、後進の指導育成に注力していた。この「グローバルプロフェッショナルズ創造戦略プロジェクト」のスクールプログラムは、各界ですばらしい経験を積み上げた講師陣が、その経験を濃縮して得られた珠玉の結晶とも言うべき教訓を惜しげもなく開示してくれる場である。参加者の皆さんには、貪欲に講師陣から学び取り、帰納的なアプローチによって得られた自らの経験を消化(昇華)させて教訓とし、自分の血や肉にして頂きたいと願う。



ルディ和子氏
 ウィトンアクトン社代表取締役
 早稲田大学客員教授

米国の化粧品会社エスティ ローダ社マーケティングマネージャー、出版社タイム・インク/タイムライフブックスのダイレクトマーケティング本部長を経て、マーケティングコンサルタントとして独立。2003年に第1回ダイレクトマーケティング学会賞受賞。ブログ:http://newmktg.typepad.jp/

「国際人の欠如」がグローバル化をさまたげる

グローバル化という言葉が使われるようになって、すでに20年以上たった。1983年にハーバード大学のセオドア・レビット教授が「Globalization of Market/市場のグローバル化」という論文を発表し、このとき、初めて globalization という言葉が使われたとされる。

「グローバル化」という言葉の意味は、企業の積極的海外進出が始まった80年代と今では、少し異なってきている。たとえば、マーケティングひとつをとっても、80年代には先進国が途上国に進出するということが、途上国の一部の富裕層に国内で販売している既存商品を販売することであった。しかし現在では、先進国企業のターゲットは新興国の合計10億人以上といわれる中産階級となっている。

日本企業は、新興国の一般大衆を対象に自社製品やサービスを販売する点において他先進国企業に遅れをとったといわれている。ケータイ電話の例にもあるように、優秀な技術がグローバル市場のシェアにつながっていないと指摘される。その理由をひとつ挙げると言われたら、私は真っ先に「国際人の欠如」をあげる。

国際人の資格は語学だけではない。いくら、外国語に流暢であっても、論理的に思考し、自分の考えを外国人に明瞭に表現し、相手を説得できなければ何もならない。外国人を説得するためには、論理的思考だけでなく、教養が必要となる。教養とは相手の思考傾向を形作る背景……つまり相手が育った文化を洞察する力である。そして、外国の文化を理解するためには、自国の文化を知り、それを客観

的に認識できる力を必要とする……これが教養だ。

「グローバルプロフェッショナルズ創造戦略プロジェクト」は、こういった意味での国際人の育成を目指していると、私は思っている。昨年、GPのスクールコースで講義させていただいたが、受講生が活発に意見を発表し、ディスカッションで互いに刺激しあひながら解決方法を探り出していく様子に感銘を受けた。そこには、「内向きでコミュニケーション下手」といわれる日本人はいなかった。昨今、日本経済どころか日本という国の将来そのものについての懸念がよく語られるが、GPプロジェクトで勉強し育っていく人たちを見れば、そんな不安も消えていくはずだ。真の意味での国際人が増えていく限り、日本が将来を懸念する必要はない。



ジェフリー・シュナック氏 (MR. Jeffrey B. Schnack)
 3Rock KK / スリーロック株式会社

スリーロック株式会社代表取締役社長。外資系コンサルティング会社にて、アジア太平洋開発戦略を支援。ドイツのトップメーカー日本法人社長を経て、JR 東日本グループ初の米国子会社社長として事業の立ち上げ、市場開拓にあたり、当該商品が日経新聞の新製品オブ・ザ・イヤー 2位を受賞。現在、コンサルティング事業とコンピュータシミュレーションなどの新しい学習ツールを用いた能力開発プログラムの開発、実施事業を経営する傍ら、大学での講座を通して若手の人材育成にも注力している。

The "8:30 Rule"

It is always a pleasure for me to address the highly-motivated young business people that choose to attend the GP program. Over the course of several months, they sacrifice precious free time with family, friends and hobbies in an effort to better themselves and learn more about the world around them. This is fantastic, and I applaud their efforts.

But at the same time, I would like to offer a further challenge. The true global professionals that I know - people whomake a real difference in shaping their companies and the markets that their companies touch - are those that always "take the next step" in whatever they do. So just attending the courses offered in this

GP program is not enough. Follow-up and application is key.

The most successful people I know are the ones who not only gather a lot of meishi at the cocktail party -but those who send a thoughtful note and even an extra question to those they have met the next morning. They not only write down the name of the book the speaker mentioned - but quickly buy it and start reading it in the train that night. And when they get a business idea in the shower, they not only write it down on a long to-do list -they immediately gather a couple of colleagues over lunch and explore how to expand it into a project.

From these observations, I have developed what I call the "8:30 Rule". The next time you meet someone

interesting, or learn a new concept, or have an idea -DO SOMETHING with it at 8:30 the next morning. Before everyone else gets to the office. Before you get bogged down with email. Believe me, if you don't do it then, you will probably never get around to it.

There is always a danger that people feel self-satisfied after attending a course like GP, and then lose all the potential value of it by forgetting to truly follow-up and apply their learnings in their daily life. True Global Professionals don't fall into that trap. I learned my "8:30 Rule" from watching them -and I hope it can serve as a starting point for you as well.

田作朋雄氏

プライスウォーターハウスクーパース株式会社 パートナー



1979年に東京大学法学部を卒業。1984年にスタンフォード大学にてMBAの学位を取得。東大卒業後、大手銀行に20年間勤務し、1999年より現職。銀行員時代から一貫して経営改善・事業再生の専門家であり、15年半英米に住んで、各種業界の経営改善や事業再生に取り組んだ経験を豊富に有する。経営改善・事業再生アドバイザーの専門家として知られており、官公庁等での各種外部役職も歴任している。

グローバルプロフェッショナルたる志向とは

閉塞状態にある日本の現状においては、ややもすると「誰が何をやってもどうせ駄目だ」とか「それは日本では無理だ」とかいったニヒリズムが蔓延しがちです。しかし、みんながそのように思ってそのように行動したら、それが積み上がってほんとうにそうなってしまいます。

逆にみんなが、「駄目と決めつけずに、まずはやってみようよ。駄目なら駄目で、また考えればいいじゃない」とか「他の国でできているなら、日本でもできるんじゃない」とか考えて、そのように行動したら、それが積み上がってほんとうにそうなり、道は必ず拓けます。

グローバルプロフェッショナルたる人物とは、必ずしも外国語ができるとか海外経験が豊富だとかいう人物を指すとは限りません。むしろ、世界中のどんな人々とも意思疎通を図って（そのためには通訳を使っても構いません）、人間同士の

共通基盤を模索しつつ、異なった点は相互尊重し合って、みんなが共生していける世の中を創っていこうという志を持った人物を指すのです。外国語もできないし海外に行ったこともないけれども、素晴らしいグローバルプロフェッショナルとして地域社会や共同体で活躍している方々は、全国に多数おられます。

GPはまさにそのような志を持った人物の集まりであり、さらにその志を高揚させようという教育方針で運営がなされているものと私は理解しています。それゆえに私も、その趣旨に賛同して、講義を受け持ったこともあります。

私が受け持ったのは、「人間と経済」という一種の教養科目でした。なお、誤解なきよう申し添えますが、「教養科目」というのは、決して「一般的な知識を教える概論科目」という意味ではなく、「Bildung（教養；人格形成）のた

めの科目」という意味です。ドイツ語のBildungという単語は「教養」を指しますが、それは「人格形成」という意味合いを含んでおり、人間が一生かけて形成していくべき人格を重視しているものです。私自身は還暦も近くなっていますが、死ぬまで教養（人格形成）を追究し続けています。

GPに関わるすべての受講生には、ぜひGPを教養（人格形成）のための場として活用して、言葉のほんとうの意味でのグローバルプロフェッショナルになって、閉塞状態にある日本の現状を打破していただきたいと思います。繰り返しになりますが、みんながそう志向して行動すれば、ほんとうにそうなる道は拓けるのです。若い受講生諸君の志向性に期待します。

佐藤登氏

サムスン SDI 常務取締役
 名古屋大学客員教授



1953年秋田県生まれ。78年横浜国立大学大学院修士課程修了後、本田技研工業入社。88年東京大学工学博士。97年名古屋大学非常勤講師兼任。99年から4年連続「世界人名事典」に掲載。本田技術研究所チーフエンジニアを経て04年9月よりサムスン SDI 常務就任。05年度東京農工大学客員教授併任。08年度より秋田県学術顧問併任。

ここには未来の日本の進むべき方向がある

世界経済が混迷している現在、東日本大震災の影響や超円高などの問題を背負っている日本にとっては、産業界のビジネスモデルの戦略にイノベーションが求められつつあります。このような状況下で、本スクールでの相互の議論は極めて有意義なもので、特に選抜された若手諸君の意見や議論は正に日本が向かうべきグローバル展開にとって道標のひとつとなっています。現在、日本の若者が内向き志向と形容されていますが、少なくとも本スクールの参加者には全く当てはまらず、むしろ外向きな分析力、議論力、発信力が備わっていて、未来の日本の進

むべき方向が共有される素晴らしさがあることを講師を通じて実感しました。全国各地から、そして業界の垣根を越えた若者が集うスクールでは、新たな切り口からの議論や意見交換、あるいはビジネスでの新たな発見やヒントなどの発掘、そして人脈形成やネットワークの構築と拡大という計り知れない恩恵と効果が多々あることも把握できました。このスクールに集うメンバーが、やがて日本の各界でのリーダーシップを担う人材として活躍する時が来るであろう期待とともに、このスクールが更に発展拡大していくことが日本の将来を力強いものにして

いくことを祈念し、そして山本校長の強力な教育力と人材育成マネジメントに敬意を表しつつ、日本と日本人のグローバル社会における存在感を一層高めることのできる機能であり得ると確信しております。



久保田勝美氏
株式会社ファーストリテイリング 事業開発部リーダー

1987年上智大学外国語学部ポルトガル語学科卒業。YKKに入社。1988年よりブラジル、USA、シンガポールにて約20年間を海外にて勤務。2006年ユニクロ入社。ベトナム、バングラデシュ勤務を経て2008年より現職。ロシア、台湾、マレーシア、タイ、フィリピンにおけるユニクロ海外事業の立上げを担当。

グローバルプロフェSSIONALS創造スクールへのメッセージ

今の日本を海外の友人に向けてどう語るべきだろうか。「あなたが生まれ育った国は元気であるか」という問いに対し自信をもってイエスと答えられるだろうか。国全体の状況を考えると自分自身は若干答えにためらうかもしれない。一方でこの国にいるひとりひとりの顔を思い浮かべたときには、案外ポジティブな答えが可能だともいえる。同じような例は多く世界に存在する。様々な事情で国が混乱している場合であっても、そこにいる個人が確かに前を向いているならば、それは紛れもなく強い希望につながる。

「グローバルプロフェSSIONALS—地球的一流の人材」とはそういう人のことを指していると思う。どこにいても、どんな状況にあっても、自分自身を確立している人。常に自分の基準を持ち様々な事象に対して確固たる姿勢を貫くことができる一方で、自己主張と同じレベルで他者の言葉にも耳を傾けることができ

る人物。それがGPであろう。

20代で初めての海外生活を送ったブラジルで私はグローバルの洗礼を受けた。毎日のように出会うブラジル人と一瞬で共通の土俵にのっていく作業の連続。そこで試されるのは、家柄でも学歴でもましてや会社の役職などでは決めてない。唯一頼りになるのは、「自分は何者であるか」という点だけである。毎日が楽しく真剣な時間であった。

私がGPの活動に参加させていただいているのは、そういった真剣な時間を求めるからである。GPに集うメンバーと過ごす凝縮された時間において、自分自身も必ず変化することができる。集中して物事に向き合った時間の積み重ねが人の成長にどれだけ大きな効果をもたらすか、ましてや自発的に真剣に過ごす場を求め集ったメンバーが放つエネルギーを全身で受け跳ね返す醍醐味。その乱反射の中から自分を掴み取る作業は、まさに多様

化の世界で生きていくグローバルな資質を磨く最良の場といえよう。

まだまだ発展途上である自分がGPに集う受講生に物申すなどおこがましいが、あえて共に学ぶ身としてお願いしたいことは、実行することの大切さである。学び、備え、自分の考えを体系づけることは大切であるが、そこに実行が伴わなければ意味がない。GPに参加している受講生は、かならず実行して行って欲しい。そして実行の場でも常に真剣であること、自分自身がなにものであるかという点を明確にすることを大切に心掛けていただきたい。

そしてGPの受講生ひとりひとりと触れあったひとが、「あなたの国は元気ですね、なぜならあなたのようなひとがいるのだから」と感じてもらえることができたら、すでにあなたはグローバルプロフェSSIONALSへの道を踏み出しているといえよう。

講義風景



第6期受講生の声 (50音順)

受講生に3つの質問を行いました

質問1: 何故グローバルプロフェSSIONナルズを受けようと思いましたか?

質問2: 実際に受講してみて感じた事、得た事は?

質問3: 今後具体的に取るアクションは?



井出 充 ●●
日本電気株式会社

1. 日頃何気なく使っている「グローバル化」という言葉ですが、果たしてその本質はどういうことなのか、そしてビジネスマンとして求められるものは一体何なのかをつかみたいと思い、参加しました。
2. 正直、最初はどのようなセミナーかわからず、恐る恐る参加していましたが、回を経るにつれ、普段の会社生活では接することができない、各界の第一線で活躍されている講師の方々の珠玉の講演内容とエネルギーに魅了されていきました。
3. ここで得られた知識や経験を、会社の業務だけではなく社会活動全般に活かしていきたいと思っています。



近藤 章裕 ●●
有限会社
ソウルマティックス

1. 日々グローバル化されていく世界を視野に入れた目標を掲げる中で普段では得ることの出来ない知識、教養、観点、視野を学び得ることによって自身と周りの環境の可能性を広げ未来への価値を高めることが出来ると考えた為。
2. 想像を超える学びと気づき、感動の連続であり、学び得たことを受講後即実践して自身の周りの環境が変わり、新たな海外ビジネスの機会を得ることが出来た。
3. まずは自身が体感したことを社内へ影響させるように社内セミナーを実施し、実際の教育現場でのティーチング、コーチングに活かすよう展開。GPで得たグローバルな視点を持って国内は元より海外での既存のビジネス価値をより高めるビジネスモデル構築を実施。

1. 友人の誘いがきっかけでGPを知りました。マネジメントに携わりたいと感じながらも閉塞感を感じていた当時、山本校長の刺激的な講義の様子を語る友人の姿を見て、自分も現状を打開するヒントが得られるのではと感じ応募しました。
2. GPで過ごした時間は期待を裏切るものではありませんでした。講師として招聘されたプロフェSSIONナルと、熱意ある参加者たちとの機知に富んだ意見交換を通じ、深い気づきが創出される過程は、感動と興奮に富んだものでした。
3. GPで得た気づきを本当の意味で活かせるかどうかは、自身の「志」次第であると感じております。GPを通じ、人口動態の変化が社会に与える影響について関心を持ったことから、今後は、少子高齢化先進国である日本の問題を検討し、解決方法を何らかの形で実現させたいと感じております。



岡 秀明 ●●
GE キャピタル

1. 元々国籍、国籍を問わずグローバルにビジネスをする時代が来ていると考えておりました。同意識を持った方達と語り、学び合いたいと思っていった所、友人から山本 GP の存在を教えて頂きました。
2. 先生の情熱の深さと、講師の方々の経験の豊富さです。先生は毎回情熱を私たちに届けてくださいます。『このままじゃ、ダメだ。今変われ』と。また講師の方々はグローバル企業の最前線での経験や知見を惜しみなく教えてくださっています。それを同期と語り合う事でまた理解も深まります。
3. 先生は『アジアの優秀な若者は72時間以内に結果をだすぞ』と仰ってました。自分もグローバルで結果を出せる人材になりたいと考え72時間を意識して公私で行動し始めました。



齋藤 政人 ●●
イノテック株式会社



岡本 和俊 ●●
キャノン株式会社

1. 5期の知人から「凄いスクールがある」と教えてもらった時から私のGPが始まりました。海外市場戦略に関して、元々、興味があり、GPの情報を集めていく程に共感もてました。
2. GPでは、世界の最前線で活躍されている方々が講師をして下さり、現場の生の声を聞くことができます。講師の方や受講生同士でディスカッションしていく中で、自分の感性をより豊かなモノにすることができました。また、人情味が溢れてくる山本校長の言葉に感銘を受ける日々でした。
3. 次の目標は、すぐにでも海外赴任をして、海外のハングリーな若い世代と一緒に仕事をやりたいです。



塩田 久樹 ●●
株式会社デザイン
ワークスプロジェクト

1. もともと日本だけでなくグローバルな仕事や活動をしたいという気持ちが強かったのですが日々の仕事の中に見出すことができず悶々としていた中で、信頼をしている知人からこの講座を教えてもらい即決で参加を決めました。
2. よく『百聞は一見にしかず』といますがここで聞く話はひとつひとつが千聞以上の価値があると思います。これから見る世界がとてもしんどくなります。
3. とにかくこの講座を通してたくさんの“気づき”に出会うことができました。できることはすぐに取り入れつつ、しっかりと自らの強みに変えていけるように実践していきたいと思っています。

1. 経理として働く日常とは異なる視点で自分の仕事を客観的に見つめ直し、自分を成長させる機会を探っていたところ、友人からGPの紹介を受けたことがきっかけとなり、参加させて頂いた。友人に声を掛けて頂く幸運に恵まれたことは偶然だが、その機会を求めていた自分がGPの門を叩いたのは必然だったと思う。
2. 素晴らしい講師、受講生に囲まれ、熱い思いが詰まった講義を受講する機会を得られたことが最大の収穫。特に山本校長の人間学は、今後の人生を考える上で、大事なものを見つめ直すいいきっかけだったと思う。ここで得た学びをできる限り熱いうちに実践で試していく場を求めている。
3. GPを通じてめぐり合えた受講生と学びを共有する場を定期的に持ち、ひいてはGP発のビジネスコラボレーションが日本のビジネス界を席卷する。こんな夢を受講生とそしてこれからGPで学ぶ皆さんと共に実現していきたい。



五味 義也 ●●
三菱電機株式会社

1. 日々のビジネスに視野が閉じてしまいがちな中で、以前から外の視点に触れられる学びの場に参加したく思っており、幸いなことに第5期の先輩からGPを紹介頂き、応募いたしました。
2. GPの魅力は国際企業の今のマーケティング戦略に触れられること、山本校長の熱い言葉に刺激を受けられることなど様々あると思いますが、私が一番貴重に感じたのは志の高い人達と出会えることでした。自分の成長、変化を求める幅広い業種や職種の人達の考え方、生き方を講義の場にて肌で感じられることは刺激的で、独学では得られない気づきがあります。
3. 多種多様な人達の中でも強みを発揮できるよう、まずは日々の業務に注力し自分自身を磨いて参ります。



島村 智之 ●●
日本 IBM 株式会社

第6期受講生の声 (50音順)



鈴木 康夫 ●●
株式会社
ディークリエイト

1. 知人からGPを紹介されてカリキュラムを拝見し、経営戦略のプロになるためのプロセスにできると思ったからです。
2. 一般論ではなく、有名企業の方々の「世界を相手にビジネスをしてきた経験に基づく講義」を受けられることが何よりのメリットでした。また、戦略的目標管理の手法、「プロフェッショナル」の定義など、成果を出すことにこだわった「人間力講座」も刺激的でした。講義を通して、これまで自身が志向してきたゼネラリストではなく、スペシャリストのスキルが重要であることを気付く機会を得ました。
3. 中期経営計画の戦略立案・実行時に活用します。その実績を以って、5年後には経営責任を負う立場にいたいと思っています。

1. 自己成長したい、人脈を広げたいと思ったから。友人との会話の中でGPの存在を知り、HPを見て活動の趣旨（地球的人材を育成する）や過去の参加者の声、カリキュラムを見て絶対に参加したいと思ったのがきっかけ。
2. 毎回強い刺激と大きな教訓を得られている。価値の高い講義内容に加え、講義の合間と終了後には立食スタイルの昼食と夕食で、山本校長や講師の方、他の受講者と語り合える場が与えられているのが素晴らしい！
3. 今年から英語の勉強を本格的に始めた。自分自身のビジネスや活動の幅を今までの中国語圏だけでなく、英語圏にも広げてプロアクティブに、そしてポジティブに力強く生きていきたい。



徳弘 雅哉 ●●
株式会社
JTB エイティーシー



友岡 伸治 ●●
株式会社資生堂

1. GP卒業生の紹介でこの講座を知りました。「人間力講座」という聞き慣れない名前に惹かれ、ぜひ、自分の人間力を高めてみたいと思いました。
2. グローバルで活躍されている講師陣の実体験に基づく奥の深い「プロの目線」の講義はいつも刺激的です。また、さまざまな分野から集まる受講生との交流も活力を与えてくれます。
3. 熱い想いを持つ山本学先生や志高い受講生との出会い、第一線の知識や見識の習得を通してビジネスの場でリーダーシップを発揮できる人間になりたいと思います。

1. 世界を舞台に活躍したい！という気持ちはありましたが、日々の業務に追われ具体的なアクションがとれずにいました。意識を変えるために、会社の先輩に紹介頂いたGPを受講することにしました。
2. グローバルで活躍するための秘訣や、リーディングカンパニーの取り組みを「学ぶ」事が出来るのはもちろんですが、意見を求められて真剣に考える、その中で「気づき」を得られることが醍醐味だと感じています。
3. GPをきっかけに、自身が何を指したいのか、そのために何が必要なのかを見つめ直している所です。目標とロードマップを明確にすることが本気になれるポイントだと思いますので、まずは“self awareness”を徹底的に行います。



中村 麻理香 ●●
日本 IBM 株式会社

受講生に3つの質問を行いました

- 質問1：何故グローバルプロフェッショナルズを受けようと思いましたか？
質問2：実際に受講してみて感じた事、得た事は？
質問3：今後具体的に取るアクションは？



三田 愛子 ●●
花王カスタマー
マーケティング株式会社

1. 「プロフェッショナルとして世界貢献できる人材育成」を掲げる本スクールの方針と第一線でご活躍されている講師陣の方々に大変魅力を感じ、応募させていただきました。
2. 入社4年目の私にとって、グローバルレベルの仕事とはどんなものなのか、当初は想像しがたいものがありました。しかし講師陣の方が成し遂げようとしている壮大なプロジェクトや仕事へ傾ける情熱を目の当たりにし、毎回大変刺激を受けております。
3. 本スクールを通じてグローバル規模の仕事観・人生観を身につけると共に、私も将来的にはグローバルマーケティングに関わり「世界中の人々の生活を身近なところからより良く変える」ご提案をしていきたいと考えております。

1. 山本校長の情熱（パッション）と多彩な講師陣の方々に魅かれるとともにグローバルとマーケティングの本質に触れ、自身を成長させたいと思い、受講を決めました。
2. 講師の方々の話の内容だけでなく、世界に対する考え方やマインドセットに感動したと同時に自分自身で行動する、アウトプットすることの大切さを痛感しました。
3. ① 自分自身と向き合い、自身の志を醸成すること
② 既存の枠組みに囚われずに考え続けること
③ グローバルプロフェッショナルズでの出会い（縁）を大切にすること

上記3点を実現すべく、行動し続けたいと思います！



宮田 匠悟 ●●
ソニー株式会社



向 和人 ●●
株式会社
アッドバディ

1. 日々ネット業界で仕事をしており、世界に通じる日本発信のWEBサービスの少なさを感じてました。グローバル展開をしている企業の生の声を聞く事、グローバル展開に対して意識の高い受講生と接する事で、何かヒントを得る事が出来ればと思い参加致しました。
2. 企業や受講生などから普段聞けない生の声を多数聞く事が出来、改めてグローバル展開の重要性和楽しさ、難しさを感じる事が出来ました。
3. 既にグローバル展開可能なWEBサービスの構想を固めつつあります。出来るだけ早くリリースしようと動いておりますので、是非、お楽しみにして下さい！

1. 一言で言うと、新しい刺激を求めていたからです！職場は、都心から遠く離れた研究所。「時代の流れに取り残されていないだろうか？どうしたら、視野を広げられるだろうか？」と悩んでいました。そんな時に出会ったのが、GPでした。専門分野以外の、多角的な視点を習得したいと思い、参加しました。
2. 毎回、体中がしびれる位の刺激を感じています。新しい気づき、知識を得る喜びを肌で感じています。最大の魅力は、多彩な講師陣の方々はもちろん、目的意識の高い仲間達と出会えたことです。講義後の懇親会では、多くの方々からエネルギーを頂き、モチベーションが上がりました。
3. 自分から、どんどん発信していける人間になりたいと思います！



山口 悠 ●●
ハウス食品株式会社

マスターオブGPが振り返る Global Professionals、そして今

【第1期生】竹内 哲也

スマイルゲート株式会社 代表取締役

まだサラリーマンだった2006年、四国高松から第一期生として参加させていただきました。

山本校長の情熱的なアドバイスをはじめ、毎回多岐に渡るテーマの講演やグループワークで知的好奇心や冒険心が刺激され、ついには「いつか、必ず」と念願しながらできなかった独立を、第一期受講中に果たしました。

1年間を共に過ごした同期生の手助け、また山本校長や諸先生にも独立後ずっとご指導いただく事で、先日5期目の決算を過去最高益で迎える事ができました。また、独立後はそれまで体験し得なかった数々のビジネス的・人間的経験を重ねることができています。これも、GPにおいてプロフェッショナルとしての矜持を学べたからだと感じています。

皆様の人生が、GPとともに輝きます事を信じ、祈念しております。



【第2期生】小林 忍

プライスウォーターハウスクーパース株式会社 ディレクター

GPのお陰で、年齢、性別、職業等実に多様なバックグラウンドを持つ、それでいて、(グローバルプロフェッショナルを目指すという)基本的な価値観を共有できる友達が沢山増えました。加えて、山本校長のご高配によりOBとして参加させて戴く場をご提供戴いたり、OBでプロジェクトを起こしたことを通じて現在の6期にまで至る、期を跨いだネットワークも着実に広がっております。修了した今でもGP仲間との会は私にとって貴重な脳トレの機会であり最優先イベントの一つです。



【第3期生】Nastia Bogatikova

株式会社ノバレーゼ クリエイティブディビジョン

当時私は日本に生活の拠点を移したばかりで、日本語もおぼつかず、セミナーの内容を100%理解できたかと言えばそうではありませんでした。しかし、国際性あふれるセミナー、日本にとどまらず世界に目を向けた講師たちの姿勢はとて印象的で、言葉の壁を越え、社会人としての第一歩を踏み出したばかりの自分にとってこの上ない刺激となりました。セミナーの内容で特に印象に残っているのは、「危機はチャンス」という話です。経済・経営のみならず、人生のあらゆる場面においてこの哲学は意義を持つものだと、心に刻まれています。

セミナー参加者たちは皆、個性豊かで将来性があり、自主的になにより元気に満ち溢れていました。日本の未来を背負おうとする気概にあふれた人たちとの交流もまた、GPに参加したことで得た素晴らしい財産の一つです。



【第4期生】鄭 国

日発販売株式会社 海外事業部

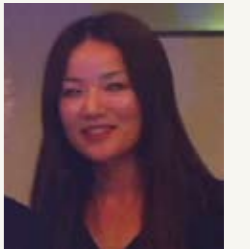
人脈を広げたくて、視野を広げたくて、自分を成長させたくて、という思いで偶然に出会ったのが山本校長です。講義では、普段は新聞やテレビ等でしか見られない各分野のプロフェッショナルの方々と会う事ができました。そして、その方々とディスカッションを行い、貴重なアドバイスまで頂きました。これらは私にとって貴重な経験でした。「人脈を広げたい」、「視野を広げたい」、「成長したい」と思っている方は、是非GPに参加されることをお勧めします。山本校長がいつも話されているように、情熱を持つだけでは足りません。情熱から行動(アクション)に移すのが大事です。アクションを起こすと必ず何かが変わります。



【第5期生】Okhwa Kim

あずさ監査法人 金融事業部 USCPA

最初グローバルプロフェッショナルズに参加したのは、山本校長にあるセミナーの懇親会で直接誘われたためです。山本校長のパワフルで積極性に魅了され、初めて講義に出たときの第一印象はかなり強烈なものでありました。日本に来てマンネリー化した生活になりつつある一方、元々チャレンジ精神旺盛である私としては、山本校長にあった頃は、生活及び仕事のすべての面において精神的にプラスな刺激が必要でした。その中で山本校長の講義はまさにその刺激のもとになるものでした。最初は講義の内容にあまりついていけなかったり、議論に参加できなかったりして落ち込んでいた時期もありましたが、同期生とも交流していく中で、少しずつ自分の発言についても自信を持って発信できるようになりました。その過程の中で感じたのは、自分の中での意識の変化、例えば、周りに対する気付き、より広い視野への変化を感じました。また、一緒に勉強をした仲間の同期生の方々には、いつも熱心な姿や、意識の高さを感じ取り、よい意味で御互いに刺激を受けられたと思います。そういう意味で、最後の講義で皆勤賞をもらった時は本当にうれしかったのです。山本校長、各講師の皆様、そして同期生の皆さん、一年間どうもありがとうございました。



【第5期生】矢野 裕佳

日本アイ・ビー・エム(株) 流通事業
流通第一事業推進マーケティングマネージャー

GPでは2つのことを学びました。一つ目は広い視野です。外資の日本支社で働いている私には漠然とした閉塞感があったのですが、それは自分の狭い価値観であったことを思い知りました。自分が一つでも誇れるものがあり、そして語学が堪能ならば、何も恐れることはない、むしろこんなにも明るく、大きな市場が広がっているということをはじめて心の底から理解できました。悩むのではなく努力をすることで漠然とした不安がなくなりました。そしてもう一つは仕事に直結する面です。新興国で何が起きているか、世の中の流れ、日本企業の戦略と課題を学びました。グローバルでの人材の考え方もそして旬の情報も教えてくれたGPは今の私にとってなくてはならない素晴らしい場所でした。



【第5期生】福山 秀仁

DOZO Services(Mumbai, India)

GPの活動を通じて、たくさんの経験と学習をすることができた。まず、GPといえはやはり山本学先生だ。山本校長の朝一番に発せられるPassionateかつSolidなひとつひとつの言葉。「市場は動いとるぞ」という言葉は、もはや山本校長の代名詞である。そんな山本校長のビジネス、マーケティングにおける視点、視野、視座はとて刺激的であった。また、人生や生活におけることまで大切な哲学も吸収させて頂いた。私の20代後半の基盤構築の集大成にこのGPがあったといえよう。

そして、現在インドにて会社を運営しながら、市場の動きを肌で感じている。この激動かつ厳しい環境の中で、GPを通じて得た自分自身の哲学 = 軸が今まさに私を支えている。自分とは何か? 人間としてどうか? など基本的なことだ。もちろん、ビジネスにおいても役に立っている。特に自社の組織開発や顧客の営業・マーケティングサポートにおいてブランド戦略は欠かせない。

1年通じて苦楽を共にした仲間の存在も大きい。私益を越えた心許せるGPの仲間は刺激的で励みにもなる。GPという場に自分が関わったことを誇りに思う。



Global Professionals(GP) 第7期生に向けて、山本学校長の本音に迫る！



- 表記 山本校長：山本、Interviewer：INT-

INT 山本校長、よろしくお願ひいたします。
山本 よろしく。そんなに形式張らなくて宜しい。リラックスして、何でも聞きたいことを聞きなさい。
INT ありがとうございます。
早速ですが、山本校長は大学やGPの講義だけでなく、海外出張もエネルギーにこなされていますが、普段気を付けていらっしゃることはありますか？
山本 週に3〜4回、40分ほど泳いでいる。これは出張先でも同じ。やはり、自分の健康は自分しか守れないからね。君たちも、世界で通用する人材になるには、自分で自分の管理をすることが重要だよ。
INT おっしゃるとおりですね。

GPを始めたきっかけ

INT ところで、GPは2012年で7年目を迎えますが、先生がGPを始められたきっかけを教えてください。
山本 2005年にSamuel J. Palmisano氏(当時IBM最高経営責任者)が発表したInnovate America(通称：Palmisano Report)を読んで心が震えた。これからの社会に何が出来るかというテーマでまとめたレポートだった。これに感銘を受けた私は、当時シリコンバレーで起業していた人たちに、「このレポートを一晚で読んでくれ。明日の朝、話し合おう！」とレポートを手渡し、翌朝集まって自分たちに何が出来るかを話し合ったんだ。そのレポートに共通して、「Talent(人的資源)」、「Investment(投資)」、「Infrastructure(インフラ)」が必要と書かれてあり、同席者の一人に『山本君に出来るのは教育(人的資源)だ。』と言われ

たことがきっかけだね。
INT レポートを読んで、ご自分にその内容を置き換えて考えられたのですね。その時、山本校長の中にGPのイメージが既に有ったのですか？
山本 いや、日本に帰国して、何を教えようかと考えた時に、これからはマーケティングが重要になると思った。マーケティングは私自身が手がけて来たことだから。かつ、世界で通用する人間力が必要だと思った。これまで多くの人に支えられてきたからこそ今があると思っている。人間力の大切さを実際に肌で感じて来たんだ。
INT なるほど。それで、GPはマーケティングと人間力の二部構成になっているのですか？



マーケティングとの出会い

INT ところで、山本校長はどのようにしてマーケティングと出逢われたのですか？
山本 あるとき、イタリア系アメリカ人からマーケティングの概念を教わり、自分が専攻していた神学との共通点を感じた。例えば、聖書とマーケティングの共通項は「いかに人の心を掴むか」である。このことに衝撃を受けたことが始まりだった。

INT 山本校長の人生を変えた出来事なのですね。
山本 そう、私の人生を大きく変えた出来事の一つだね。彼は、マーケティングだけでなく様々な世界を見せてくれた。視野が広がる大きな出逢いとなったよ。もう一つ、忘れてはならない出来事が資生堂との出逢いだね。大阪万博の時、社員に英会話を教える機会をいただいたんだ。その後、私がアメリカで学んだマーケティングと資生堂が求めるものが合致したことで、今に至っている。GPがこのような開催できるのは、資生堂の協力があるからこそ心から感謝している。
INT たくさんの出来事がつながって、今のGPがあるのですか？



GPが無料講座の理由

INT では、なぜGPは無料講座なのでしょう？
山本 第一に、何でもお金で得られると思って欲しく無いからだ。次に、裕福さに関係なく誰もが教育を受けられる機会を創りたいという思いがあったんだ。
INT GPには、山本校長の強い思いがこもっているのですか？
山本 私は、自分を支えて来てくれた人々に大変感謝している。GPにはその恩返しのおもい込められているんだ。ここに集う若者達に、この場で多くの気づきを得てもらい、それぞれの得意分野で社会に還元して欲しいと願っている。
INT 山本校長がGPの卒業生に対して期待されることは「社会への還元」なのですか？
山本 私は、生徒達に「人のために何かができる人財」になって欲しい。それはどんなことでも構わない。この場を通して受けたことを、自分なりの形で社会に返してあげて欲しいんだよ。



山本校長にとって「人間力」とは

INT 改めて、山本校長にとって「人間力」とは？
山本 私の根幹には「凶々しさ」がある。中途半端なものではなく、徹底的な凶々しさがあると、相手は意見を聞いてくれるものと肌で学んできた。これにより、多くの方々の協力を得てきたと言える。ただし、ここで言う凶々しさは、「相手のためになること」を徹底的に考え、それを徹底的に押し通すことだよ。決して自分のためではなく、相手を想って行動する強い信念が必要だと思っている。
INT 先生の言われる「凶々しさ」は、「相手を思い、相手の懐に飛び込む逞しさ」なのですか？
山本校長、最後にこのガイドブックをご覧になっての方々にメッセージをお願いします。
山本 GPを受講している生徒のエネルギーを是非感じてほしい。彼らは、毎回多くの気づきを得てくれているようだ。知識だけでなく生きたマーケティングを学び、世の中を逞しく生きる人間力を身につける場がGPである。この二つを身につけてこそ、真のGlobal Professionalsだ。

Interview 後記：
インタビューを通して山本校長の人生を共に迎える時間は、まさに人間力講座でした。その時々の先生の熱い思いが伝わってきて、『常に自分のこととして捉えよ』という先生のお言葉を心で受け止められた時間でした。



Interviewer: M.Saito, N.Yasukawa, H.Hiejima, N.Nakayama



発起人・サポーター・アドバイザーボード 候補者

塩谷 立 衆議院議員・元自民党国会対策副委員長・元文部科学副大臣
 佐藤隆三 ニューヨーク大学教授・同大学日米経営研究所所長
 霍見芳浩 経営学博士・ニューヨーク市立大学大学院教授・太平洋経済研究所理事長
 清成忠男 元法政大学 総長・理事長・教授
 田原総一郎 コメンテーター・ジャーナリスト
 榊原英資 青山学院大学特別招聘教授 元慶應義塾大学グローバルセキュリティセンター教授
 大島春行 NHK 解説委員 NHK スペシャル エグゼクティブプロデューサー
 陶山計介 関西大学商学部教授 経済学博士
 千本倅生 イー・アクセス (株) 代表取締役会長・CEO
 細川信義 エンゼル証券 (株) 代表取締役・公認会計士
 繁田奈歩 インフォブリッジホールディングス 代表取締役社長
 眞木正喜 (株) 日立ソリューションズ 監査役
 渡辺 修 石油資源開発 (株) 代表取締役社長 執行役員 (日本貿易振興機構 元理事長)
 莫 邦富 莫邦富事務所
 赤井文弥 卓照総合法律事務所 弁護士
 本間正明 近畿大学世界経済研究所所長 経済学博士
 伊藤元重 東京大学大学院経済学研究科 教授 総合研究開発機構 理事長
 森本 敏 拓殖大学海外事情研究所 教授 (所長)
 島田晴雄 (株) 富士通総研 前理事長・千葉商科大学 学長
 茂木 洋 日本小売業協会 専務理事
 菱山武雄 (株) アサツーディー・ケイ 取締役常務執行役員グループ事業担当兼営業総括 (特命) 担当 (同常務執行役員)
 西 秀訓 カゴメ (株) 代表取締役社長
 浜田和幸 国際政治学者 米ジョージタウン大学政治学博士
 首藤昭敏 (株) 博報堂コンサルティング 代表取締役社長
 野村孝志 ハウス食品 (株) 常務執行役員
 富沢次郎 日米経済環境問題研究所 所長
 野口智雄 早稲田大学 教授 社会科学部
 井関利明 慶應義塾大学 名誉教授
 朱 健栄 東洋学園大学 人文学部 教授
 松尾 篤 国際経済研究所代表 中国対外経済貿易大学研究員
 島田 卓 (株) インド・ビジネス・センター 代表取締役社長
 藤田昌久 経済産業研究所所長 日本学士院会員
 山崎康司 隗コンサルティングオフィス (株) 代表
 中村元一 (株) 中村元一経営研究所 代表取締役社長・戦略経営協会副会長
 帝京科学大学名誉教授・(社) 国際経済研究センター・ブレイン
 山根一真 ノンフィクション作家
 徐 静波 (株) アジア通信社 代表取締役社長
 徐 向東 (株) 中国市場戦略研究所 所長
 吉川武男 法政大学大学院教授・横浜国立大学名誉教授、元エジンバラ大学客員教授
 大石芳裕 明治大学経営学部 国際マーケティング論・多国籍企業論 教授
 佐藤嘉信 パナソニック (株) 顧問
 轟 徳彬 推動広告有限公司 董事長 & 総経理
 松本盛雄 在瀋陽日本総領事館 総領事
 井上哲浩 慶應義塾大学 大学院経営管理研究科・ビジネススクール 教授
 恩田達紀 三菱 UFJ リサーチ & コンサルティング (株) グローバルコンサルティング部 部長
 佐藤 登 サムスン SDI 常務
 田口 カ GE クロトンビル リーダシップ ジャパン マネージャー
 朱 金諾 全日本空輸 (株) 営業推進本部 中国室 副室長
 坂本康治 山信商事 (株) 代表取締役社長
 岡 昭一 ジャパン・インダストリアル・ソリューションズ (株) 代表取締役社長
 原口和夫 農林水産省大臣官房 参事官 (環境・国際担当)



運営組織メンバー

名誉理事長 塩谷 立 衆議院議員・元自民党国会対策副委員長・元文部科学副大臣
 名誉理事長 森本 敏 拓殖大学海外事情研究所 教授 (所長)
 理事長 山本 学 山本国際マーケティング研究所 代表 <http://www.yimi.jp/gp>
 専務理事 矢吹隆一 (株) 資生堂 執行役員・資生堂販売 (株) 代表取締役社長
 理事 藤尾秀昭 (株) 致知出版社 代表取締役社長
 理事 元橋一之 東京大学大学院教授 工学系研究科技術経営戦略専攻
 理事 森 幹雄 クラウンライン グループ 最高経営責任者 & CEO
 理事 杉浦広一 (株) スキホールディングス 代表取締役会長 & CEO
 理事 赤井文弥 卓照総合法律事務所 弁護士
 理事 松尾 篤 国際経済研究所代表 中国対外経済貿易大学研究員
 特別理事 猪子寿之 チームラボ (株) 代表取締役社長



活動企画内容

- 「グローバル プロフェッショナルズ」キックオフ セミナー年1回 実施
- 「グローバル プロフェッショナルズ」創造のために日本国内は勿論海外から「実務家」・「学者」・「知識人」を招聘し研究定例会を行い、広く・深い啓蒙・育成に寄与する。
- 21世紀新しい日本の社会創造と革新ある経営創造を旨とした「人間力育成」&「マーケティング感性創出」戦略カリキュラムによる無料公開講座第7期参加者募集中。
上記1・2・3とも原則的に「無料」で参加して戴きます。但し、「ランチ」@ ¥3,000.- 講座終了後「懇親会」@ ¥5,000.- の実費徴収。
- MBA 取得希望またはこれに準じる研究志望者ための助言または支援活動
- その他
 - 海外とのプロジェクト定例会を通して真のグローバルプロフェッショナルズとの交流プログラム
 - マネジメント & マーケティング戦略構築のためのアウトソーシング機能を保有しご協力・ご支援企業へのお手伝いを積極的に行う。
 - 日本をはじめ世界の学者・著名知識人そして有名実務家のご紹介・斡旋



地球的人財を育成する
グローバルプロフェッショナルズ
創造戦略プロジェクト