



現地を知り、人をつなぎ、  
現地に見合った“日本サービス”を提案

## 日本発のソフトウェアを世界へ！

MIJS 理事長 宣言

2020年にマイルストーンを設置  
グローバル進出は実践フェーズへ

企業の壁を越えたオープンで内容の濃い活動  
新たに4つの委員会に分かれ進化した活動がはじまる



2015年9月現在 参加企業 70社

●正会員 17社

I-SITE  
株式会社アイサイト

APPRESSO  
株式会社アプレッソ

infoteria  
インフォテリア株式会社

WingArc1ST  
ウイングアーク1st 株式会社

WEIC  
株式会社WEIC

AZIA  
株式会社エジア

Intra-mart®  
株式会社NTTデータ イントラマート

OPEN STREAM  
株式会社オープントリーム

Cybozu  
サイボウズ株式会社

jbAT  
JBアドバンスト・テクノロジー株式会社

System Integrator  
株式会社システムインテグレーター

SuperStream  
スーパーストリーム株式会社

b-en-g  
東洋ビジネスエンジニアリング株式会社

Knowledge Suite  
ナレッジサイト株式会社

NEXWAY  
INTEC Group

BroadLeaf  
株式会社ブロードリーフ

UNIRITA  
株式会社ユニリタ

●準会員 53社

株式会社アイエルアイ総合研究所 / アシアル株式会社 / 株式会社アブリ・スマート / アリーナシステム株式会社 / 株式会社インターネットイニシアティブ / 株式会社インテック /  
株式会社インフォファーム / 内田洋行グローバルミテッド / NRIセキュアテクノロジーズ株式会社 / NTTコミュニケーションズ株式会社 / エヌ・ティ・ティ・ソフトウェア株式会社 /  
エレクス株式会社 / 株式会社OKS / 株式会社エスティラ / クオリティ株式会社 / 株式会社神戸デジタル・ラボ / コクヨ&T 株式会社 / JBCC 株式会社 / 株式会社ジェナ /  
株式会社システムエグゼ / 株式会社SHIFT / 株式会社システムトップス / 株式会社ジャスマシンコフ / 株式会社シャノン / スターティアラボ株式会社 / 株式会社ステララフト /  
株式会社スプライン・ネットワーク / 株式会社スプラットシャパン / 株式会社セルスフォース・ドットコム / 株式会社センソ情報システムズ / 株式会社TCSJ / 株式会社ディーアル /  
株式会社ティニスエスリンク / ディサークル株式会社 / 株式会社ディバータ / 株式会社データ・アソシエーション / デジタルリバーベジャパン株式会社 / 株式会社テラスカイ /  
株式会社電通国際情報サービス / 株式会社ドヴァ / 株式会社トランサクト / 株式会社日進 / 株式会社日本システムデザイン / 株式会社ネオレックス / 株式会社日立製作所 /  
株式会社ヒューマンセントリックス / 富士通ミドルウェア株式会社 / FutureOne 株式会社 / 株式会社ブルーポート / 株式会社フレクシィ / 株式会社松尾商店 / ラティス・テクノロジー株式会社 /  
株式会社ワックドットコム

MIJS

MIJSコンソーシアム事務局

〒105-0012 東京都港区芝大門二丁目1番16号 芝大門MFビルB1階（株式会社イーサイド内）

メイド・イン・ジャパン・ソフトウェア・コンソーシアム事務局

TEL.03-6435-8990 FAX.03-6435-8790 e-mail.info@mijs.jp URL.http://www.mijs.jp/



## MIJS理事長宣言

# 2020年にマイルストーンを設置。 グローバル進出は実践フェーズへ

国内の有力ソフトウェアベンダーが結集し、  
国内ビジネス基盤の強化と海外展開を推進する  
「メイド・イン・ジャパン・ソフトウェア コンソーシアム」(以下、MIJS)。  
(Made In Japan Software)

## MIJS理事長 平野洋一郎が語る新たな決意。

MIJS理事長 平野 洋一郎  
(インフォテリア株式会社 代表取締役社長 / CEO)

## クラウドに乗り換えられないISVは「死」を意味する

— 平野さんは今年の4月、新理事長に就任されました。

まずは、日本のソフトウェアベンダーに対する現状について、どのようにお考えですか？

平野 パッケージからクラウドへとソフトウェアのプラットフォームが移行していることに対して、危機感がありにも足りないと感じています。かつて日本のISVは、同じような危機に見舞われました。DOSからWindowsへの変化です。そこで舵を切りきれなかった多くの企業が消えてきました。

なぜ舵を切れなかつたのか？ 技術力が足りなかつたのか？ 違います。舵を切りきれなかつたのは、経営者です。Windowsが台頭してきたとき、「DOSで売上が立っている」「まだ市場が小さい」、「システムが不安定」そのような目の前の理由だけで、迫っている時代の変化に眼をそむけていたのです。それは現在の状況と変わりません。おそらく技術者たちのほとんどがクラウドに対応することができます。しかし、クラウド化すれば一時的に売上は落ち、資金の回収までにより長いスパンがかかります。そのため経営者が二の足を踏んでいるにすぎません。

— このままの状況が続くと、日本のソフトウェアベンダーはどうなるでしょう？

平野 今、クラウドに変われない企業は「死」を意味します。現在、悲しいことに、日本の

ISVが倒産しても、世界はおろか国内ですら困る企業は少ないからです。日本は類まれなる技術力を持ちながらも、世界にインパクトを与え、必要とされるソフトウェアを世に送り出していくのです。

この状況を打破するのがMIJSの目標です。日本のソフトウェアの優位性を国内外に一層広く知らしめることを理念としています。ここには、この変化の激しいソフトウェアの世界で、変革を恐れずに挑戦する仲間がいます。世界へ日本のソフトウェアを送り出そうと熱意を燃やす仲間がいます。ぜひ日本のソフトウェア業界の未来のため、世界に通用する力を身につけてほしいと願っています。

「製品技術強化委員会」は、エンタープライズ系のソフトウェアエンジニア同士が、切磋琢磨できる場を設けています。従来、企業向けのソフトウェアは使いにくさで安定している、いわゆる「枯れた技術」が好まれてきました。しかし今や、クラウドやデバイスの時代です。ソーシャルやアプリのエンジニア同様に、新しい技術を取り入れ、プロダクトベンダーとして世に提案していく力が必要です。今年度からはさらに海外の技術にも触れる機会として、シリコンバレーのワークショップを開催しています。

「マーケティング委員会」では、まだ未成熟な日本企業のマーケティングのスキルを実践的に実験できる機会を設けます。そして、日本の企業が持つマーケティングに対する意識改革を目指しています。日本では「マーケティング」というと、「営業部門の下部組織」という認識が一般的ですが、海外の場合その立場が正反対です。主導権はマーケティング部門で、そこで立てられた中長期的な戦略や戦術を実行するプロフェッショナルが営業部門となっています。

「経営力向上委員会」は、経営企画や管理部門の方をターゲットに、経営力を企業の内部から強化していく活動を行います。例えば、予算立案や資本政策もテーマとします。日本の企業は技術の自前主義が根強く残っていますが、マイ

クロソフト社、オラクル社、グーグル社など、世界的な企業は企業買収によって大きな飛躍を遂げています。彼らは、決して自らの技術に自信がないわけではなく、優秀な人材や新しい技術を買収し、開発にかかる「時間」を買っています。また、同委員会には「人材育成プログラム」も含まれています。「経営とは、人材を活用すること」という観点からです。各社の新人同士が交流することで得られる相乗効果、育成に関する費用対効果が期待できます。

なお、「マーケティング委員会」と「経営力向上委員会」は、2013年度までの「プロダクトビジネス委員会」を改組したもので、マーケティング部門と、経営者・管理部門に特化した活動として分割しました。

## 国土も資源もない日本、その活路はソフトウェア

— 今年度から各委員会が、より実践的なフェーズへと移行したようにお見受けします。

平野 私たちはこれまでも、海外で先陣を切って活躍するソフトウェアベンダーの輩出を目指していましたが、東京オリンピックが開催される2020年までに、MIJSが必要な状況にするという明確なマイルストーンを置きました。その実現に向け、活動を加速しています。それに伴い、準会員も4つの委員会すべてに参加できるよう門戸を開きました。日本のソフトウェアベンダーの未来を切り開く企業の誕生を、心から期待しています。

— 最後に、海外への進出を考えているソフトウェアベンダーにメッセージを。

平野 グローバル戦略について、「グローバル化するべき」「海外に進出せざるを得ない」といったニュアンスで語る経営者が多いように思います。つまりは、海外進出は望んでやることではなく「しかたなく」やることなのです。今、市場がフラット化しており、AppStoreのようなアプリケーションストアから世界中に配信できる時代です。これは、大きなチャンスです。MIJSで、グローバル化に本気で取り組んでいる仲間と交わり、ぜひ活動範囲を広げてほしいと考えています。

MIJSは、「Give & Take」の精神で活動しています。自社の情報を「出すから、もらえる」「出すほど、もらえる」という集まりです。誰もが自分のありのままをさらけ出し、切磋琢磨しています。ここには未来へつながる大きな気づきがあります。同じ志を持つ新しい仲間との出会いを心待ちにしています。

## MIJSコンソーシアムとは

MIJS(Made In Japan Software)コンソーシアムは、日本の有力ソフトウェアベンダーが結集し、国内ビジネス基盤の強化と海外展開を推進する趣旨のもと、2006年に設立しました。ソフトウェアベンダー側から、ビジネスに対するITの顧客満足度を高めるため、市場で求められるソフトウェアの製品間連携によるシステム基盤を構築し、国内・海外に向けて「日本のソフトウェア」に対する優秀性の認知向上、市場におけるビジネス基盤の強化を図ります。

### ●グローバル委員会

上海、シンガポール、アメリカに委員会の拠点があり、そこへ海外進出企業が集まり、現地での売上データ等、実際の数字をもとに実践的な戦略会議を定期的に実施している。国内においては、海外進出を控えている企業に対し、世界市場を知るために現地の有識者による講演などを開催する。

### ●製品技術強化委員会

エンタープライズ系エンジニアの技術力向上を目的とし、技術者の情報交換やクラウドなどに関する最先端技術の勉強会などを開催。ソースコードを実際に制作し、プロダクトを通じて技術を磨いていく。MIJS設立以来続いているアココンテンツ。

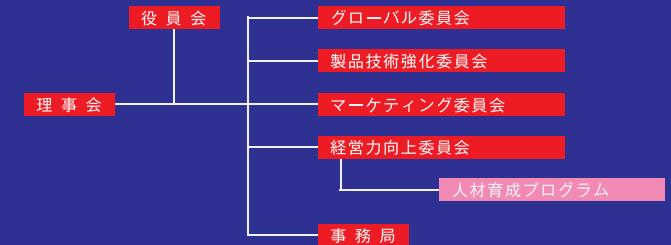
### ●マーケティング委員会

マーケティングに甚大なパワーを割く、海外の企業に対抗しうるマーケティング力を養成するのが目的。中長期的な販売戦略やロードマップに必要な施策など、マーケティングに関する手法を、実践を通して研究できる「実験の場」を提供する。

### ●経営力向上委員会

スマートデバイスやクラウドの普及、事業展開のグローバル化、労働集約型・人月単価モデルの崩壊など、ビジネスを取り巻く環境が大きく変化するなか、この時代を生き抜き、グローバル化を目指す企業が直面する個々の切実な課題に取り組み、その経営力を企業の内部から強化する。

## 組織図



## MIJSの歩み

### 2006年

8月 MIJSコンソーシアム設立(13社でスタート)

### 2007年 (会員企業18社)

2月 MIJS標準規格構想発表 第1回 MIJSカンファレンス「Japan」開催  
11月 MIJS標準規格第一弾発表 第2回 MIJSカンファレンス「Japan」開催

### 2008年 (会員企業27社)

10月 第1回 MIJSワークショップ in 上海 開催  
12月 第3回 MIJSカンファレンス「Japan」in SaaS World 開催

### 2009年 (会員企業28社)

5月 委員会体制の設立  
(海外展開委員会、製品技術強化委員会、プロダクトビジネス推進委員会)

### 2010年 (会員企業37社 : 準会員区分を新たに設置)

4月 成都市ソフトウェア協会とMOU締結  
10月 中華民国情報産業協会(CISA)とMOU締結

### 2011年 (会員企業47社)

2月 MIJSワークショップ in 大阪 開催  
10月 MIJS沖縄ワークショップ2011 開催

### 2012年 (会員企業65社)

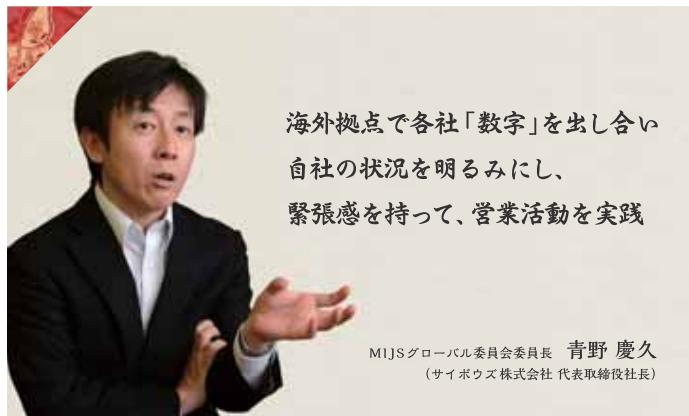
4月 香港Information and Software Association Industry (ISIA)とMOU締結  
5月 タイの3団体とMOU締結  
10月 MIJS土佐ワークショップ 開催

### 2013年 (会員企業72社)

6月 MIJS Roundtable in Singapore 開催(シンガポール、ジャカルタ視察)  
9月 MIJSワークショップ in 仙台 開催  
10月 ITpro EXPO 2013 共同出展

### 2014年 (会員企業80社)

10月 Japan IT Day in Singapore (MIJS主催企画)  
CloudExpo 合同出展



海外拠点で各社「数字」を出し合い  
自社の状況を明るみにし、  
緊張感を持って、営業活動を実践

MIJSグローバル委員会委員長 青野 慶久  
(サイボウズ株式会社 代表取締役社長)

## グローバル委員会

上海、シンガポール、アメリカに委員会の拠点があり、そこに海外進出企業が集まり、現地での売上データ等、実際の数字をもとに実践的な戦略会議を定期的に実施している。国内においては、海外進出を控えている企業に対し、世界市場を知るため現地の有識者による講演などを開催する。

### もはや底上げは終わった。 メンバーの「本気」を問う

MIJSがMIJSとして設立された意味——「日本のソフトウェアベンダーを世界進出させる」ということを、最先鋒で体现しているのがグローバル委員会である。前身の海外展開委員会では勉強会を中心だったが、リニューアルした今年度からは、海外進出している企業同士が売上データを持ち寄り、現地で営業会議を開き、業績のアップを目指すという本格的な実践に移っている。現在、上海拠点に数十社、シンガポール拠点に十数社が参加しており、アメリカ拠点でも活動の準備が進められている。

委員長を務めるのはサイボウズ株式会社代表取締役社長の青野慶久。実際の売上データを持ち寄るため、参加者は「今後は社長だけでなく、青野さんにも詰められてしまう。海外営業部長が一人増えたようだ」と冗談めかしながらも、胃が痛くなるようなフレッシャーを感じている。「グローバル委員会をたとえるなら、WBCの日本代表。チームの監督と代表の監督、両方に鍛えられるイメージです。参加者は確実に実践モードに変わっています」(青野)

海外進出の新規事業に関わる売上データは、基本的にどの企業もトップシークレット。それを提出することになるため、参加者にとっては、今まで秘密裏に行われてきた自社の海外進出の状況が、自日のもとにさらされることになる。「当社自身、これまで海外進出のデータを外に出したことはありませんから、非常に興味深いと

### 「現地主義」をテーマに 現地での販売実績を 増やすことを目標に活動

この数年間MIJSの海外展開委員会で行った国事例、市場調査、視察ツアーの成果により着実に地盤を築き上げてきました。青野委員長を筆頭にいよいよ本格展開!

「現地主義」をテーマに現地での販売実績を増やすことを目標に上海、シンガポール、シリコンバレーに初年度の対象拠点を設け、実ビジネスに直接繋がる活動にフォーカスし、現地で会員同士の共同営業活動を支援する活動を展開します。



日中のづくり商談会(上海)



MIJS Conference in Shanghai



MIJS Roundtable in Singapore

### グローバル委員会の主な活動

2013年6月  
MIJS Roundtable in Singapore  
シンガポール、ジャカルタ視察

2013年11月  
シリコンバレー視察

2014年4月  
海外拠点リーダー会議  
(東京、シンガポール、上海、シリコンバレー)

2014年6月  
活動説明会

2014年9月  
共同出展：日中のづくり商談会（上海）

2014年10月  
海外拠点リーダー会議  
(東京、シンガポール、上海、シリコンバレー)

2014年10月  
MIJS Conference in Singapore

2014年12月  
MIJS Conference in Shanghai

2015年1月  
海外拠点リーダー会議  
(東京、シンガポール、上海、シリコンバレー)

エンタープライズ系のエンジニアを  
さまざまな制約から解放する  
技術実験と情報交換のフリーダム

MIJS製品技術強化委員会委員長 水本 良  
(株式会社日本システムデザイン 取締役)



## 製品技術強化委員会

エンタープライズ系エンジニアの技術力向上を目的とし、技術者の情報交換やクラウドなどに関する最先端技術の勉強会などを開催。

ソースコードを実際に制作し、プロダクトを通じて技術を磨いていく。

MIJS設立以来続いているコアコンテンツ。

### 求めたい技術や知見を 入手できるつながりをつくる

製品技術強化委員会は、会員企業の技術レベルの底上げを目指してきた。2015年4月から委員長を務める、株式会社日本システムデザイン取締役の水本良は、「技術者が好きなことに取り組む、生き生きとした自由な雰囲気を大切にしたい」と語る。

その方針は、すべての委員会活動の基調となっている。活動の柱の一つである分科会では、エンジニア同士による実践的な技術検証や学習が行われている。前期と後期で取り組むテーマを変えて実施されるが、テーマは参加者の要望をもとに選定され、自分の関心のあるテーマの分科会を自由に選択できる。

2015年の前期に関しては、React.jsやハイブリッドアプリなど、トレンドとなっているプログラムについての研究や、エンタープライズ系のシステムでAIを活用する研究、ウェアラブル端末を活用する研究、サイバー攻撃に対抗するセキュリティに関する研究の4つが行われた。水本も自らAIの分科会に参加。「一人では研究が難しいことや、現場のプロジェクトでは取り組めないことが多々ある。関心の近くまで仲間と挑戦できるのは刺激になる」と手ごたえを感じている。

これらの分科会で取り組んでいるテーマは、期末に開催される合宿で完結され、次期はまた新しいテーマに取り掛かる。もちろん要望が高ければ同じテーマを継続することも可能だ。

二つの柱は、各社発表によるノウハウやナ

レッジの共有である。エンジニア同士での参加が多く、フラットに交流できる雰囲気があるため、内容も赤裸々だ。「人が辞めた」「プロジェクトが火を噴いた」などの失敗体験を交えながら、現場のリアルな情報が提供されている。

今年度からは、参加した出席者にアンケートをとり、発表者へのフィードバックも実施。これまでは質疑応答の時間が十分に取れないことが多かったため、その代替手段として採用されたのがこのフィードバック制度だ。発表者のモチベーションにつながっているほか、参加者も後から質問できるため、交流が促進されている。

各社発表の後、続けて懇親会を開催しているが、ここでさらにエンジニア同士のコミュニケーションを促進させないと水本は考える。

「さまざまな規模の会員企業があり、それぞれに特徴ある案件を扱っています。活動を通じて生まれたつながりこそ、今後のエンジニア人生の財産となると考えています」(水本)

委員会では今後、参加者の要望をもとにしたイベントも計画している。現在、挙がっているのは会社訪問ツアー。エンタープライズ系のエンジニアは、外部の情報が入りづらい環境にあるため、他社のエンジニアがどんな環境で開発しているのか非常に関心が高いのだそうだ。

「とにかく技術者のみなさんが知的好奇心を満たし、楽しんで参加できる委員会でありたい。そしてMIJSで得た刺激や、ものづくりを追求する自由な雰囲気を、ぜひ社内に持ち帰ってもらいたいですね。技術の革新は、そのような環境づくりから始まる」と考えています」(水本)

会員企業のエンジニアが集まり、旬のテーマに関して共同で調査、検証、学習を実施

会員各社のエンジニア同士の共同活動による知識共有およびスキル向上を目標に、エンタープライズアプリケーション開発の「いま」を知る活動を行っています。1年を通しての活動方針として

①開発手法・開発基盤に関する各社のノウハウ(講演形式)(自動テストツール、ソース管理、ドキュメンテーション、国際化など)を共有

②分科会活動(テーマごと少人数のグループワーク)で定期会を行っており、グループワークの集中型展開して年2回2日間の合宿が開かれています。合宿では他社エンジニアとペアプロなどを通じて現場レベルで互いに刺激を受けることができる場を提供します。



シリコンバレーツアー(企業訪問)



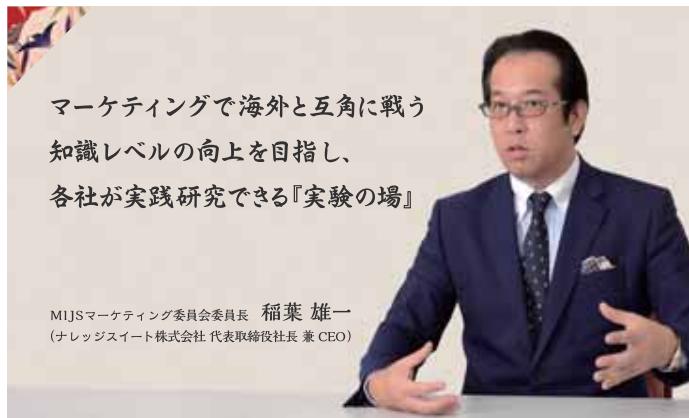
定期会の様子(ノウハウ共有: テスト自動化)

### 2015年度分科会テーマ(前期)

- エンタープライズソフトウェアセキュリティ
- ウェアラブルデバイス
- AIのエンタープライズ活用
- 新しいプログラミング言語(Go, React.js, ハイブリッドアプリ)

### 製品技術委員会の主な活動

- |   |                           |
|---|---------------------------|
| 2014年6月<br>シリコンバレーツアー   | 2014年7月<br>シリコンバレーツアー 報告会 |
| 2014年7月<br>「AWS Summit Tokyo 2014」<br>MIJS - Amazon 共同企画セッション | 2014年7月<br>夏合宿            |
| 2015年1月<br>冬合宿  | 2015年8月<br>夏合宿            |



## マーケティング委員会

マーケティングに甚大なパワーを割く、海外の企業に対抗しうるマーケティング力を養成するのが目的。

中長期的な販売戦略やローカライズに必要な施策など、マーケティングに関する手法を、実践を通じて研究できる『実験の場』を提供する。

### 製品の魅力の見せ方、売り方を実践的に研究

手がける範囲に広がりを見せていた前身のプロダクトビジネス推進委員会から、プロモーションや営業に特化した分野を細分化したのがマーケティング委員会である。これによってより参加者のターゲットを絞り、実践的な取り組みが行われるようになった。同委員会は2つの部会を設置している。プロモーション部会は、自社製品をいかに魅力的に見せるか、営業企画や戦略、広報などをテーマとし、営業部会は製品を売るための営業スキルの向上を目指している。

今年度の目標は、全体的なマーケティング力の底上げにある。マーケティング委員長を務めるナレッジサイト株式会社代表取締役社長兼CEO

の稲葉雄一は、「日本のソフトウェアベンダーは、マーケティングの視点がなく、テクノロジー視点のディティールに寄った打ち出し方になり、製品の良さが埋もれてしまう傾向にあった」と業界の実情を語る。事実、シリコンバレーの新規ベンチャー企業が、日本でも強烈なインパクトを放つのに対し、日本の新規ベンチャーの存在感は国内でも大きいとは言えない。世界と対抗するためにも、まずは海外に見習い足元を固めるのが、当面の目標となっている。

今年度の具体的な取り組みとしては、前期はマーケティングに力を入れている企業の実例による勉強会や、会員企業各社の製品について研究会を開催。マーケティングの基礎と自社製品の魅力を知る、知識重視のコンテンツとなっている。

顧客接点を最大化し、  
MIJSとしてお客様と向き合える  
環境づくりを目指し、  
会員個社で活用できる情報や  
実益を作る場として活動

本期から新設されるマーケティング委員会では顧客接点を最大化し、MIJSとしてお客様と向き合える環境づくりを目指し、会員個社で活用できる情報や実益を作る場としております。

プロモーション部会（インバウンド部隊の構築）と営業部会（アウトバウンド部隊の構築）で構成されており、インバウンドマーケティング・SEOノウハウを取得し、共同マーケティング企画を実施します。

成功体験、失敗体験の検証の得て、個社で活用ノウハウの蓄積を目指して活動します。

MIJS Conference 2013



第3回マーケティング委員会（2014年6月定例会の風景）



### マーケティング委員会の主な活動

2014年9月

MIJS LIVEセミナー

2014年10月

共同出展：

クラウドコンピューティングEXPO秋

2014年11月

MIJSワークショップ in 京都

2015年1月

マーケティングセミナー

2015年7月

MIJS事例しか話さないセミナー2015



## 経営力向上委員会

スマートデバイスやクラウドの普及、事業展開のグローバル化、労働集約型・人月単価モデルの崩壊など、ビジネスを取り巻く環境が大きく変化するなか、この時代を生き抜き、グローバル化を目指す企業が直面する個々の切実な課題に取り組み、その経営力を企業の内部から強化する。

### 『4つのS』の向上を目指しテーマの専門性をより深く

経営力向上委員会は、前身のプロダクトビジネス推進委員会から分岐したこと、内容をより経営者や管理部門向けに特化した。委員長を務める株式会社オープンストリーム取締役の野田伊佐夫は、「海外と戦える経営力を身につけるため、『Scope』『Style』『System』『Skill』の4つの軸から経営力向上を目指し、企業の基礎体力を高めたい」と語る。

『Scope』とは、企業経営の根本である選択と集中を的確に行い、経営環境の変化への対応を考える軸。海外企業のM&Aや資金調達など、さまざまなテーマを考えている。『Style』は、クラウド化などによりビジネスモデルの前提が変化する中、新たなビジネスモデルを確立させるための軸。新規事業立ち上げから契約・法務・特許までがテーマとなる。『System』は、新たなビジネスモデルにマッチした組織や制度、場を形成する軸。人事評価制度やキャリアパスも視野に入れる。

『Skill』は、人材の調達とスキルセット、育成に関する軸。どのように優秀な人材を確保し、育てていくかを課題としている。

「これらを『4つのS』と名づけ、この軸で経営力を成長させ、5つの『S』である『Speed』を経営にもたらしたいと考えます」（野田）

委員会では『4つのS』を念頭に、今まで専門性が高くて採り上げにくかった企業が抱えるテーマにアラカルトで取り組んでいく。今年度はすでに、経営者向けに新規上場を実現した社長

による講演や、人事部門向けに倫理協定が変わる2016年新卒の採用に関するセミナーなどが行われた。CFOや取締役クラスの方に呼びかけ、自社の予算の課題についての座談会も開催。赤裸々な内容が大きな反響を呼んだ。

各社が機密度の高い予算のノウハウについて惜しげもなく共有するのは、MIJSが持つ『Give & Take』の精神があるため。「ある参加者が自社の経営トップに委員会の場で公開できる範囲を聞くと、答えは『全部OK』だったとか。MIJSに対する深い思いを感じましたね」（野田）

経営力向上委員会では、今回の改組で人材育成プログラムが正式に紐づくことになった。今年度は8社54名の新人が一堂に会し、MIJSの講師による新入社員研修が行われた。同じくプロダクトに関わる企業同士の新入社員が、同期として『他社』とつながり、一齊にスタートアップできることは、今後の成長の大きな糧になる。「ゆくゆくはフォローアップ研修なども企画し、会員企業の人材育成の一助となるよう取り組んでいきたいと考えています」（野田）

各回ごとにテーマも、参加者のターゲットも異なる経営力向上委員会を、野田委員長は「楽団」に例える。「合奏するオーケストラ、セッションするジャズ、スタープレイヤーのライブなど、それぞれのテーマに合わせて参加者を募ります。その分、企業の抱える本当に切実なテーマを探り上げたい。これができるのも、今年度から準会員が、制限なく各委員会に参加できるようになったため。MIJSにとっても初の試みです。ぜひ、今まで出席しなかった部署の方にも積極的に参加していただきたいですね」（野田）

経営環境が大きく変化する中、  
迅速に、柔軟に、サービスをつくる  
経営基盤の強化を目指し活動

本期は、「企業が変化の時代を生き抜くノウハウと共に学び、考える」をテーマに経営力向上委員会を立ち上げます。迅速に、柔軟に、サービスをつくる経営基盤の強化を目指し、ビジネスモデルの確立・組織・制度・場の形成、人材の調達、スキルセットと育成を共に学び、共に考える活動を展開します。



●MIJS合同新人研修の様子



### 経営力向上委員会の主な活動

2014年4月

MIJS 合同新人研修

2014年7月

MIJS プレゼンカーネーション

2014年9月

MIJS 合同新人研修

2014年11月

MIJS ワークショップ in 京都

2014年12月

MIJS 合同新人研修

2015年4月

MIJS 新人合同研修

2015年6月

MIJS プレゼンカーネーション