



塾長からの手紙

2023年4月～2023年9月

企業内発明塾 OB・OG の皆さまへ

TechnoProducer 株式会社

まえがき

企業内発明塾 OBOG の皆さん、TechnoProducer 株式会社代表取締役 CEO／発明塾塾長の楠浦です。早いもので、2024 年で弊社も 17 年目になりました。最初の企業内発明塾開催が 2011 年ですので、企業内発明塾®は 14 年目になります。こうして、400 名を超える関係者の方々に近況報告ができるのを、大変嬉しく思います。

前回に引き続き、毎週メルマガ「[e 発明塾通信](#)」で配信している「お声」と「コメント」を、「塾長からの手紙」として 1 つの PDF ファイルにまとめて皆さんにお送りします。日々の励みに、あるいは、教材含め指導内容を思い出すのに役立てば、とっても嬉しいです。

お伝えしたいことは、前回の「まえがき」で書いていますので、今回は近況報告を。前回から、少し時間が空いてしまいました。これは 2024 年 9 月末に新たな書籍を出版するため、原稿執筆他の準備作業に追われていたためです。現在進行系ですので、「追われてる」が正しいでしょうか(笑)。前著「新規事業を量産する知財戦略—未来を預言するアイデアで市場を独占しよう！」は、自分たちですべてやってみよう、ということで自主出版形式でしたが、今回はビジネス書の大手出版社から出すことになりました。また、今回は新規事業と発明、知財戦略の話でしたが、今回は「特許情報分析」にフォーカスした内容になっています。解像度の高い特許情報分析の進め方を学んでいただく「教科書」で、特許情報分析の「勝利の方程式」を解説したものだとお考え下さい。

解像度で思い出しました(笑)。企画書の肝は、「聴く人の解像度を超える」ことだ、といつもお伝えしていますね。相手の解像度を超えると、相手は「実現できそう」だと思うんですよね。今回の「塾長からの手紙」の中にも、解像度の話が出てきます。

“僕は、モチベーションは「未来の解像度」から生まれると思っています。
手元の情報にもとづいて、常に解像度を上げていく。
毎日情報は増えるので、毎日解像度は上がるはずですよ。
そうすると、モチベーションは勝手に高まりますね。”

「夢のある話」に必要なのは、実は「夢」ではなく、「解像度」なんですよね。

今後も皆さんが、小さな成功を積み重ねながら、発明塾の手法に精通され、自身の満足の行く成果にたどり着かれることを楽しみにしております。

目次

まえがき.....	1
「体系的」に整理されていて、より「効率的」で「実践的」～「課題解決思考」は発明塾の一丁目一番地.....	4
「半年前は想像もできない企画ができつつある」「受講に悩むより発明で脳をフル回転させて」..	6
「他社の後追いで玉砕」「トレードオフを意識」「ネットサーフィン脱却」～新規事業企画の現場より.....	9
「結果が出れば人は育つ、それを見た人がまた育つ」～「支援力」「指導力」を身につけたい／楠浦さんみたいになれますか？.....	12
「新製品・新サービス開発をしたいけど、何から始めたら良いかわからない」に答える.....	14
世界の名だたる企業と勝負できる創造性を得、製品の販売に向けて進んでいきたい.....	16
「技術者」として僕が「新規事業」にこだわる理由は？～企業内発明塾参加者の質問への「僕なりの答え」(1000号！達成記念).....	18
「今、頭の中にあることを具体化できそうな感触」、「順を追って進める」ことで結果が出せる....	26
「決して楽ではないが、その甲斐は十分」「ベストは尽くしたものの、少し後悔」.....	29
「そんなにうまくいくのか？」と言われながらも一発OK～リスク最小でまず始める.....	33
「新規事業の発想と進め方の武器を更に増やすことができました」.....	36
「なぜこの提案が通らないのか」「人生のベクトルが変わる」.....	41
「新規テーマの調査法」「特許情報の読み方」「やみくもな調査から脱却する方法」が身につく、自身のアイデアを考えられるようになった.....	44
「そのまま日々の研究開発業務にも応用できている」「ビジネスパーソンとしての地力が格段に強化される」.....	48
「ぎゅっと凝縮された教材」「いい意味で違ってる教材」「ここまで人の思考のプロセスを再現可能な形で教材としてまとめたものは他にない」.....	51
「苦しみのないところからは何も生まれない」「苦しむ場所として、発明塾は適切な環境」.....	56
「おもしろそうだからやってみると良い」「最終的にはなんとかなる」「大きな財産になる」.....	60
「効率的」「実体験でイメージしやすい」「この思考法は知らなかった」.....	63
「発明塾」のやり方に基づいて、社内にもテーマ企画する常設部署があっても良いのでは？....	67
「企業内発明塾の内容と考え方に共通点」「事業企画のブラッシュアップに活かす」.....	73
「特許を、狙いをつけて読み進める事の効率の高さを理解した」.....	78
「社長の喰いつきも良く、非常に良い新規事業の提案が出来た」～新規事業提案は初めて...	81
「課題を見つけるとは何か」「論理構造をどう組むか」「解決策のアイデアをどう考えるか」を実践で学べる.....	83
「半信半疑での参加」「今までの社内プロジェクトとは次元が違うことを実感」.....	86

「時代に即した効率的かつ網羅的な情報収集」「会社を担う新規事業の創出」.....	90
あとがき	94

「体系的」に整理されていて、より「効率的」で「実践的」～「課題解決思考」は

発明塾の一丁目一番地

e 発明塾通信 vol.992(2023年4月6日号)

おはようございます、「発明塾」塾長の楠浦です。

本日は、「発明塾」の指導内容の「一丁目一番地」である「課題解決思考」を「体系的に整理されていて、より効率的で実践的」というお声とともに、紹介いたします。

==お声、ここより

発明発掘の本質を突いた内容になっており、知財業務の経験が少ない方はもちろん、経験が多い方も原点に立ち返る意味でも受講する価値があると思います。

◆「課題解決思考(1)」のご感想

実務において漠然と進めていた発明創出について、体系的に手法化されていて、非常に実践的だと思いました。

改めて自社のコア技術を明確にして、コア技術を生かした用途発明を創出すべく、技術者と一緒に取り組みたい。

◆「課題解決思考(2)」のご感想

普段から本講座と同じような考えで発明発掘をやっているが、本講座はとても体系的に整理されていて、より効率的で実践的だと感じました。

学んだ手法を実践して、ダントツな発明を創出したい。

(電機メーカー 知財部門の方)

==ここまで

「発明発掘の本質を突いた内容」と仰っていただいています。

e 発明塾は、知財部門の方のご利用も多いのですが、特にこの「課題解決思考(1)」「課題解決思考(2)」は、知財担当の方と発明者の「共通言語」としてご活用いただきたい講座でもあります。

課題解決思考(1)

https://e-hatsumeijuku.techno-producer.com/kaiketsu_1

課題解決思考(2)

https://e-hatsumeijuku.techno-producer.com/kaiketsu_2

13の講座から、必要なものを選んでいただけるよう、「おすすめ講座診断」サイトがご利用いただけます。

おすすめ講座診断

<https://e-hatsumeijuku.techno-producer.com/coursecheck>

これによると、いわゆる「シーズ型」発明を狙いたい方は「課題解決思考(1)」、「ニーズ型」発明を狙いたい方は「課題解決思考(2)」になります。

しかし、特に「市場を独占」できる発明・知財・事業を生み出したい場合、「ニーズ型」「シーズ型」問わず、「課題解決思考(1)」の考え方が必須になります。

「実務において漠然と進めていた発明創出について、体系的に手法化されていて、非常に実践的だと思いました」

こう仰っていただいている通り、「発明創出の肝の部分体系化」した講座です。

発明塾の「発明」「知財開発」手法を学びたい、という方は、是非「課題解決思考(1)」から受講下さい。

「知財業務の経験が少ない方はもちろん、経験が多い方も原点に立ち返る意味でも受講する価値があると思います。」

経験者の方でも、「原点に立ち返る」意味で受講いただく価値があるそうです。

ご指摘の通り、「体系化」された「より実践的で効率的」な講座だと自負しております。

それでいて、経験が少ない方でも理解しやすいよう、非常に平易なところから説き起こしています。

数多くの大学生が「課題解決思考」を学び、発明を投資ファンドに提案して採択に至っていますので、ご安心ください。

楠浦 拝

「半年前は想像もできない企画ができつつある」「受講に悩むより発明で脳をフル回転させて」

e 発明塾通信 vol. 994(2023年4月13日号)

おはようございます、「発明塾」塾長の楠浦です。

今回は、

「半年前は想像もできない企画ができつつあり、発明塾は偉大だな、と感じています」

「受講すべきか悩まれている方がおられるのであれば、受講に悩むより発明で脳をフル回転させてみませんか？」

とおっしゃる、企業内発明塾参加者のお声です。

企業内発明塾

<https://www.techno-producer.com/kigyounai-hatsumeijuku/>

確かに、悩んでる時間も「もったいない」ですからね。

==お声、ここより

事前受講から合わせると6か月弱、大変お世話になりました。

半年前は想像もできない企画ができつつあり、発明塾は偉大だな、と感じています。後輩の皆様へ、発明塾のすごさを以下の通り伝えたいと思います。

発明塾は以下4つが揃っているのです、やる気さえあれば誰でも発明出来るようになるのだと思います。

- (1) 事前に、受講期間中に、随時知識習得できる教材・データベース
- (2) (1)で得た知識を使って自身で企画を作る
- (3) (2)で躓いても、ワークショップや自主討議で立ち直りのきっかけが得られる
- (4) (1)~(3)で得られる能力を定着させる仕掛けがある(振り返り、自分マニュアル化を強く推奨頂くことや、重要な知識情報は SNS や教材で繰り返し自然に INPUT される)

(1)は発明塾独自のものです素晴らしく、他の皆様感想を寄せている通りです。更に(2)~(4)があるので、(1)が自分の力として定着していく実感があります。

そのようにして自分の企画に足りないピースを集めていくと、これまでの自分では絶対に出来ないレベルの企画が現れてきます。

私は視点が技術に偏ったり、ファーストユーザーが不明確だったり、紆余曲折続きでしたが、躓いてそこに気づかせてもらうことで大事なことを身に付けられたと感じています。

とはいえ、発明塾で教える内容は本当に膨大なので、今も改めて振り返ると新しい発見や実感があります。これからも勉強を続けます。

またいつか、改めて2回目の発明塾を受けたいとも思っています。

受講すべきか悩まれている方がおられるのであれば、受講に悩むより発明で脳をフル回転させてみませんか？と助言をしたいです。

機械メーカー(東証一部上場)開発担当の方

==ここまで

この方は、発明塾の指導内容をとてもよく理解されていますね。

「教材は、発明塾独自のものです素晴らしい」

とおっしゃって頂いています、ありがとうございます。

でも、活用してこそその教材ですので、素晴らしいのは、結局は参加者の方だと思います。

読まなければ、いや、読んでも実践しなければ価値はゼロです。

この方も、実践を通じて、教材で学んだことが「定着していく実感がある」とおっしゃっています。

その成果が、「半年前は想像もできない企画」として、結実したわけですね。おめでとうございます。

それは、皆さん自身の成果であり、なによりも、飛躍的な成長の証拠なのです。

しかし、いつも申し上げている通り、発明塾は「終わってからが始まり」です。

企画が通ってから、皆さんの仕事が始まります。私がやるべきことは、皆さんに「スタートラインに確実に立っていただく」ことです。

最近はその後の進め方について、フォローアップのご相談も多く受けております。それも大歓迎です。

始まったら、もっと大変ですよ(そしてもちろん、もっと楽しい)と教材にも書いてありますね。

でも、まずは「スタートライン」に立たないと、始まらない。当たり前なのですが、試合に出ないと勝てません。

私を含むバイク乗りの憧れのレースの一つに、「パリ・ダカール ラリー」があります。パリから、アフリカのセネガルの首都「ダカール」まで、砂漠を延々と走る、超人たちのレースです。日本勢では、ヤマハの青いバイクが、何度も優勝しております。ヤマハの博物館で実物を見たことがあります。ワクワクしました。

私にできるのは、“冒険の扉”を示すこと。
扉の向こうには、あらゆる危険が待っている。
その扉を開くのは君だ。
望むなら連れて行こう。
(パリ・ダカールラリー創始者のティエリー・サビーヌの言葉)

どうしても悩まれる方は、「8 種間パッケージ」講座を受講されるとよいでしょう。
過去にご紹介したお声の通り、これだけでも、ずいぶん皆さん変わられますし、8 週間パッケージを受講した段階で、上司が驚く結果を出している方もおられます。

発明塾 8 週間集中パッケージ

<https://www.techno-producer.com/hatsumeijuku-8week/>

楠浦 拝

「他社の後追いで玉砕」「トレードオフを意識」「ネットサーフィン脱却」～新規事業企画の現場より

e 発明塾通信 vol. 996(2023年4月20日号)

おはようございます、「発明塾」塾長の楠浦です。

本日は、「発明塾8週間集中パッケージ」(8週間パッケージ)と「エッジ情報探索とその活用」(エッジ情報セミナー)動画を視聴いただいた方のお声です。

●発明塾8週間集中パッケージ(8週間パッケージ)

<https://www.techno-producer.com/hatsumeijuku-8week/>

●「エッジ情報探索とその活用」(エッジ情報セミナー)

<https://e-hatsumeijuku.techno-producer.com/douga-edgejoho>

受講後に、

「今年の初めに社内の企画でテーマ提案を行っており・・・他社の後追いで、これは玉砕するパターン」という、非常に生々しいお声を頂いております。

==お声、ここより

・製品、特許情報を読む際まず課題と解決手段を明確にすることや、トレードオフの課題が存在しているかに意識が向くようになった。

・エッジ情報セミナーも通して、自分たちがやる必然性のある課題、独占的に解決できる課題、まだ他社が注目していない課題を見つけることがいかに重要か納得させられた。

・今年の初めに社内の企画でテーマ提案を行っており、スタート地点としてその内容を考えているのですが、業界で周知の課題に真正面からぶつかりすぎかつ他社の後追いで、これは玉砕するパターンなのだなど。

・これまで、ついネットサーフィンになってしまう、自分が知らなかったことを勉強することに価値を見出してしまう、大体同じ内容のものをいくつも見てしまう、などよくないケースとして挙げられているものにほぼ当てはまっていた。何のために調べるか毎度顧みるようにしたい。

==ここまで

「課題と解決手段を明確にする」

「トレードオフの課題が存在しているか」

特許情報の読み方の基本の話ですね、これは8週間パッケージでは、「課題解決思考(1)」「課題解決思考(2)」の2つの講座内で取りあげています。

「エッジ情報セミナーも通して、自分たちがやる必然性のある課題、独占的に解決できる課題、まだ他社が注目していない課題を見つけることがいかに重要か納得させられた」

こちらは、エッジ情報セミナーのご感想です。「独占」は「課題解決思考(1)」でも取りあげておりますが、「課題探し」の段階から意識する必要があります。

「8週間パッケージ」受講後に、「エッジ情報セミナー」動画の利用を推奨しています。

ネタ探しのセンス、つまり「目利き力」が、格段に向上します。

「今年の初めに社内の企画でテーマ提案を行っており・・・業界で周知の課題に真正面からぶつかりすぎかつ他社の後追いで、これは玉砕するパターンなのだなと」

社内でテーマ提案を行った経験を、8週間パッケージとエッジ情報セミナーをもとに振り返っておられます。

どうやら玉砕するパターンの提案だったようですね。それに気づいたのは素晴らしいと思います。

気づかずにそのまま進めて「玉砕」となると、悲惨です。関係者全員が不幸になるパターンです。

「ついネットサーフィンになってしまう、自分が知らなかったことを勉強することに価値を見出してしまふ、大体同じ内容のものをいくつも見てしまふ、などよくないケースとして挙げられているものにほぼ当てはまっていた」

これは「エッジ情報セミナー」のご感想ですね。

「ネットサーフィン」「”お”勉強」「同じ内容を何度も」が起きる理由、回避策を、楠浦自身の経験と、学生向け・企業内発明塾での経験にもとづいて、紹介しています。

365日24時間は平等。時間は限られていますので、「無駄を省いて最短距離」で「イケてる情報」にたどり着く必要があります。その方法を「エッジ情報セミナー」では、多数の事例でお話しています。

●「エッジ情報探索とその活用」(エッジ情報セミナー)

<https://e-hatsumeijuku.techno-producer.com/douga-edgejoho>

8週間パッケージ受講後に利用いただくと、非常に高い効果があることが、受講者分析から見えてきました。

楠浦 拝

「結果が出れば人は育つ、それを見た人がまた育つ」～「支援力」「指導力」を身につけたい／楠浦さんみたいになれますか？

e 発明塾通信 vol.997(2023年4月27日号)

おはようございます、「発明塾」塾長の楠浦です

企業内発明塾の紹介や説明会を、導入検討しておられる企業様で行うことがよくあります。今回は、そういう場で「よくある質問」の一つを、取りあげます。

＝よくある質問の例

「企業内発明塾で楠浦さんから受ける教えを広めていきたい、指導してきたい、それは可能でしょうか？」

「楠浦さんみたいに(指導できるように)なれますか？」

＝ここまで

要するに、自身で結果を出すだけでなく、他の人にも結果を出してもらえよう、支援できるようになりますか？というご質問ですね。

これは、非常に多い。ほぼすべての説明会で出ている、と言えますね。

皆さん、気が早い(笑)。そして、熱心ですね。

自分が結果を出すだけでなく、それを周りにも広めていこう、という方が多い。

「指導力」「支援力」は、多くの組織において、必須のスキルだからかもしれませんね。

私の回答はほぼ決まっています、よくある質問については、「楠浦メモ」と私が呼ぶメモに回答例が詳細にメモされています。一部は、企業内発明塾で公開しています。

やはり皆さんに、「指導力」「支援力」を、しっかり身につけていただきたいですからね。

＝楠浦メモより

- ・「楠浦さんから受けた教えを広めていきたい、指導してきたい、それは可能だろうか」と言う人がいる
- ・それは皆さん次第、まず自身が結果を出すことが重要、実績がない人の話はどんなに正しくても誰も聴かない、あなたもそうでしょう

- ・「わかりました、モデルケースとして、お手本になれるよう頑張ります」となる事が多い
- ・いえいえ、そういう変なものは背負う必要はない、楽しんでやりたいことをやればよい
- ・日本のメーカーの技術者は真面目な方が多いので、気持ちはわかる、僕もかつてはそうでした(笑)

- ・以前にメルマガで紹介したが、役員プレゼンで「めっちゃたのしそうだな」と同僚にいわれた方がいる
- ・これは、一つの理想
- ・本人が一所懸命かつ楽しそうだと、周りもついてくる
- ・マツダの金井元会長の言葉「まあ大変やと思うけど、これ、できたらめっちゃエエやん、最高やで！（楠浦意識）」を考えるのが仕事であり、新規事業の企画
- ・社長や経営者は、実はそういうのを求めているんですよ

- ・いっしょにやろうや、教えてくれよ、私もやりたいんです、となる
- ・変なこと背負わずに、まず最大限楽しんで、それをめざせばよい
- ・実際には大変なこともあるが、大変だからこそ楽しめることをやる、それが人生、それが仕事
- ・とにかくもう、やりたいことを楽しんでやってください、ということ

- ・こう言うと、多くの方はホッとされる
- ・自分が、この会社でぜひやりたいこと、この会社だからできること、この会社がやるなら勝てることを考える
- ・それでよいではないか
- ・勝てないと全員が不幸になるから、勝てる、は必須
 （「売れる×勝てる×儲かる」の掛け算としての「事業として勝てる（成功する）」まで）

- ・それを一所懸命考えて、楽しんで実行する
- ・というか、自分で考えて自分でやることは、だいたいなんでも楽しいんですよ、ってこと
- ・誰も損しないよね
- ・これが「発明塾」

==ここまで

そういませんか？(笑) 思う方はその場で挙手を！（笑）

周りで手をあげてる方は仲間ですよ(笑)。仲間と良い議論を、どうぞ。楽しいですね。

楠浦 拝

「新製品・新サービス開発をしたいけど、何から始めたら良いかわからない」に

応える

e 発明塾通信 vol.999(2023年5月11日号)

おはようございます、「発明塾」塾長の楠浦です。

本日は、e 発明塾「課題解決思考(2)」へのお声から
「新製品・新サービス開発をしたいけど、何から始めたら良いかわからないという方」
「インキュベーターやコンサルに高い費用を支払って取り組む前に一度こちらをトライして」
というお声を紹介します。

私も実は、まずこの教材でご自身で試行錯誤、色々トライしてから、各所にご相談されたらよいかと思っております。

==お声、ここより

◆「課題解決思考(2)」のご感想

解説、実践、自分の言葉で書く、という作業を通じて理解することができたため、わかりやすかった。
考え方のロジックを、これまでのアイデア出しから具体化する際に活用したい。
Web とテキストによる講義と理解力確認を併用している点、
動画ではないので、一方通行になりがちな講義を、受講者に考えて手を動かす作業を要所所で挟むことで、メリハリと理解度チェックをしながら進められるところが良かったです。
期間とボリュームもちょうど良い設定になっていたと感じます。
新製品・新サービス開発をしたいけど、何から始めたら良いかわからないという方に、インキュベーターやコンサルに高い費用を支払って取り組む前に一度こちらをトライしてみることをお勧めいたします。

==ここまで

この方は、「課題解決思考(2)」について、
「考え方のロジックを、これまでのアイデア出しから具体化する際に活用したい」と仰っています。

発明塾用語で申し上げますと「突破発明」の創出であり、「アイデア育成」の段階で使うということになりますね。

発明塾の考え方では、「アイデア育成」は「突破発明の連続的な創出」が肝になります。
アイデア育成をしたい方は、課題解決思考(2)で紹介している考え方のロジックを、徹底的に実践しながら身につけていただきたい。

過去の配信で、「課題解決思考(1)」は「市場を独占するアイデアの出し方」を解説した、発明塾の1丁目一番地の教材である、というお話をしました。それに続くのが「課題解決思考(2)」ですね。

課題解決思考(2)の考え方のロジックを用いて、具体的にアイデアを育成した事例が、弊社の書籍「新規事業を量産する知財戦略」で紹介されています。

新規事業を量産する知財戦略～未来を預言するアイデアで市場を独占しよう！

<https://www.techno-producer.com/books/>

こちらの書籍の「第4章」「第5章」を読みながら「課題解決思考(2)」に取り組んでいただくと、より理解が深まるでしょう。

よほど急ぎである、とか、絶対に結果を出さなければならない、ということであれば、まずは、ここで声を頂いている

課題解決思考(2)

https://e-hatsumeijuku.techno-producer.com/kaiketsu_2

あるいは、

発明塾 8週間集中パッケージ

<https://www.techno-producer.com/hatsumeijuku-8week/>

をご利用ください。

ご自身のペースで「手を動かし」「理解を深め」ながら取り組める点が、e 発明塾のご利用者の方から、とても喜ばれているようです。

もちろん、お急ぎであったり、ある期限までに絶対に結果を出さなければならない、という場合には「企業内発明塾」をおススメいたします。

「こんなに、微に入り細に入り、熱心に支援していただける人は他にいない」との声を頂いております。

楠浦 拝

世界の名だたる企業と勝負できる創造性を得、製品の販売に向けて進んでいきたい

e 発明塾通信 vol.1001(2023年5月18日号)

おはようございます、「発明塾」塾長の楠浦です。

今回は、企業内発明塾を主催された「知財部」の方のお声です。

「参加者の一体感, 前向き感」

「世界の名だたる企業と勝負できる創造性を得、製品の販売に向けて進んでいきたい」

「同じ釜の飯」というと少し古臭い感じもしますが、ただでさえ困難な新規事業開発において、「前向き感」が生まれるのは、大事ですね。

==お声、ここより

楠浦先生、ありがとうございました！

参加者の一体感, 前向き感が顕著に表れてきており、特に、Aさんの気持ちの変化を目の当たりに見たことは大きく、これも楠浦先生のご指導の賜物と、自身も感動した次第です。

みんながこのような経験を積んでいき、世界の名だたる企業と勝負できる創造性を得、製品の販売に向けて進んでいきたいと思います。

ここまで本当に良い機会をいただきありがとうございます。

電機メーカー(非上場)知財担当の方 より

==お声、ここまで

「参加者の一体感, 前向き感が顕著に表れてきており、特に、Aさんの気持ちの変化を目の当たりに見たことは大きく」

発明塾では「小さな成功体験」を重視しています。少し文脈は違うのですが、理由は2つあります。

1つ目は、川崎重工での経験です。

私が在籍当時の川崎重工では、「水の輪」という言葉を使って、誰かが学んだことを、周りに伝えていくように指導していました。もちろん、失敗体験も(こそ)伝える必要がありますが、やはり、「これでうまく行ったぞ」という学びは、周りを明るくしますので、とても大事でした。

2つ目は、発明塾が当初、学生向けだったことです。

当時は、知財や発明について、一般の理工系の学生が大学で学ぶことはありませんでした。その中で、私としては熟知していることとはいえ、彼らとしては手探りで学びながら進めていく必要がありました。

「よーわからんけど、こうやったら、うまいこといったー！」という声が飛び交うことが、彼らを「成功」に「互いに導く」道標(みちしるべ)になっていたわけです。

「こうやったらうまくいくよ」と、僕が教えるだけでなく、彼ら自身が「なんかわからんけど」うまくいく方法を見つけ出し、共有し、それで成果を出し、成功し、それを僕に教えてくれる。

それを、集合討議で取りあげ、うまくいく方法を理論化し体系化し、改めて皆で学び直し、実践し、より「効率よく」成果を出す。この繰り返しは、学生版発明塾でした。

「一人が変わると、みんなが変わる」という仕組みなんですね、そもそも発明塾は。

東京と京都で、それぞれ週1回、つまり、週2回、これをやり続けていたわけです。東京と京都を、新幹線で毎週往復して(笑)。年間100回ですね、懐かしいです。春夏冬に、「合宿」もやりましたから、一年の1/3程が、学生版発明塾だったわけです。

そんなやり取りの中から、多数の成功事例と失敗事例、そして、教材と指導ノウハウが生まれ、「企業内発明塾」「e 発明塾」「発明塾動画セミナー」が生まれました。

サービス紹介ページ

<https://www.techno-producer.com/service/>

「みんながこのような経験を積んでいき、世界の名だたる企業と勝負できる創造性を得、製品の販売に向けて進んでいきたい」

「一人」を続けていけば、「みんな」にたどり着きます。そして、その皆さんが「一体感」「前向き感」を持つ、それが「発明塾」です。

世界の名だたる企業と勝負できる、というか、皆さんの会社自身が「世界の名だたる企業」になります。

必ずなります。新規事業は、そのための第一歩なのです。

入り口は、発明塾ですね。

楠浦 拝

「技術者」として僕が「新規事業」にこだわる理由は？～企業内発明塾参加者の質問への「僕なりの答え」(1000号！達成記念)

e 発明塾通信 vol.1003(2023年5月25日号)

おはようございます、「発明塾」塾長の楠浦です。

本日は、「メルマガ1000号達成！」記念を兼ねて、企業内発明塾で「参加者」「支援者」からよくいただく質問への、僕なりの答えを紹介します。

例えば以下のようなご質問が、よくあります。

- ・楠浦さんは(新規)事業に取り組むモチベーションを、どのように維持しているのか？
- ・そもそも楠浦さんは、技術屋なのに、なぜ(新規)事業にばかり取り組むのか？

表現はいろいろありますが、上記の2つに集約できる質問が、それなりにあります。

序盤の「8週間パッケージ」を受講されている間に、いただくこともありますし、「企業内発明塾」終了時にいただくこともあります。

タイミングは様々ですが、やはり、皆さんの疑問や不安には共通点があるということでしょう。

過去の回答を抜粋編集した、「模範解答」(笑)を、以下に示しておきます。

実際には、各自各社の置かれている状況に応じて、言うこと言わないこと、あるいは、伝え方も様々です。

でも、1000号達成記念なので、「僕なりの模範解答」を書いておきます。

企業内発明塾 OBOG の中でも、ここまでの話はしていない人もいますからね。

●楠浦さんは(新規)事業に取り組むモチベーションを、どのように維持しているのか？

まずは、テクニクというか、「ルーティーン」的なもの。

これは、たしか「学生版発明塾 Blog」のどこかに書いているのですが、「毎週土曜日の午前中」に、以下の作業を行っています。

- ・2004年の前職ナノテクスタートアップ創業時に開始
- ・一週間の会社(事業)としての進捗の振り返りを、メンバーの全日報をもとに実施

- ・上記を反映し、「文字ベース(絵を排除)」の事業の企画書(全社員が見れるもの:目的からアクションプランまでを網羅したもの)を改訂
- ・企画書を音声読み上げソフトで音声変換し、携帯音楽プレイヤーに転送
- ・企画書音声ファイルを、時間があるときに常に聞く(念仏化)、これは土曜日に限らない

文字で解像度を上げておかないと正しく伝わらないし、常にイメージもできない、その結果、アクションにスピード感がなくなる(迷いや確認といった無駄が生まれる)ので、「念仏化」(発明塾用語です)を非常に重視しています。

現在は、音声化はやめ、携帯電話で常に見るようにしています。

僕は、モチベーションは「未来の解像度」から生まれると思っています。

手元の情報にもとづいて、常に解像度を上げていく。

毎日情報は増えるので、毎日解像度は上がるはずですよ。

そうすると、モチベーションは勝手に高まりますね。

「こういう未来を実現したい」「そのために明日(来年)起こることは、これ」が、手に取るようにわかるかどうか。

新規事業の「一丁目一番地」だと思ってます。

これが全社(チーム)内で共有できれば、全員が同じスピードで動けます。

結局は「預言」の話です。

「預言の解像度を上げる」のが、経営者の仕事だからです。

そのためには、実行スピードをあげて、預言に高速で近づいていくことも大事です。

遠くからでは、見えない部分、わからないこともありますからね。

そして、近づいた分だけ上がった解像度で、預言を書き直す。

これの繰り返しを、毎週やるわけです。

「知財活動」と「エッジ情報」の関係でも、実は全く同じなのですが、今日はその話は割愛します。

と言うか、「エッジ情報」は、僕の経営ノウハウから生まれた調査法／発明法なんですね、実は。

●そもそも楠浦さんは、技術屋なのに、なぜ(新規)事業にばかり取り組むのか？

これは結構不思議に思う人が多いようです。

技術屋は、技術の研究や技術開発をするのが仕事、と思っている人が多いのかもしれませんが。

答えは、ケースバイケースでいろいろありますが、頻度が高いものを挙げておきます。

全部話すと、本が一冊書けると思います(笑)

技術屋の仕事は、「その技術 ”でしか解決できない” 課題の解決」だと、僕は思っています。これがまず一つ、僕にとって一番大事なことです。他が良ければ、他でいいんです。発明塾の教えでいうと「課題の独占」の話になります。

そもそも経済合理性がないことは、決してやってはいけない。資源は有限ですし、無益な競争(戦争)が起きますからね。

村田製作所の創業者が、父親から「他の人の仕事を取るようなことは、絶対にするな」と強く言われたそうです。まったく同感です。

そして、「世の中に出なければ、まったく意味がない」と僕は考えているんですね。

残念ながら、事業・実業の世界に「努力賞」はありません。

世に出なければ、社会にとって、顧客にとって、価値はゼロだというのが僕の感覚です。ちょっと極端で誤解を招くかもしれないけど、あくまでも僕の感覚として、こうなんだということを明確にしておきます。

事業とは、「顧客の不の解消」を通じた「社会の不の解消」(「顧客課題の解決」を通じた「社会課題の解決」)であり、その結果の総和で価値が測られる、と僕は考えています。

でも、それらを直接測定するのは難しいので、仕方なく「売り上げ」「利益」「企業価値(時価総額)」などの代替指標で測っているわけです。

売れて、儲かって、株価が上がってくることが、あくまで(精度の低い)「代替指標」だけど、顧客課題の解決を通じた社会課題の解決の「進捗の指標」だ、と僕は考えているわけですね。

繰り返しですが、あくまでも僕の考えであり、感覚です。

他に何か良い指標(数値)があれば、ぜひ世界中の経営者にご提案ください。

どの社長も、そういう提案を待ってると思います。

「技術が磨かれる」とか「技術として面白い」「難しい技術開発だからやりがいがある」とかは、僕にとってはあまり大事ではない。

それよりも、「これ、世に出るんか？」が、僕にとっては大事。僕にとってはこれが全てだ、といってもよいかもしれません。

ついでに言うと、「技術」はむしろ「簡単」な方が、僕にはありがたいです(笑)。

僕は技術屋なんですけど、できるだけ技術開発はやりたくない(笑)。まあ実際は、なかなかそうもいきませんけど。

そこに「他社にとっての」技術課題があるから、やられてない、ということも多いですね。

「しゃーないな、そしたら自分(たち)でやるか」という感じです。

個人的には、世の中に出ない技術・製品開発をやるのは、虚無感が半端ないと思います。

とにかく、世に出て、顧客の課題と社会の課題を解決するものを作る。

そのためにどうするか。

僕はこればかり考えてきました。もちろん、今でもそうです。

「売れる」「勝てる」「儲かる」は、その一つですね。

まず、お客様に喜んで買っていただけるか。そして、それが広がるという意味も含め、社会に受け入れられるか。それに取り組むことを、会社として認めてもらえるか。

平たく言うと、顧客と社会と会社が OK すれば、世に出るわけです。

シンプルですね。これをとことんまで追求するのが、発明塾です。

本当にやるべきことは、突き詰めると、いつもシンプルなんですね。そして、シンプルでないと実行できません。

自分がなにがしか手掛ける技術・製品・サービス「でしか」解決できない課題を解決し、お客さまに喜んでいただき、社会に広く受け入れられ、会社が認めるもの。

それって、新規事業しかないんじゃないの？

僕が、カワサキ、コマツで技術を突き詰めて出した「僕なりの答え」が、これです。

ただ、人に押し付けるつもりはありません。共感いただける方が、発明塾に取り組めばよいと僕は考えています。

事業が嫌い、数字が嫌い、とにかくサイエンスを追求したい、そういう人も大切です。

サイエンス(発見)があるから、技術や発明、事業があるわけですから、結局は役割分担です。

僕の場合、技術屋として技術を突き詰めると、新規事業をやるしかなかったわけですね。

実際、この話をする、参加者からは「自分の技術開発の成果が世に出なくて、とてもむなしい思いをした」というお話が、数多く出てきます。こういう人は意外に多いんじゃないかなと思っています。

少なくとも僕の場合、「使われなかった」「役に立たなかった」「見向きもされなかった」というのは、技術屋として最も悔いが残ります。

せっかくやるんだったら、世に出るものがやりたい。

たとえ裏方であっても、要素技術であっても、部材であっても、工場のラインの目につかないところにある部品であっても、誰の目にも触れない企業内の IT システムであっても、とにかく世に出したい。

そう思うのは、むしろ技術屋として自然な感覚なんじゃないかな、と僕は思います。

もちろん、多くの人々の目に触れたほうが、満足感が高いかもしれませんが、僕はそこまでの贅沢は言わないですね(笑)。

僕の場合、最初に手掛けたカワサキの「W650」(大型オートバイ)は、幸運にも多くの方の目に触れる製品でした。

今でも、街中や観光地で、とてもよく見かけます。当時、よく売れましたからね、あれは。久々の大ヒット製品でした。

しかしその後の「風力発電用コンポーネント」「ナノインプリント装置」「細胞培養容器」などは、その筋のプロしか知らない製品です。外から全く見えなかったり、クリーンルームやラボの中でしか使わないものです。

それでも、別にいいんですよ。誰かの「困りごと」解消のお役に立っていれば、それでOK。

なんで「独占」「高収益」と言うか。

これも結構、聞かれますね。

答えは簡単で、「その続き」「そのまた続き」が、どんどんやりたいんですよ。

「続き」をどんどんやろうと思ったら、実際のところ、かなり儲からないと出来ません。

もちろん、「ダントツ」「世界初」「顧客が泣いて喜ぶ」「ヤラレタ」であれば、独占・高収益にならざるを得ないので、結果論の部分もありますけどね。

でもまあ、僕は「続きをどんどんやりたい」ので、やるなら、「めちゃくちゃ儲かるように」したいといつも思います。

ちょっと儲かったぐらいだと、経営者として次のリスクは取れないんですよ。

メンバーにも、良い給料も払えない。それだとやっても「オモロくない」ですよ。

そもそも「新規事業やってみたけど、あんまり儲かりませんでしたね」ってなったら、次、誰か新規事業やりますかね？

当事者も周囲も、まったく盛り上がりませんから、たぶん、誰もやらないですよ。

「新規事業や！とかいうて最初はよう騒いどったけど、結局何ひとつ儲かってへんらしいで、どう思う？」(大阪弁)と、陰口がまん延して終わりです。

実際に事業や企業を経営して、「オモロク」していくには、まず圧倒的に儲かる必要があるんですよ。

儲かって、盛り上がって、みんなでリスクを取って(取れる気分になって)、「その続き」を実現してく。

ただ、それだけなんです。

決して「がめつい」(すごく強欲で抜け目ない、の意)わけではありません(笑)。

自分で言うのもなんですが、僕はかなり控えめだと思いますよ。

最終回であるとか中間報告会であるとか、あるいは、お会いして雑談ができる時なんかであれば、よくそういう話をします。こういう雑談は、意外に大事ですね。

「技術屋」談義、と言えばいいのでしょうか。

企業内発明塾参加者で、こういう話が聞きたい方は、積極的に質問ください。

前職ナノテクスタートアップ設立から 20 年、コマツでの風力発電新規事業から 22 年、新規事業にこだわり続けている理由の、ごく一部をお話しました。

気が付いたら、社会人として大半の期間、新規事業に入りびたりになっていますね(笑)。

「そのまた続きがやりたい」とは、そういうことですね。

だから僕の場合、「さっさと儲けて会社を売っ払いたい」とかは、まったくないんですね。

これもよく聞かれます。

さっさと儲けて、とっとと会社を売り払って引退しないんですか、と。

「FIRE」(ファイヤー)というような言葉も、ちょっと流行ってるみたいですね。

でも、僕はそういうの、あんまり考えたことが無いんですよ、実は。

常に「この続きどうなるのかな」「続きはどうしたろかな」「もっとオモロならへんかな」と続きが常に気になってしまう(笑)。

ずっとそう思えるオモロいこと、オモロくて大変で終わりがいいことを、そもそもやりたいんですよ。

弊社 TechnoProducer 株式会社の創業時に、あり得ないくらい大変お世話になった顧問の先生が「この会社は、要するにライフタイムベンチャーですね」と仰っていました。

当時僕はあまりピンと来てませんでした。先生は僕の性格を見抜いておられたんだなと最近つくづく思います。

年の功ですね。そういうのが分かる年齢に、僕もなってきたようです。

終わりがいいことをやる、ってのは、意外と大事じゃないかなと思ってます。

もちろん、芸術とか学問とか、他にも終わりがいいことはたくさんありますし、そういうのでもいいのかもしれないけど。

僕にとっては、それがたまたま、新規事業と発明、そして知財だったということですね。

●「技術屋」の新規事業を育成する上で、常に意識していること

あんまり長くなっても、またクレームが来そうですが(笑)、1000 号記念として、いつもお話していることを、追加で紹介しておきます。クレームも感想も、大歓迎です。1000号達成記念ですから。

僕も最初はそうだったのですが、やはり技術屋は事業のことには疎い(笑)。

新規事業に取り組むと言っても、どうしてもモタモタする。

センスがない、勘所がわからない、「売れる」「儲かる」の知識がない。

前職スタートアップで、僕が最初に自身のアイデア(医療ロボット)で企画書を書いた時、書籍「新規事業を量産する知財戦略」で紹介している同僚の後輩はそれを見てしばらくしてから、「労作ですね」とひとことポツリとチャットしてくれました。

当時から、社内のやり取りの大半は遠隔でしたので、こういうやり取りも全部チャットなんですね。会う時間(移動時間)ももったいないし、会える時間帯にそもそも作業をしていない。

「労作」ってことは「名作」「傑作」ではないので、経営者目線で言うと「ダメ」ということです。日本語は難しいですね(笑)。文字通り昼夜を問わずやり取りして、何度も書き直しました。

こういうのを、僕は「不器用な努力」と呼びます。書いては捨て、捨てては書く。調べてはやり直し、考え直し。わかりますよね、僕の言ってること。

あんまり進んでないけど、一步一步、確実に深まってくる。この「不器用な努力」は、すごく大事なんですね。

これを察してあげることが、発明塾における僕の大事な仕事なんかな、と思ってます。これを察して、アイデアを育てていく、これが僕の唯一の仕事かもしれません。

まあ、そうは言うても時間は限られてます。最終回になると、社長の立場で遠慮なく、企画のロジックと企画書の見せ方の悪いところを、ズバズバ指摘していきます。頑張ったんやけど「世に出せなかった」という、「悔い」が残らないようにしたいんですね。ただそれだけです。

ダメなままにしておく、世に出ない。「努力賞」は、僕はあげたいんですが、意味ないんです、事業・実業においては。だから、ワークショップの後半では、かなり厳しいことも言います。泣く泣く、心を鬼にして、言うわけですよ(笑)。

言わないと分からない人も、いるわけです。やんわりいうと、分からない人もいるわけです。さじ加減が難しいですが、できるだけズバツと言う。で、「わかったよね、よろしくね」と。

ふわっと、ぼーっとしてると、ピリツとしなくて、はっきりしない。ピリツとさせすぎても、育たない。イメージとしては「育てつつ、絞り込む」という感じですね。なんか、盆栽みたいな話ですけど、実際そうなんです。

いつも不思議なんですけど、完成度を高めていくと、それぞれの企画は驚くほど異なってくるんですね。

似かよった企画というのは、企業内発明塾の歴史上、過去数百件を見渡して、まったくありません。各自が考え抜いてエッジにたどり着けば、発明塾というレベルの高い世界の中でも、互いに差異化されてくるんだなあ、いつも思います。

これは書籍「新規事業を量産する知財戦略」でも、学生の発明での実験結果として書いてますが、企業でもそうでした。

手法が同じなので、当たり前といえば当たり前ですが。

ホント不思議なんですけど、事実なんです。それぞれに「ダントツ」になっていきます。

「各社の独自技術」「各自の経験や想い」が、「ダントツ」を後押しする部分もあるでしょうね。

完成度を高めていけば行くほど、「死角を突いた」「尖った」ものになるのが、企業内発明塾の企画なんです。まあ、よう考えたら当たり前の気もしますけどね。

発明塾では「これは誰も、まだ考えついてない」「これは誰も、ようやらない」を突き詰めるわけですから。そういう風に、毎日毎日、育成し指導してますから。

楠浦 拝

P.S.

16年、そして、1000号。

まだまだですが、コツコツと積み上げて、それなりのところに来ました。

企業内発明塾、起業家向け発明塾、そして、学生版発明塾のOBOGはぜひ、感想交えて近況を教えてください。

近況に関連する最新情報があれば、返信で送ります。

OBOGの人数が増えすぎてしまって、企画に関連するであろう気になる情報があっても、知らせきれない状況になっています。

ドンピシャ過ぎて、メルマガには書けない情報もあります。

エコひいきも嫌なので、誰かにだけ送るというのも、モヤモヤしますしね。

でも、皆さんの状況は、とても気になります。

だから、近況報告のやり取りの中で、それとなく(笑)送ることにします。

「今、頭の中にあることを具体化できそうな感触」、「順を追って進める」ことで 結果が出せる

e 発明塾通信 vol.1005(2023年6月1日号)

おはようございます、「発明塾」塾長の楠浦です。

本日は、企業内発明塾参加者以外の方にも、広くご利用いただいている「発明塾 8 週間集中パッケージ」(以降、8 週間パッケージ)についてのお声を紹介しながら、8 週間パッケージを用いた結果の出し方についてお話しします。

発明塾 8 週間集中パッケージ

<https://www.techno-producer.com/hatsumeijuku-8week/>

こちらの方からは、

「今、頭の中にあることを具体化できそうな感触」

「順序良く行うことでより効率的にできる」

「順をおって進めることで出口への道が進めやすい」

のような言葉を頂いております。

「まさにそこです！」と、何度もうなづいてしまいました(笑

==お声、ここより

「8 週間パッケージ」に含まれる、各講座へのお声です。

◆「課題解決思考(1)」のご感想

3 年前に一度、受講し、その後、テキスト手法を用いてテーマ提案を実施したが、出口で行き詰った。今回、再度受講することで、何が必要なのかを整理することができ(今回は本テキストのスキーム通りにできていなかった)今、頭の中にあることを具体化できそうな感触はある。アイデアの価値は課題で決まることが重要であることを再認識できた。

新しいテーマの進め方に関して本テキストを生かそうと思う。

◆「課題解決思考(2)」のご感想

これまで「仮説検索」を繰り返し新しいアイデアを考えることは何となくできていたが、順序良く行うことでより効率的にできることがわかった。今後、今回学んだことを生かしてみたい。

効率的に新しいアイデアを考えてみたい。

◆「開発テーマ企画・立案における特許情報分析の活用」のご感想

これまでは必要に応じて、必要なことに対して特許を調査していたが、テキストのように順をおって進めることで色々足りない部分があったことに気が付いた。順をおって進めることで出口への道が進めやすいことがよくわかった。

==お声、ここまで

まずは「課題解決思考(1)」から。「課題の独占」の講座です。

こちらの方は、

「3年前に一度、受講し、その後、テキスト手法を用いてテーマ提案を実施したが、出口で行き詰った」と仰っていますので、再受講されています。

過去も別の方より、1回でできるようになるのは難しいかもしれない、というコメントを頂いております。

その方の自己分析によると、

「前回は本テキストのスキーム通りにできていなかった」

とのこと。

一度学んで、実践して、それを振り返って、というのは学習の王道ですね。

発明塾では、「熟達」(マスタリー)という言葉をよく用います。

習熟する、でもよいのですが、弊社の専門である教育学の用語で「マスタリー・ラーニング」(日本語訳は「完全習得学習」)という言葉がありますので、「マスタリー(Mastery)」「熟達」という言葉を使っています。

復習用の冊子教材がついておりますので、そちらで復習いただける部分もあると思いますが、再受講も効果的のようですね。

「今、頭の中にあることを具体化できそうな感触」

と仰ってますね。ぜひ、それを逃さず、すぐに企画にして提案をお願いします。

結果出してナンボ、だと思えます。それに応えられる講座だと自負しております。

次は、「課題解決思考(2)」です。突破発明であり仮説検索の講座ですね。

「これまで「仮説検索」を繰り返し新しいアイデアを考えることは何となくできていた」

学んだ方でも、「なんとなく」で終わっている方は多いのかもしれませんが。「熟達」まで行ってないわけですね。

「順序良く行うことでより効率的にできる」

これも結局、「テキスト通りにやれているかどうか」の話ですね。

企業内発明塾参加者は、事前にこの「8週間パッケージ」を受講します。

そこで学んだことを、まず、愚直にやってみる(できる)方は全員、企業内発明塾の期間のかなり早いタイミングで、企画が仕上がっています。

企画書としての詰めは必要なのですが、企画としては、「これで行けそうだな」と確信が持てている状態に、期間の前半で到達します。

それぐらい「テキスト通りにやると、効率的」なんですね。

テキスト通りでなく、自己流にこだわる方の大半は、最後まで悪戦苦闘されます。

最後は、「開発テーマ企画・立案における特許情報分析の活用」です。

この講座は、「特許分析」と「企画立案」の両方を学べる、欲張りな講座です。

楠浦が実際に立案し資金調達にこぎつけた事業企画のプロセスを、わかりやすく追体験できる講座です。

ここでも

「順をおって進めることで出口への道が進めやすい」

とおっしゃっていますね。

「テキスト通り」に進めれば、「効率よく」「出口にたどり着ける(結果が出る)」んです。

1回受けて終わりではなく、何度も振り返ってください。8週間ありますからね。

もちろん、再受講も歓迎です。非常に効果的という、実例がありますから。

過去、私のセミナーの参加者で、同じセミナーに3回出た方もおられます。

毎回、新たな発見があったそうです。

弊社の講座はそれぐらい、中身が濃い講座ばかりなんです。

楠浦 拝

「決して楽ではないが、その甲斐は十分」「ベストは尽くしたものの、少し後悔」

e 発明塾通信 vol.1007(2023年6月8日号)

おはようございます、「発明塾」塾長の楠浦です。

本日は、「知財ご担当者」で、企業内発明塾を開催し参加された方の

「決して楽ではありませんでしたが、その甲斐が十分にありました」

「ベストは尽くしたものの、少し後悔があります」

というお声を紹介しながら、開催検討中の方と参加者の方へ、少しアドバイスをしたいと思います。

==お声、ここより

事業部知財として、知財活動による事業貢献について、ずっと問題意識を抱えていました。

解決策としての総論一般論は多々耳にし、又時として取り組んではみるものの、その全てが説得力や具体性に欠けるものでした。

しかしながら、発明塾は違います。私の知る限り、世の中広しと言えど未だ、成果にたどり着ける唯一の貴重な解決手段です。

実際この想いは、企業内発明塾を終えたばかりのまさに今、自信から確信に変わりました（松坂世代です御容赦w）。

開催まで大変苦勞し、また開催期間中も決して楽ではありませんでしたが、その甲斐が十分にありました。

イチOBとして(笑?)、発明塾で成果を出すために必要なのは、“やる気”と“時間”と“開催費用”だけだと言いたいです。

私は、“やる気”は十分でしたが、“時間”については、ベストは尽くしたものの、少し後悔があります。

後輩の皆様には是非、同じような後悔をされないよう、この貴重な機会を十分に活かして頂きたいです。

私も第2回第3回の発明塾を必ず企画して参りますので、先生や関係者の皆様には引き続き今後とも宜しくお願い致します。

システム開発企業(東証一部上場) 知財担当の方

==お声、ここまで

「事業部知財として、知財活動による事業貢献について、ずっと問題意識を抱えていました」

この方に限らず、知財担当としてもっと事業に貢献したいが、具体的にどのようにしたらよいかわからない、成功イメージが持てない、という方のご相談は、多数あります。

いろいろな事例を見聞きするものの、肝になる部分は公開されていない、偶然上手くいったものが後で美化されている、自社の事情に合わない、といったお話もよく伺います。

「企業内発明塾を終えたばかりのまさに今、自信から確信に変わりました」

やはり、自分たちで実際に取り組んでみて、「結果を出しながら」自分たちなりのやり方を創りあげていく、これに尽きるようですね。

「結果が出れば、人は育つ」「結果が出れば、組織は育つ」これは発明塾の考え方です。

まず「自分たちなりの上手くいく方法」を見つけ出す必要があります。

その上で、再現性をどんどん高めていく。

そういう点では、「発明塾8週間集中パッケージ」(8週間パッケージ)を使って、自分たちなりにまずやってみる、ということもありだと思えます。

前回配信の方のように、「テキスト通りやれていなかったのが、結果が出せなかった原因だ」ということも、(何度も)やってみるからこそ分かることです。

発明塾のやり方においては、「不器用な努力」は実を結ぶのです。

発明塾8週間集中パッケージ ～ 「短期間で成果を出す」ための集中講座

<https://www.techno-producer.com/hatsumeijuku-8week/>

8週間パッケージは、僕にとっては基礎的な内容ですが、これを愚直に実践した方は皆さん、スジの良いエッジ情報やアイデア、発明、企画に、自力で到達されています。

「発明塾で成果を出すために必要なのは、“やる気”と“時間”と“開催費用”」

「私は、“やる気”は十分でしたが、“時間”については、ベストは尽くしたものの、少し後悔」

必要なものは、“やる気”と“時間”と“開催費用”。確かに、その通りかもしれませんね。

一方で、「時間」に関しては、育休明けの参加者の方から以前、以下のようなコメントをいただいています。

「子育てと仕事の両立は、どちらも中途半端になってしまうと悩む方が多いと思いますが、特に発明塾では悩みが付きませんでした。

楠浦さんとの討議や自主討議の直前・直後は特に時間をしっかりとって企画に向き合いたいところですが、どうしても保育園のお迎え時間があるので、納得いくまで取り組むということは残念ながらできませんでした。

しかし、時間がないからこそ、どう効率的に取り組むかというところにおいて、楠浦さんをはじめとして、支援者の方の力をうまく借りながら進めることができ、結果的に企画書はいい具合に完成できそうなところまで進めることができました。

結局、時間がなくても、時間をかける以外の別の方法をとることによって、どうにかなるので、子育てやその他理由で時間がない方も、安心して(そこまで構えず)発明塾に取り組んでもらって大丈夫だと思います。」

もちろん、時間があればそれはそれでよいのですが、時間がない中でも、周りの力を効率よく借りながら進めればよい、ということですね。

これは、普段の業務でも同じだと思います。

この方を含め、(男女問わず)育休明けの方が過去何名も参加されていますが、皆さん、時間がない中で周りの力を上手く借りながら、ベストを尽くして自分なりの企画にたどり着かれています。

成果について、「表面的な資料の完成度」という点では、足りない、あるいは、納得がいかない部分もそれぞれにあるでしょうが、「確信が得られているか」という点をクリアできていれば、どうにでもなるのです。

この方も「確信」という言葉を使って、「自分なりの結論」に至ったことを表現されています。

それがすべてだと思います。

結局、新規事業の企画は自身が実行するための設計図(青写真)ですから、「自分として確信が持てるものにできたか」がすべてなのです。

もっとも、「私は今、確信に至りました！」とか言われても、周りは理解できないので(笑)、発明塾では少なくともまず僕がわかる程度には、言語化していただきます。

そういう「壁打ち」「対話」「不器用な努力」「良い仲間との良い議論」の中で、確信は深まり、また、言語化が進むことで周りも理解できるものになっていきます。

最も質(たち)が悪いのは、「自身として確信が持っていないのに、きれいな資料(だけ)が出来上がる」ことです。

悔いが残るのは、むしろこちらのほうでしょう。

時間が無かったり、迷いがあつたりして、思うように進まないこともあります。

でも「確信犯」には、妥協はしない。

「時間がないから、とりあえず今のアイデアで、それっぽい資料を仕上げよう」は、僕は認めていません。本人の時間だけでなく、その場にいる支援者や、その企画提案を聞かされる関係者すべての方の時間が、厳しい言い方をすると「無駄になる」からです。

「確信犯」

これにこだわりつづけければ、道は拓けます。周りの方が力を貸してくれるからです。

「子育て中」でも、「確信犯」にこだわったから、みんなが手伝ってくれて、いい企画ができた。

そう、おっしゃっていますね、上記のお声は。

OBOG が証明している、ということです。

「確信犯」に至ろうとする方の、「不器用な努力」は、僕も見逃しません。

周りの方も、上の方も、たぶんそうでしょう。そういうもんなんです。

楠浦 拝

「そんなにうまくいくのか？」と言われながらも一発 OK～リスク最小でまず始める

e 発明塾通信 vol.1009(2023年6月15日号)

おはようございます、「発明塾」塾長の楠浦です。
本日は、企業内発明塾参加者の、「プレゼン後」のお声を紹介します。

「そんなにうまくいくか？」
と言われながらも、
「既存の開発技術を転用」
「小さなリスク、支出で始められる」
が認められたそうです。

良かったですね。僕も、とっても嬉しいです。

==お声、ここより

本日、ようやく開発トップへのプレゼンを行いました。
※時間はかかりましたが、周りのご協力を頂き自身の工数も確保できたので、プレゼンをすることができました。
審議の結果、OK が出ました！
そんなにうまくいくか？といったコメントももらいましたが、
既存の開発技術を転用できる、1st ユーザーの規模が小さいなど、小さなリスク、支出で始められる点を説明できたことが GO をかけてもらえた大きな要因だったと思います。
「強い特許の作り方」講座受講も完了したので、まずは特許出願準備に急ぎ着手します！

機械メーカー(東証一部上場)開発担当の方 より

==お声、ここまで

とっても大事なことが「さらっと」書いてあるので、一つひとつ見ていきましょう。

「※時間はかかりましたが、周りのご協力を頂き自身の工数も確保できたので、プレゼンをすることができました。」

これって、すごく大事なことだと思うんですよね。
この企画は精度が高く「通る企画」であると。間違いなく通るだろうと。
確信犯で、自信があると。

そうすると何が問題になるか。
「先読み」ですね。製造現場でおなじみの「危険予知(KY)」でもありますね。
やっていいよと言われるけれども、工数が割けない。結果として進まない、成果が出ない。

これは、よくあります。
社長は、現場の工数配分の話(まで)はしないからです。とにかくやれ。それだけです。

この方は「通るから、通ったらどうするか、ちゃんと準備してから提案しよう」というわけです。
賢明ですね。
「確信犯」のなせるわざです。

「まー、通るかどうかわからんし、通ってから考えたらええやん」でも、いいのかもしれませんが、この方は違ったんですね。すごいことです。
この一文だけで、この方の「確信犯」の度合い、「本気度」がわかります。そら、通りますわね。

「そんなにうまくいくか？」
「既存の開発技術を転用できる、1st ユーザーの規模が小さいなど、小さなリスク、支出で始められる点」

もちろん、「うまくいくかどうか」も、発明塾で十分議論して自信が持てるまで詰めるわけです。
それに加えて、「うまくいったら、こんなにおいしい(儲かる)んですよ」と「リスクは小さい」の2つを、発明塾ではきちんと詰めるんですね。
そうすると「まあ、これだったら、やらない理由がないよね」ということになります。

なってますね、実際に。

「強い特許の作り方」講座受講も完了したので、まずは特許出願準備に急ぎ着手します！」

この方は、すでに「通る前提」で「強い特許の作り方」講座も受講され、「通ったら猛ダッシュ」できるように、しておられるわけです。ここまで用意周到な方は、過去、あまり見当たりません。
とっても素晴らしいと思いました。

本当に楽しみです。こういう方がおられるとなると、まだまだ日本はよくなりますね。

そういう人を見つけて応援するのが、経営者の仕事。経営者としても(勝手に)実績が上がります。

そういう経営者と技術者がいる企業を見つけて応援するのが、投資家の仕事。
投資家としてのリターンも(ついでに)期待できますね。

これが、人材育成と新規事業開発、企業経営、そして、投資に対する僕の考え方です。
ご賛同いただけると嬉しいです。
周りに広めていただけると、もっと嬉しいです。

いつもありがとうございます。
宜しくお願い致します。

楠浦 拝

「新規事業の発想と進め方の武器を更に増やすことができました」

e 発明塾通信 vol.1011(2023年6月22日号)

おはようございます、「発明塾」塾長の楠浦です。

今回は、「発明塾8週間集中パッケージ」受講者の「概念は分かったし、理想も分かったけど、何から始めてどう進めたらよいか」という状態から「新規事業の発想と進め方の武器を更に増やすことができました」にたどり着かれた、というお声を紹介しつつ、8週間パッケージの特徴や狙いをお話します。

==お声、ここより

◆「課題解決思考(1)」のご感想

論理的に説明されており、かつ間のコラムが学びで出る疑問点にこたえてくれる時が何度かあった。また、2回の演習を行うことで、「課題一解決」分析を体得できることがよかった。自身の事例にもぜひ挑戦したい。

自社のコア技術と他社のコア技術(特許)を意識して課題を抽出、分類することで新しい課題を含めて網羅し、自社のコア技術「でしか解決できない」課題に対し、新しい解決手段を考える発明プロセスを実施してみたい。

一方で、それらを1度完了してしまった自社のコア技術に新天地が無さそうな場合の発想の転換法や、コア技術の抽象化による発想の拡張法などが知りたいと感じた。

◆「課題解決思考(2)」のご感想

業務で複数の特許を出願しており、他社解析も行っているが、アイデア創出法(発明法)は体系的に学んだことがなく自分の経験や感覚に依存していました。

しかし、発明塾の教材ではその「手の届かなかった発明法」に関して、実際に手を動かしながら進められるため、実践的であると感じました。

た、異なる例を扱うことによって、自分が分かっていなかったところを再認識でき、学習がより定着できると感じます。

また、途中のコラムにおいては「ああ、これは以前経験があるな」とか「ここで苦労していたことがあるなあ」という、あるあるが書かれており、モヤがかかっていた自分の考えをより深めることができました。

自身のアイデアをさらに突破する方法や、既存技術の流れを整理し俯瞰して、より強い特許を記載することに活かします

◆「開発テーマ企画・立案における特許情報分析の活用」のご感想

実行ステップごとに方法や注意点が記載されており、今日の視点に注目すべきなのかが後から振り返っても分かるようになっていた。また、最終的なプレゼンで「使える」情報を収集・分析しており、たしかに大変だが無駄な作業ではないと思った。

今後の新規事業創出や、現テーマの推進に活かせる1つの武器を手に入れられたので、状況に応じて活用していきます。

◆受講全体のメリットとして感じた点、受講を検討されている方に向けたメッセージ

新規事業を学ぶと言っても、最初は雲をつかむような感覚で、あらゆるメディアを探し回っていました。しかし、結局「概念は分かったし、理想も分かったけど、何から始めてどう進めたらよいか」が分かりませんでした。

その時に、技術に特化し、かつ実践的な内容を発信されている記事や著書を拝見して e 発明塾の受講を決めました。

結果、新規事業の発想と進め方の武器を更に増やすことができました。

自身や自社の現状と目標を俯瞰し、多くの武器を組み合わせた戦略を立て、実行する、という流れが自分の中でできた気がします。

今後は何度も発明を繰り返すことで、より洗練していきます。

将来の受講者のみなさまは、迷っていればぜひ受講をおすすめします。

どのようなことが学べるかわからなければ書籍や web コラムもたいへん参考になると思います。

(化学メーカー 研究開発部門)

==お声、ここまで

非常に長文の「ご感想」「お声」をいただいております、ありがとうございます。

熱心に受講いただき、感謝申し上げます。

ここまでしっかりと学んでいただければ、教材開発者として、これ以上申し上げることは何もありません。

講座ごとに見ていきましょう。

まずは、課題解決思考(1)から。

『2回の演習を行うことで、「課題一解決」分析を体得できる』

課題解決思考(1)が、「(1)」である理由の一つは、まさにここで指摘していただいている「課題一解決」分析をマスターいただきたいから、です。

特許に限らず、あらゆる情報に内在する「課題一解決」構造を読み解くトレーニングをしていただくのが、この講座です。

もう一つは、「課題の独占」ですね。

これは『自社のコア技術「でしか解決できない」課題』とお書きいただいている部分になります。

次は、課題解決思考(2)です。

「既存技術の流れを整理し俯瞰して」

課題解決思考(2)の肝の一つが、この「流れ」です。

テキストでは「技術進化の流れ」(弊社商標)と呼んでいます。

エッジ情報をせっかく見つけても、「え？それほんとに必要なん？」という、「なんかずれたアイデア(仮説)」を出す方が、まあまあおられます。

「流れ」が見えていないわけですね。

目の前の情報をしっかり読んでいるけれども、それを「流れ」に位置付けられていない。

「虫の目」はあるけど、「魚の目」「鳥の目」がない、という感じでしょうか。

「流れ」を「可視化」する手法と、「流れを踏まえて、新たな発明を生み出す」手法を、2つの事例で繰り返し学んでいただくのが、課題解決思考(2)です。

「虫の目」「魚の目」「鳥の目」を組み合わせて、アイデア(仮説)を生み出すスキルをマスターする講座、ということですね。

「開発テーマ企画・立案における特許情報分析の活用」に行きましょう。

「実行ステップごとに方法や注意点が記載」

特許分析は、やるべきことというか、「手順」としてやらないといけないことが多いんですね。

これを細分化して、注意点もつけて、と「マニュアル化」して「楠浦の新事業テーマ発掘」を迫体験できるようにしたのが、この講座です。

「後から振り返っても分かるように」とコメントいただいているのは、まさに「実事例を追体験でき、後でマニュアルとして使える」講座にしたかったからです。

『最終的なプレゼンで「使える」情報を収集・分析しており、たしかに大変だが無駄な作業ではない』

これもすごく大事なことで、僕は「分析には終わりはない」と思っています。

だから、「自分で終わりを決める」必要があります。

僕の場合「儲かる企画を考えるのに何が必要か」「その企画に確信が持てるには何が必要か」「企画を通すのに何が必要か」を分けて考え、それぞれに必要な「最小限」の情報を分析で取りに行きます。

だから、無駄は少ないんですね。

「なんか膨大に時間かけて分析してみたいけど、結局なんなん？」ということにはなりません。

そういう風に分析を進めるには、何をどうすればよいか、実事例で細かく解説しています。

実事例なので、そういうことが書けるわけです。

それをを用いて、「資金調達」という場で答えが出てますから。

全体を振り返ってのコメントでも、非常に大事なことを、とってもたくさん書いていただいています。いくつか見ておきましょう。

「新規事業を学ぶと言っても、最初は雲をつかむような感覚で、あらゆるメディアを探し回って」

これ、まさに31歳(20年前)の僕ですね。

突然スタートアップに入って、研究開発と事業運営をすることになった。

でも、テキストはない。当然、誰も教えてくれない。

それぐらいの年齢や、同じような立場の方を想定して、本パッケージは作られています。

「概念は分かったし、理想も分かったけど、何から始めてどう進めたらよいか」

これもまさに、当時僕が直面したことなんですね。

理屈はわかったけど、具体的に何したらええの？がわからない。手がうごかないんですね。

だから8週間パッケージは、「とにかく手を動かしてもらおう」ようになっています。

「自身や自社の現状と目標を俯瞰し、多くの武器を組み合わせた戦略を立て、実行する、という流れが自分の中でできた」

この方は、まさにこの8週間パッケージの意図を、よく理解されています。

各講座の中に、いろんな「武器」が入っています。

事例を通じて、それらの武器の使い方、組み合わせ方を学びます。

「8週間パッケージ」にしている意味は、「各講座の枠を超えて」武器を組み合わせ実践する必要があるから、なんですね。

だから、「バラバラに受けたのではたどり着けない境地」にたどり着ける。この方はまさに、そういう「境地」にたどり着いておられます。

とっても素晴らしいですね。

手に入れた、いや、「身に着けた」武器で、ぜひ、新規事業開発の海へ漕ぎ出し、荒波を乗り越えて、航海を成功させていただきたいなと思います。

新大陸目指して、ですね。

ひょっとしたら、黄金の国が、見つかるかもしれません。

発明塾 8 週間集中パッケージ

<https://www.techno-producer.com/hatsumeijuku-8week/>

楠浦 拝

「なぜこの提案が通らないのか」「人生のベクトルが変わる」

e 発明塾通信 vol.972(2023年1月19日号)

おはようございます、「発明塾」塾長の楠浦です。

今回は、

「なぜこの提案が通らないのか、わからずにいた」

「技術者の立場で会社の未来を考えることに前向きに取り組めるようになった」

という、企業内発明塾 参加者の方のお声を紹介しながら、

「企業内発明塾で、何が起きるか／起きているか」

を紹介いたします。

==お声、ここより

これまで、「技術的に面白い」といった、

技術者の都合の開発と提案をおこない、棄却される度に、

なぜこの技術提案が通らないのかわからずにいました。

楠浦さんに出会い、発明塾の思考法を習得するにつれて、

その答えが鮮明にわかってきました。

技術者目線の技術的な面白さ、ではなく

「会社として売れるか」「儲かるか」「やる意味があるのか」

「課題解決としての技術手段になっているのか」

という視点を身に付けることができました。

「世に出ない技術はやる意味がない。世に出ないのはむなしすぎる」

心に響く数々の言葉を頂き、技術者の立場で会社の未来を考えることに

前向きに取り組めるようになりました。

社会人人生のベクトルが変わる体験でした。

ありがとうございました。

食品メーカー(東証一部上場)研究開発部門の方 より

==お声、ここまで

『これまで、「技術的に面白い」といった、
技術者の都合の開発と提案をおこない、棄却される度に、
なぜこの技術提案が通らないのかわからずにいました。』

これは、「あるある」でしょうか。

顧客の「不」「負」「非」の解消を通じて、社会の「不」「負」「非」を解消する。

それらが解消できていない理由になっている「技術課題」に取り組む。

企業で何のために技術開発に取り組むのか、についての基本的な考え方のお話ですね。

技術や発明の価値は、それが解決する「課題」で決まるんですよ、と。

発明塾の「課題解決思考」の一部ですね。

事業拡大を通じて、大きな社会課題まで串刺しで解決できれば、価値もまた非常に大きいわけです。

まずこういった考え方とそこに必要な具体的なツールを、「発明塾8週間集中パッケージ」で身につけていただきます。

発明塾 8 週間集中パッケージ

<https://www.techno-producer.com/hatsumeijuku-8week/>

「楠浦さんに出会い、発明塾の思考法を習得するにつれて、
その答えが鮮明にわかってきました。」

僕自身が、上記の考え方でどっぷり25年以上技術屋をやってきましたので、何を言っても、結局同じ結論になります。

とはいえ、具体的なツールに落とし込めるようになったのは、やはり自身で新規事業をいくつも手掛けてきたからです。

結果を出しながら、でしか、わからないこともあります。

ですので、「結果が出れば人は育つ」を、発明塾の原理原則にして、取り組んでいます。

『技術者目線の技術的な面白さ、ではなく
「会社として売れるか」「儲かるか」「やる意味があるのか」
「課題解決としての技術手段になっているのか」
という視点を身に付けることができました。』

「売れる・勝てる・儲かる」は、世の中の的にも、すっかり定着してきました。

企業内発明塾参加者はもちろんですが、上述の「8 週間パッケージ」内の講座でも取りあげており、多数の実践者がいるからです。

『「世に出ない技術はやる意味がない。世に出ないのはむなしすぎる」
心に響く数々の言葉を頂き、技術者の立場で会社の未来を考えることに
前向きに取り組めるようになりました。
社会人人生のベクトルが変わる体験でした。
ありがとうございました。』

「世に出ない技術はやる意味がない」は、先日の配信でもお伝えしました。
賛否あるかとは思いますが、あくまでも僕は、過去の成功失敗の結果を踏まえ、そう感じているとい
うことです。
全てがすべて、世に出るわけではないのですが、「世に出なかった」＝「結局のところ、誰の課題も解決
できなかった」という事実と悔しさを噛み締めつつ、次に臨む、という感じですね。

この方は「会社の未来」とおっしゃっていますが、それは「社会の未来」でもあるわけですね。
会社は、社会のために存在するわけですから。
そして、「顧客の「不」「負」「非」の解消を通じて、社会の「不」「負」「非」を解消する」ことが、会社で、皆
さんにやっていただきたいこと、なんですよ。ね。
まだまだ賛同者は少ないのかもしれませんが。

弊社のサービスと製品は、新聞や雑誌に広告や宣伝を出すわけではなく、皆様のご紹介と口コミ、そ
して圧倒的な実績で、ここまで広がってきました。
日頃のご支援に感謝申し上げます、ありがとうございます。
引き続き、よろしくお願いいたします。

楠浦 拝

「新規テーマの調査法」「特許情報の読み方」「やみくもな調査から脱却する方法」が身につき、自身のアイデアを考えられるようになった

e 発明塾通信 vol.1015(2023年7月6日号)

おはようございます、「発明塾」塾長の楠浦です。

本日は、弊社の新規事業創出支援サービス「企業内発明塾」参加者の

- ・個人的に身についたことは「①新規テーマの調査方法」「②特許情報の読み方」
 - ・「やみくもに調査する」から脱却できた
 - ・企業内発明塾の手法を経験することで、自身のアイデアを考えることができるようになった
- とのお声を紹介しつつ、企業内発明塾で何が起きているか、紹介いたします。

==お声、ここより

企業内発明塾を経験し、個人的に身についたことを2点挙げさせていただきます。
それは「①新規テーマの調査方法」「②特許情報の読み方」です。

これまでの新規テーマの調査では、手法を意識せず、やみくもに情報収集しておりました。
その際、多くの既知の情報は集められるものの、自身のアイデアがありませんでした。
また、分らないワードが出てきた場合、それを調べ理解することに時間を取られ、知識を蓄えるだけになっておりました。

情報収集の方法として企業内発明塾の手法を経験することで、自身のアイデアを考えることができるようになりました。

既存情報の先を仮説し、その仮説が正しいのかを証明するために、再度深掘していく方法により、そのアイデアの確度が高いのか判断できるようになりました。

また、企業内発明塾では、多くの特許情報を調べ、特許情報には多くの情報が集約されていることを改めて実感できました。

今後も、独自のアイデアを考える際に、本手法を活用していきたいと思っております。

新規テーマのアイデア出だけでなく、個人的なスキルが身についたことは、非常に有難く、やりがいがあるものでした。

短い間でしたが、大変お世話になりました。

今後ともよろしく願いいたします。

材料メーカー(東証一部上場)研究担当の方 より

==ここまで

まず、この方は「個人的に身についたことを 2 点」として、以下を挙げておられます。

「①新規テーマの調査方法」「②特許情報の読み方」

おそらくですが、①は、発明塾で「仮説検索」(弊社商標)と呼ぶ手法のことを指しているようです。

この後のコメントに記載があります。

②は、「エッジ情報」の宝庫である「特許情報」をどう読み解くか、の話ですね。

「特許アレルギーがある人」でも読めるように、直近のコラムで弊社の鈴木が私の話をとても上手くまとめてくれています。

特許件数が少ない企業の評価方法① ～グレイステクノロジーの特許を読む(特許の内容を分類・整理する)～

<https://www.techno-producer.com/column1min/evaluation-of-few-patents-1/>

(全 3 回の連載で、全て掲載済です)

発明塾では、「特許を読んだことがない」という方が、特許を読みこなせるように指導していきます。もともとは、特許について知識がない大学生に、特許をヒントに発明してもらうところから始まりましたので、これは「発明塾の DNA」だと言えるでしょう。

ところでこの方は「個人的に身についたことを 2 点」としておられます。

「身についたこと」でもよかったのでしょうか、敢えて「個人的に」とおっしゃっているのは、やはり、単に仕事としてやってみた、以上の「何か」が身についたんだと思います。

こういうのは、とってもうれしいですね。

発明塾では、「特許の読み方」は、「技術開発」「新規事業」「営業」の強力なツールにとどまらず、「皆さんの人生を豊かにしてくれる」ものですよ、とお話しています。

紹介した、「グレイステクノロジー」の特許事例も、もともとは「投資家の方」から依頼があつて、セミナーで取りあげお話ししたものです。

周りの投資家の方は、みなさん特許をととてもよく読まれており、それを取材に積極的に活用されています。

このコラムを読んだ、ある知財部の方が「本来、特許を読むとはまさにこういうこと」だと、とても有難いコメントを下さいました。

その方は、小規模企業のM&Aに特許情報を活用しておられるとのこと。

使い方は難しい点もあるが、有効なツールだとおっしゃっています。

現場の声、とってもありがたいですね。

つまり、様々な分野の「プロ」の意見として、企業から出てくる貴重な一次情報としての「特許」の読み解き方を知っているか知らないかで、「投資力」にも差が出るということですね。

「知財力は投資力」だと言っても、よいのかもしれませんが。

言い過ぎでしょうか、関係者の方、ご意見くださいませ。

この方は、「新規事業の調査初心者あるある」を、3つズバリ言い当てておられます。

「これまでの新規テーマの調査では、手法を意識せず、やみくもに情報収集しておりました」

「その際、多くの既知の情報は集められるものの、自身のアイデアがありませんでした」

「また、分らないワードが出てきた場合、それを調べ理解することに時間を取られ、知識を蓄えるだけになっておりました」

「①やみくも」「②仮説ゼロ」「③お勉強で終わり」ですね(笑)。

企業内発明塾の手法を学んで、以下になったそうです。

『「情報」→「仮説」→「深掘り」』

素晴らしいですね。

「上手いかない新規事業の調査あるある典型例」と「あるあるからの脱却法」は、以下動画で詳しく紹介しています。

企業内発明塾では、この動画を「事前受講必須」指定にしていた時期がありましたので、そのころの参加者のコメントには「あるある」話がよく出てきます(笑)。

発明塾動画セミナー「エッジ情報」探索とその活用

<https://e-hatsumeijuku.techno-producer.com/douga-edgejoho>

「企業内発明塾では、多くの特許情報を調べ、特許情報には多くの情報が集約されていることを改めて実感できました」

実践してみて、結果を出してみて、「特許情報のありがたさ」を痛感されたようですね。

素晴らしく、また、とっても有難いことです。

私も、特許情報分析にもとづいて企画を立て、資金調達に成功して、「特許情報のありがたさ」を実感したからです。

「結果が出れば人は育つ」

これに尽きますね。

最後に一つ。

この方は「短い間でしたが」と仰っています。

4か月半程度の取り組みですが、やってみれば、あっという間だった。

そういうことなのかなと思います。

あっという間ですから、興味がある方は、やってみるとよいと思います。

楠浦 拝

「そのまま日々の研究開発業務にも応用できている」「ビジネスパーソンとしての地力が格段に強化される」

e 発明塾通信 vol.1017(2023年7月13日号)

おはようございます、「発明塾」塾長の楠浦です。

本日は、弊社の新規事業創出支援サービス「企業内発明塾」参加者の「社会人となってからこれ程までに血肉となったものは他にありません」「そのまま日々の研究開発業務にも応用できている」「ビジネスパーソンとしての地力が格段に強化される」というお声を紹介しながら、発明塾の考え方や指導内容を紹介していきます。

==お声、ここより

発明塾に参加した2か月弱、本当に得るものが多い活動であったと感じております。アウトプットオリエンテッドを旨とする発明塾に研修という単語は相応しくないのかもしれませんが、この期間を一研修として振り返った時、社会人となってからこれ程までに血肉となったものは他にありません。このような機会をいただいたこと、誠に感謝しております。

発明塾においては発明を創り出す過程を学ぶ中で、様々な方法論、考え方を教えていただきました。私が発明塾を受講する中で特に素晴らしいと感じたことは、これらひとつひとつの方法論や考え方がしっかりと言語化されており、また、その内容のほとんどがそのまま日々の研究開発業務にも応用できているということです。

受講のきっかけは「新規事業(の軸となる発明)を産み出せる力を得るため」であったと思いますが、仮に新規事業を立ち上げるような業務に携わる機会が持てなくとも、発明塾で学ぶ多くの内容によりエンジニアとして、あるいはビジネスパーソンとしての地力が格段に強化されると確信しております。今後ぜひ社内でも、発明塾から得られたものを伝播させていきたいと思っております。

==ここまで

「発明塾に参加した2か月弱、本当に得るものが多い活動であった」

この方は「2カ月弱」とされています。

理由はともかくとして、通常の3か月のワークショップスケジュールではなく、より密度の濃いスケジュールで取り組んでいただいたこととなります。大変お疲れさまでした。

例えば、「年度末までにどうしても提案が必要」など、皆さまの様々な事情により、標準的な期間よりも短い期間で実施せざるを得ない場合もあります。

3カ月でも十分大変だというお声もありますので、推奨はしませんが、自ら「より密度の濃いスケジュール」を志願される方もおられます。

そうすると「毎日、発明塾漬け」になりますね。

それが仕事なんだからとにかくやるんだ、となれば、それはそれで楽しいと思います(笑)。

少ないですが、「とにかく、毎日やってでも結果を出さなければならない」という例がいくつかあります。こちらも責任重大です。

「特に素晴らしいと感じたことは、これらひとつひとつの方法論や考え方がしっかりと言語化されており、また、その内容のほとんどがそのまま日々の研究開発業務にも応用できているということ」

この方が指摘されている「言語化」は、発明塾で最も力を入れていることのひとつですね。

言葉にできないということは、本当の意味で分かっていないんじゃないか。

そう考えて、言葉にしようとすることで、「ディテール(詳細)」が見えてくるわけです。

いろいろな意味で「見えないものを、見る方法」の一つが、「言葉にする」つまり「言語化」なのです。

この方は、発明塾の方法論や考え方を身につけ、「その内容のほとんどがそのまま日々の研究開発業務にも応用できている」とのこと。

素晴らしいですね。

発明塾の方法論や考え方はそもそもすべて、僕が研究開発や、資金調達含む新規事業の立ち上げ、運営、そして、投資ファンドへの「先読み発明」の提案を繰り返してきた中で、生まれ、磨かれてきたものです。

だから、「そのまま使える」ものばかりなんですよね。

また後日紹介したいと考えておりますが、別の方からは「いい意味で他とは違う教材」だというお声もいただいております。

他と同じでは、あまり意味がありませんし、勝てませんからね。

「勝つ」、いや「独占」を追求し続けて、他にはない方法論や考え方を編み出し続けてきた。

そういうことでしょうか。

「発明塾で学ぶ多くの内容によりエンジニアとして、あるいはビジネスパーソンとしての地力が格段に強化されると確信」

いいですね。

「エンジニア」としてだけでなく、「ビジネスパーソン」としても、皆さんにもっともっとステップアップ、レベルアップしていただきたい、と考えています。そのためにも、成果を出すことに、こだわっています。

「成果が出れば、人は育つ」ですね。

「格段に」というのが、この方の率直なご意見なんでしょうね。

地力が強化される、でもよかったのでしょうかけれど、敢えて「格段に」と言いたかった。

この方も、かなりの達成感を感じられたのだらうなと思います。

通常は3か月のところを、2カ月弱で終えて成果を出されたわけですから、当然でしょうね。

本当にお疲れさまでした。

楠浦 拝

「ぎゅっと凝縮された教材」「いい意味で違ってる教材」「ここまで人の思考のプロセスを再現可能な形で教材としてまとめたものは他にない」

e 発明塾通信 vol.1018(2023年7月20日号)

おはようございます、「発明塾」塾長の楠浦です。

本日は、弊社の「発明塾8週間集中パッケージ」についての「楠浦さんの経験をベースに、試行錯誤を重ね、収れんされた手法がぎゅっと凝縮された教材」「綺麗なことが書いてある事業開発の書籍とはいい意味で違ってる教材」「やるのに時間はかかりましたが、記入式の紙のテキストがあったことで、理解が深まった」「ここまで人の思考のプロセスを再現可能な形で教材としてまとめたものは他にない」とのお声を紹介しつつ、「発明塾8週間集中パッケージ」の狙い、そこに含まれる各講座の内容、および、その背景にある「企業内発明塾」(弊社の新規事業創出支援サービス)での指導内容を、紹介いたします。

発明塾8週間集中パッケージ

<https://www.techno-producer.com/hatsumeijuku-8week/>

==お声、ここより

■全体を通しての感想

楠浦さんの経験をベースに、試行錯誤を重ね、収れんされた手法がぎゅっと凝縮された教材なので、どこを切り取っても「なるほど」、「今すぐマネしたい」と思うところばかりという感じでした。綺麗なことが書いてある事業開発の書籍とはいい意味で違ってる教材という印象を持ちました。一方で、私の実力の問題ですが、一気に流れ込んできた情報をうまく処理できず、頭の中が混乱状態になってしまったので(何か出そうと出ないという便秘の様な状態になってしまったので)、受講期間中にe 発明塾で学んだことを活かして、何かの成果に結びつけるということはできませんでした。今後、自身の業務上のミッションに取り組んでいく中で、どうにか学んだことを活用していきたいと思っています。

■e 発明塾を受講しての気づき

課題解決思考(2)の学習時間が、課題解決思考(1)の2倍程度になっており、ユニークブレインラボなどを通して、様々な角度から思考する訓練はしているものの、やはり思考のクセみたいなものが邪魔をして、何かしらのとっかかりをつかめないと、自分の中に新しい情報や考え方をおとしこむことができないのだろうと感じました。

現時点では、何が原因でこういう状態になったのかまでは突き止めきれていないのですが、こういう自身のクセや傾向を認識して、扱えるようにしておく、アイデアをよりうまく育成できるようになりそうだなと思いました。

コンテンツの量が多くて大変でしたが、いくつかの種類コンテンツがあるからこういう違いがわかるので、パッケージで受講してよかったなと思いました。

また、余談にはなりますが、私は入社以来、定期的に新事業の創出を掲げた部門に関わってはいるのですが、1回も成果らしい成果を出せていないのは、こういう思考の傾向も関係していそうだなと感じました。

やるべきことをやれば、それに見合ったアウトプットは出るはずなので、自分で自分の思考の罫にはまっていることは多々ありそうです。

■教材そのものについて

やるのに時間はかかりましたが、記入式の紙のテキストがあったことで、理解が深まったような気がしました。

仕事上の結果に結びつけられてないので「理解した」というのもおこがましいのですが、ただスライドを進めていだけ、動画を見るだけといったeラーニングとは明らかに内容の浸透の仕方が違うことが実感できました。

また、発明塾事例セミナーという動画も、最初は量に圧倒されましたが、発明全体の流れを直感的に知るには、効果的なツールだったので、一番、最初に視聴してよかったなと思いました。これがなかったら、途中で挫折していたかもしれません。

私はまだ学んだことを消化不良気味ではあるのですが、ここまで人の思考のプロセスを再現可能な形で教材としてまとめたものは他にないような気がするので、興味がある人には「大変だけど、ぜひ1回やってみたらいいよ」とおすすめしたい教材だと思います。

電機メーカー 事業部門の方(新規事業開発をご担当)の方 より

==お声、ここまで

『楠浦さんの経験をベースに、試行錯誤を重ね、収れんされた手法がぎゅっと凝縮された教材なので、どこを切り取っても「なるほど」、「今すぐマネしたい」と思うところばかり』

「8週間集中」としている理由が、ちゃんとあります。

発明塾の手法や考え方を、全体観を持ちながらも、もっとも端的に学べる講座を4つ厳選しているわけです。

でも、だらだらやっても、いまいちですね。

いったん「集中」する。

エッセンスに集中するわけですから、効率は良く、効果的なわけです。

HP の講座紹介には「社長や投資家に認められる企画、開発テーマを生み出す方法を深く理解し実践できる形で身につける 8 週間の集中講座です」とありますが、まさにその通りだと思います。

「綺麗なことが書いてある事業開発の書籍とはいい意味で違ってる教材」というのは、過去にも同様の指摘がありました。

発明塾が考える「本当のところ」「実は」が、たくさん入っているので、やはり他の市販の教材とは、内容が異なってしまいますね、、、。

「一気に流れ込んできた情報をうまく処理できず、頭の中が混乱状態になってしまった」

実は、これは良いことなんです。

「他と違ってる教材」なので、これで学ぶと「脳が混乱」する部分が必ずあります。

それをなんとか落ち着かせようと、自身で実践し試行錯誤する中で、「自身なりの手法」ができてくるのです。

発明塾では、自身なりのマニュアルを作ってください、としています。

すでに出来上がっている思考回路がありますから、そこにどうインストールするか。

各自それぞれ、違って来るんですね。

だから、混乱してオッケー、実践しながら、成果を出して、落ちつくべきところに落ち着かせる。

結果が出れば、「なるほど、これでいいのか」とわかりますから、結果を出すことが大事です。

「コンテンツの量が多くて大変でしたが、いくつかの種類コンテンツがあるからこういう違いがわかるので、パッケージで受講してよかった」

パッケージ内の4つの講座は、相互に関連しています。

本来は、どこから受けていただいてもよいのかもしれませんが、各自に最適な受け方があるのかもしれませんが、まずは標準的な受講順序を、開始時点で推奨しております。

一つ一つ、じっくり味わって受けていただいた後に、相互に内容がつながってくると理想的です。

例えば、「課題解決思考(1)」では、「課題-解決」構造ですべてをとらえるという考え方を学びますが、それは「課題解決思考(2)」の基礎になります。

また、「課題解決思考(1)」で「課題の独占」という考え方を学びますが、これは「開発テーマ企画・立案における特許情報分析の活用」でも用いる考え方です。

他にも、相互に関連する概念が(意図的に)多数用いられており、それらは教材をまたいで「網の目」のように結びついています。

「8週間」で、脳をしっかり作り変えるためですね。

そして、どの講座でも「特許情報」の活用法を、それぞれの講座の中核概念に合った形で学びます。

教材とは、そもそもそのようにして開発するものです。

知識を羅列して覚えさせるものでもなければ、ちょっと面白い話をして興味を持たせるものでもありません。

「やるのに時間はかかりましたが、記入式の紙のテキストがあったことで、理解が深まったような気がしました」

この方は真面目な方ですね。

冊子教材「ダントツ発明塾指南」を、しっかり活用されたようです。

発明塾では「泥臭いこと」を、重視しています。

発明塾の手法を身につけて結果を出すうえで必要な「カギになる概念」を、一つ一つ確認しながら進めていただくため、e 発明塾には、冊子教材「ダントツ発明塾指南」が付属しています。

「ここまで人の思考のプロセスを再現可能な形で教材としてまとめたものは他にない」

まず第一に、作るのが「めんどくさい」(笑)ですからね。

「学生向けの発明塾」では、発明に関する討議や調査はすべて記録されていました。

また、各自が持ち込んだ発明メモもすべて残しています。

そのメモについての楠浦の詳細分析メモや指導メモも、すべて残しています(これは分厚いノート8冊分になっています)。

これらを分析・統合して出来あがった教材が、8週間パッケージの各講座です。

すべて、「実際の発明創出における自身の実践と指導／支援の詳細な記録」から生まれていますので、私も自信をもってお勧めできるわけです。

ただし、まだすべては e 発明塾にできておりません、申し訳ございません。

生きている間に何とかしたいとは考えております(笑)。

それぐらい膨大な資料が、学生版の発明塾だけで、残っております。

弊社の新規事業の創出支援サービス「企業内発明塾」の方は、それら資料の一部を補足教材として見れるようにしていますね。

参加者からは「これ全部読んだら楠浦さんになれる」とのコメントが、すでに出ているぐらいですが、皆さんの取り組み状況を詳細に観察しながら、毎日改訂と増補を続けています。

おそらくですが、「楠浦さんをはるかに超える誰か」になれるものが、既にできていると自負しています。

「企業内発明塾」を、皆さんが「ここに来たら必ず結果が出せる」という場所に確実にするため、まだもう少し僕も頑張らないといけませんね。

直近では、毎日のように続々と「役員(社長)決裁が通りました」というお声をいただいており、それが励みになっております。

その後、HP や IR 資料で新規事業の立ち上げや、一定の成功を知ることも増えてきました。

事業に終わりはありませんので、どこまで行ったら成功なのか、難しいですが、始めた以上はどんどん高みを目指していただきたいですね。

引き続き、企業内発明塾 OBOG に対する、皆さんのご指導とご支援をよろしくお願いします。

楠浦 拝

「苦しみのないところからは何も生まれない」「苦しむ場所として、発明塾は適切な環境」

e 発明塾通信 vol.1020(2023年7月27日号)

おはようございます、「発明塾」塾長の楠浦です。

本日は、弊社の新規事業創出支援サービス「企業内発明塾」支援者(参加者の上長様)の

「苦しみのないところからは何も生まれない」

「長年のご経験からの様々な配慮を感じました」

というお声を紹介しながら、発明塾の考え方や指導内容を紹介していきます。

全社をあげて取組みたくなる「新規事業企画」を創出できる

【全業種対応】新規事業創出の実働支援サービス 企業内発明塾

<https://www.techno-producer.com/kigyounai-hatsumeijuku/>

==お声、ここより

企業内発明塾、大変お世話になりました。

私は今回、支援者としての立場で企業内発明塾に参加し、

参加者の部下がのたうち回って苦しんでいるのを傍目で見ているのが主でしたが、

楠浦さんのコメントや示唆で息を吹き返すのもまた、傍目で見えました。

当たり前ですが、苦しみのないところからは何も生まれないですね。

苦しむ「場所」として、発明塾は適切な環境だと思いました。

数人のチームで互助しながら、時に情報共有、時にアイデア提供を行い、

最後は企画書のレベルまで調査、仮説設定を行う、

そんなことを行う「場所」として、長年のご経験からの様々な配慮を感じました。

また、私自身のこれまでの(大したことない)経験と照らし合わせて、

「絶対にあとで困るところ」、「いつも躓くところ」を先にしっかりと押さえておく、

そんな調査方法がシステマティックに組み立てられていました。

これを我流でやってしまうと、「わかっちゃいるけど」でスルーしてしまうんですね。

そういう意味で個人的にはひとつずつのトピックスが腑に落ちました。

もちろん今回作り上げた企画がうまく承認されればいいのですが、
そうであろうとなかろうと、価値のあるマインドセットが我々の中に残ったと思っています。
あとはそれが当社のカルチャーとして根付けば、と考えており、
そこは参加者/支援者関係なくやらなくてはいけないところです。

短い期間でしたがたくさんの学びの機会をいただきました。
感謝しています。ありがとうございました。

材料メーカー(東証一部上場)研究部門の方

==お声、ここまで

「参加者の部下がのたうち回って苦しんでいるのを傍目で見ているのが主でしたが、楠浦さんのコメント
や示唆で息を吹き返すのもまた、傍目で見えました」

実は、参加者の上司の方が支援者で入られる例は、さほど多くありません。
自身の部下となると、つい、余計な口出しをしたくなるものですし、それが仕事だともいえるので、敢えて
推奨もしていません。

一方で、役員の方が支援者で入られる場合もあります。
こういうものに定石は無く、結局は、参加者と支援者の関係次第なんでしょうね。

「当たり前ですが、苦しみのないところからは何も生まれませんね」

もちろん私もそう考えておりますが、「苦しんでください」とも言えませんので(笑)、「たいへんなことあり
ますが楽しんでいきましょう」というスタンスで臨んでいます。
ただ、そこにあるのは「何かを目指すからこそその苦しみ」であり、いわゆる「産みの苦しみ」だと考えていま
す。

私自身が設計者、研究者、新規事業担当、あるいは、起業家として「何かを産み出そうとして苦しん
だ」ことを、「適度に」反映させた場に、発明塾はなっています。
「長年のご経験からの様々な配慮を感じました」とコメントいただいておりますのは、その辺でしょうか。

『「絶対にあとで困るところ」、「いつも躓くところ」を先にしっかりと押さえておく、
そんな調査方法がシステマティックに組み立てられていました。
これを我流でやってしまうと、「わかっちゃいるけど」でスルーしてしまうんですね』

それなりの成功体験がある方であれば、「我流」も悪いことではありません。

発明塾は、「型にはめる」ことはせず、「我流」では躓くところをピンポイントにサポートできるような仕組みにしています。

「楠浦さんのコメントや示唆で息を吹き返す」と仰っているところが、まさにこれですね。

「分かってらっしゃるんだらうけれど」スルーしがちな点を、きちんとフォローできる仕組みができています。

皆さん、社会人経験もそれなりですから、「実は、分かってらっしゃる」んですよね。

もちろん「分からないことだらけだ」という方には、まず「発明塾 8 週間集中パッケージ」の受講を推奨しております。

最近は、「2 回目」の受講をされる方が出てきています。

「他とは違う」「他にはない」というお声も多数いただいておりますので、やはり、1 回ですべてが身につくものでもないのでしょうか。

発明塾 8 週間集中パッケージ「短期間で成果を出す」ための集中講座

<https://www.techno-producer.com/hatsumeijuku-8week/>

「もちろん今回作り上げた企画がうまく承認されればいいのですが、そうであろうとなかろうと、価値のあるマインドセットが我々の中に残ったと思っています。」

原則として僕は、HP にある通り「全社をあげて取り組みたくなる新規事業企画を創出する」(あるいは企画書を創り上げる)ことにしています。HP に偽りはありません。文字通りです。

しかし、新規事業の企画は「通って終わり」ではありません。その後、山あり谷あり、が普通です。

先日開催した別の企業様での発明塾でも「技術開発は上手くいかないのが普通で、ちょっと遅れる、ぐらいいで済んだらとってもラッキーな方ですね」という話を、経験談を交えてしています。

皆さん、大きくなつておられました。

オートバイでも、風力発電でも、ナノテクでも、細胞培養でも、何でも同じでした。

だいたい、うまくいかない。9割、いや、99.9%、予定通りにならない。

だからこそ、その中でもブレないように、あるいは逆に、「上手く方針転換(ピボット/レーンチェンジ)」ができるように、発明塾式の「マインドセット」を身につけていただくことが大事なんですね。

「ブレない」ようにしつつも、あるところで「ピボット」する。

これ、まさに発明塾式の発明・企画の育て方として、書籍「新規事業を量産する知財戦略」で実例で紹介していますよね。

「何を変えて、何を変えないか」常に意識して判断していく、これが、新規事業を成功に導くためのコツだと僕は思っています。

「何を切って、何を残すか」。外科医は、その判断を手術中に何千回も行うそうです。新規事業でも、ほぼ同じですね。

新規事業を量産する知財戦略—未来を預言するアイデアで市場を独占しよう！

<https://www.techno-producer.com/books/>

「企業内発明塾」では、「エッジ情報」を探しながら「自身なりの答え」にたどり着く。

まさにその手法とプロセスは、「新規事業で結果を出すプロセスの縮図」なんですね。

だから、「苦しむ」ことは、その後の「成功への布石」になるわけです。

小さな失敗と苦しみの中に、成功への道を示す一筋の光(発明塾式)が、見えてくるわけです。

ただ苦しいだけなら、誰もやりませんよね(笑

楠浦 拝

「おもしろそうだからやってみると良い」「最終的にはなんとかなる」「大きな財産になる」

e 発明塾通信 vol.1022(2023年8月3日号)

おはようございます、「発明塾」塾長の楠浦です。

本日は、弊社の新規事業創出支援サービス「企業内発明塾」参加者の

「色々つつこまれましたが、おもしろそうだからやってみると良いと検討の許可を頂けました」

「二転三転どころではなく迷走」

「大変だけど、最終的にはなんとかなる、そして大きな財産になる」

というお声を紹介しながら、発明塾の考え方や指導内容を紹介していきます。

全社をあげて取組みたくなる「新規事業企画」を創出できる

【全業種対応】新規事業創出の実働支援サービス 企業内発明塾

<https://www.techno-producer.com/kigyounai-hatsumeijuku/>

==お声、ここより

事前受講から約5ヶ月間本当にお世話になりました。

先日社内発表を行い、技術的なことについて色々つつこまれましたが、おもしろそうだからやってみると良いと検討の許可を頂けました。

発明塾期間中はテーマを二転三転どころではなく迷走しましたし、正直何度も挫けそうになりましたが、皆さんの助けもあり一つの企画を仕上げる事ができた経験は今後の自分にとって大きな財産になったと思います。

発明塾のやり方が身についたとはまだ全く言えない状態ですが、今後もテキストやメッセージなど見返し新たな提案を企画する中で少しずつものにしていきたいと思っています。

これから受講を考える方へのアドバイスとしては、間違いなく大変だけど、最終的にはなんとかなる、そして大きな財産になる。

今の研究開発のスタイルに行き詰まりを感じている、ステップアップしたいと考えている方にはぜひ受講をおすすめしたいと思います。

材料メーカー(東証一部上場)研究部門の方

==お声、ここまで

「技術的なことについて色々つままりましたが、おもしろそうだからやってみると良いと検討の許可を頂けました」

まずは、おめでとうございます。

ご本人も「二転三転」とおっしゃっている通り、それなりの紆余曲折がありましたので少し心配した部分もありました。

しかし同時に、過去の経験上、「紆余曲折」あった方ほど、「詰めは甘いけど、練られている」という状態になっていくことがわかっています。

「行き詰まり」の効果ですね。

前回配信で、参加者の上長の方が「苦しみがないところからは何も生まれない」とおっしゃっていました。

生みの苦しみは、「確信犯」への最短距離なんですね。

この矛盾が、非常に大事です。

結局、新規事業を軌道に乗せるまでに必要な「紆余曲折」「苦しみ」「行き詰まり」の総量は、だいたいある程度の幅に収まるのかなと思います。それを、どこで経験するか。

それだけの話なんでしょうね。楽にできる事業があれば、すでに誰かがやっています。

「クスウラさん程度の人、世界中に死ぬほどいます」と僕に教えてくれた後輩の話ですね(笑)。

良い仲間を持つと、人生が豊かになります。

さて、企画が通ってからが始まり。これが発明塾です。

発明塾は、「終わってから始まる」のです。

テキスト、そして、僕からお送りしたメッセージをしっかりと振り返り、「確信犯」で進めてください。

「二転三転どころではなく迷走しましたし、正直何度も挫けそうに」

「皆さんの助けもあり一つの企画を仕上げる事ができた」

これ結構大事なんですよ、何回も言いますが(笑)。

仕事を一人でやらないといけない、とは決まっています。というか、一人でできる仕事は、たかが知れています。

「決めるのは自分」で「周りの力を借りる」、これが大事。

「誰かに決めてもらって、一人でやる」という仕事に慣れた人には、きついかもしれません。
でも、「新規事業を提案する」というのは、「その先頭に立つ」、つまり、「リーダーになる」ということですから、それを発明塾の時点で徹底する。

これが、僕の考え方です。

一部の企業様では、経営幹部候補研修の一環として、活用いただいております。

やりたいことを提案する。

社長や役員含め、周りに手伝ってもらおう。

社長や役員、そして上司は、あなたの仕事を手伝うために存在するわけです。

逆ではありません。

しかし手伝ってもらうからには、それなりのものにしていく必要があります。

結果が出れば、人は育つ。これに尽きます。

「間違いなく大変だけど、最終的にはなんとかなる、そして大きな財産になる」

これは、皆さんが異口同音に仰いますね。

「産休」「育休」明けの参加者の、「忙しくても何とかなる」というコメントも、過去に紹介しております。

「財産」という言葉も、よく出てきます。

「大変」じゃなければ、それはすでに誰かがやっています。

「クスウラさん程度の方は、世界中に死ぬほどいる」わけですから(笑)。

「大変だ」と仰る方は、他の「その他大勢」の方が、「大変だと言ってあきらめた」ところを超えて、検討したからこそ「大変」だと感じたわけですね。

発明塾が大変なのではなく、皆さんが「大変頑張った」というだけの話です。

だからこそ、「いろいろ突っ込まれたけど、オモシロそうだからやってみろ」になるわけです。

「大変」を超え、「確信犯」になるからこそ、認めてもらえる。

そういうことでしょうね。

楠浦 拝

「効率的」「実体験でイメージしやすい」「この思考法は知らなかった」

e 発明塾通信 vol.1024(2023年8月10日号)

おはようございます、「発明塾」塾長の楠浦です。

本日は、弊社の新規事業創出支援サービス「企業内発明塾」で、事前受講講座にしている「発明塾 8週間集中パッケージ」への

「技術進化の流れを考えていく思考法は今まで知りませんでした」

「実体験を元にされていたため、具体的でイメージがしやすかった」

「効率的だと感じ、早速実践させていただいています」

というお声を紹介しながら、発明塾の考え方や指導内容についてお話しします。

「短期間で成果を出す」ための集中講座

発明塾 8週間集中パッケージ

<https://www.techno-producer.com/hatsumeijuku-8week/>

==お声、ここより

◆「課題解決思考(1)」のご感想

お題や課題が身近で考えやすかった。

課題を網羅するコツや、コア技術以外でも解決できる課題の早期除外等を活用し、新テーマ企画業務を効率化したいと思います。

◆「課題解決思考(2)」のご感想

詳細な説明がされていた。(特にコラムの補足説明が参考になりました。)

構成要素ごとに解決している課題を整理し、技術進化の流れを考えていく思考法は今まで知りませんでした。

今後、本思考法を活用しつつ、効率的に企画業務を進めたいと思います。

◆「開発テーマ企画・立案における特許情報分析の活用」のご感想

実体験を元にされていたため、具体的でイメージがしやすかった。

特許情報分析の一連の流れが把握できたので、本分析を効率的に実施できるように、まずはツールの使用法を手を動かしながら習熟し、企画のPDCAを高速化していきたいと思います。

<受講全体のメリットとして感じた点、受講を検討されている方に向けたメッセージ>

本受講内容ではないかもしれませんが、

マクロ→ミクロの流れでの企画探索の方法論が多い中、
ミクロから入っていきなり深いエッジな情報を探索していくという方法論は、
効率的だと感じ、早速実践させていただいています。

素材メーカーの方

==お声、ここまで

「コア技術以外でも解決できる課題の早期除外等を活用し、新テーマ企画業務を効率化したく」

これは、発明塾の「一丁目一番地」である、「課題の独占」のお話ですね。

他でできることは、他に任せればよい。

課題の独占的解決を通じて、超過収益を生み出す、これが発明塾の基本的な考え方です。

それは、「放置されている”非・不・負”」を解決することでもあります。

他がやらない(できない)わけですから、お客様はとつても困っておられるんですよね。

そういうものをみつけて、解決して、喜んでいただく。

そういうことを、この講座では、まず「みっちり」と学んでいただきます。

「構成要素ごとに解決している課題を整理し、技術進化の流れを考えていく思考法は今まで知りませんでした。」

この内容に限らず、「XXという思考法は、今まで聞いたことがありませんでした」というお声は、良くいただきます。

ここで触れていただいているのは、「特許の読み方」としては、発明塾では基本中の基本です。

「発明創出のための特許の読み方」講座としても、活用ください。

もともとは、大学生に「投資ファンドが泣いて喜ぶ発明」を出してもらうために、「特許は課題-解決構造で読むんだよ」という指導をするために作成したテキストが元になっています。

ですので、新入社員の方でも、ご理解いただける「とても平易」で「身近」な事例を用いています。

「実体験を元にされていたため、具体的でイメージがしやすかった」

実体験に基づかないと、「ディテール」(細部)が説明できないんですよね。

そして、細部のない教材は、「実践ありき」「結果出してなんぼ」の発明塾では、全く使えない。

ですので、発明塾で用いている「e 発明塾」「動画セミナー」などの教材は、実体験やインタビュー、あるいは、学生の膨大な実践事例にもとづいて開発・制作されています。

「マクロ→ミクロの流れでの企画探索の方法論が多い中、ミクロから入っていきなり深いエッジな情報を探索していくという方法論は、効率的だと感じ、早速実践させていただいています」

私自身、「マクロ→ミクロ」の手法に、何とも言えない「まどろっこしさ」「非効率さ」を感じていた張本人です。

投資ファンドへの発明提案には、常にタイトな締め切りがありましたので、そんなまどろっこしいことはやってられないわけです。

実際、投資ファンドに提案した発明について、「似たようなものが先週、XX の発明者から提案されておりまして、、、」ということが、何度もありました。

仕事で圧倒的な成果を出すため、自身の課題を解決するために、磨き抜いたツールです。

「他社に先んじて成果を出したい」という方には、ぜひご活用いただきたいです。

「効率的」ですから、「仕事を早く終わらせたい」という「ワークライフバランス派」の方にも、ピッタリです。よく切れる包丁は、一見怖いように思えますが、力を入れなくて済むので実はとても安全、という感じでしょうか。

弊社は、特に子育て世代や介護世代が、より自由な働き方を選べるように、創業以来16年、完全在宅勤務で運営しています。

16年前は、「在宅勤務の企業に仕事なんか頼めるか！」と、営業に行った新入社員が罵倒されるような時代でした(笑)。

時代は変わりましたね(笑)。

何事も先を見て、つまり「先読み」して、時代が求める「原理原則」(例:ワークライフバランスやダイバーシティ)に従って徹底的に行う。

これが僕の企業経営のモットーです。

在宅勤務という概念がない、いや、「罵倒された(笑)」ころから、在宅勤務ですべてが完結する仕組みを作り、「ワークライフバランス」「ダイバーシティ」を追求してきたからこそ生まれた手法。

それが「エッジ情報」「発明塾」だということです。

「エッジ情報」(弊社商標)の探し方について学びたい方は、以下の講座もお勧めです。

8週間パッケージの後に受講することを、推奨しています。

「エッジ情報」探索とその活用 | 発明塾動画セミナー

<https://e-hatsumeijuku.techno-producer.com/douga-edgejoho>

受けていただければ、さらに「効率よく」仕事が進むでしょう。

圧倒的な成果を出してワークライフバランスを実現するための手法として、活用くださいませ。

楠浦 拝

「発明塾」のやり方に基づいて、社内にもテーマ企画する常設部署があっても良いのでは？

e 発明塾通信 vol.1026(2023年8月17日号)

おはようございます、「発明塾」塾長の楠浦です。

本日は、弊社の新規事業創出支援サービス「企業内発明塾」参加者の「発明塾のやり方に基づいて、社内にもテーマ企画する常設部署があっても良いのでは」「自分の興味関心が薄いものを深掘りするのは苦痛でしかない」「以前は表面だけの情報を切り貼りして、それらしくまとめていました」「徐々に1つずつピースが揃ってくるのが面白くなっていきました」「学んだことは『売れる・勝てる・儲かる』という経営者側の視点を持つこと」というお声を紹介しながら、発明塾の考え方や指導内容を紹介していきます。

全社をあげて取組みたくなる「新規事業企画」を創出できる
【全業種対応】新規事業創出の実働支援サービス 企業内発明塾
<https://www.techno-producer.com/kigyounai-hatsumeijuku/>

「企業内発明塾」での指導内容の基礎になる、「e 発明塾」の各講座についても、個別に多くのお声をいただいております。

こちらにも、順次紹介していきます。

お客様からのお声

<https://www.techno-producer.com/voice/>

それでは本題です。

非常に熱心な方でして、詳細なご感想をお寄せいただきました。

もちろん、全文紹介いたします。

==お声、ここより

今回発明塾を経験して、テーマ提案する人と支援者が共に進めていく仕組みが社内に定着すれば良いなと感じました。

もちろん、楠浦さんを社内に招聘することは無理でしょうが、発明塾のやり方に基づいて、社内にもテーマ企画する常設部署があっても良いのではないかと。

これまでも社内でテーマを提案する、実際に検証するための提案書を提出する。そういった経験は何度かありましたが、

- ・超無難なテーマ
- ・特段の熱意や思い入れもなく、やらなきゃいけないので仕方なく提案
- ・結果、ネットサーフィンのみになり非効率

というのが、私でした。

一方、発明塾で経験したのは真逆で、
『とがった（エッジな）、自分がこの先やりたいテーマを、集中して効率的に調査し提案する。』
という手法だったと感じます。

発明塾開始当初、忙しいこともあり、以前の私が提案したテーマを深掘りしようとしていましたが、SNSの楠浦さんからのメッセージを読みながらe-発明塾を受講して気が変わりました。自分の興味関心が薄いものを深掘りするのは苦痛でしかないなど。そこで今回のテーマ選択に至りました。また、以前受講した方々から、毎週討議があるので結構時間をかける必要があると聞いていたので、毎週情報をアップデートできるのか不安でした。しかし、知財部の方や支援者の方々、一緒に受講した仲間にご協力いただいて、どうにかテーマを具体化していくことができました。

ここで助けられた仕組みが SNS にどんどん書き込む。というものです。自分の中でぼんやりしていること、不安なこと、手伝ってほしいことを書き込むと楠浦さんや支援者の方々が返信してくれる。一人で考えると、もやっとしたままだったり、行き詰ったり、もうそのまま放置したり、ということになりがちでしたが、とりあえず考えを書き込んでおけば、誰かが返信をくれる→先に進む。これを良い意味で利用していました。互助の精神に本当に助けられました。そして、そこに書き込むためには言語化することが必要で、何がどうで困っているのか、何が気になっているのか、を具体的にする。自分の頭の中もある程度整理しないとイケなくなるので、言語化の非常に良い訓練・実践になりました。

次に価値仮説を立てるために、とことん深掘りすることを経験できました。以前は表面だけの情報を切り貼りして、それらしくまとめていましたが、それでは自信を持って提案するにはほど遠く、提出したとて響かなかっただろう。と思います。

発明塾では 5W1H (と KSQ) で技術面だけでなく、市場やユーザーを含めて最先端を深掘りしていく。新しい発明の価値の裏付けを行っていく。

この作業に慣れず最初はとまどいでしたが、徐々に 1 つずつピースが揃ってくるのが面白くなっていきました。

これから検証実験に移るわけですが、検証がうまくいかなかったり、仮説が違っていたり、そんな場合にも発明塾の手法は大いに活かせるだろうと感じています。

もう一つ、学んだことは『売れる・勝てる・儲かる』という経営者側の視点を持つということでした。

この伝え方に関して今回は反省点がありましたが、まずそういった上層部が気になる部分も含めてテーマ提案なんだと感じました。

このような発明塾の手法を社内でも仕組み化できれば、より多くの中身のあるテーマ提案につながるのではないかと思います。

以上のように、大変貴重な経験を積ませていただいたこと、教えていただいたこと、感謝しております。

材料メーカー(東証一部上場)研究部門の方のお声

==お声、ここまで

この方は、発明塾をフル活用されたんだな、とお声を見て改めて感じました。

ありがとうございました。

お疲れさまでした、とは言いません。

発明塾は、「終わりが始まり」なんですね。研究者としては、ここからが本番です。

提案というのは、実行のためにある。

実行してなんぼ。

これを忘れないでくださいね、ということです。

提案プレゼンが終わって、「あー疲れた」と思うでしょうが(笑)、そこは登山口なんです。

登山口まで、たまたまメチャクチャ渋滞していただけです(笑)。

ほとんど進んでませんし、まだ一ミリも登ってません(笑)。

自身の目指す頂(いただき)に向かって、ようやく出発です。

自分がどの山に登り占拠するかを決めて宣言し、その第一歩の許可を得るのが、企画提案だからです。

さて、一つ一つ見ていきましょう。

「発明塾のやり方に基づいて、社内にもテーマ企画する常設部署があっても良いのでは」

あって良いと思いますし、一部の企業には、すでにあります。

教材が充実していますので、誰でも、いつでも、好きな時に、「発明塾」の手法をフル活用して、新規事業の企画提案ができる環境が、すぐに整います。

「これまでも・・・、『超無難なテーマ』『特段の熱意や思い入れもなく、やらなきゃいけないので仕方なく提案』『結果、ネットサーフィンのになり非効率』というのが、私でした。」

これは、本当に「あるある」ですので、ある意味、特に変わったことではないと思います。

だからこそ、ここから抜け出しただけで、非常に良い企画が生まれます。

「仕方なく」やっている人には、「決して見えないもの」があるからなんですよ。

発明塾では「独自のレンズ」と呼んでいますね。

もちろん、「ネットサーフィンで非効率」になるのも「仕方なく」やっているからです。

「ホンマおもんないなあ、これ」「でも、しゃーないからやったるわ」(関西弁でどうぞ!)とか言いながら情報を探していて、良い情報が見つかる方がおかしい。

というかそもそも、「良い情報」の基準や定義が、そういう人は、たぶん間違ってますね(笑)。

「自分の興味関心が薄いものを深掘りするのは苦痛でしかない」

ですよ。

皆さんが、どこにどういう興味を持たれるのか。

ひょっとして、知らないから興味を持っていないだけなのじゃないか。

そういうことも考えながら、日々、やり取りさせていただいております。

「以前は表面だけの情報を切り貼りして、それらしくまとめていました」

これも「あるある」です。

表面的に、きれいな資料を作る方法は学べますので、「それらしく」仕上がるんですよ。

できる方は、そういうことができますし。

でもこれは、あとで「全員を裏切る」ことになります。

個人的に非常に痛い目を見たことがあるため、ちょっと厳しい言い方になりますが、ある種、「犯罪行為」だと、僕は考えています。

この件については、以下のセミナーで、僕が大失敗談を紹介しています。

「特許情報分析を用いた技術マーケティング」動画セミナー

<https://e-hatsumeijuku.techno-producer.com/douga-marketing>

詳細はセミナーに譲りますが、僕は前任者が作った「それっぽい資料」に騙されて、あやうく人生を棒に振るところでした。

それ以来、僕は部下に「キレイな資料は作るな」「自分の作業メモをそのまま見せてください」と言っています。

「キレイにする」過程で、必ず嘘が入るからです。

これは、上司や経営者にとって、大迷惑です。

経営判断を誤るからです。

ナノテクスタートアップ時代、僕もしばらく、「キレイな資料」のおかげで経営判断を誤ったまま経営していました。危なかったですね。

どういう資料が危ないのか、セミナーでは具体例を示しています。

「それっぽく」作った資料には、特徴があるんですね。

慣れれば、見抜けます。

でも僕は、こういう資料を(確信なく)作る人は要注意だな、と思っています。

余談ですが、セミナーや書籍で、僕が「自身の思考回路」を逐一説明するのも、「キレイな資料には嘘が入る」からなんですね。

セミナー資料は、ある程度キレイにせざるを得ませんが、そこに入り込んだかもしれない「嘘」に、皆さんは騙されないようにしてくださいね、ということです。

そういう意味で、僕は資料を、必要以上にキレイにたくありません。

もちろん「自身も騙されないようにする」ためでもあります。

キレイな資料を作り終わった後に、その資料に自分で騙されてしまう人が、非常に多いんです。

こうなると、もう手に負えません。

「徐々に1つずつピースが揃ってくるのが面白くなっていきました」

こうなると、シメタものです。

本来、企画作業(設計)は非常に面白いんですね。一つずつ、ピタピタと、ピースがハマっていく。

おー、そうなるのか！今度は、そう来たか！

そんな感じです。

ワクワクが止まらなくなって、一気に仕上がる。
これが、発明塾での企画提案作業の現場の様子です。
楽しそうでしょ(笑)。

「学んだことは『売れる・勝てる・儲かる』という経営者側の視点を持つこと」

僕はいつも、発明塾参加者は、いずれ経営にかかわる人だと考えています。
ですので、経営側の視点を正しく理解したうえで、「全員が幸せになる」事業を提案してほしい。
ただ、それだけなんです。

テクニックとして、「経営者にはこういうこと言うと響くぞ」「こういう見せ方が受け入れられやすい」とか教えて終わり、ではないんですね。
それは、「キレイな資料」の話と同じです。
本質は、そこではない。

社会の課題(不・負・非)を解決するべく、それらをブレークダウンして顧客課題に落とし込み、それが解決されていない技術課題を特定して、独占的に解決する。
独占＝誰もやらない、誰もやりたがらない、ですから、顧客にも喜んでいただけ、正しい対価をいただける。
それで、全員が幸せになる。

技術とは、そのためにあるわけですね。それが僕の、技術者としての、技術に対する考え方です。
発明塾では、技術を事業や経営という「道具」を使いこなしながら、社会に役立て、自身を含む関係者全員が幸せになる方法を、実践的に指南している。
そういうことです。

まずは、日本中の企業で、毎日実践されることを目指しています。
一方で最近では、日本企業のグローバル拠点の方々も、参加されるようになってきました。
時間と場所を問わないですからね、発明塾の手法は。

楠浦 拝

「企業内発明塾の内容と考え方に共通点」「事業企画のブラッシュアップに活かす」

e 発明塾通信 vol.1028(2023年8月24日号)

おはようございます、「発明塾」塾長の楠浦です。

本日は、弊社の新規事業創出支援サービス「企業内発明塾」終了後に利用されることが多い「e 発明塾」講座への

「企業内発明塾で学習した内容と考え方に共通点が多い」

「事業企画、発明のブラッシュアップ、見直しに活かしたい」

「出願検討のステップが図式化されていて理解しやすかった」

というお声を紹介しながら、発明塾の考え方や指導内容についてお話しします。

オンライン知財・発明教育システム e 発明塾

<https://www.techno-producer.com/e-hatsumeijuku/>

全社をあげて取組みたくなる「新規事業企画」を創出できる

【全業種対応】新規事業創出の実働支援サービス 企業内発明塾

<https://www.techno-producer.com/kigyounai-hatsumeijuku/>

==お声、ここより

◆「強い特許の作り方」のご感想

切り餅やインクカートリッジのようなシンプルで誰にでも理解できるものを特許の題材としている。

企業内発明塾で学習した内容と考え方に共通点が多い。

・検討している新規事業企画における基本特許群の考案と出願

・事業企画、発明のブラッシュアップ、見直し

に活かしたい。

<受講全体のメリットとして感じた点、受講を検討されている方に向けたメッセージ>

事業目線で有効な特許を出願するために必要なことを学ぶことができます。

◆「発明提案書のための発明の把握法」のご感想

演習はもちろんのこと各章で振り返りを自分の言葉でまとめることで理解が深まった。
発明提案書の作成に活かしたい。

<受講全体のメリットとして感じた点、受講を検討されている方に向けたメッセージ>

出願検討のステップが図式化されていて理解しやすかったです。

演習も多く、出願に向けてどういう観点で実験結果を昇華させるか学べるので、開発初心者でも参加できそうと思いました。

==お声、ここまで

まずは、「強い特許の作り方」講座ですね。

企業内発明塾／起業家向け発明塾を終えられた方が、自身の事業企画／起業プランに基づいて、最初の特許を出願される際に、利用いただくことが多い講座の一つです。

「切り餅やインクカートリッジのようなシンプルで誰にでも理解できるもの」

ご指摘の通りで、技術的な要素、つまり、発明のブラッシュアップや強い特許への「知財的再発明」(弊社の造語で商標)の検討余地が「楽しめる」題材を、豊富に準備しています。

「楽しくないと、身につけませんからね。

一方で、実践的な題材や構成でなければ、実践に結びつきませんので、学生向け発明塾や、楠浦の過去発明を取りあげた解説も交えたものにしていきます。

「企業内発明塾で学習した内容と考え方に共通点が多い」

どちらも、私が全ての教材を作って(関わって)、私が教えているので当然といえば当然ですね(笑)。

実際のところ、新規事業について、ヒントになる特許情報を探す作業一つとっても、「強い特許」の知識がないと、まともに探せません。

楠:「この特許すごいよね、絶対読むべきやね！」

塾生:「え？どこがすごいんですか？」

となってしまう。

もちろん「企業内発明塾」では、この特許がなぜ読むべき重要な情報を含む(であろう)特許なのか、を戦略論から紐解いてきちんと説明し、徹底的に読んでいただきます。

でも、私がそれをやらなければ、読むべき特許すら見つからない、というか、目の前に出されてもスルーしてしまうわけです。

こうなると、何も出来ませんし、進みませんね。

例えば「本気度」を的確に見抜けるかどうかは、「強い特許」が理解できているか、が一つの肝になります。

特許を「深く」読むには知財戦略の知識が必須、と、いつも申し上げていますね。

逆に言えば、企業内発明塾での「特許を読む」作業やその指導を通じて、「強い特許」がどんなもので、どう出せばよいか、ある程度理解できて勝手に身につくわけです。

なので「共通点が多い」とおっしゃっているわけですね。

出すときに振り返れば、「あ、楠浦さんがそういえばこんなこと言ってたな」となってるんですね。

理想的な教育だと思いませんか？

終わりはありませんので、さらに理想的な教育になって、もっと素晴らしい結果が出るように、日々教材と指導要領をブラッシュアップしています。

「事業目線で有効な特許を出願するために必要なことを学ぶ」

知財部の方から見れば、「理想的な発明者のコメント」ですよ(笑)

「事業目線で特許を出す」これが、知財部の方が、毎日やりたいと思っていることですね。

でも、現場にはあまり伝わっていない。ここで皆さん、日々、苦しんでおられます。

毎日、そういうお声や相談を、知財部の方からお伺いするからです。

「強い特許の作り方」に限らず、弊社の知財講座は、すべてこの「事業目線で特許を出す」視点に基づいています。

研究成果をとりあえず出願する、という考え方ではなく、「事業に必要な知財をどう作り出すか」という考え方ですね。

これをガンガン推し進めると「知財開発」になります。

そこまで行かない場合は、ちょうど「このアイデアや研究成果を、事業に役立つ形で権利化するにはどうすればよいか」に答えが出せます。

「このアイデアや研究成果を、事業に役立つ形で権利化するにはどうすればよいか」を求められている方、あるいは、求めている方は、ぜひ受講くださいませ。

次は、「発明提案書のための発明の把握法」です。

こちら、企業内発明塾／起業家向け発明塾を終えられて特許出願まで検討される場合、知財部の方、あるいは、弁理士の方に相談する前に受講される講座の一つです。

ずばり、この講座に従って、発明提案書を作成して持ち込まれるケースも多くあります。

「出願検討のステップが図式化されていて理解しやすかったです」

先行技術(先行例)を調査しながら、自身の発明のどの部分が「特許としての本質」になるか、じっくり考えていただく講座です。

書籍「新規事業を量産する知財戦略」で、「発明の育成」に用いている手法の基礎は、この講座に詳細に書かれています。

「発明を育成できる人になりたい」という方は、ぜひご利用ください。

「演習も多く、出願に向けてどういう観点で実験結果を昇華させるか学べるので、開発初心者でも参加できそう」

こちらの方は、まさに「本質」を把握されていますね。素晴らしい受講者の方です。

「実験結果を昇華させる」のが、「発明の本質把握」であり、「発明の育成」であり、また「強い特許の作り方」なんですよ。

ですので、この2つの講座は、「アイデアが出た後」「企画ができた後」に、多く利用いただいているわけです。

「アイデアが出た後」の「強い特許の出願」までに「やるべきこと」をパッケージで学べる講座もあります。

特許出願成功パッケージ

※「特許出願成功パッケージ」はサービス終了しました

この中にある動画講座についても、「圧倒的な競争優位が築ける特許網とは、一体どのようなものなのか」「他社が嫌がる特許を出すにはどうすればよいか、嫌がる出し方とはどのようなものか」を学ぶために、ご活用いただいています。

「障害特許網の突破事例紹介」動画セミナー

<https://www.techno-producer.com/patent-application-package/>

アイデア、発明、新規事業企画を「安心して」次のステップに進めるためのツールとして、ここでご紹介した講座は、お役に立ちます。

楠浦 拝

「特許を、狙いをつけて読み進める事の効率の高さを理解した」

e 発明塾通信 vol.1030(2023年8月31日号)

おはようございます、「発明塾」塾長の楠浦です。

本日は、弊社の新規事業創出支援サービス「企業内発明塾」で、事前受講講座にしている「発明塾 8週間集中パッケージ」への

「将来のコア技術になりえるだろうものが見つかりかけている、今回の思考方法を活用したい」

「自信が少しはついた」

「狙いをつけて読み進める事の効率の高さを理解した」

というお声を紹介しながら、発明塾の考え方や指導内容についてお話します。

「短期間で成果を出す」ための集中講座

発明塾 8週間集中パッケージ

<https://www.techno-producer.com/hatsumeijuku-8week/>

==お声、ここより

◆「課題解決思考(1)」のご感想

2回にわたって思考法を取り組んだことで、1回目(ワサビ報知器)で憶えていたことが、2回目(マウス靴)の時にピンときたので、自分の中にきちんと残っていることを自覚できた。

将来のコア技術になりえるだろうものが見つかりかけているので、今回の思考方法を活用して判断したい。

◆「課題解決思考(2)」のご感想

第2章で学んだことが、第3章の課題に取り組んだ時に復習の様に想起できたため、自分の中に少なからず理解している部分が増えている事を実感した。

現在、特許調査をしているが数百件もあるので全てを読むのが難しい状況であり、各明細書の一部のみを目を通してスクリーニングしているが、見ているところが今回学んだところと同じであったので、自信が少しはついたので引き続き同じように取り組んでいきたい。

◆「開発テーマ企画・立案における特許情報分析の活用」のご感想

特許を漫然と読んでいるだけでは技術を理解するのにかかる時間が莫大であるのに対して、狙いを付けて読み進める事の効率の高さを理解した。F タームの使い道を今回の e-learning で初めて理解した。

技術進化の流れを把握する際の特許明細書の読み込み方、まとめる方法として活用します。

材料メーカー(東証一部上場) 研究者の方

==お声、ここまで

いきなり脱線ですが「自信が少しはついたので引き続き同じように取り組んでいきたい」というお声は、とても正直で良いなと思いました。

正直な方なんでしょうね(笑)。

真面目な技術者の方、という感じで、昔の自分を見るようで非常に嬉しいです(笑)。

最近、この「発明塾 8 週間集中パッケージ」を、広く社内で受けてもらう、という方針の企業様が増えていきます。

「気づきが多かったので、とにかく多くの人に受けてもらいたい」という熱い方もいらっしゃいますが、以下のようなお声もあり、ご事情は様々のようです。

「これなら、忙しい中でもやり切れる」

「新規事業の企画や新研究テーマのアイデア出しだけでなく、既存の業務の中でも使える考え方やツールだ」

「発明提案や知財開発を促進するために使いたい」

「これを使って、新商品の開発と知財戦略の実行を進めたい」

ぜひ、ご活用くださいませ。

本題に戻り、「課題解決思考(1)」へのお声から。

「将来のコア技術になりえるだろうものが見つかりかけているので、今回の思考方法を活用して判断したい」

「見つかりかけている」というのがポイントなんでしょうね。

「課題解決思考(1)」の思考法を通して、自社技術や興味を持っている技術について、「用途」を考えていくと、「これは強みになりそうだな」と見えてくる。そういうことです。

突き詰めて考えてはじめて、見えてくるものがある。

だから「勝てる」わけなんでしょうね。少なくとも「確信犯」で、進められますね。
おっかなびっくりでは、勝ち負け以前に「社内の抵抗勢力」(笑)の壁を破れませんしね。

次は、「課題解決思考(2)」へのお声から。

「第2章で学んだことが、第3章の課題に取り組んだ時に復習の様に想起できたため、自分の中に少なからず理解している部分が増えている事を実感した」

こういう「実感」が、自信につながりますね。「あ、自分、わかってきたな」という感じでしょうか。
小さな成功体験を積み重ねるのが、発明塾式です。

最後は、「開発テーマ企画・立案における特許情報分析の活用」へのお声です。

「特許を漫然と読んでいるだけでは技術を理解するのにかかる時間が莫大であるのに対して、狙いをつけて読み進める事の効率の高さを理解した」

「狙い」をつけて読む。

これは、「課題解決思考(2)」の考え方とも繋がっていますね。

「課題解決思考(2)」では、「発明」と「仮説」の生み出し方を学べるのですが、これが土台にあるので、「開発テーマ企画・立案における特許情報分析の活用」もスムーズに進めていただけます。

エクセルやグラフをいじり倒して時間切れ、という「形式的な情報分析」に陥らないのに必要なことは、「仮説」を生み出すことです。

この順番で受けていただくことにも、きちんと意味があります。

「効率」というのも大事ですね。いわゆる「タイパ」です。

仕事ですので、限られた時間に、一定の結論を出す。

そして新規事業や特許は、早いもの勝ちの側面もある。

少人数、少ない資源と時間で、勝ち抜くには、「効率が上がるツール」を身につけたいところです。

この講座で僕は皆さんに、僕が開発した「強力な武器」を、お配りしているつもりです。

徹底的に、ご活用ください。

楠浦 拝

「社長の喰いつきも良く、非常に良い新規事業の提案が出来た」～新規事業提案は初めて

e 発明塾通信 vol.1032(2023年9月7日号)

おはようございます、「発明塾」塾長の楠浦です。

本日は、弊社の新規事業創出支援サービス「企業内発明塾」参加者で、新規事業提案は初めてという方の

「社長の喰いつきも良く、非常に良い新規事業の提案が出来た」

とのお声を紹介しながら、発明塾の考え方や指導内容についてお話します。

==お声、ここより

昨日、社内報告会が無事完了しました。

社長の喰いつきも良く、非常に良い新規事業の提案が出来たと思っております。

これも、楠浦様のご指導あつての成果です。

新規事業の企画は、今まで(現職以外の他社でも)業務で取り扱ったことが無く非常に険しい道のりでした。

発明塾の手法を習得した事で、今後の業務に生かせそうです。

6か月間の長丁場でしたが、貴重な学習ができたことに感謝しております。

今まで本当にありがとうございました。

==お声、ここまで

「社長の喰いつきも良く、非常に良い新規事業の提案が出来た」

この「喰いつき」という表現から、光景が目浮かぶようですね。

グッと身を乗り出して、目を見開いて、非常に大きな関心を示された。

決して上品な表現ではないかもしれませんが、そう書きたくなるぐらいだった。

そういうことですね。

思わず社長も「前のめり」にならざるを得ない、素晴らしい企画が提案できたようですね。

おめでとうございます。

いつも申し上げている通り、発明塾は、「終わってからが始まり」です。

引き続きよろしく願いいたします。

最近、提案後も定期面談などでフォローアップ(継続的な支援)を希望される例が増えてきました。細かい経緯がわかっている人がそばにいと、まず安心感はあるでしょうね。

「新規事業の企画は、今まで(現職以外の他社でも)業務で取り扱ったことが無く非常に険しい道のりでした」

とありますが、ここから先はさらに険しいのが普通です。

フォローアップ(継続的な支援)のご依頼も、お気軽にお寄せください。

発明塾での「新規事業の企画」プロセスは、「新規事業の縮図」になっています。

新規事業を実際に進める上で、「行き詰まる」であろうポイントについて、企画段階から自然と経験し、それを乗り越える「感覚」と「成功体験」を身につけられるようにできています。

僕が、終了時に「振り返って、自分マニュアルを作るとよいですよ」とお話しているのは、そういうことです。新規事業の企画を進めていく上で、ここまでの学びが役立つのです。

そこまでの時間がない、という方のために、過去参加者の方が寄贈して下さった「自分マニュアル」も見れるようにしていますが、やはり、人それぞれですよ。

自身の得手不得手によっても変わりますし、企画や技術の分野・内容によっても変わります。

「巨人の肩」を借りつつも、自分なりに積み上げていくことが大事でしょう。

これは、「エッジ情報の探し方」でも同じ考え方でしたね。

発明塾の基本的な考え方の一つ、だと言えるでしょうか。

「6 か月間の長丁場でしたが、貴重な学習ができたことに感謝しております」

通常は5か月のプログラムですが、長期休暇などに配慮し、余裕を持たせて開催する場合があります。

長いのが良いのか、短いのが良いのか。

答えはありませんね。

良い結果が出れば、僕はどちらでもよいと思っています。

結果が出れば、人は育ちますから。

楠浦 拝

「課題を見つけるとは何か」「論理構造をどう組むか」「解決策のアイデアをどう考えるか」を實踐で学べる

e 発明塾通信 vol.1034(2023年9月14日号)

おはようございます、「発明塾」塾長の楠浦です。

本日は、e 発明塾「課題解決思考(1)」受講者の

「課題を見つけるとは何か、論理構造をどう組むか、解決策のアイデアをどう考えるかを實踐形式で学習でき非常に有用」

とのお声を紹介しながら、発明塾の考え方や指導内容についてお話します。

e 発明塾「課題解決思考(1)」

https://e-hatsumeijuku.techno-producer.com/kaiketsu_1

なお、e 発明塾「課題解決思考(1)」は、「発明塾8週間集中パッケージ」にも含まれており、発明塾の考え方の「一丁目一番地」を学んでいただくための、非常に重要な講座です。

発明塾8週間集中パッケージ

<https://www.techno-producer.com/hatsumeijuku-8week/>

==お声、ここより

◆「課題解決思考(1)」のご感想

ワサビの香りを生かす、とマウス靴の具体的な事例があり、2回繰り返して實踐できたため分かりやすかった。

まずは開発プロダクトについて、解決し得る課題を発散し構造化したり、先行技術の課題と解決手段との比較を行いながら、強みが生かせる用途を見つけていきたい。

新規事業開発をされている研究・開発部門の方はぜひ受講したほうが良いと思います。

新規事業開発の How-to 本やセミナーは多数あり、顧客課題の特定、価値仮説、解決策仮説のフレームワークは知っていても實踐ではなかなか上手いきません。

特に研究、技術部門の場合、研究開発以外の知識や思考応用が求められます。

そんな中で本講座は、研究開発に馴染みのある「特許」という枠の中で、課題を見つけるとは何か、論理構造をどう組むか、解決策のアイデアをどう考えるかを實踐形式で学習でき非常に有用な講座でした。

製造業 研究開発部門・新規事業開発の方

==お声、ここまで

「まずは開発プロダクトについて、解決し得る課題を発散し構造化したり、先行技術の課題と解決手段との比較を行いながら、強みが生かせる用途を見つけていきたい」

こちらの方は、現時点で開発中のプロダクト(製品)に、「課題解決思考(1)」の考え方を取り入れられるようです。

「最初に攻めるべきは、ホントにその市場なのか?」「独占的に解決できる課題にアプローチできているか?」を、常に確認しながら進めていただきたいと思いますね。

「他者でも解決できる課題」にアプローチしても、価格競争を呼ぶだけではないでしょうか。もちろん、「価格競争力に圧倒的な自信がある」方や、「価格競争を勝ち抜いてこそその事業」だという考え方もいらっしゃると思いますので、それを否定するものではありません。

でも、「最初から価格競争だと厳しいなあ」「そもそも、顧客からも価格の話ばかりされて事業がうまく立ち上がらないんじゃないかなあ」「そもそも、価格競争になりそうな企画は、社長が予算を付けないしなあ」という方は、「課題解決思考(1)」を強く意識くださいませ。

「新規事業開発の How-to 本やセミナーは多数あり、顧客課題の特定、価値仮説、解決策仮説のフレームワークは知っていても実践ではなかなか上手いきません」

以前も、このようなお声はいただいております。

『自分自身が新規事業開発中心に 30 年近くを今の企業の中で過ごすなかで、「事業開発って何?」「技術開発とは何が違う?」という疑問をもっていました。

プロジェクトマネジメントだったり、リーダー研修だったり、MOT だったりいろいろと学びはしたものの、実践方法がわかりませんでした。

楠浦さんとお会いしたのは 2008 年ですので、かれこれ 14 年。

企業内発明塾を実践し、ようやく違いが分かった気がします』

やはり、「発明塾」の方法で実践してこそ、わかることがあるんでしょうね。

いろいろ学んでも、いまいち釈然としなかったり、実践に結びつかなかったりする。

そういう方も多いようです。

『研究開発に馴染みのある「特許」という枠の中で、課題を見つけるとは何か、論理構造をどう組むか、解決策のアイデアをどう考えるかを実践形式で学習でき非常に有用な講座でした』

「特許」を入り口にするからこそ、研究開発担当者が、「課題のを見つけ方」「ロジックの組み立て方」「解決策のアイデアの出し方」を、学びやすい。

しかも、実践形式で、非常に有用である。

そういうことだそうです。

「いろいろ学んだけど、釈然としない、実践できない、結果が出ない」という方は、まずは、e 発明塾「課題解決思考(1)」を受けてみてくださいませ。

「課題のを見つけ方」「ロジックの組み立て方」「解決策のアイデアの出し方」を、特許「も」題材に、実践的に学んでいただけます。

題材は、特許だけではありませんので、特許「も」としております。

楠浦 拝

「半信半疑での参加」「今までの社内プロジェクトとは次元が違うことを実感」

e 発明塾通信 vol.1035(2023年9月21日号)

おはようございます、「発明塾」塾長の楠浦です。

本日は、弊社の新規事業創出支援サービス「企業内発明塾」参加者の「過去の社内プロジェクトでは成果は得られなかったのに、半信半疑での参加」だったけれど

「今までの社内プロジェクトとは次元が違うことを実感」したというお声と共に、発明塾の考え方と取り組みを紹介します。

全社をあげて取り組みたくなる「新規事業企画」を創出できる

【全業種対応】新規事業創出の実働支援サービス 企業内発明塾

<https://www.techno-producer.com/kigyounai-hatsumeijuku/>

==お声、ここより

過去、社内で種々の新規事業に関する取り組みはあったものの、現在までに残る成果は得られませんでした。

このため、発明塾については半信半疑での参加でした。

しかし、回数が進むにつれて、自身の発案が成長するのを目の当たりにし、今までの社内プロジェクトとは次元が違うことを実感しました。

また、何よりも自分のやりたいことを企画に仕上げる作業は、大変ではありましたが非常に楽しかったです。

発明塾の討議では楠浦さんからの助言やグループメンバーの指摘を通して、どうやって人を説得するのか、自身の企画に確信を持つためには何をすべきかなど、自分に足りないものがどんどんと明確になっていきました。

約3か月と短い期間でしたが、発明塾で得た経験は今後の会社人生を180度変える程のインパクトのある内容でした。

今後は発明塾の企画手法(思考回路)を自分の中にため込まず、社内にどんどん広げていきたいと思っています。

本当にありがとうございました。

機械メーカー技術者の方

==お声、ここまで

こちらの方ですが、諸事情により「3か月」での実施になっております。
「約3か月と短い期間でしたが」とあるのは、そういうことです。
大変だったと思います。

「大変でしたが」とありますね。
それでも、素晴らしい成果を出されました。
「楽しかった」とありますが、満足感、達成感、充実感、が伝わってくる文面です。
ありがとうございました&おつかれさまでした。

「過去、社内で種々の新規事業に関する取り組みはあったものの、現在までに残る成果は得られませんでした。
このため、発明塾については半信半疑での参加でした。」

こういう例は、非常に多くあります。
失敗経験ばかりで、成功経験がない。だから、半信半疑。

そして、半信半疑で取り組むと、また失敗しがちなのです。
失敗は失敗を呼ぶわけです。
負のスパイラル、と呼んでもいいかもしれませんね。

そこで発明塾では、注意深く、「小さな成功体験」を積み上げていくことにしています。
あるところまでは、非常に慎重に、丁寧に行きます。
後半は、一気に駆け上がります。
こういう風にして、確実に結果につなげていくプログラムが、出来上がっているんですね。
結果が出れば、人は育つ。
そういうことです。

「しかし、回数が進むにつれて、自身の発案が成長するのを目の当たりにし、今までの社内プロジェクトとは次元が違うことを実感しました。」

僕が「発明塾」において特に重視しているのが、「自身の発案が成長するのを目の当たりにし」の部分です。

「アイデアが育てば、人は育つ」と、いつも申し上げている部分ですね。
人が成長するのはどういうときか。

大学生向け発明塾で150名を超える学生さんに発明を生み出してもらって実感したことがあります。
それは、「教えた時よりも、アイデアが育っていく中で、各自がいろいろな学びと気づきを得る」ということです。
「こうやればうまくいくのか」を、目の当たりにするわけですね。

先日も、企業内発明塾内の討議で、企画が非常に良いところまで育った方が、「こんなに育つとは思わなかった、今回の討議を振り返ってマニュアルに落とし込んで再現性を高めたい」とおっしゃいました。
これですね。
ただ「忘れると困るから、メモしましょう、マニュアルを作りましょう」と言っても、誰もメモしませんし、マニュアルも作りません(笑)。

でも、良いアイデア、良い企画に育つと、「これはもう一度できるようにしておかなければ！」と思うんですね。
「こうやれば、うまくいくのか！」「こんなにうまくいくのか！」を目の当たりにすると、人は自然に動き、育つ。
そういうことです。

「楽しかった」という声もありますので、楽しみながら、育つわけですね。
素晴らしい。

「発明塾の討議では楠浦さんからの助言やグループメンバーの指摘を通して、どうやって人を説得するのか、自身の企画に確信を持つためには何をすべきかなど、自分に足りないものがどんどんと明確になっていきました」

ここは「確信犯」の話ですね。
まず、自身で確信を持てるものにする。
その上で、その確信が、正しく伝わる企画提案書を作る。

「企画」という作業と、「企画提案書を作る」という作業は、実は全く異なる作業なんですね。
「企画」は、「確信犯」に至るまでの話です。
一方、「企画提案書を作る」作業は、それを正しく伝えるにはどうすべきか、考え抜く作業ですね。

やや厳しい物言いになりますが、敢えて言うと、通らない企画は(少なくとも会社の仕事としては)無意味だと、僕は考えています。

いや、感じています、というべきでしょうか。

もちろん、失敗の蓄積で学ぶこともありますし、調べた情報などはあとあと使えることもありますが、やはり「企画は通ってナンボ」だとも思います。

製品は市場に出てナンボだ、もっと言うと、売れてナンボだ、と新製品や新規事業を多数担当して、毎日のように感じて来たからです。

全然売れない新製品も、僕は担当したことがあります(笑)。

そこで感じたことは、作るからには、顧客に(できれば広く)きちんと使ってもらいたい、ということ。

技術屋としては、ただそれだけの話なんですね。

それは、企画段階でも同じではないでしょうか、ということです。

一方で、確信を持っていない企画を提案してうまく通してしまうのは、詐欺に近いと考えています。

「確信」が持てる企画を、正しく伝える「企画提案書」を作る。

これが、「確信犯」(発明塾用語)です。

まあ実際には、本人が確信を持っていない企画を、通せる企画提案書にまで、企業内発明塾の期間中に仕上げることは、なかなか難しいとは思いますが。

「約3か月と短い期間でしたが、発明塾で得た経験は今後の会社人生を180度変える程のインパクトのある内容でした」

3か月ということでお互いに(笑)大変でした。

しかし、「今後の会社人生を180度変える程のインパクト」があった、とのことですので、お互いに報われたかなと思います(笑)。

この輪を、もっともっと、広げていきたいですね。

引き続き、皆さまのご指導とご支援、ご協力を、よろしくお願いいたします。

楠浦 拝

「時代に即した効率的かつ網羅的な情報収集」「会社を担う新規事業の創出」

e 発明塾通信 vol.1037(2023年9月28日号)

おはようございます、「発明塾」塾長の楠浦です。

本日は、弊社の新規事業創出支援サービス「企業内発明塾」参加者の

「技術者として、常に新規技術、新規事業の創出を意識したいと思い、その手法を学ぶために発明塾に参加」

「発明塾で紹介している手法を用いれば、今の時代に即した効率的かつ網羅的な情報収集ができる」というお声と共に、発明塾の考え方と取り組みを紹介します。

全社をあげて取組みたくなる「新規事業企画」を創出できる

【全業種対応】新規事業創出の実働支援サービス 企業内発明塾

<https://www.techno-producer.com/kigyounai-hatsumeijuku/>

==お声、ここより

技術者として、常に新規技術、新規事業の創出を意識したいと思い、その手法を学ぶために発明塾に参加しました。

これまでは方々の専門家との関係性を構築し、密に連絡を取り行っていた新技術に関する情報収集を行っていましたが、発明塾で紹介している手法を用いれば、今の時代に即した効率的かつ網羅的な情報収集ができると感じました。

企業内発明塾においては、通常業務と並行して進めることが大変ではありましたが、10年、20年先の会社を担う新規事業の創出という、やりがいと好奇心から意欲的に進めることができました。また、学んだ手法を身に着けるためには繰り返し実施することが一番だと思いますので、今後も業務の中で意識して取り込んでいきたいと思えます。

機械メーカー技術者の方

==お声、ここまで

「技術者として、常に新規技術、新規事業の創出を意識したい」

素晴らしいですね。

実は僕は、技術屋として仕事を始めた当初、「新製品開発」をとにかくやりたい、と思っていました。

既存の製品は、ファンがガッチリついてますから、それはそれで楽しい。
仕事として、作業として、迷いはあまり出ませんね。

でも、それでは飽き足りないというか、もう一歩チャレンジしてみたかった、ということだったのかなと、今振り返って感じます。

ある種、自身の経験や、組織としての経験が通用しないところに出ていくことで、もっと成長したい、新しい景色を見たい。

ちょっと怖いけど、大変そうだけど、なんとなく楽しそう。

経験値も積めて、ビジネスパーソンとしての自身の価値も上がりそう。

そういうことだったんでしょう。

そういう方はぜひ、企業内発明塾へご参加ください。

「これまでは方々の専門家との関係性を構築し、密に連絡を取り行っていた新技術に関する情報収集を行っていました」

たしかに、共同研究を結んでいる XX 先生にお話を聞く、とか、顧問の YY さんに最新情報を教えていただく、というようなやり方が、これまで、どの企業でも多かったように思います。

私も小松製作所時代は、当時の共同研究先の教授が F1 レースでも有名な方で「モビリティのトランスミッションの世界第一人者」、なんかあったらその方に都度都度お話を聞く、という環境で仕事をしておりました。

これはこれで、重要だと思えます。

しかしながら、技術と市場環境の変化がとても激しい時代になり、「思わぬ異分野情報が、事業機会のヒントになる」みたいなケースが増えてくると、それだけでは足りないのかもしれない。

また、専門家とのパイプがない分野へ、自社技術やアセットを活かして進出しよう、という場合にも、少し困ったことになりそうです。

「発明塾で紹介している手法を用いれば、今の時代に即した効率的かつ網羅的な情報収集ができると感じました」

そこで、特許情報や論文を含む「エッジ情報」探索が、使えるということですね。

実際、ナノテックスタートアップ時代は、「つながりのある専門家の先生」に共同研究を依頼しつつ、新たなつながりを創るべく海外特許や論文を調べまくる、というやり方をしていました。

当時開発していた技術の「用途」につながる研究をされている先生を見つけたら、サンプルを持ってとにかく会いに行く、という感じですね。

青色 LED で有名な中村修二先生にも、部下にサンタバーバラまで会いに行ってもらいました。30分か1時間のアポのところを、2時間ぐらい会っていただいたとかで、部下がすごく興奮しておりました(笑)。

サンプルの効果でしょうか(笑)。

技術や仕事は、最後は「人」という側面があります。

AI だなんだといっても、結局は、人なんですね。

そういう「一期一会」を、タイミングよくしっかり作り、確実に機会に変えていくためにも「エッジ情報」を軸にしたキーマン探索と、キーマンについての綿密な下調べが重要ですと、数多くの実事例をもとに教えているのが発明塾です。

「企業内発明塾においては、通常業務と並行して進めることが大変ではありましたが、10年、20年先の会社を担う新規事業の創出という、やりがいと好奇心から意欲的に進めることができました」

通常業務と平行で大変な中、非常に熱心に取り組んでいただき、まことにありがとうございました。

「10年先20年先」を見据えて仕事ができる機会というのも、ありそうで、意外にない。

そういう感じかもしれませんね。

貴重な機会を、皆さんもぜひ、企業内発明塾を通じて、モノにしていだければと思います。

参加すること自体、非常に貴重な体験になるでしょうし、もちろん、そこで出る成果も、素晴らしいものになるでしょう。

過去参加者の成果を見る限り、そう思います。

「また、学んだ手法を身に着けるためには繰り返し実施することが一番だと思いますので、今後も業務の中で意識して取り込んでいきたいと思います。

これもまた、ほぼすべての参加者が仰ることですが、「繰り返し」行うことで初めて身につく部分があります。

過去には、複数回参加された方も居られます。

転職して、転職先で再度参加した、という方もいらっしゃいます。

「えー、XXさんこちらに転職されてたんですか！」という感じですね(笑)。

不思議なご縁です。

10年先20年先を見据えて、全社をあげて取り組みたくなる新規事業の企画を、皆さんも考えてみませんか？

なかなかないですよ、そんなことができる機会は。

楠浦 拝

あとがき

読み終えて、どうでしたか。1000号記念のメッセージがありましたね。「育児で忙しい」方のお声もありました。最近の傾向として、知財・営業など技術以外のバックグラウンドの方が増えていますね。女性比率も上がっています。この辺は、時代を感じますね。

今回も、「企業内発明塾」終了後の声だけでなく、「発明塾 8 週間集中パッケージ」「e 発明塾」への声も取りあげています。また、「企画が通りました！」という喜びの声も載せました。皆さんが今、どのような立場で何をおられるか、僕にはわからない部分もありますので、できるだけ多様なメッセージを送っておきたいからです。そしてやはり、僕が経験談を話すよりも、「他の仲間が何をして、どう感じているか」を共有したほうが、みなさんにとって得るものがより大きいのではないかと思うからです。発明塾は「互助」で成り立っています。皆さんの「声」は、「他の誰か」の糧になるのです。

これを読まれた皆さんもぜひ、上手く行っても行っていなくても、近況を教えてください。一部は、皆さんの許可を得た上で、メルマガで紹介し、次回の「塾長からの手紙」で取りあげたいと思います。だから、秘密情報は送らないでください(笑)。

情報管理の点から、「企業内発明塾」では、OBOG が直接交流することは難しいのですが、僕が間に入って、こういう形で交流してもらえるようにしたいと思っています。

2024 年 8 月吉日

楠浦 拝