

日本ナレッジ・マネジメント学会 東海部会 (2010. 10. 04)
企業調査プロジェクト

株式会社プロトコーポレーション

- ◇プロフィール
- ◇組織風土とリーダーシップ
- ◆メディア戦略
- ◇コア・ナレッジ

国立大学法人 名古屋大学
栗本 英和

大学院環境学研究科, 情報文化学部
情報マネジメント研究室
kuri@info.human.nagoya-u.ac.jp

1

組織プロフィール：（理念）挑戦する勇氣 行動による証明

- ❖2040年～
「夢を叶える素晴らしい会社」 ← Wonderful Company
- ❖2030年～
「全ての人に感動を与える会社」 ← Emotional Company
- ❖2020年～
「多様な価値観に対応できる会社」 ← Diversity Company
- ❖2010年～ 独自能力
「世界市場に挑戦する会社」 ← Global Company
- ❖2000年～ 社員重視
「ワクワク・ドキドキ楽しい会社」 ← Joyful Company
- ❖1990年～ 独自能力
「大きな企業よりも強い企業」 ← Hyper Company

ヒアリングによる組織プロフィール

❖ 観点は、情報とメディアの中長期的方策

❖ 中核的な知識の基盤：〈詳細な調査できず〉

ディーラとの信頼の絆？ 暗黙知は存在

❖ 中核的な技術の基盤：〈特殊な仕組は感じ取れない〉

Dataware Houseによる分析、技術者も存在
 広告出版のIT化から ICT による「情報商社」へ

❖ 2回目のトップヒアリングの、鮮明な印象として
 直向きなリーダーシップと明確なビジョン

- ・ 創業者の着眼点（顧客ニーズ）
- ・ 社長の誠実さと想い
- ・ 幹部の真面目さと汗をかく土壌
- ・ 社員は体育会系の風土？

群雄割拠から
 新経営基盤へ

- 成長の戦略？
- 経営の質向上？

Go認定車の鑑定ポイント（使用状況の質表現）

外装	内装
<p>車体(車両外装評価)</p> <p>★★★★ 気になるところがほとんどないが、細かい傷や汚れが散見する場合があります。</p> <p>★★★★ 気になるところがほとんどないが、細かい傷や汚れが散見する場合があります。</p> <p>★★★ 気になるところがほとんどないが、細かい傷や汚れが散見する場合があります。</p> <p>★★ 外装を気にしない方向のお車です。</p> <p>★ 補修を必要とするお車です。</p> <p><small>Go認定の品質基準は保証サービスには関係ありません。購入時に必ず販売者に確認下さい。</small></p>	<p>内装(内装状態を表す評価)</p> <p>★★★★ 気になるところがほとんどないが、細かい傷や汚れが散見する場合があります。</p> <p>★★★★ 気になるところがほとんどないが、細かい傷や汚れが散見する場合があります。</p> <p>★★★ 気になるところがほとんどないが、細かい傷や汚れが散見する場合があります。</p> <p>★★ 内装を気にしない方向のお車です。</p> <p>★ 補修を必要とするお車です。</p>
<p>機関</p> <p>機関(機関系の状態、不具合を表す評価)</p> <p>正常 主要機関の不具合はありません。</p> <p>要整備 手を入れた方がよい不具合があります。</p> <p><small>Go認定の品質基準は保証サービスには関係ありません。購入時に必ず販売者に確認下さい。</small></p>	<p>骨格</p> <p>骨格(一軸に修復歴に該当する車両)</p> <p>異常なし 骨格部位に異常はありません。</p> <p>軽度 骨格部位の先端付近、または後端付近に衝撃を受けた形跡があります。</p> <p>中度 骨格部位に衝撃を受けた形跡があります。</p> <p>重度 骨格付近の骨格に衝撃を受けた形跡があります。</p> <p><small>骨格については、認定基準に準じて、社団法人自動車工業会が定める基準に基づいて評価されます。修復歴については、2以上の軽度、修理に当たらない要整備、2以上の中度は、修復歴に該当するものと見なされます。</small></p>

Virtual Reality を担保する第三者評価

(株)プロトコーポレーションのWebページに追加

情報メディア方策（1）

❖ 弘報方策（情報浸透）

- ・ 何処で，誰に，何を，何時，如何に伝えるか
- ・ 属性，規模，地区，予算制限での組合最適

■ コンテンツ方略 : 伝搬能力

例，メッセージ「カーと言えばGoo」

■ メディア方略 : 接触機会

例，テレビ，ラジオ，新聞，雑誌，MediaMix, CMC等

■ クロスメディア方略 : 弘報効果

例，紙とマスメディアとインターネットとの相乗

例，Search Engine Marketing, S.E.Optimization

❖ ICT 方策（情報の集約と共有）

- ・ 業務の支援や改善，情報の共有と活用
- ・ データベースによる類型化や可視化

Copyright ©2010 H.KURIMOTO

7

情報メディア方策（2）

❖ 情報メディア方策における特徴

- ・ インターネットの流れと特徴を着実に捉えている
- ・ 冊子と電子のメディア特徴と機能を区分している
- ・ 顧客のニーズを見据えた商品揃えを充実している

環境分析 ▲ 顧客分析 ▲ 動向分析

「活きた情報収集力」と「迅速なサービス企画力」

◎現場の動向を嗅分け，報連相する「人」

◎サービスを仕組として具現化する「人」

❖ クロスメディア方略を重視

- ・ 冊子：弘報構想へ（店頭でのブランド醸成）
- ・ 電子：事業構想へ（ネット業務の利便性追求）

Copyright ©2010 H.KURIMOTO

8

人材を重視する採用

気になる先輩社員にカーソルを合わせてみましょう!!

- トップビジョン TOP VISION
- 募集要項 APPLICANT
- 採用までの流れ FLOW
- イベントスケジュール EVENT SCHEDULE
- 先輩の声 FROM SENIORS
- 採用担当者からのメッセージ MESSAGE