

## 第1回 テクノロジーとブランドとヒューマンリソースイズ

和合館工学舎 学舎長 今西肇

テクノロジー（技術：理論の実践）は、たとえ先駆的な取り組みでも、すぐにコピーして、同等のものを作り上げることができます。どんなにセキュリティ（安全性の確保や担保）を高めても防ぐことは困難です。セキュリティを高めれば、かえって改革、改善機会を逸することもあります。

ブランド（超一流品銘柄）になるにはファン（熱心な愛好家）を作ることです。UVP（特徴的な価値の提案）がなければ、どのような優れたものでも、すぐに代替品にとって代わられます。

ヒューマンリソースイズ（人材、人財）は、単なる労働力ではありません。「魅力」です。人の魅力は組織の利益に直結します。人の魅力はテクノロジーを輝かせ、人の魅力はファンを作りブランドを育てます。建設業も魅力ある人を育てることが成長戦略の一つです。和合館工学舎は魅力ある人が育つことを支援する機関です。

和合館工学舎の理念は「和合」であり、そのためには、和合館工学舎が「技術者の交差点」になることだと考えます。交差点にはたくさんの方が往来します。たくさんのお会いがあり、たくさんのお魅力が集まります。それぞれの方が、自分のインフラストラクチャー（基盤）の質を高めるためのチャンスです。



組織にとって、そこに属する人が輝くことはテクノロジーを進化させ、テクノロジーを利用して社会に還元し、それがブランドとなり、その魅力はファンを呼び寄せ、持続可能な組織を作るエネルギーとなります。