経営指標の見える化に関する調査研究

（副題がある場合）マーケティングと製造の戦略的融合のための因子抽出

坂本竜馬*，西郷隆盛**

*〇〇大学大学院 MOT 研究科，**〇〇リサーチ株式会社調査部

Research on visualization of management factors

Factor extraction for the integration between marketing and production

Ryoma Sakamoto*， Takamori Saigo**

Graduate School of MOT, 〇〇University, 3-3-6 Shibaura, Minato-ku, Tokyo 108-0023, Japan
*** 〇〇Research Co. LTD., 3-15-1 Shinbashi, Minato-ku, Tokyo 000-1111,Japan*

Abstract: It is expected to have visualized factors ~~¥¥¥~~. (About 150 words)

Keywords: *Visualization, Marketing, Production (3 key words)*

1. はじめに

日本 MOT 学会は，・・・・・・・・・・・の発展に寄与することを目的に，広く技術経営に関する研究成果の発表の場を設けることに貢献していく[1]。

〇〇〇[2]。

〇〇〇[3]。

〇〇[4]。

〇〇〇 [5][6][7]。

2. 仮説と検証手法

〇〇。

表 1. ああああああああ

図 1. ああああああああ

3. 結果および考察

3. 1. 〇〇〇〇

〇〇。

〇〇。

〇〇

連絡先メールアドレス：

○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○。

3.2.○○○○

　○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○。

表 2.　あああああああ

　○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○。○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○。○○○○○○
○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○。

４.おわりに

　○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○。

　○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○。○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○。○○○○○○
○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○。○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○○○○。○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○。

　○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○。○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○。○○○○○○
○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○。○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○。

参考文献

[1] 姿三四郎;「○○の日本的特性」, MOT 研究, Vol. No. 45, pp. 55-60, 2001

[2] Benjamin, G.; “New Project Portfolio for Marketing and Production”, Gower Publishing, 1966

[3] 大和武;「図説技術経営の基礎, 長崎書房」, pp. 150-165, 1999

[4] Leach, E.; “Forms and Function, National Press”, p. 87, 1976

[5] ベルグ, A., 山崎太郎訳;「マーケティングの発想」, 東京技術経営出版, pp. 25-47, 2002

[6] Muratec, P., B. G. King; “Stage of Innovation”, ○○Univ. Press, pp. 67-68, 1999

[7] Japan ○Institute; “Marketing for MOT”, Retrieved 1/20/2010 at web-site, http://www.pppppppp.pdf