

ワクワクの製造業の会



You're
my
best friend

2014年4月5日(土)
中央大学商学部兼任講師 & 静岡産業大学情報学部非常勤講師
徐 誠敏
ソ ソンミン

You're
my
best friend

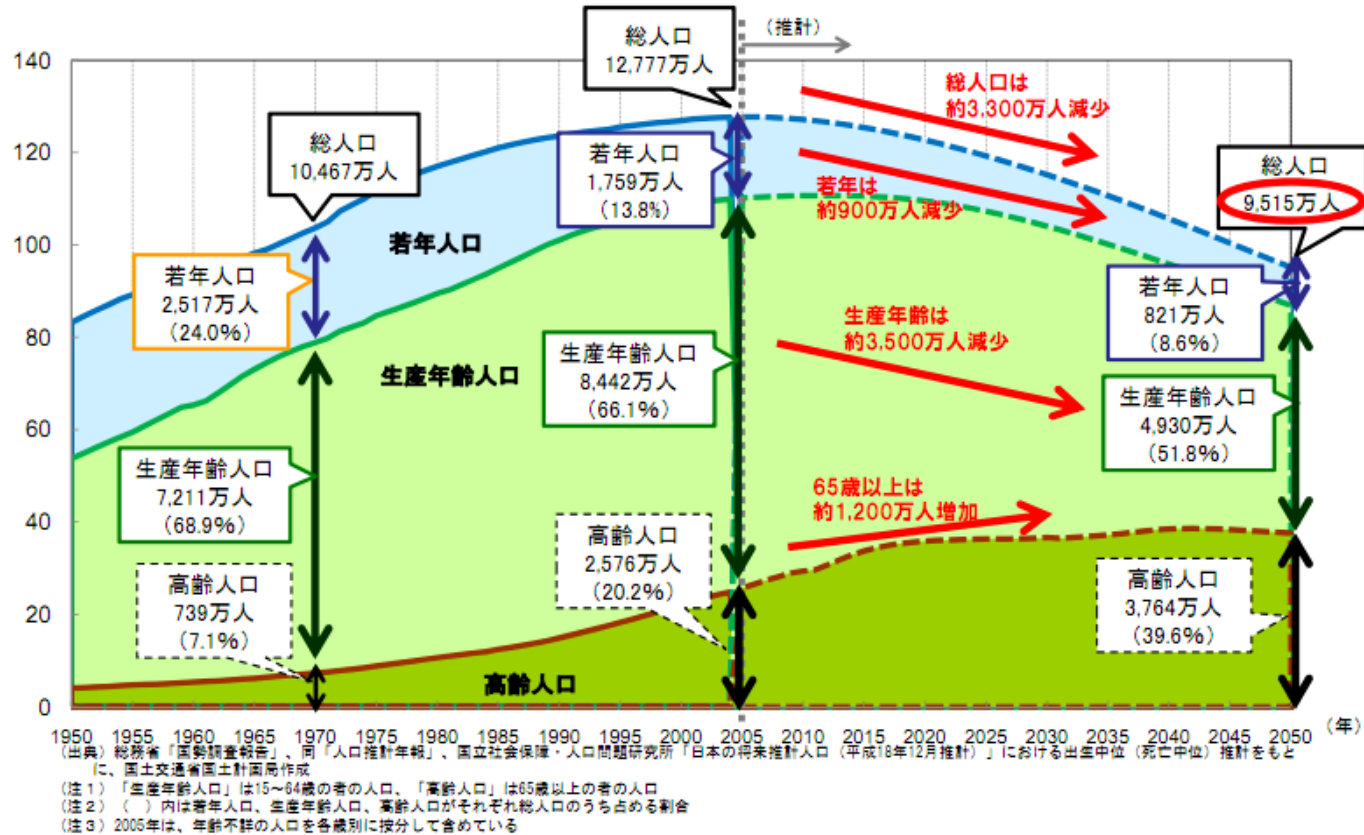
製造業の会の問題意識①

第1章 長期展望の
前提となる大きな潮流

2050年には日本の総人口は3,300万人減少

国土交通省

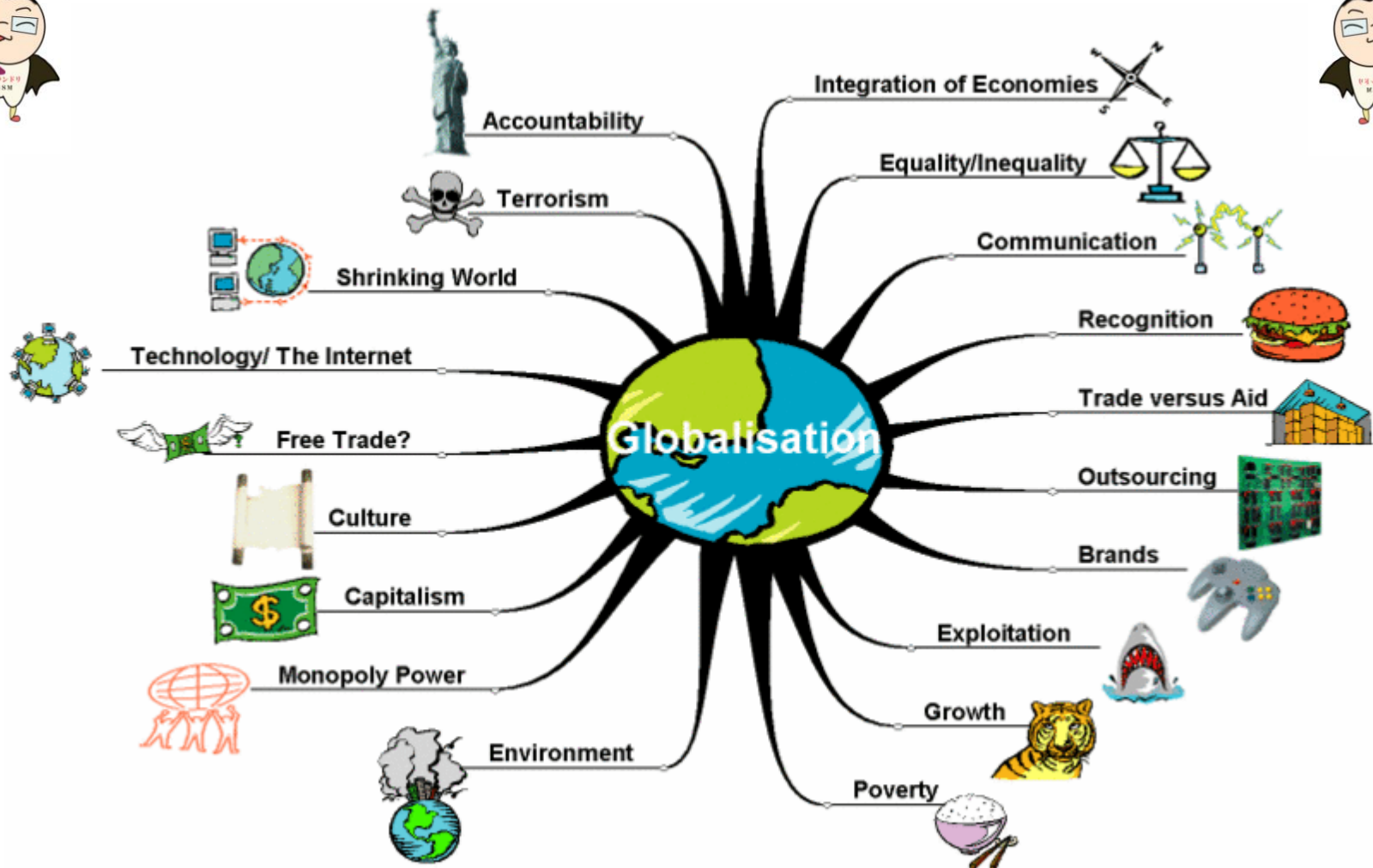
- 日本の総人口は、2050年には、9,515万人と約3,300万人減少（約25.5%減少）。
- 65歳以上人口は約1,200万人増加するのに対し、生産年齢人口（15-64歳）は約3,500万人、若年人口（0-14歳）は約900万人減少する。その結果、高齢化率でみればおよそ20%から40%へと高まる。



出所：<http://blogs.itmedia.co.jp/business20/2011/02/3000-2eb8.html>(2014年4月6日確認)。

人口減少社会の日本で、製造業がどのように延びていくのか

製造業の会の問題意識②



出所 : <https://wiki.ubc.ca/Course:SS3D317/Globalization>(2014年4月6日確認)。

**グローバル展開(海外生産、海外調達、輸出先の拡大など)を
正しく行うには我々に何が必要なのか**

製造業の会の問題意識③

あのソニーザンク

ストリンガー体制7年 4期赤字へ

平井氏、活路は「画像技術」

東京都内で開かれたソニーの新体制を説明する3日の記者会見。登壇したストリンガー氏は「大投資、大リターン」を打ち出した。この7年間の振り返り、「野心的な改革があるが改革を遂げないことがない」と強調する。

東京都市で開かれたソニーの新体制を説明する3日の記者会見。登壇したストリンガー氏は「大投資、大リターン」を打ち出した。この7年間の振り返り、「野心的な改革があるが改革を遂げないことがない」と強調する。

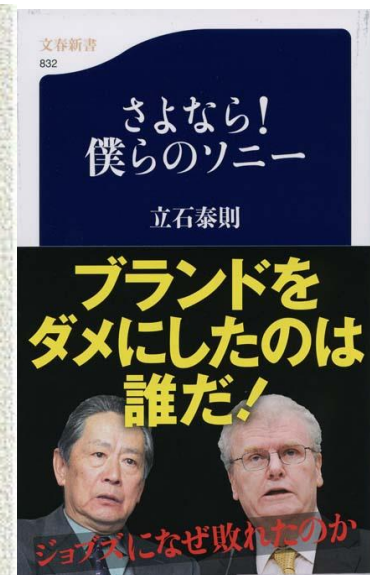
と胸を張ってみせた。だが、2005年6月から始まったストリンガー体制の成績はともかく、7年間のうち、後半4年間は純損益は赤字。なににより、善任時から最大の経営課題だったテレビ事業は8年連続の赤字の見通しで、黒字化は最後まで果たせなかった。

同じ外国人社長でも日産自動車に仏ルノーから乗り込んだカルロス・ゴーン社長が約12年間の在任中、リマン・ショックがあった09年3月期の1度だけしか通期の赤字決算を出していないのは大きな違いだ。

ストリンガー氏も就任後、合計約2万人をリストラ、半減させた。その一方で、液晶テレビの生産拠点を4カ所に縮小。コスト削減に一定の成果を上げた。多様なデジタル機器と映画や音楽などのコンテンツを合わせて価値をつくる「ハードとソフトの融合」を提唱し、ソニー内部の縦割りを「サイロ」を壊す必要があると主張した。

だが、肝心のヒット商品を打ち出せなかった。電子機器から音楽、金融など巨大化したグループを束ねようとしたが、成果を出せない。主力のテレビ事業は、韓国など海外勢の攻勢もあり、単価下落にソニーブランドは通用しなかった。革新性を打ち出す米アップルに後れを取った。ストリンガー氏から後を託された平井氏、ソニー本社の勤務経験がないまま、

■ アップルとソニーの株価



出所 : http://blog.livedoor.jp/otaki_blo/archives/3662506.html

<http://toyokeizai.net/articles/-/7698/?page=3>

<http://kacho007.seesaa.net/article/108547614.html> (2014年4月6日確認)。

ソニーはなぜ衰退してしまったのか(利益の投資、技術者のリストラ、低迷など)

製造業の会の問題意識③



出所：<http://plaza.rakuten.co.jp/schumy/diary/201110160000/>(2014年4月6日確認)。

**近年、ソニーは革新的かつ創造的な製品を生み出していない。
「ソニーらしさ」を失ってしまったことが大きな要因である。**

製造業の会の問題意識④

なぜ日本で
iPhoneが
生まれ
なかったのか

What's happening to
Japanese manufacturing industry?

上村輝之

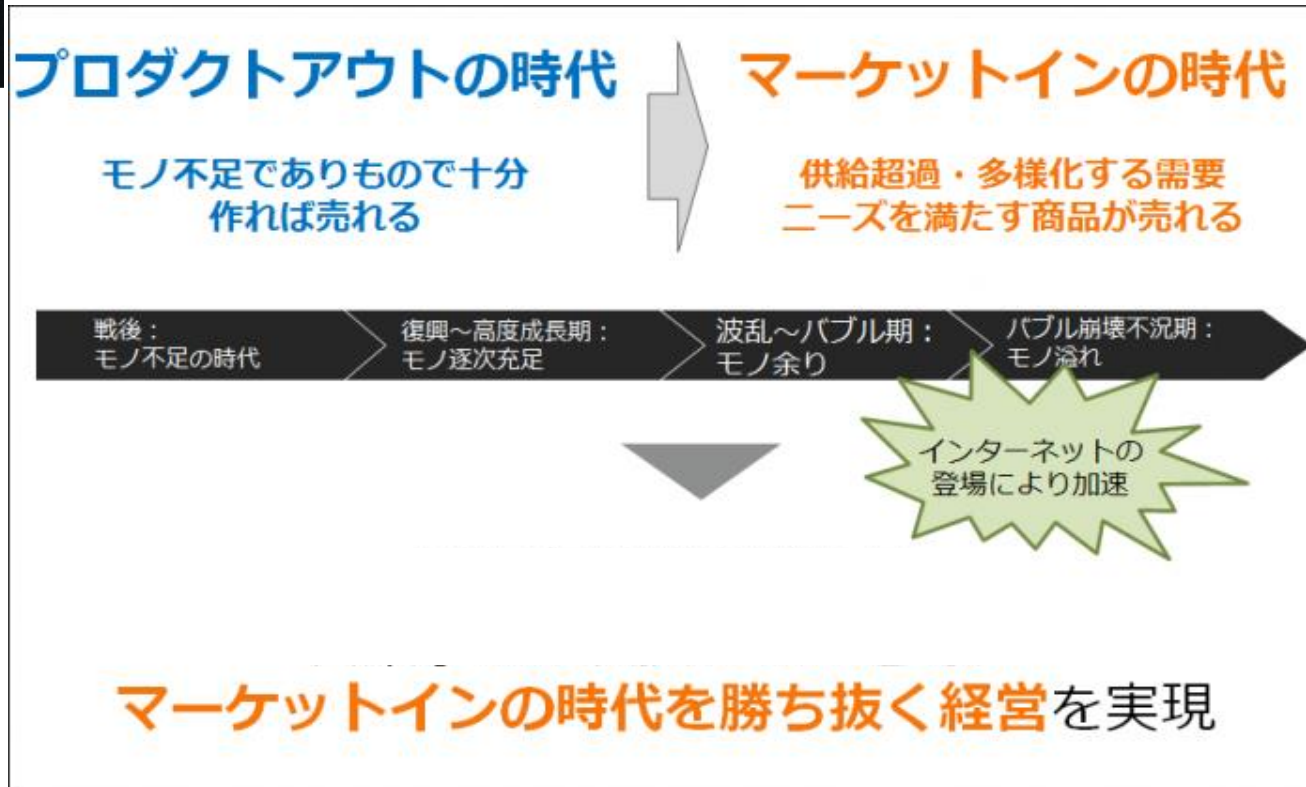
「アイデアをヒットに変える方法 (I-TRIZ)」で、
あなたの会社に埋もれている
「スティーブ・ジョブズ」を
掘り起こせ!

なぜ日本で
iPhoneが
生まれ
なかったのか

What's happening to
Japanese manufacturing industry?

上村輝之

「アイデアをヒットに変える方法 (I-TRIZ)」で、
あなたの会社に埋もれている
「スティーブ・ジョブズ」を
掘り起こせ!

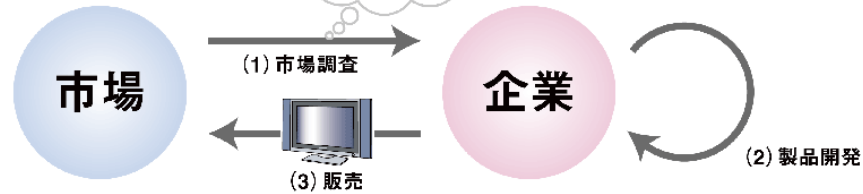


出所 : <http://ayatori.co.jp/facebook/merit/> (2014年4月6日確認)。

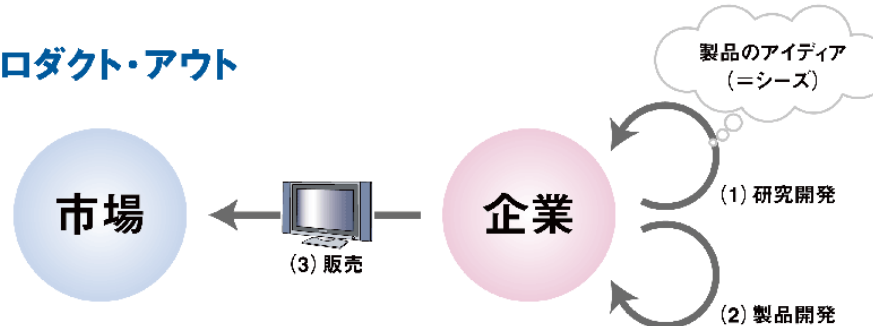
なぜ日本メーカーでiPhoneが作れなかったのか(技術はあるのに)

製造業の会の問題意識④

マーケット・イン

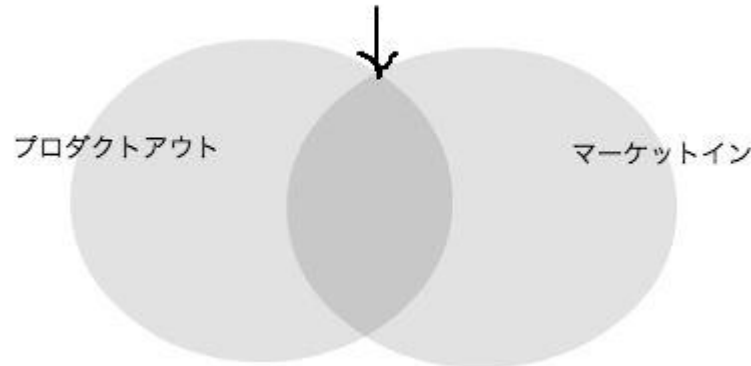


プロダクト・アウト



出所 : <http://itpro.nikkeibp.co.jp/article/COLUMN/20060301/231340/>(2014年4月6日確認)。

ちょうどいいところ



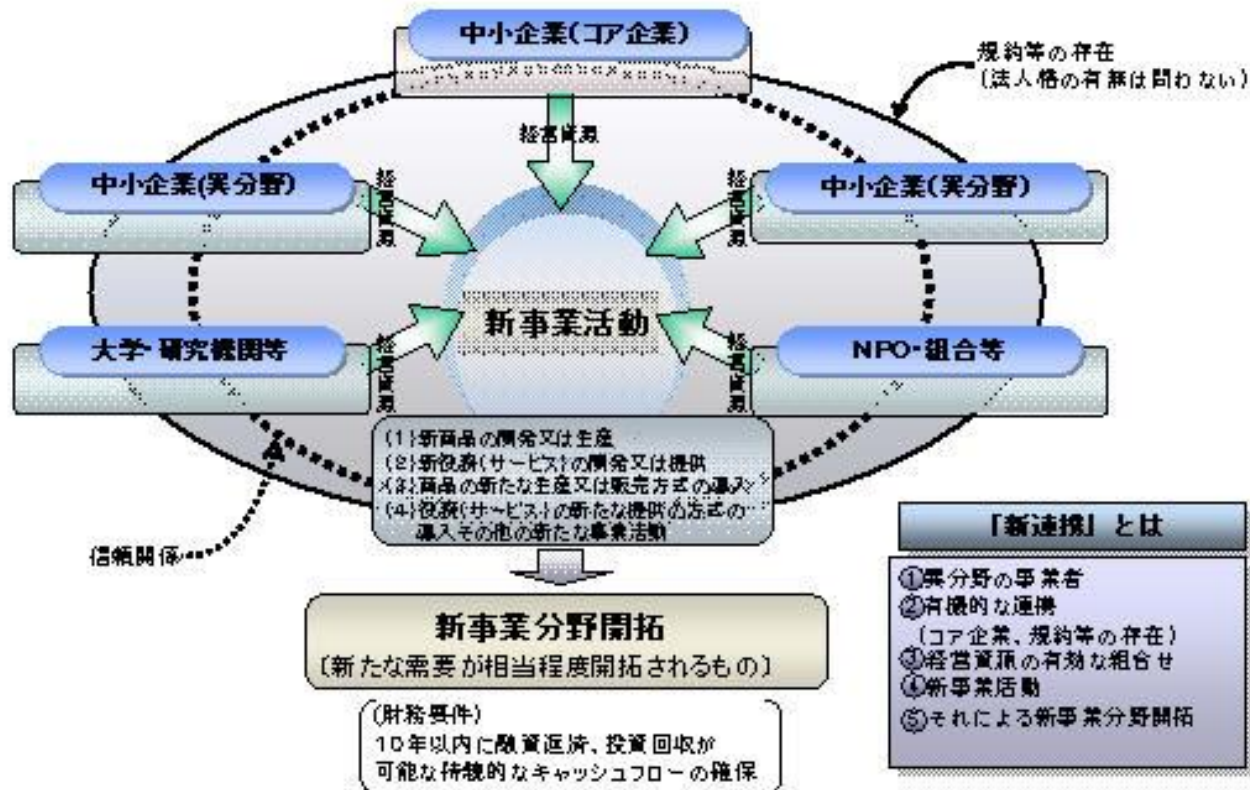
出所 : <http://おとなのマーケティング教室.com/prodactoutmarketin-451.html>(2014年4月6日確認)。

この図でいえば、両方が重なる部分がちょうどいい関係のところに当てはまる。

製造業の会の問題意識⑤

たとえば

「新連携」の内容



出所： http://www.kanto.meti.go.jp/seisaku/chusho/sinrenkei/index_sinrenkei.html(2014年4月6日確認)。

真の中小企業の連携とは何か。

製造業の会では、これまで培ってきた技術力×
製造業の枠を超えた新たな発想力×デザイン力で
夢のある‘ものづくり’を目指す



夢は
語るもの
でなく
つかむもの



出所 : <http://hasumikazuto.jugem.jp/?eid=147>(2014年4月6日確認)。



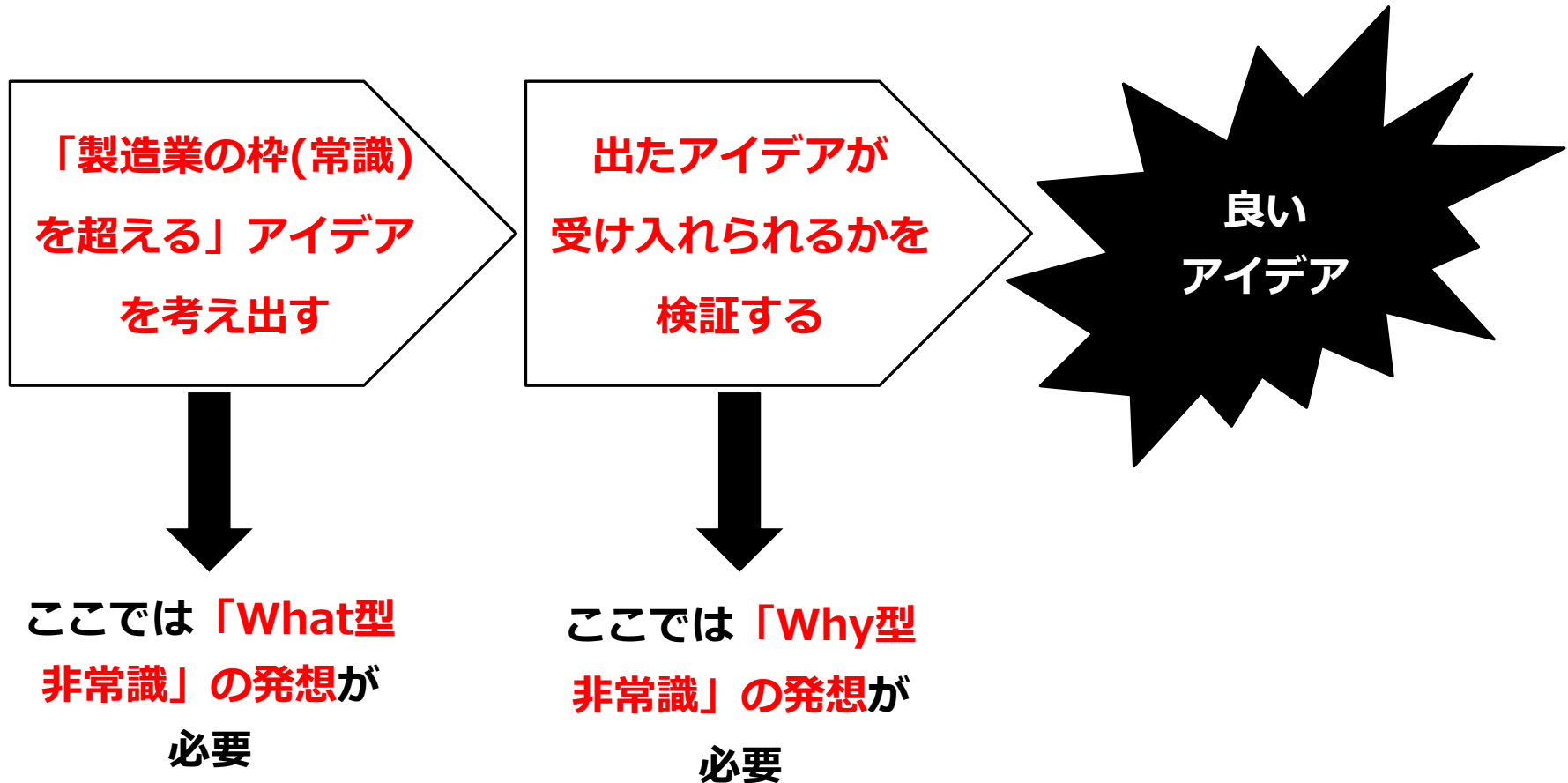
製造業の会では、これまで培ってきた技術力×
製造業の枠を超えた新たな発想力×デザイン力で
遊び心のある 'ものづくり' を目指す



出所 : <http://digimaga.net/2008/06/ammonite-washbasin>(2014年4月6日確認)。



製造業の会での良いアイデアを生み出す ための「2ステップ」プロセス



「新連載第6回『クリエイティブな人』とはただの変人? ～WhyとWhatで「常識」を考える～」の図1をもとに加筆。

これから「製造業の会」が目指すビジョン



まず、製造業の枠を超えたポジティブかつクリエイティブな発想から

モノづくりを考えることが重要である



世界一(オンリーワンで革新的な)のモノ・サービスを生み出し、それらを

世に出すことで、社会を豊かにすると同時に、幸せにする



世界一のモノづくり中小企業のベストプラクティスをみんなで共有し、

その成功要因を明らかにするとともに、事例横断的な成功のポイントについて

体系化することにより、今後の各企業における取り組みの参考にする。



そこから斬新なアイデアが出たら、モノづくり中小企業同士で連携する

これから「製造業の会」が目指すビジョン



世界一のモノ・サービスを生み出す





終



14

チャレンジして
失敗を恐れるよりも
何もしないことを恐れる。

本田宗一郎

(本田技研工業創業者)



終

