

インナー大会プレゼン部門 2016 専用企画シート

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

大学・学部・所属ゼミナール名（フリガナ）		
フリガナ) ニホン	フリガナ) ショウガク	フリガナ) タカクボ
日本大学	商学部	高久保ゼミ

※チーム名は参加申込書に記入した名称を記入してください。

チーム名（フリガナ）	代表者名（フリガナ）	チーム人数 （代表者含む）	PPT 動画 （有・無）
フリガナ) チームケーアイ	フリガナ) ワタナベ シンタロウ	5	無
チーム Ki	渡邊 進太郎		

研究テーマ（発表タイトル）

飛躍せよ！日本電機メーカー！新型オープンイノベーション

※必ず「企画シート作成上の注意」を確認してから、ご記入をお願いいたします。

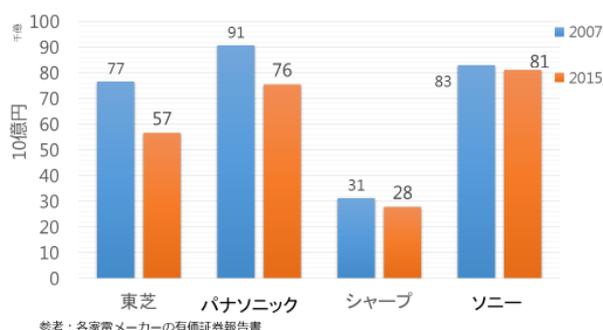
1. 研究概要（目的・狙いなど）

近年、日本家電メーカーはアジア勢の台頭により、収益が上げられず、過去最大の苦境に立たされている。アジア企業が勢いを増し、日本企業の収益は下がる一方。事業売却や人員削減のニュースが、後を絶たない。しかし、私たちが、様々な企業への訪問を経験して感じたこと、それは日本電機メーカーの気迫だった。私たちは日本家電メーカーの収益獲得のための方法を1年半研究した。

2. 研究テーマの現状分析（歴史的背景、マーケット環境など）

日本電機メーカーはかつての勢いを失い、収益を減少させている。日本電機メーカーの収益減少には様々な理由が存在するが、中でもコモディティ化が大きく関係していると考えた。

2007年から2015年までの主要家電メーカーの売上高の変化



3. 研究テーマの課題

日本電機メーカーの売り上げ不振にはいくつかの理由が考えられるが、最も大きな要因はコモディティ化による「付加価値の方向性」と「競合他社との差別化」という2つによって引き起こされる収益減少である。収益獲得のためにはコモディティ化を突破する方法、経営戦略が課題となる。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

私たちはヘンリー・チェスブロウが 2003 年に提唱したオープンイノベーション戦略によって、課題を解決できるのではないかと仮定し、実際に企業を訪問することでその答えを導くことにした。しかし企業を訪問し、インタビュー調査を行うと、ヘンリー・チェスブロウが唱えていたオープンイノベーションには存在しない、新型オープンイノベーション戦略があることを発見した。従来のオープンイノベーションは意図的に大学やベンチャー企業、個人発明家などと意図的に技術、アイデアを出し入れすることでイノベーションを起こすことを目的としていた。一方で新型オープンイノベーションは製品の価値を生み出すために、消費者と共に製品を作り上げること。競合他社と差別化するために素早く製品を市場に出すこと、という 2 点の新たな特長を持つ。これは日本電機メーカーが抱えるコモディティ化の問題を解決し、収益を獲得できる戦略になりうる。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

実際にハイアールアジア R & D 株式会社、株式会社日立製作所、SONY 株式会社、アイリスオーヤマ株式会社の 4 社に企業訪問し、インタビュー調査を行った。その結果、家電市場において新たな製品開発戦略である新型オープンイノベーションを考え出した。

6. 結果や今後の取り組み

日本電機メーカーが抱えるコモディティ化の問題を解決し、収益を獲得できる戦略を発見した。今後はこの新型オープンイノベーションが、日本電機メーカーに採用できるかを実証するために、更に企業訪問し、インタビュー調査を行いたい。

7. 参考文献

『朝日新聞』2008 年 12 月 22 日週刊「理想の工場」が終わる ソニー 1 万 6 0 0 0 人を削減の波紋」

『日本経済新聞』2016 年 6 月 23 日「東芝、代物売却 5 3 7 億円」

シャープ株式会社「『第 113 期 有価証券報告書』、

http://www.sharp.co.jp/corporate/ir/library/securities/pdf/113_full.pdf, 2016 年 7 月 1 日参照。

シャープ株式会社「『第 121 期 有価証券報告書』、

http://www.sharp.co.jp/corporate/ir/library/securities/pdf/121_4q.pdf, 2016 年 7 月 1 日参照。

ソニー株式会社「『Annual Reporte 2015』、https://www.sony.co.jp/SonyInfo/IR/library/fr/15q4_sonypre.pdf, 2016 年 7 月 1 日参照

東芝株式会社「『2007 年度連結決算』、

<https://www.toshiba.co.jp/about/ir/jp/pr/pdf/tpr2007fy.pdf>, , 2015 年 7 月 1 日参照。

東芝株式会社「『第 177 期 有価証券報告書』、

<https://www.toshiba.co.jp/about/ir/jp/library/sr/sr2015/tsr2015.pdf>, 2015 年 7 月 1 日参照

松下電器株式会社「『連結及び単独決算概要』、

<http://news.panasonic.com/jp/press/data/jn080428-6/jn080428-6-4.pdf>, 2015 年 7 月 1 日参照

パナソニック株式会社「『第 109 期 有価証券報告書』、

<http://www.panasonic.com/jp/corporate/ir/pdf/Report2015.pdf>, 2015 年 7 月 1 日参照

延岡健太郎、伊藤宗彦、森田弘一(2006 年 3 月)「コモディティ化による価値獲得の失敗：デジタル家電の事例」

<http://www.rieti.go.jp/jp/publications/dp/06j017.pdf> 2016 年 9 月 27 日参照

ヘンリー・チェスブロウ(2004 年 11 月 10 日)『OPEN INNOVATION—ハーバード流イノベーション戦略のすべて』産業能率大学出版部

日立製作所ホームページ、オープンイノベーション」(<http://www.hitachi.co.jp/rd/open/index.html>、2016 年 9 月 22 日参照

日立製作所ホームページ「開発支援ツールソリューション」<<http://www.hitachi-solutions.co.jp/developmentsupport/>> 2016 年 9 月 19 日参照

「何をつくるのか—お客様の潜在ニーズを形に」

<http://www.hitachihyoron.com/jp/pdf/2009/04/2009_04_00_pioneers.pdf> 2016 年 8 月 14 日参照

ハイアールアジア R&D 株式会社” (2015 年 8 月)『オープンイノベーションとは何か』<http://haierasia-rd.co.jp>, 2016 年 8 月 2 日参照

ハイアールアジア R&D 株式会社公式ホームページ” haierasia-rd.co.jp, 2016 年 7 月 1 日参照

アイリスオーヤマ株式会社”『アイリスオーヤマの強み』,

<http://www.irisohyama.co.jp/company/specialty/> 2016 年 7 月 29 日参照.

アイリスオーヤマ株式会社”『売上推移』,

<http://www.irisohyama.co.jp/company/results/> 2016 年 7 月 29 日参照.

アイリスオーヤマ”『販売応援スタッフ (SAS) 募集』,

<http://www.irisohyama.co.jp/kyujin1/sas/> 2016 年 7 月 29 日参照.

アイリスオーヤマ公式ホームページ

<http://www.irisohyama.co.jp/> 2016 年 8 月 8 日参照

中川涼司、高久保豊『東アジアの企業経営 – 多様化するビジネスモデル』(ミネルヴァ書房、2009 年 7 月 20 日)

インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡事項

<企画シート作成上の注意>

※本企画シートは審査の対象となります。

※本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1 チーム・1 点提出してください。

※本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1~7 以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。

※本企画シートは、インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡事項と企画シート作成上の注意を含め、3 ページ以内に収めてください。実行委員会から審査員に渡す際は、A4 サイズでプリントし、3 ページ目までをお渡しします。

※大会参加申込み時点から、「参加メンバー」の変更があった場合、上記「インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡事項」に記入してください。なお、参加申込書提出時からのチーム名変更は「不可」とさせていただきます。

※企画内容は、未発表の（過去に他誌・HP などに発表されていない）ものに限りません。ただし、学校内での発表作品は未発表扱いとなります。

※商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、著作権の使用許諾を得てください。日本学生経済ゼミナール関東部会・日経 BP 社・日経 BP マーケティング社は一切の責任を負いません。

※書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先（使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など）を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Web サイト上の資料を利用した場合は、URL とアクセスした日付を明記してください。

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。