

ビジネスイノベーションが先導する第4次産業革命 (IoT/インダストリアル 4.0) の実現に向けた産・学・官の役割と課題とは

日 時 : 2017年3月2日(木) 13時00分-17時30分
 会 場 : 日本大学経済学部7号館講堂(最寄駅 JR水道橋駅東口)
<http://www.eco.nihon-u.ac.jp/about/maps/>
 主 催 : 横幹技術協議会、横幹連合
 参 加 費 : 横幹技術協議会会員企業の関係者、横幹連合会員学会の正会員、学生は参加無料、
 その他2,000円(資料代含む)。当日資料代:1,000円(希望者のみ)
 参加申込:【事前登録】オンライン申込 (http://www.trasti.jp/forum/forum49_kyg.html)

【企画趣旨】

第4次産業革命により、つながりを持った価値共(協)創型の社会が創造される。本フォーラムでは、情報化の波がもたらす第4の産業・流通革命の意味すること、そして実現のために求められるパラダイム転換の方向について、ビジネスイノベーションの視点から問題提起をおこない、わが国における「IoTビジネスの将来展望」を実践的および理論的な観点から検討を行う。

パネルディスカッションでは、わが国の製造・流通業は、何のために、何に取り組み、何に戸惑い、何に困っているのかなど、わが国の産・学・官、各々における役割と課題について検討する。

【プログラム】

13:00-13:10	開会あいさつ	桑原 洋 (横幹技術協議会 会長)
13:10-14:00 (50分)	◆ 講演1 「IoT時代のビジネスプロデュース戦略」	三宅 孝之 (株式会社ドリームインキュベータ 執行役員)
14:00-14:50 (50分)	◆ 講演2 「ビジネスイノベーションを生み出す価値協創手法」	馬場 健治 (株式会社日立製作所研究開発グループ 東京社会イノベーション協創センタ サービスデザイン研究部 部長)
14:50-15:10	休憩	
15:10-16:00 (50分)	◆ 講演3 「IoT市場の本質と市場獲得戦略 -日系電子部品メーカーを対象とするインタビュー調査から-」	近藤 信一 (公立大学法人岩手県立大学総合政策学部 専任講師)
16:00-16:50 (50分)	◆ 講演4 「BtoBにおけるプラットフォームビジネスの競争優位戦略」	丹沢 安治 (中央大学大学院戦略経営研究科 教授 国際戦略経営研究学会 会長)
16:50-17:20 (30分)	◆ パネルディスカッション	パネラー: 講演者の皆様
17:20-17:30	閉会あいさつ	鈴木 久敏 (横幹連合 会長)

(敬称略)
 総司会: 藤井 享 (㈱日立製作所・横幹連合産学連携委員)

<p>講演1</p>	<p>IoT 時代のビジネスプロデュース戦略</p>
	<p>◆三宅 孝之 (株式会社ドリームインキュベータ 執行役員)</p> <p>世界が成熟に向かう中、今後の世の中を支えるような大きなビジネスは、融合領域でのビジネス設計を通じて生み出されていく。IoT は、その設計の自由度を圧倒的に高める戦略ツールとなり得るため、これをどのように捉え、活用していくかは、今後の事業創造のカギを握ることになる。講演では、IoT、オープンクローズという技術戦略的な思考を、ビジネスプロデュースという事業戦略的思考との関わり合いに触れながら、大きな事業創造をどのように設計し進めていくのかを紹介する。</p>
<p>講演2</p>	<p>ビジネスイノベーションを生み出す価値協創手法</p>
	<p>◆馬場 健治 (株式会社日立製作所研究開発グループ東京社会イノベーション協創センターサービスデザイン研究部 部長)</p> <p>日立製作所で取り組んでいるビジネスイノベーションについて紹介する。製品やサービス提供者にとっての IoT とは、あらゆるモノから収集したデータを用いて顧客のことを顧客以上に知り、顧客に提供する価値を再定義し続ける仕組みに他ならない。ここで見出した価値がビジネスイノベーションへとつながる。ただし、新しい価値を見出すためには、データ分析だけではなく、社会動向、生活者の価値観変化、産業構造の変化などを顧客と共有し、共にビジネス仮説を構築・検証していくことが必要である。我々は顧客と協創的にビジネスを作る手法を開発・実践しており、その取り組みで得られた知見や課題を紹介する。</p>
<p>講演3</p>	<p>IoT 市場の本質と市場獲得戦略 - 日系電子部品メーカーを対象とするインタビュー調査から -</p>
	<p>◆近藤 信一 (公立大学法人岩手県立大学総合政策学部・専任講師)</p> <p>IoT をツールまたはインフラとして自社のビジネスモデルに組み込む企業は増加しており、また多くの産業で取り組みが試みられている。多くの企業で IoT が利活用されることで「市場」が形成されることになる。しかし、この新しい市場である「IoT 市場」に対して市場獲得を戦略的アプローチで論じている研究は少ない。そこで本報告は、現在形成されつつある IoT 市場に対して戦略的にどのようにアプローチしていくべきなのかという市場獲得戦略について、スマホの次の新市場として IoT 市場に期待を寄せて参入を試みている我が国の電子部品メーカーを対象としたインタビュー調査による実態調査から考察・分析したものである。</p>
<p>講演4</p>	<p>BtoB におけるプラットフォームビジネスの競争優位戦略</p>
	<p>◆丹沢 安治 (中央大学・専門職大学院戦略経営研究科 教授 国際戦略経営研究会 会長)</p> <p>IoT/インダストリー4.0 が引き起こす経営環境の変化にあって、取引は、当事者が複数の業界から参加するネットワーク取引となり、各企業は、複数のネットワークを収容するプラットフォームの形成に向かっている。本講演は、特に日本の BtoB の領域において、大手メーカー、工作機械メーカー、そして両者に部品を供給する中小メーカーが形成する3種類のプラットフォームの連結を紹介しながら、この新たな経営環境がどのようなものであるかについて知見を提供し、さらにこの環境において戦略優位を獲得するための理論的なメカニズムを呈示し、かつ実践的な戦略策定について知見を提供する。</p>
<p>パネルディスカッション</p>	<p>ビジネスイノベーションが先導する第4次産業革命 (IoT/インダストリアル 4.0) の実現に向けた産・学・官の役割と課題とは</p>
	<p>パネラー： 丹沢安治 (モデレーター)、三宅 孝之、馬場 健治、近藤 信一</p>