第 45 回インナーゼミナール大会

研究計画書

ゼミ名	高ゼミⅡ	チーム名	TEAM よっちゃん
タイトル	日本電機産業の復活		
テーマ群	e) 産業・企業		
メンバー	岡村　勇哉、堀　利樹、川縁　拓哉、小林　達矢、中田　梓、　家根　直希 上廣　宗秀、前田　賢志、塩住　貴成		
研究計画内容	我々の研究テーマは“日本電機産業の復活戦略”である。かつて日本電機産業といえば、自動車と並ぶ外貨の稼ぎ頭であった。だが、その大きな産業がここ数年衰退の一途をたどり、ついに 2011 年度には、パナソニックが 7,700 億円、ソニーが 4,500 億円、シャープが 3,700 億円の大規模な最終赤字となった。日本の経済成長を支えてきた電機産業がなぜこのような事態に陥ってしまったのだろうか。我々は今まで研究してきた大阪の企業であるパナソニックから、他の日本電機メーカーと台頭した韓国、台湾のメーカーを比較しながら研究する計画である。 今まで日本の電機産業を支えてきた重要な事業部門として、テレビ事業である。その薄型テレビが衰退した背景には、サムスンや群創光電といった韓国企業や台湾企業の台頭がある。では、アジア企業の競争力が高まったのはなぜだろうか。その一つの理由に、韓国・台湾企業は不景気の状況下のなかで大胆な設備投資を行い、次世代液晶パネルの生産能力の向上を図ったという投資戦略がある。 我々は、この様に日本電機産業が現在抱える課題を解明したうえで、これから日本電機産業が復活する戦略は何なのかについて研究していきたい。日本電機産業の復活戦略を研究するにあたって、各メーカーのこれまでの経営戦略を比較研究するという方法からアプローチしたい。 我々は日本メーカーの B to C 事業から B to B 事業への経営戦略の変化、そしてアジア企業の台頭を見越してのグローバル化への遅れが日本の電機産業の低迷の原因であることがわかった。シャープの B to C 事業から B to B 事業へ移行できない理由や日立のように B to B 事業に特化した企業が業績を伸ばし続けている理由を様々な観点から各電器産業の現状・経営戦略などを追求し研究しようと考えている。日本の電機産業は高い技術を活用し B to B ビジネスを拡大させることが復活へのカギとなるのではないかと考えられる。		