

## 関西 EAC 第489回例会(オープン例会)のご案内

■ テーマ 日本型ものづくりと戦略

■ 日時 2020年1月24日(金)13:00~17:30

■ 場所

遠藤照明本社ビル (堺筋本町)

〒541-0051 大阪府大阪市中央区備後町1-7-3 ENDO堺筋ビル2階

<http://aeoncompass-kaigishitsu.com/sakaisuji/access/>

■ 交通手段

地下鉄堺筋線「堺筋本町」駅 12番出口徒歩2分

地下鉄御堂筋線「本町」駅 1番出口徒歩8分

■ 備考

■ 開催日時: 2020年1月24日(金)13:00~17:30

■ 申込締切日 2020年1月17日(金)

■ 担当幹事 ダイキン工業株式会社 いわお氏 / プロジェクト・P&A 山口氏

■ お問合せ 関西設計管理研究会 事務局長 河添 俊幸

エントリーフォームからお問い合わせください。 <https://keac.jp/apply-form>

## スケジュール

|             |  |
|-------------|--|
| 13:15-13:25 | ご挨拶 副会長 株式会社 遠藤照明 下川氏  |
| 13:25-14:25 | <p>【研究発表:前年度優秀賞】</p> <p>兵神装備の進めるものづくり企業のブランド戦略<br/>兵神装備株式会社 ブランドマネージャー 高瀬篤夫氏<br/>BtoBの製造業でありながら徹底したブランディングを展開し、産業用ポンプの市場で確固たる地位を築いている兵神装備にて、「ものづくり企業のブランド戦略」と「見せる工場」を学びます。<br/>最終消費者を対象としたビジネスと比べて、BtoBビジネスはブランディングの汎用的なセオリーが確立されておらず、特に中堅・中小企業の多くはどのようにブランド強化をすればよいかわからない。あるいはブランド戦略自体に全く取り組めていないのが実際ではないでしょうか。<br/>兵神装備様は、その製品もちろんのこと、オフィス・工場・検査場・社員寮に至るまで、徹底して「ブランディング」を貫いています。ご覧になればその姿勢に圧倒されると思います。<br/>単に「優れた製品」というだけでなく「そのメッセージを伝えるためのブランディング」を含めた付加価値の高いものづくりを学びましょう。<br/>※兵神装備様 ホームページ(<a href="http://www.heishin.jp/">http://www.heishin.jp/</a>)</p> |
| 14:25-14:40 | 関西EACの活動紹介 遠藤照明 下川副会長  |
| 14:40-15:00 | 休憩   |
| 15:00-16:10 | <p>【特別講演①】</p> <p>ルールメイキングの重要性 戦略的な標準化がビジネスチャンスをつくる!<br/>『標準化を巡る最近の動向と標準化戦略について』<br/>経済産業省 産業技術環境局 国際標準課長(併)サービス標準化推進室長 黒田 浩司 氏<br/>標準化は社会を映す鏡であり、対象・意義は時代とともに変化してきている。標準化の対象分野も、モノからサービス、社会システム、SDGs・環境などへ大きく拡大しており、このため、創設以来70年ぶりにJIS法を抜本改正し、JIS法の対象範囲を拡大した。様々な環境変化に対応するため、日本における標準化活動の基盤となっている産業標準化の最近の動向と標準化戦略について、講演していただきます。</p>   |
| 16:10-17:20 | <p>【特別講演②】</p> <p>『シャープ再建 スピード経営と日本型リーダーシップ ～日本のものづくり復活のヒントを得る～』<br/>立命館アジア太平洋大学名誉教授 中田 行彦氏<br/>関西を代表し、液晶の勝ち組であったシャープが、債務超過に落ち込み、台湾の鴻海の傘下となりました。それから2年の時を経て、シャープは復活した。なぜシャープは鴻海の傘下で復活できたのでしょうか?シャープ再建から、日本のものづくり復活のヒントを得ます。シャープと大学での経験を踏まえ、シャープと戴社長との面談から生まれた拙著「シャープ再建」を基に話をします。<br/>※「シャープ再建」をご持参いただくとサインさせていただきます。<br/><a href="#">191118日刊工業 著者登場 - PDF</a></p>   |
| 17:20-17:30 | 関西EACからのお知らせ   |
| 17:50-19:50 | <p>懇親会 例会会場近隣<br/>自家製生パスタ専門店 木本屋<br/>※ 参加費 ¥3,000.- 例会受付時に集金させていただきます。キャンセル無きようお願い致します。</p>  |