



2018年11月10日(土)

ランチェスター戦略学会 第11回研究大会

主催:ランチェスター戦略学会 後援:NPOランチェスター協会

会場:公立大学法人首都大学東京 秋葉原サテライトキャンパス

東京都千代田区外神田1-18-13 秋葉原ダイビル12階(1202室)

研究テーマ 『グローバル時代の競争戦略』

当協会と姉妹団体でありますランチェスター戦略学会は田岡信夫先生を創始とする「ランチェスター戦略」を様々な分野から研究者と実務家が相集い、創造的な研究と議論を重ねながら、さらなる新しい理論を構築していくことを目的として活動しております。その研究成果をみなさまに発表いたします。多くのみなさまにお聞きいただきたく奮ってのご参加をお待ち申し上げます。

09:30	受付開始	※研究発表テーマ等詳細は随時更新いたします。 ランチェスター協会ホームページ をご覧ください。 http://www.lanchester.or.jp/
09:50-09:55	司会挨拶	総合司会 岩渕美智子(ランチェスター戦略学会常任幹事・NPOランチェスター協会理事)
09:55-10:10	開会挨拶	小泉徹(ランチェスター戦略学会会長・首都大学東京教授)
10:10-11:10	基調報告	テーマ:『競争戦略の進化と展望』 上原征彦(昭和女子大学現代ビジネス研究所特命教授)
11:20-12:10	報告Ⅰ	テーマ:『たこ焼きをロボットが焼く?! 世界初の調理ロボットサービス』 佐藤泰樹(澤田経営道場3期生 コネクテッドロボティクス株式会社)
12:10-12:30	ランチェスター戦略学会総会 司会:竹端隆司(ランチェスター戦略学会副会長・NPOランチェスター協会理事長)	
13:30-14:30	特別講演	テーマ:『SNS・ビッグデータなどの情報化時代に 「地域コミュニティ」を味方につける販売戦略の意義』 大給近憲(株式会社光文社 取締役 第一編集局長)
14:35-15:25	報告Ⅱ	テーマ:『なぜ「構造シェア」は市場シェアを近似できるのか?』 筒井美樹(一般財団法人電力中央研究所 上席研究員)
15:35-16:25	報告Ⅲ	テーマ:『日本企業にとってのインド~Look West戦略の検討~』 新谷大輔(株式会社三井物産戦略研究所 国際情報部 アジア・中国・大洋州室 室長/主席研究員)
16:30-17:20	報告Ⅳ	テーマ:『ICT革新と流通システムの変容』 大驛潤(東京理科大学経営学部・大学院経営学研究科教授)
17:20-17:25	閉会挨拶	矢野弾(ランチェスター戦略学会 副会長・ランチェスター協会 特別顧問)
18:00-20:00	懇親会	アキバテクノクラブ(秋葉原ダイビル5階)

※タイムスケジュールは変更となる場合がございます。予めご了承ください。

ランチェスター戦略学会 第11回研究大会に申込をいたします。 FAX: 03-5287-6006

お名前

お勤め先/部署/役職

ご連絡先(E-mailまたはお電話番号)

【参加費】 学生:2,000円 【懇親会】 参加(3,000円) 不参加
 ランチェスター戦略学会 会員 協会 法人会員:2,000円 個人会員:4,000円 非会員:6,000円
 ランチェスター戦略学会 非会員 協会 法人会員:4,000円 個人会員:6,000円 非会員:8,000円

合計

参加申込に関する個人情報は当研究大会にて使用する他ランチェスター戦略学会、NPOランチェスター協会からのご案内に使用いたします。

お問い合わせ・お申込み 特定非営利活動法人ランチェスター協会 事務局 (TEL) 03-5287-6007
 (FAX) 03-5287-6006 (E-mail) lanchester@lanchester.or.jp (URL) <http://www.lanchester.or.jp>

特定非営利活動法人ランチェスター協会 〒169-0075 東京都新宿区高田馬場1-27-1-3 F

登壇者 ご紹介

10：10－11：10 基調報告『競争戦略の進化と展望』
上原 征彦（昭和女子大学現代ビジネス研究所特命教授）

[講演の要旨]

理論的にも実践的にも競争戦略は大きく変わってきた。そこには、グローバル化と情報化、及び企業行動と顧客行動の変化が大きな影響を与えている。本講演では、この点について明らかにしつつ、競争戦略の未来についても展望したい。

11：20－12：10 報告1 『たこ焼きをロボットが焼く?! 世界初の調理ロボットサービス』
佐藤 泰樹（コネクテッドロボティクス取締役COO・澤田経営道場3期生）

[報告の要旨]

ハウステンボスでのロボットたこ焼き店「OctoChef」、渋谷のロボットコーヒー店「変なカフェ」から見るオンリーワン戦略。日本発の日本食を世界へ拡大していく調理ロボットサービスのナンバーワン戦略。

**13：30－14：30 特別講演『SNS・ビッグデータなどの情報化時代に
「地域コミュニティ」を味方につける販売戦略の意義』**
大給 近憲（株式会社光文社 取締役 第一編集局長）

[講演の要旨]

いま、なにかと言えば、販売戦略のベースにSNSとかビッグデータを活用して、それを拠り所にする傾向がある。しかし、特に主婦は、そうしたものを使いつつも、購買につながる肝心なところで地域のロコミ情報を相変わらず、頼りにしている。ネット時代とは言え、その実態をきちんと把握し、戦略に盛り込むべきである。

14：35－15：25 報告2
筒井 美樹（一般財団法人電力中央研究所 上席研究員）

[報告の要旨]

ランチェスター戦略のシェアアップ戦略編(NPOランチェスター協会主催 ランチェスター戦略専門研究コース講座)では、全顧客数に占める自社の取引客数で示される「カバー率」と、大口顧客件数に占める自社がNo.1 である顧客数で示される「Aa率」に基づいて計算される「構造シェア」が、市場シェアを近似すると説明されている。しかし、なぜ近似値になるのかについては示されていない。そこで、両者の関係を、数式を元にひもといてみる。

15：35－16：25 報告3 『日本企業にとってのインド～Look West戦略の検討～』
新谷 大輔（株式会社三井物産戦略研究所 国際情報部 アジア・中国・大洋州室 室長/主席研究員）

[報告の要旨]

アジア経済は所謂、雁行型の経済発展モデルから、東アジア広域の製造業サプライチェーンの深化に伴うネットワーク型のモデルに変化してきた。しかしながら、その中心となってきた中国では製造コストが上昇、その一方で中国企業自身が様々な部材の内製化を進めていることもあり、ASEANなど中国への輸出を梃子に成長してきた周辺国は、生産性の向上と新たな市場を求める必要性に直面している。

そうした中、中国と並ぶアジアの大国であるインドが、日本企業にとり、製造拠点として、市場として、また輸出基地として、注目されている。特に中東・アフリカまで視野に入れた、いわば“Look West”戦略を考える際、インドは地政学上の意義も含め、強力なパートナーとなり得る存在である。本報告では、そうした戦略の意義、背景、実際の企業のアプローチなどにつき、報告する。

16：30－17：20 報告4 『ICT革新と流通システムの変容』
大騨 潤（ランチェスター戦略学会副会長・東京理科大学教授）

[報告の要旨]

現在、流通の分野の変化が著しい。いくつかの視点を鍵に考えていきたいが、本発表では、マーケティングの基本概念たる「補完」と「代替」というアプローチが枢要になる。ここでは、オムニチャネルを導出した技術革新の持つ2つの側面に焦点を当てて議論したい。第1に、この技術の特性がいかなるものであるのか、第2に、それによって、流通システムとしてのオムニチャネルは、いかなる変化に直面しているのか、以上2つである。その根底では、自社だけの価値チェーンではなく、メーカーから、卸売業者、小売業までを含んだ顧客まで到達する既存の流れの価値とともに、円環型流通システムの価値をいかに高めるかということを経営の進展と共に語る。