



《第12期「BRI経営塾」セッション2との合同開催》

日立製作所・サムスングループ自社事例ご発表による “グローバル・イノベーション経営の推進と本社の役割”

- 日 時 ■ 2014年 12月18日(木) 13:00~20:15
- 会 場 ■ 「企業研究会セミナールーム」(東京・麹町) TEL: (03)(5215)3511
- 講 師 ■ (株)日立製作所 理事 戦略企画本部 経営企画室長 森田 守 氏

昭和58年(株)日立製作所入社。平成11年同社・グローバル事業開発本部部長代理、15年同社・事業開発室部長、18年同社・事業開発室室長、20年同社・戦略本部経営企画室長を経て、26年同社。理事・戦略本部経営企画室長、現在に至る

- 講 師 ■ 名古屋大学グリーンモビリティ連携研究センター客員教授 佐藤 登氏
(前 サムスン SDI(株)バイスプレジデント)

1978年本多技研工業(株)入社。1979年~1989年自動車車体材料および腐食制御技術開発に従事、1990年(株)本田技術研究所和光基礎技術研究センターにて、電池研究機能創設。1992年チーフエンジニア。2014年同社栃木研究所から韓国サムスンSDI(株)へVice President(常務)として移籍。2004年に東京勤務、2012年同社退社。同年、名古屋大学グリーンモビリティ連携研究センター客員教授、エスペック社エグゼクティブアドバイザー現在に至る。

◆ 開催にあたって

近年、日本企業においては、高いレベルで形成されている従来事業を、産業高度化に向かうアジアを始め、経済発展が目覚ましい国・地域に持ち込んでいく事が不可欠であります。新しい時代に求められる、各企業におけるグローバルイノベーション経営の推進並びに技術マネジメントさらには本社の役割・機能につきましても、日韓を代表する企業2社より施策を学ぶものです。

ぜひ、関係各位のご参加をお勧め申し上げます。

●受講料●1名 (税込、資料代含む)

正会員	64,800円 本体価格 60,000円
一般	68,040円 本体価格 63,000円

●申込書に所定事項ご記入の上、下記担当者あて FAX または E-mailにてお送りください。着信確認のご連絡後、受講票・請求書をお送り致します。

●お申し込み後のキャンセルは原則お受けいたしかねます。お申し込み者をご出席できない場合は、代理の方のご出席をお願い致します。

●会員企業のご確認、その他セミナーに関するご不明な点につきましては、当会ホームページより【TOP】→【公開セミナー】→【よくあるご質問】をご参照下さい。

社団法人企業研究会 担当: 福山

E-mail fukuyama@bri.or.jp

〒102-0083

東京都千代田区麹町一丁目6番地2アーバンネット麹町ビル6F

TEL 03-5215-3513 FAX 03-5215-0951~2



企業研究会セミナー事務局 福山行 **FAX03-5215-0951~2**

140047-0309	2014.12.18		
申込書 「日立製作所、サムスングループによるイノベーション経営」			
会社名	フリガナ		
住 所	〒		
TEL		FAX	
e-mail			
ご氏名	フリガナ	所 属	
		役 職	

*お客様の個人情報は、本研究会に関する確認・連絡、および当会主催のご案内にお送りする際に利用させていただきます。

●プログラム ●

12月18日(木)

講演1部

13:00

『日立におけるグローバル・イノベーション経営』

～グローバル経営改革と本社の役割～

■(株)日立製作所 理事 戦略企画本部 経営企画室長 森田 守 氏

2010年度より当社では、社会イノベーション事業を注力事業として、「イノベーション」「グローバル」「トランスフォーメーション」という3つのコンセプトにフォーカスして経営しています。グローバルにイノベーションを提供することを目指しており、その中で経営の仕方、本社機能、人材戦略もトランスフォームしていく必要があります。それらを具体実施している2015年度「中期経営計画」の概要についてご紹介します。

1. 日立の概要
2. 2015年度「中期経営計画」の概要と狙い
3. 成長事業の策定と投資戦略
4. 日立の社会イノベーション事業
5. 経営のグローバル化
6. 経営基盤のトランスフォーメーション
7. グローバルな人材確保と人材教育

15:00
(休憩)

講演2部

15:10

『サムスングループにおけるグローバル企画・イノベーション経営』

～グローバル経営改革と本社の役割～

■名古屋大学グリーンモビリティ連携研究センター客員教授 佐藤 登氏
(前 サムスン SDI(株)バイスプレジデント)

サムスンのグローバル展開は2000年以降活発になった。市場の小さい韓国国内よりもグローバル市場に着目し、マーケティング活動を通じて製品開発を行ってきた。その中で、デザイン戦略も重要な視点として世界の主要都市に拠点を作った。一方、経営スタイルとしては組織改編による成果創出に熱心で、人材発掘と活用に関しても余念がない。日本企業には見られないサムスン独特の文化やサムスン人の特性にも注目すべきである。しかし、強みも多々ある中、弱みの部分も少なからずある。日本企業がグローバル競争力を強化する上でサムスンの強みは参考になるだろう。同時に、弱点はサムスンの今後の課題でもある。

- | | |
|---------------------|----------------|
| 1. 日韓企業の文化比較 | 7. サムスンの強みと弱み |
| 2. サムスンのアメーバ経営と本社機能 | 8. 技術流出への取り組み |
| 3. サムスンのグローバル戦略と展開 | 9. 人材流動化と企業魅力 |
| 4. サムスンの成長戦略 | 10. 技術経営のあり方 |
| 5. サムスンの人材育成と人材間競争 | 11. 日韓企業の強みと弱み |
| 6. サムスン人の特性 | |

17:00

17:15

19:15

グループ及び全体討議 : 進行・元アクセンチュアシニアパートナー 油井直次氏

20:15

夕食・懇親会