

慶應義塾大学ビジネス・スクール

## 消費者向けエレクトロニクス産業の構造

5

1990年代の半ばから続いた、IT関連産業を中心にした好景気が2000年秋に崩壊した。ITおよびエレクトロニクス関連の企業は、それまでの全般的な市場成長を前提にした事業展開を見直す時期に入った。

今後引き続き大きな市場をもつ、あるいは長期的に大きな成長をすると予想される消費者向けエレクトロニクス製品として、パソコン(PC)、薄型テレビ、携帯電話が考えられる。これらの製品の事業には、製品メーカーだけでなく部品メーカーも深く関与していた。3つの製品はいずれも技術のデジタル化が進んでいる。そのため部品の規格化や事業の水平分業が進んで、製品も部品も価格競争が起きやすい特徴を持っている。したがって今後は、企業は利益を確保するための何らかの戦略を持たずに、ただ漠然と事業を続けるだけでは、高い利益をあげることが難しくなるように思われた。

3つの製品と関連する主要な構成製品、およびそれらを供給する企業名を、巻末の付属資料1に示している。付属資料1は製品の名前を四角で囲み、その下の枠の中に、製品を供給する主要な企業の名前を書いている。枠をつなぐ矢印は、上流の製品が下流のどの製品に使われるかの対応を表している。また、主要な企業の業績を付属資料2に、主要な市場の世界シェアを付属資料3に掲載している。

### PC

PC、薄型テレビ、携帯電話のなかでは、PCが最初に大量生産された製品であり、技術や部品の規格化が最も進んでいる。かつてPCメーカーはそれぞれ独自の設計で製品を作っていたが、IBMがPC事業に参入する際に、open architecture戦略をとって設計情報を公開して、その設

本ケースはクラス討議の資料とするために慶應義塾大学ビジネス・スクール 大林 厚臣教授と野津 大輔 (M30) によって作成された。経営管理の巧拙を記述したものではない。

本ケースは慶應義塾大学ビジネス・スクールが出版するものであり、複製等についての問い合わせ先は慶應義塾大学ビジネス・スクール(〒223-8526 神奈川県横浜市港北区日吉4丁目1番1号、電話045-564-2444、e-mail: case@kbs.keio.ac.jp)。また、注文は<http://www.kbs.keio.ac.jp/>へ。慶應義塾大学ビジネス・スクールの許可を得ずに、いかなる部分の複製、検索システムへの取り込み、スプレッドシートでの利用、またいかなる方法(電子的、機械的、写真複写、録音・録画、その他種類を問わない)による伝送も、これを禁ずる。

Copyright© 大林 厚臣、野津 大輔 (2009年8月作成)