



慶應義塾大学ビジネス・スクール

アイリスオーヤマ株式会社 (C)

5

大手家電メーカーからの転職者^[1]の声

(清水) お二人ともアイリスオーヤマに転職されたわけですが、前職の大手家電メーカーと比べて似ているところと違うところ、あるいは入社して驚いたところをあげていただけますか？ 10

(山田) アイリスで有名なのは経営理念で、人材教育にも力を入れているところも前職と同じように思いました。ウェブもそうですし、朝礼なんかもきちんとやっている。「物を作る前に人を作る」という精神です。 15

(青木) アイリスには「なるほど家電」というキャッチフレーズがあるのですが、私は目の付け所が他社と違うというところが前の会社と似ていると感じました。

(清水) 違いはいかがですか？ 20

(山田) 驚いたのは、あまりにも少数精鋭だったことです。印象ですが前社に比べると1/100くらいの感じでした。最近では、だいぶ人が増えたので変わってはいますが、1/10まではいっていません。ですから、製品の原価を考えた場合、大手の製品はほとんどが人件費ですが、アイリスの場合人件費の比率は段違いに低いです。なぜかといえば、遊んでいる人が誰もいないということです。 25

^[1] いずれも大手家電メーカーで30年以上の経験を経てアイリスオーヤマに転職。名前は仮名である。2018年7月24日、アイリスオーヤマ心齋橋オフィスでのインタビューがベースである。

このケースは、慶應義塾大学ビジネス・スクールのクラス討論の基礎資料として清水勝彦教授の監修のもと安喰就一、阿部恭大、野島朋子、古市大三、古川雄規、森下玲香が作成したものであり、経営上の適切もしくは不適な状況を例示しようとするものではない。

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。

30

Copyright © 清水勝彦、安喰就一、阿部恭大、野島朋子、古市大三、古川雄規、森下玲香（2018年9月作成）