

技術開発におけるオープン化と クリエイティビティ

～自分力・微分力・俯瞰力～

ソニー株式会社 業務執行役員SVP 島田 啓一郎

2012年11月22日 電子情報技術産業協会 産学連携シンポジウム
IT・エレクトロニクスの将来と期待する人材像 講演資料

(1) オープン化

(1-1) 差異化のためのオープン化

(1-1) 差異化のためのオープン化

(1-2) オープン化を進める時代背景

(1-2-1) 規模の拡大

(1-2-2) 専門分野と産業領域の拡大

(1-2-3) 融合領域への注目

(1-3) オープン化を巡る個人的な経歴

(1-4) 4つのオープン化

(1-4-1) 社外技術導入

(1-4-2) 国際協業

(1-4-3) 異業種協業

(1-4-4) 産業生態系構築

(1-5) オープン化に対する疑問と回答

企業の研究開発設計において
広義の「オープン化」は時代の必然

その中の重要施策が
「オープンテクノロジー」
「オープンイノベーション」

オープン化は「差異化のために」やる
資金や人材などの社内資源を
得意領域の差異化に振り向ける

(1-2) オープン化を進める時代背景

(1-2-1) 規模の拡大

(1-1) 差異化のためのオープン化

(1-2) オープン化を進める時代背景

(1-2-1) 規模の拡大

(1-2-2) 専門分野と産業領域の拡大

(1-2-3) 融合領域への注目

(1-3) オープン化を巡る個人的な経歴

(1-4) 4つのオープン化

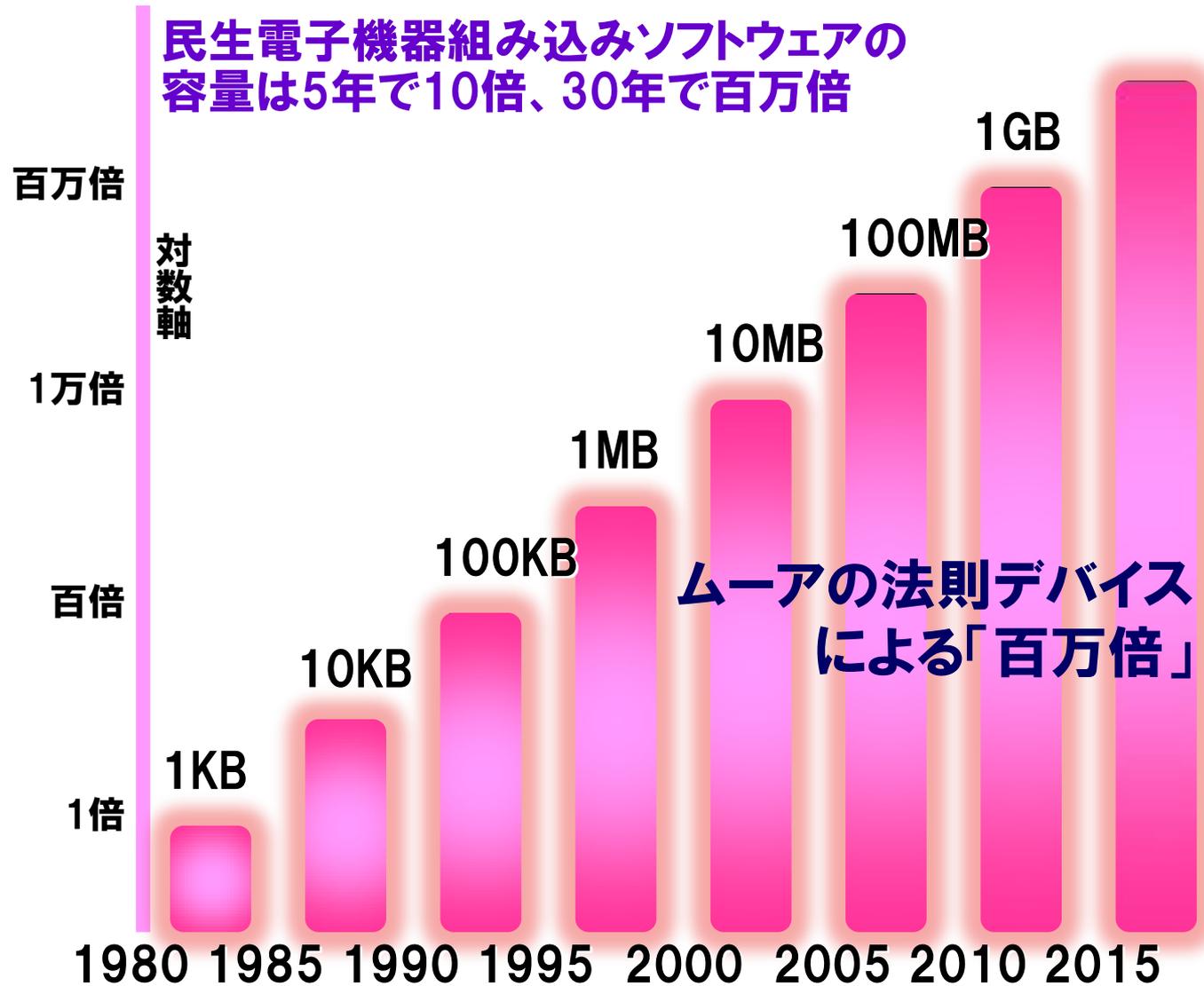
(1-4-1) 社外技術導入

(1-4-2) 国際協業

(1-4-3) 異業種協業

(1-4-4) 産業生態系構築

(1-5) オープン化に対する疑問と回答



(1-2) オープン化を進める時代背景

(1-1)
差異化のためのオープン化

(1-2)
オープン化を進める時代背景

(1-2-1)
規模の拡大

(1-2-2)
専門分野と産業領域の拡大

(1-2-3)
融合領域への注目

(1-3)
オープン化を巡る個人的な経歴

(1-4)
4つのオープン化

(1-4-1)
社外技術導入

(1-4-2)
国際協業

(1-4-3)
異業種協業

(1-4-4)
産業生態系構築

(1-5)
オープン化に対する疑問と回答

開発規模の拡大

**必要な専門分野と
産業領域が拡大**

**革新の宝庫が
融合領域に移動**

**自前主義は
非現実的に**

(1-3) オープン化を巡る個人的な経歴

(1-1)
差異化のためのオープン化

(1-2)
オープン化を進める時代背景

(1-2-1)
規模の拡大

(1-2-2)
専門分野と産業領域の拡大

(1-2-3)
融合領域への注目

(1-3)
オープン化を巡る個人的な経歴

(1-4)
4つのオープン化

(1-4-1)
社外技術導入

(1-4-2)
国際協業

(1-4-3)
異業種協業

(1-4-4)
産業生態系構築

(1-5)
オープン化に対する疑問と回答

社外技術導入
国際協業

1996～
国際水平分業の
パソコン事業
立ち上げ時代

1981～
徹底した社内垂直統合で
国内主導技術の
VTR・ビデオカメラ開発時代

2003～
オープンソース
による商品組み込み
ソフト設計の転換

2007～
新規事業創出の
ためのオープン化

異業種協業
産業生態系構築

(1-1)
差異化のためのオープン化

(1-2)
オープン化を進める時代背景

(1-2-1)
規模の拡大

(1-2-2)
専門分野と産業領域の拡大

(1-2-3)
融合領域への注目

(1-3)
オープン化を巡る個人的な経歴

(1-4)
4つのオープン化

(1-4-1)
社外技術導入

(1-4-2)
国際協業

(1-4-3)
異業種協業

(1-4-4)
産業生態系構築

(1-5)
オープン化に対する疑問と回答

(1-4) 4つのオープン化

(1-4-1) 社外技術導入(技術導入のオープン化)



東京医科歯科大学内のソニーのオープンラボ



(1-4-1) 社外技術導入(技術導入のオープン化)

(1-1)
差異化のためのオープン化

(1-2)
オープン化を進める時代背景

(1-2-1)
規模の拡大

(1-2-2)
専門分野と産業領域の拡大

(1-2-3)
融合領域への注目

(1-3)
オープン化を巡る個人的な経歴

(1-4)
4つのオープン化

(1-4-1)
社外技術導入

(1-4-2)
国際協業

(1-4-3)
異業種協業

(1-4-4)
産業生態系構築

(1-5)
オープン化に対する疑問と回答

内製主導型

オープンテクノロジー
オープンイノベーション



(1-4-2) 国際協業(地域のオープン化)

(1-1)
差異化のためのオープン化

(1-2)
オープン化を進める時代背景

(1-2-1)
規模の拡大

(1-2-2)
専門分野と産業領域の拡大

(1-2-3)
融合領域への注目

(1-3)
オープン化を巡る個人的な経歴

(1-4)
4つのオープン化

(1-4-1)
社外技術導入

(1-4-2)
国際協業

(1-4-3)
異業種協業

(1-4-4)
産業生態系構築

(1-5)
オープン化に対する疑問と回答

ソニーインディアソフトウェアセンター



(1-4-3) 異業種協業(業種のオープン化)

(1-1)
差異化のためのオープン化

(1-2)
オープン化を進める時代背景

(1-2-1)
規模の拡大

(1-2-2)
専門分野と産業領域の拡大

(1-2-3)
融合領域への注目

(1-3)
オープン化を巡る個人的な経歴

(1-4)
4つのオープン化

(1-4-1)
社外技術導入

(1-4-2)
国際協業

(1-4-3)
異業種協業

(1-4-4)
産業生態系構築

(1-5)
オープン化に対する疑問と回答

電子業界型

異業種協業化

電力・住宅・エネルギー業界

クラウドサービス業界

病院・医大・医療機器
・健康医療サービス業界

(1-4-4) 産業生態系構築(ビジネスモデル発明)

(1-1)
差異化のためのオープン化

(1-2)
オープン化を進める時代背景

(1-2-1)
規模の拡大

(1-2-2)
専門分野と産業領域の拡大

(1-2-3)
融合領域への注目

(1-3)
オープン化を巡る個人的な経歴

(1-4)
4つのオープン化

(1-4-1)
社外技術導入

(1-4-2)
国際協業

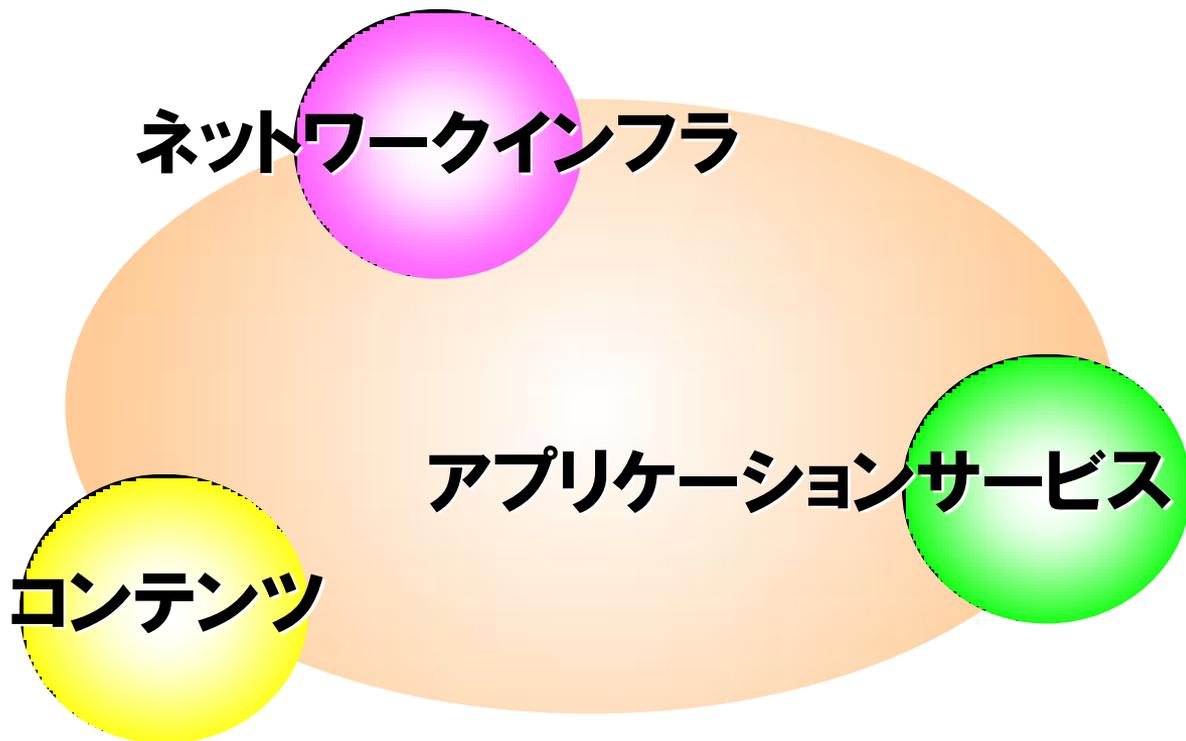
(1-4-3)
異業種協業

(1-4-4)
産業生態系構築

(1-5)
オープン化に対する疑問と回答

商品事業型

ビジネスモデル発明+
エコシステムプロデュース



(1-5) オープン化に対する疑問と回答

(1-1)
差異化のためのオープン化

(1-2)
オープン化を進める時代背景

(1-2-1)
規模の拡大

(1-2-2)
専門分野と産業領域の拡大

(1-2-3)
融合領域への注目

(1-3)
オープン化を巡る個人的な経歴

(1-4)
4つのオープン化

(1-4-1)
社外技術導入

(1-4-2)
国際協業

(1-4-3)
異業種協業

(1-4-4)
産業生態系構築

(1-5)
オープン化に対する疑問と回答

他社と同じ
ようなものしか
できないのでは？

品質や日程の
責任が曖昧に
なるのでは？

秘伝が漏れる
のでは？

技術を牛耳られ
母屋を取られる
のでは？

海外とやるのは
敷居が高い
のでは？

オープン
コミュニティで
共生していくには？

国内業務の
意義とは？
生き残り策は？

(2) クリエイティビティ

(2-1)
概要

(2-2)
クリエイティビティが必要な背景

(2-3)
国内でも生き残れる3つの業務

(2-3-1)
クリエイティビティ

(2-3-2)
グローバルプロデュース

(2-3-3)
ガラパゴス

(2-4)
クリエイティビティを
向上させる3つの秘力

(2-4-1)
他人力よりも「自分力」

(2-4-2)
絶対値評価力よりも「微分力」

(2-4-3)
対象観察力よりも「俯瞰力」

(2-1) 概要



インドの超大手
情報技術受託企業

(2-2) クリエイティビティが必要な背景

(2-1)
概要

(2-2)
クリエイティビティが必要な背景

(2-3)
国内でも生き残れる3つの業務

(2-3-1)
クリエイティビティ

(2-3-2)
グローバルプロデュース

(2-3-3)
ガラパゴス

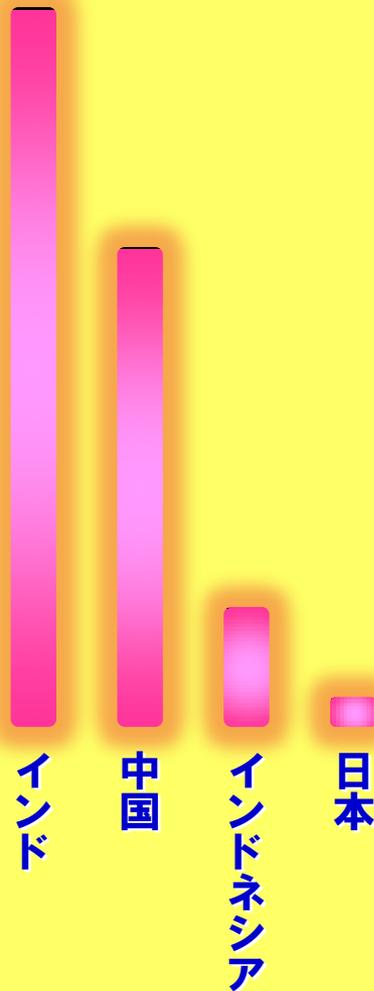
(2-4)
クリエイティビティを
向上させる3つの秘力

(2-4-1)
他人力よりも「自分力」

(2-4-2)
絶対値評価力よりも「微分力」

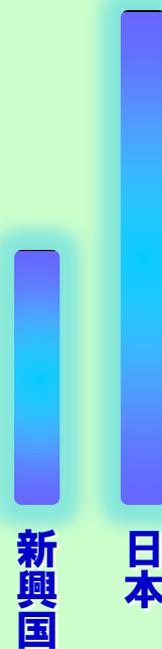
(2-4-3)
対象観察力よりも「俯瞰力」

デジタルネイティブ 世代の1学年人数



ハイテク知識集約 業務費用比較

間接費用・試作費・設備償却等を含む
海外は業務方式転換・窓口対応・言語対応などの
追加される間接費用も含む



(2-3) 国内でも生き残れる3つの業務

(2-1)
概要

(2-2)
クリエイティビティが必要な背景

(2-3)
国内でも生き残れる3つの業務

(2-3-1)
クリエイティビティ

(2-3-2)
グローバルプロデュース

(2-3-3)
ガラパゴス

(2-4)
クリエイティビティを
向上させる3つの秘力

(2-4-1)
他人力よりも「自分力」

(2-4-2)
絶対値評価力よりも「微分力」

(2-4-3)
対象観察力よりも「俯瞰力」

クリエイティビティ

芸術・科学的
創造性

企業的
創造性

- ・他社より早い
- ・マネしにくい
- ・お客様にとって初

グローバル
プロデュース

国・地域を越える + 業種・産業を越える

ガラパゴス

国内特有参入障壁業務

(2-4) クリエイティビティを向上させる3つの秘力

(2-1)
概要

(2-2)
クリエイティビティが必要な背景

(2-3)
国内でも生き残れる3つの業務

(2-3-1)
クリエイティビティ

(2-3-2)
グローバルプロデュース

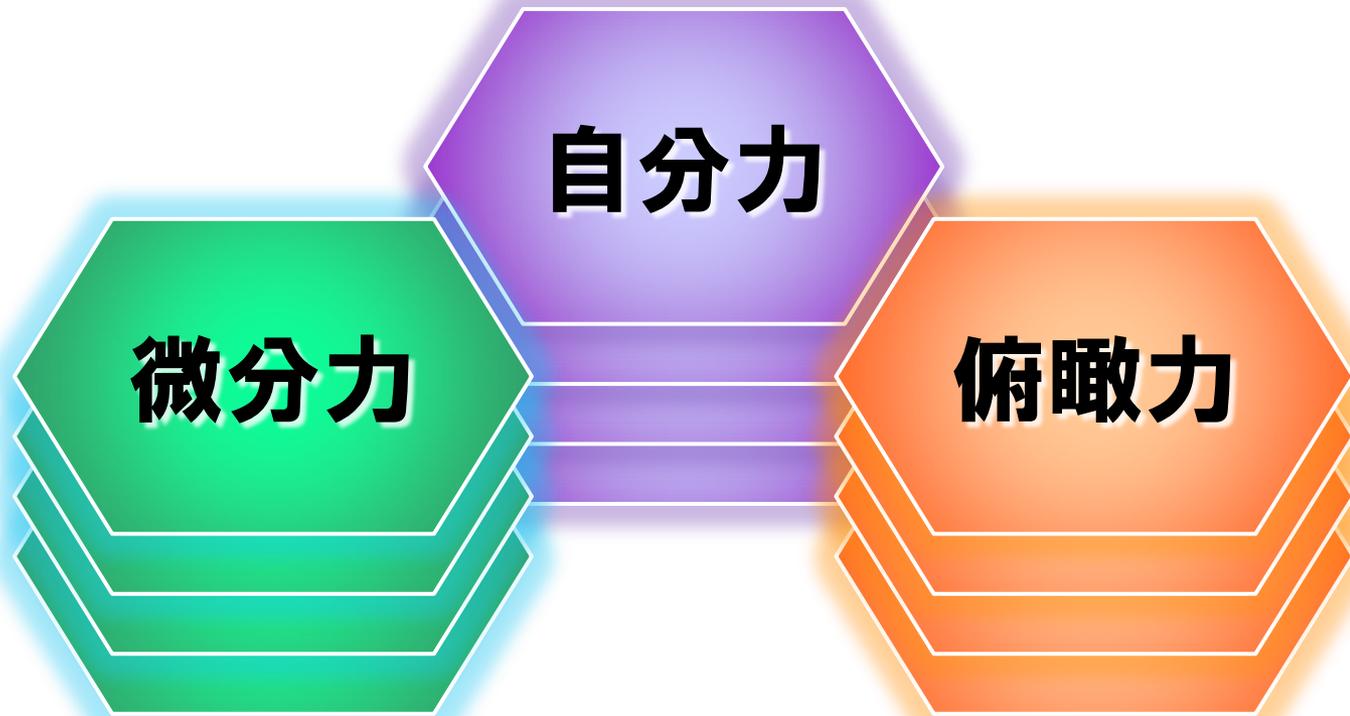
(2-3-3)
ガラパゴス

(2-4)
クリエイティビティを
向上させる3つの秘力

(2-4-1)
他人力よりも「自分力」

(2-4-2)
絶対値評価力よりも「微分力」

(2-4-3)
対象観察力よりも「俯瞰力」



(2-4-1) 他人力よりも「自分力」

(2-1)
概要

(2-2)
クリエイティビティが必要な背景

(2-3)
国内でも生き残れる3つの業務

(2-3-1)
クリエイティビティ

(2-3-2)
グローバルプロデュース

(2-3-3)
ガラパゴス

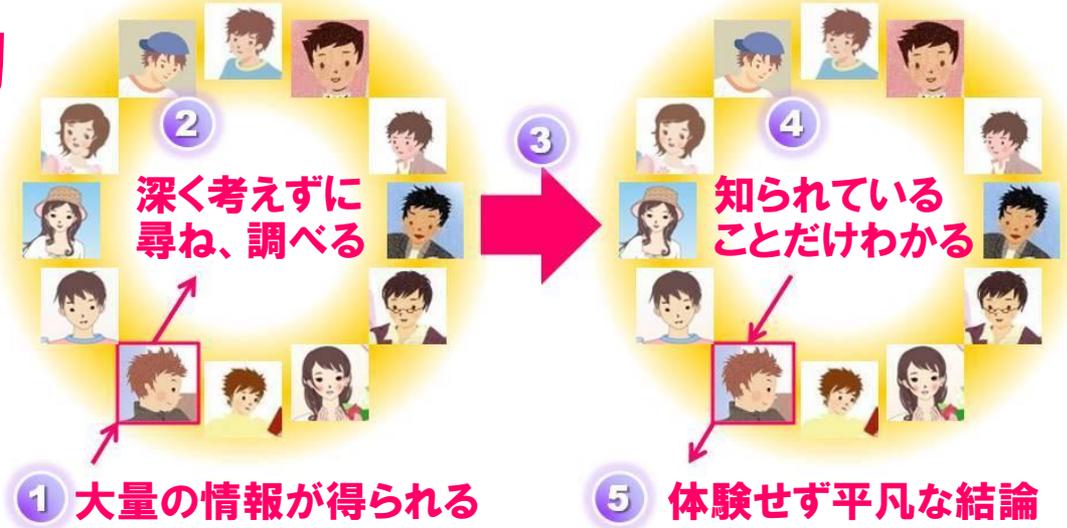
(2-4)
クリエイティビティを
向上させる3つの秘力

(2-4-1)
他人力よりも「自分力」

(2-4-2)
絶対値評価力よりも「微分力」

(2-4-3)
対象観察力よりも「俯瞰力」

他人力



自分力



(2-4-2) 絶対値評価力よりも「微分力」

(2-1)
概要

(2-2)
クリエイティビティが必要な背景

(2-3)
国内でも生き残れる3つの業務

(2-3-1)
クリエイティビティ

(2-3-2)
グローバルプロデュース

(2-3-3)
ガラパゴス

(2-4)
クリエイティビティを
向上させる3つの秘力

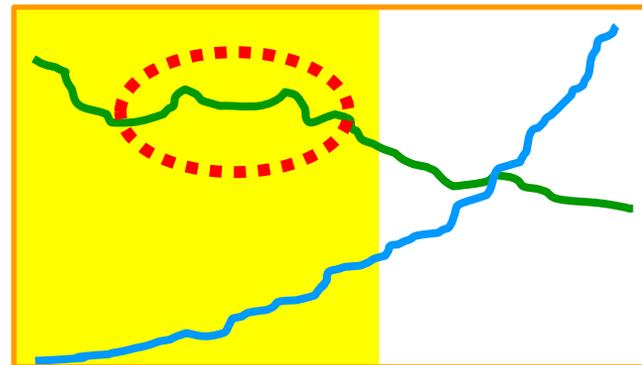
(2-4-1)
他人力よりも「自分力」

(2-4-2)
絶対値評価力よりも「微分力」

(2-4-3)
対象観察力よりも「俯瞰力」

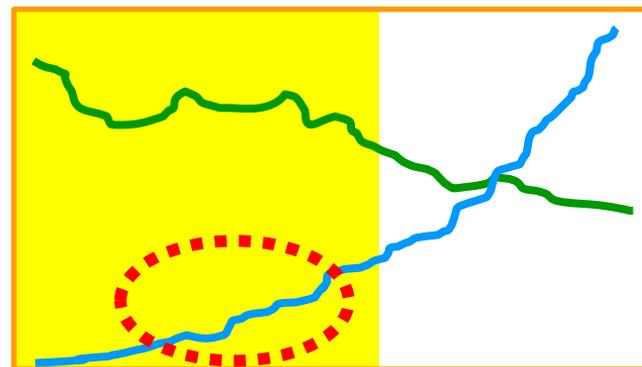
絶対値評価力

過去 現在 未来



微分力

過去 現在 未来



(2-4-3) 対象観察力よりも「俯瞰力」

(2-1)
概要

(2-2)
クリエイティビティが必要な背景

(2-3)
国内でも生き残れる3つの業務

(2-3-1)
クリエイティビティ

(2-3-2)
グローバルプロデュース

(2-3-3)
ガラパゴス

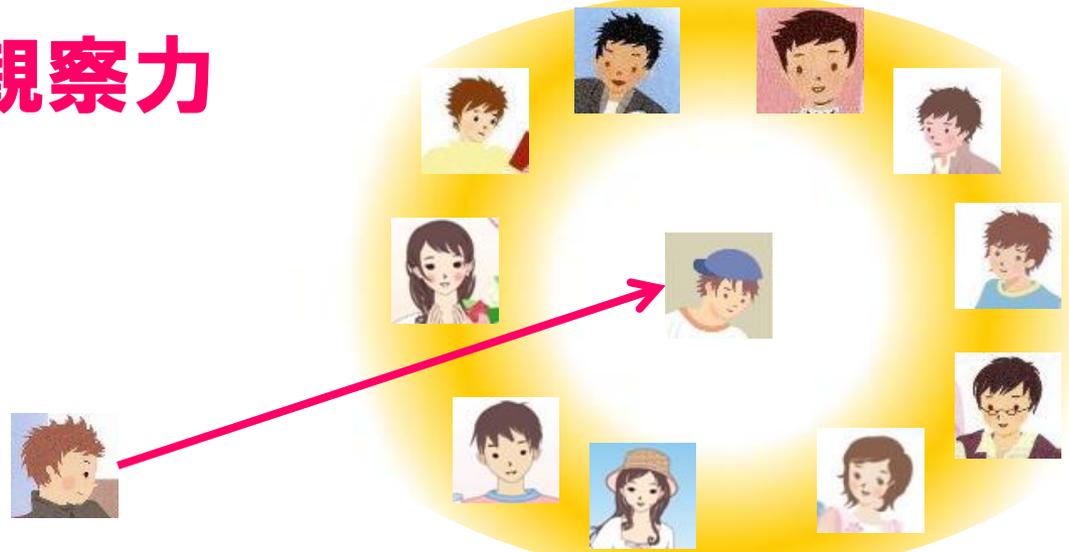
(2-4)
クリエイティビティを
向上させる3つの秘力

(2-4-1)
他人力よりも「自分力」

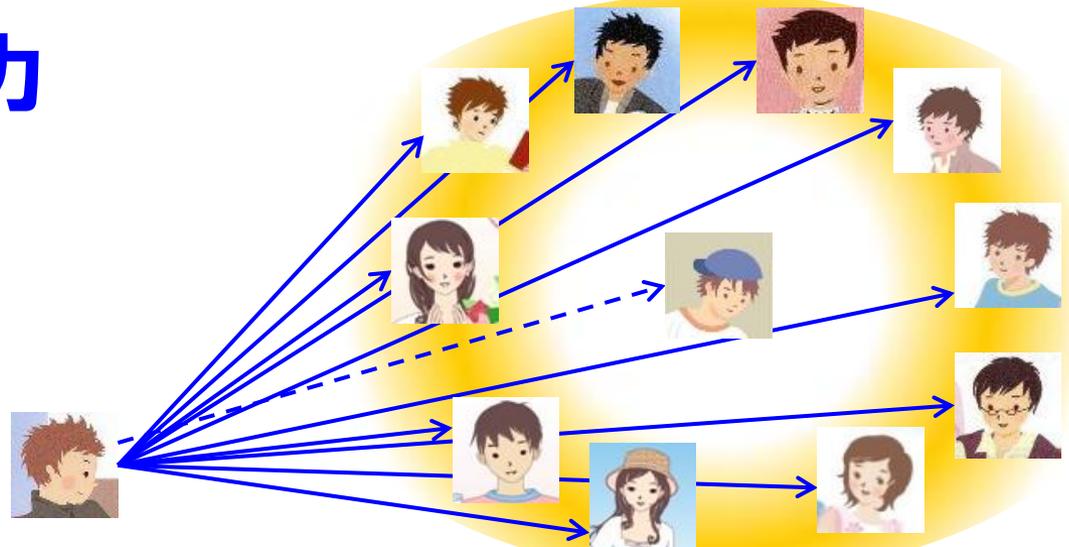
(2-4-2)
絶対値評価力よりも「微分力」

(2-4-3)
対象観察力よりも「俯瞰力」

対象観察力



俯瞰力



(2-4) クリエイティビティを向上させる3つの秘力

(2-1)
概要

(2-2)
クリエイティビティが必要な背景

(2-3)
国内でも生き残れる3つの業務

(2-3-1)
クリエイティビティ

(2-3-2)
グローバルプロデュース

(2-3-3)
ガラパゴス

(2-4)
クリエイティビティを
向上させる3つの秘力

(2-4-1)
他人力よりも「自分力」

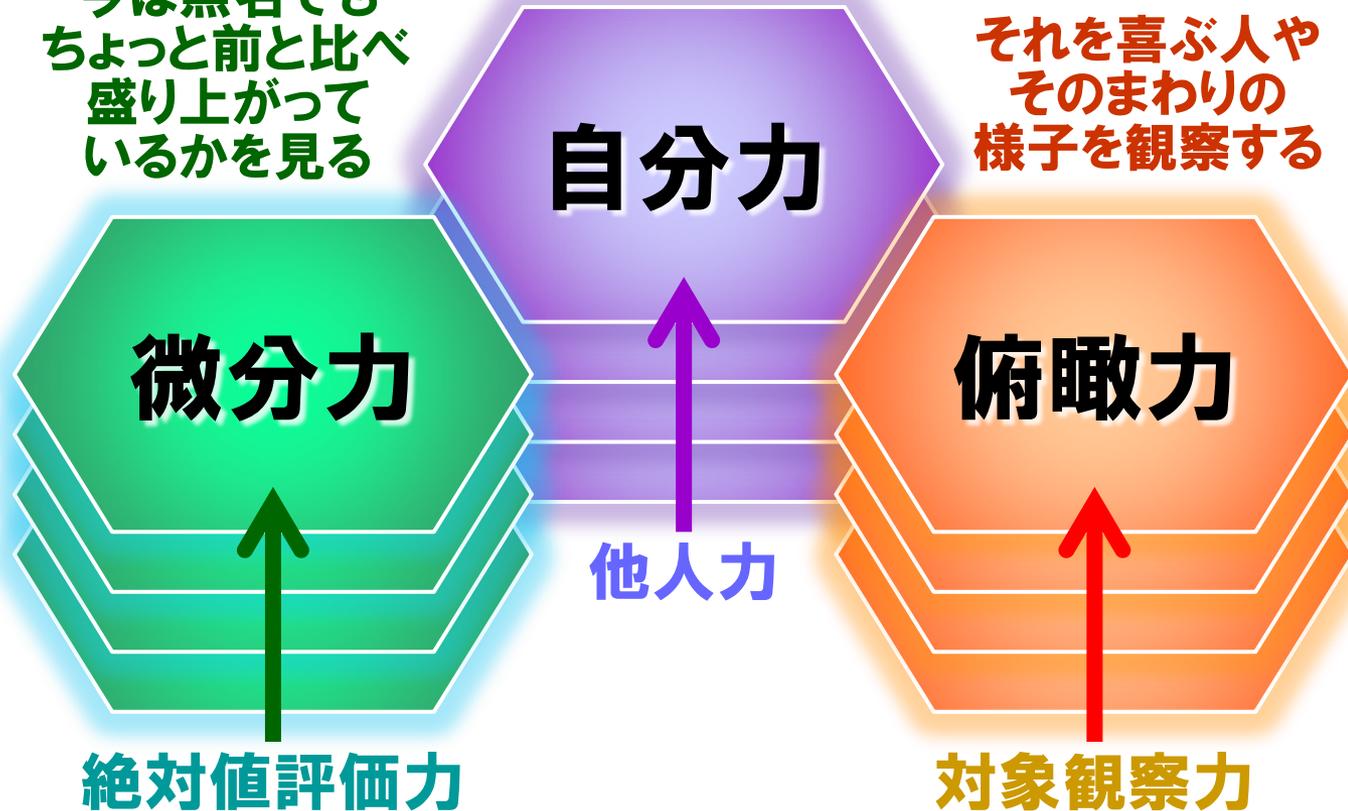
(2-4-2)
絶対値評価力よりも「微分力」

(2-4-3)
対象観察力よりも「俯瞰力」

ググったりソシャったり
ばかりに頼らないで
自分で深く考え
自分で体験する

今は無名でも
ちょっと前と比べ
盛り上がって
いるかを見る

それを喜ぶ人や
そのまわりの
様子を観察する



技術開発におけるオープン化と クリエイティビティ ～自分力・微分力・俯瞰力～
