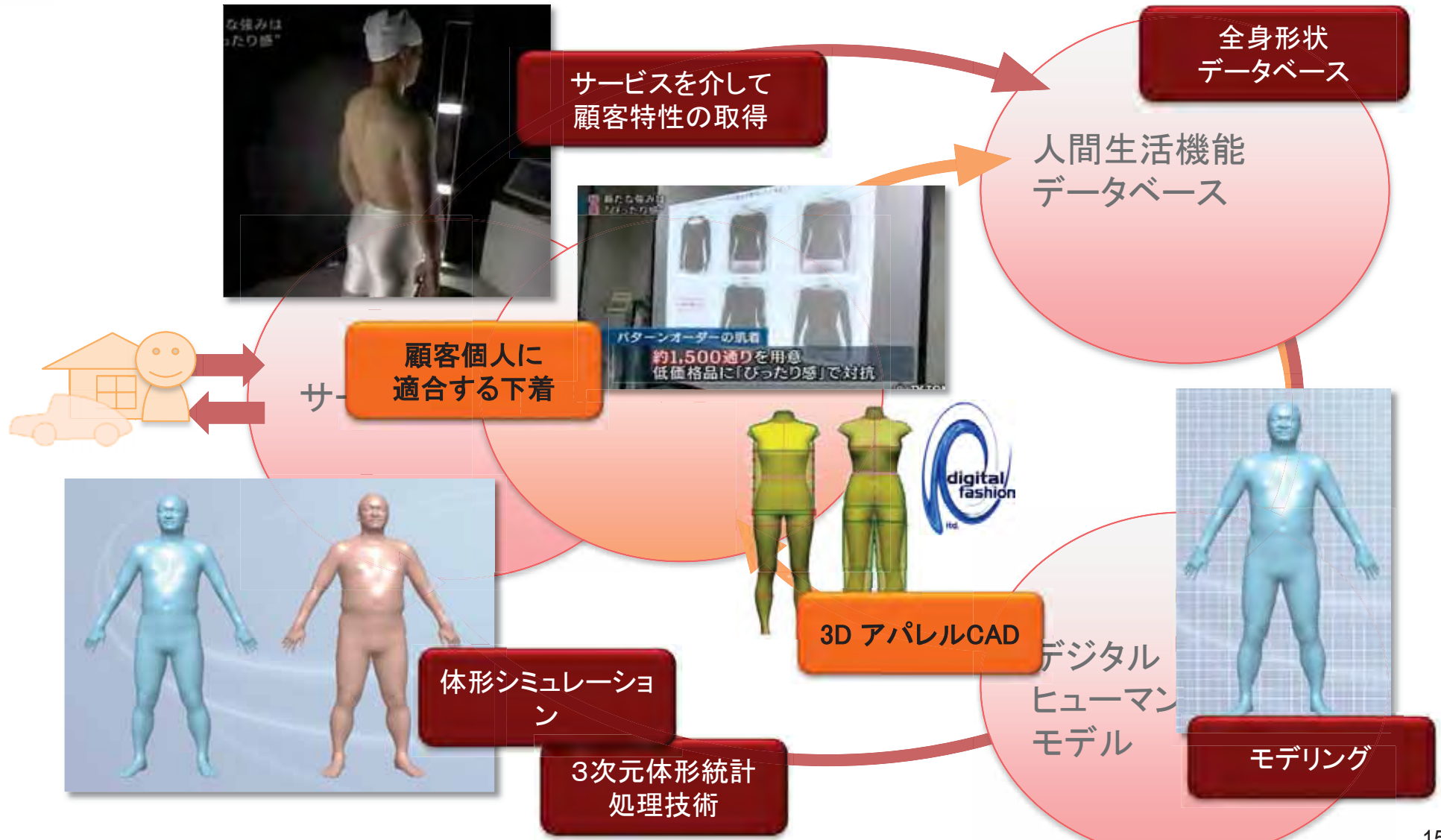
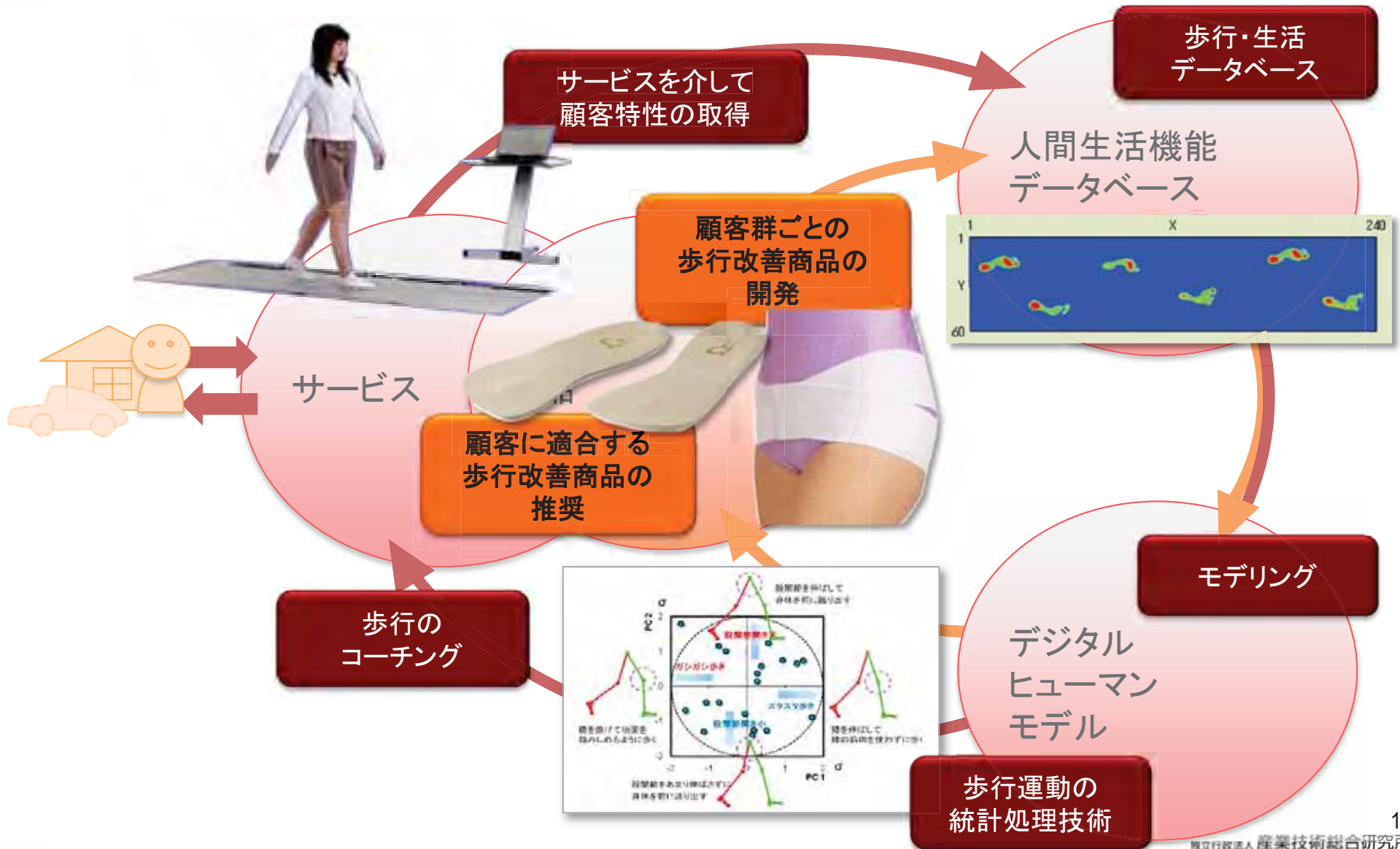


健康サービス・アパレル



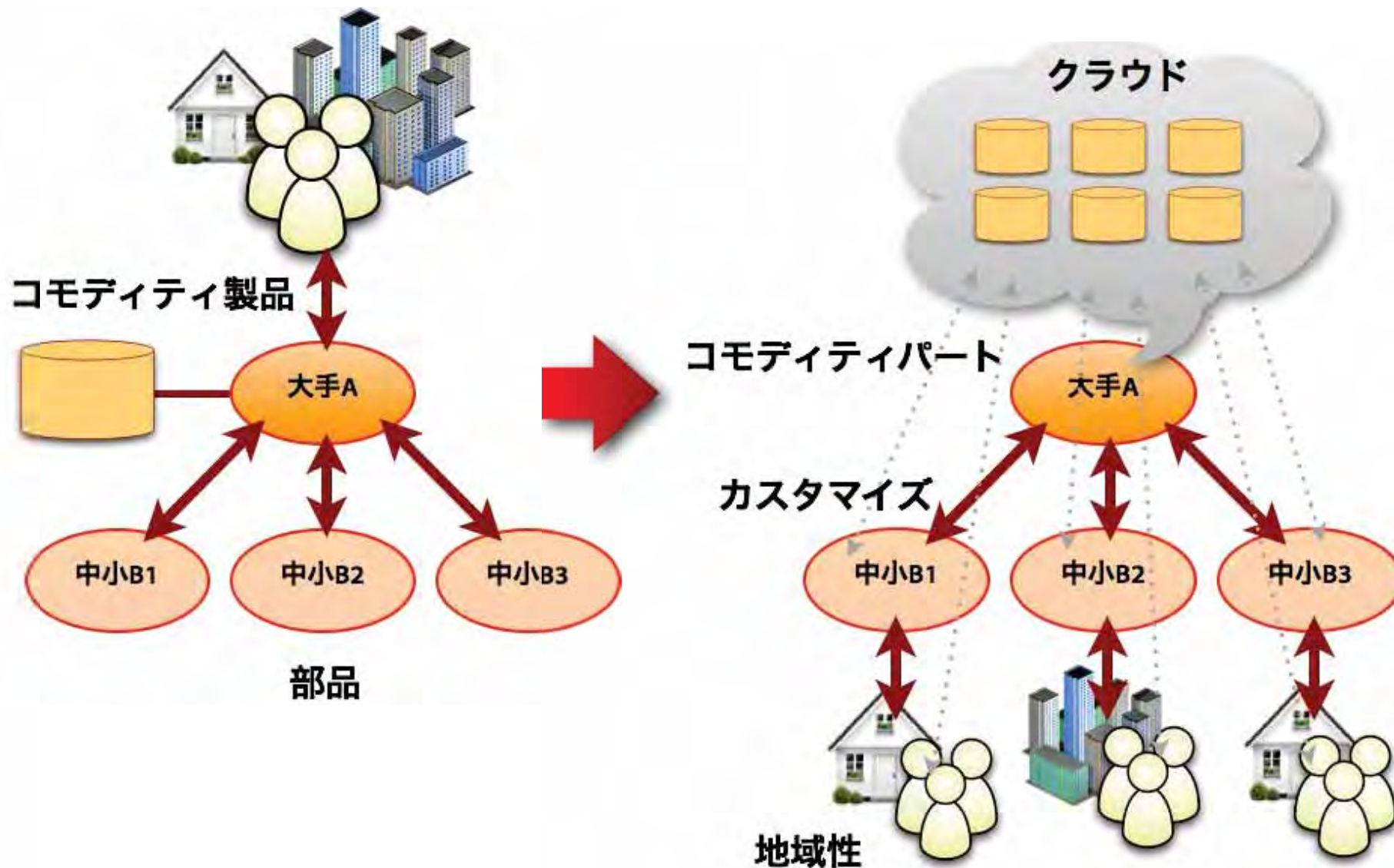
健康増進製品・サービス



製造とサービスの融合

	事例	提供価値	収益構造
製造 +サービス工程	GE(航空機エンジン)、ブリヂストン(大型タイヤ)	価格性能 (B2B)	高額製品のレンタル、 メンテなども含む
顧客情報 ×メンテ部品	コマツ(建機位置・ 操作情報)	交換価値 (B2B)	迅速的確な部品交換
顧客情報 ×カスタム部品	アシックス(足情報)	交換価値 (B2C)	高額のカスタムパーツ、 データの製品設計利用
製品を軸とした 総合サービス	ヤマハ(プレジャー ボート)、山武(ビル 管理サービス)	使用価値	サービス業収益が主体、 製品は媒体

サービス融合で上下から前後へ



製造・サービス融合の背景と障壁

- 背景
 - 製造業のコモディティ化
 - 先進国における経済のサービス化
- 障壁
 - ビジネスモデルの転換
 - 需要変動への対応
 - 企業競争力の転換(特許・技術→データ・コンテンツ)
 - 顧客接点の構築、顧客参加による効率化
 - 自動化(現場意識、顧客価値を損なわない)