

第5回「The thirties KVBCメンバーズクラブ」  
～商品開発力を磨く（活路開拓に強くなる）～

昨年7月から開催されている「The thirties KVBCメンバーズクラブ」も今回（2月3日）で最終回を迎えました。KVBCの会員企業からクラブメンバー14名全員が参加し、〔株〕アポロ総合経営の杉原潔先生の熱のこもった指導のもと、商品開発力を磨くポイントについて研修が行われました。また、最後に参加者一人ひとりが「私の新活路開拓アイデア」を発表して、これまでの研修成果を報告しました。



杉原 潔氏  
（〔株〕アポロ総合経営 代表取締役）  
昭和63年、〔株〕アポロ総合経営を設立。経営コンサルタントとして、数多くの企業の経営診断を手がける傍ら、京都市ベンチャー企業目利き委員会企業診断員などとして活躍している。

## 自社の商品は何か？を考え続ける

企業の未来を担うリーダーは、自社の「新活路開拓」を、社長と同じくらい一生懸命考え続けなければなりません。しかし、この新活路をいかに開拓するかというのは、実は最も難しいテーマだと言えます。では、具体的にどのようにすればいいのでしょうか。まず1つ目は、「何を売るか」ということです。自社の商品は何かを深く考えてください。例えば、ある印刷屋さんは、顧客に感動を与える「美の心」を提供しようと考えて成功しました。売るものは、具体的なモノやサービスには限らないのです。

また、経営環境の変化を読むことも大切です。“企業は、環境変化への対応業である”と言われるますが、新たな競合相手の出現や顧客ニーズの変化、法律等の改定などがあり、いま儲かっているも永遠には続かないということ意識した経営を心がけなければなりません。もう1つ、商品開発については、ピンポイント（アイデア）をつく、キリの穴を開けて、細くて丈夫なパイプ（システム、商品）を差し込んで、固定する（リピーターの確保）こと。自社の技術に何を加えれば、新しい商品開発ができるのかを考え、他社技術との融合を念頭に置くことも、これからの新商品開発には大切な要素だと思います。



私の新活路開拓アイデアを披露



## 顧客の要望、ニーズを絞り込む

2つ目は、「どこに売るか」ということ。販売地域を限定するという方法もありますが、皆さんはぜひ、世界で通用する商品づくりを目指してほしいと思います。かつて松下幸之助氏は「自社のことだけを考えてはいけない。業界全体のことを考えなさい」と言いました。世界に通用する業界づくりが、世界に通用する自社技術づくりにつながります。

3つ目は、「誰（顧客）に売るか」ということ。つまり、お金を出してくれるのは誰かということ。個人なのか企業なのか国家なのか。女性が男性か。何を考えている人か、どういう経験をした人か…。例えば、東京という場所には誰でも営業に行くことができます。しかし、誰に売るか？は成功者の頭の中にしかありません。個人をターゲットにした場合でも、お金を使う目的というのはさまざまです。生活維持のためであったり、快適追求であったり、健康追求であるかもしれません。自社の商品や技術、サービスに照らし合わせて、ターゲットを数値化・細分化しながら、筋道を立てて深く絞り込んでください。自社のターゲットを細かく分類した「新活路開拓総点検表」のようなものを作って、常にチェックを欠かさないと大切です。



参加者の表情は真剣そのもの



## 営業を通して人材は成長する

最後の4つ目は「どうやって（販売商品）売るか」ということ。皆さんの中には、営業をされている人もたくさんいると思います。もし、営業経験がないのなら、ぜひ自ら進んで営業に挑戦してください。顧客から寄せられる意見や感想、クレームをしっかりと受け止めることによって、人材というのは成長していくのです。自社の商品を販売するためには、まず会社の名前や商品、サービスの特徴・魅力を知ってもらうことが大切です。営業マンだけに任せるのではなく、プログラマーや技術者など社員一人ひとりがきちんとした企画を提案できるセンスを養ってほしいと思います。

もう1つは、若い技術者（社員）の技術レベルを短期間で向上させる、独自の方法を考えるということです。「技術は盗め」という鉄則は、変化の著しい現代社会では通用しなくなりました。熟練技術者の技術を後輩にいかにも継承していくのか、そのシステムを一生懸命考えること。そして、どこよりも早く正確に安く作るシステムを構築すること（コア技術ノウハウの標準化）。これが、コスト競争に勝ち残る1つのキーポイントになると思います。

## QCDを満足させるモノづくり

そのほか、自分たちだけで売るのが、それとも応援を頼むのか、ということも検討してください。高齢者やフリーターを活用して、顧客を集めるというビジネスモデルも考えられます。他社技術を組み合わせることで、新たな商品開発のヒントが得られるように、社会にあるさまざまなシステム、ネットワークをうまく融合させることも重要です。

以前、売れる商品作りのポイントは「Q（高品質）」「C（低価格）」「D（短納期）」だという話をしました。皆さんはお客様に、「私たちの会社は、高品質のモノづくりができます・低価格のモノづくりができます・短納期のモノづくりができます。その理由は、かくかくしかじかです」と自信を持ってPRできます。もし、その理由がお客様を感動させることができたなら、皆さんの会社の商品やサービスは必ず売れると思います。

さて、これまでKVBC会員企業の若手経営幹部の皆さんに、企業を経営していくとはどういうことかという研修を行ってきました。本日で、半年間に及んだカリキュラムを修了しますが、今後もサーティーズクラブで学んだことを生かして、会社を担うリーダーとして活躍してほしいと思います。

『The Thirties KVBCメンバーズクラブ』を終えて  
卒業インタビュー

## ●エクセレンス〔株〕 上原博之さん

他業種でしかも同世代の方々と接することができた、このサーティーズ研修会は大変有意義な時間でした。これからの企業活動に役立つものと確信しております。ありがとうございました。

## 〔株〕富田屋 小林めぐみさん

約半年間という短い期間でしたが、同世代の人たちと意見交換や交流ができ、とても貴重な経験だったと思います。杉原先生の熱心なご指導も印象的で忘れられません。またの機会に皆さんとお会いできるのを楽しみにしています。

## ●〔株〕ユニシス 丸田良男さん

昨年7月から開催されているサーティーズ研修会も今年2月ですべて終了しました。このような機会を与えていただき、ありがとうございました。この研修を通して得た知識については、さらに深く考え、これからの成長の糧となるようにしたいと考えています。また、参加者の方々と今後、さらに交流が深まるおつき合いができれば幸いです。