



元氣とタイムリーな情報を提供する

五十嵐レポート

発行:「町コン」五十嵐 勉 平成28年12月26日 第800号「週刊五十嵐レポート」

常識を覆す

今年の新商品で売れたものに「おじいちゃんのノート」があります。このノートは、水平開きで折り目の中心部分が膨らまず、書きやすいのです。そのことが12月17日NHKBS「経済プロントライン」で放映されました。

東京都北区にある中村印刷所(家族3人で経営)の中村輝雄社長(73歳)が製本職人(80歳)と2年かけて開発して作ったものです。きっかけは、ある展示会に出展されたときに、学生らしき若者が「ノートは真ん中が膨らまなければ使いやすいのだが」という声に耳を傾けました。今のままでは売上はジリ貧で廃業。「これをやったら認められる。やってやろう」ということで開発に着手。

実現の鍵は新たな接着剤の開発。通常のノートは、背表紙に厚さ3mmほど接着剤を入れます。これだと折り目の中心部分が盛り上がります。これを1mm以下にすれば水平開きが可能と仮説を立てました。そのために接着剤の配合を100通り以上の試行錯誤して、新たな接着剤を作り出しました。紙の接着剤だけではなく、木や鉄の接着剤も使用しました。業界の常識では考えられない模索でした。(大手企業が何度も試みて失敗していました)

新商品を作るには、「何を、どうしなければならないのか」、今まで常識と考えられたことを、一つひとつ疑ってみること。すぐに良い考えは出ませんが、何度も何度も考えやっているうちに今までとは全く違った作り方が出てくる場合があります。

2年かけて開発した「水平開きノート(おじいちゃんのノート)」ですが、さっぱり売れませんでした。販売ルートを持っていませんでした。そのため在庫の山を築きました。やはり商品3分に売り7分。新商品開発するときには売り方を考えておく必要があります。起死回生の一打は孫娘のツイッター。「うちのおじいちゃんのノート、費用がないから宣伝できない。ツイッターの力を借りる!欲しい方あげる所以说ってください」。ここから火がつき、今では20万冊売れました。大手ノート会社とも業務提携。

常識を疑い、一つひとつ潰して、やがて常識を覆す。新商品とはこういうもののなんですね。

ちょっと
気になる出来事

お陰様で週刊五十嵐レポートは第800号になりました。

ありがとうございます。

第1回目は平成13年(2001年)5月14日の月曜日。コンサルティング会社に勤めていた時です。当時はFAX通信でした。それから15年と7ヶ月が経過しました。

中国の格言に「10年偉大なり 20年畏るべし 30年歴史になる」があります。鍵山秀三郎氏(イエローハット創業者)の言葉では、「どんな些細なことでも、本気でやり続けると思いもかけない大きな力になります。大切なことは、いま自分ができていることに心をこめて取り組むことです」。

まさに継続は力なり。

五十嵐レポートのお陰で、読者の皆様と接点ができました。

来週はお休みさせていただき、また1月9日からはじめます。

本年中、大変お世話になりました。



一口メモ
知識

マーケティングとは何か

マーケティングとは顧客を満足させて利益を得ることとなるだろう。

マーケティングの目標は2つの要素からなる。それは、優れた価値を約束することによって新しい顧客を引き付け、それとともに既存の顧客を満足させ逃がさないこと。

ウォールマートは、「いつだって安くいつだって」という約束を実践し続けることにより、世界最大の小売業に成長した。フェデックスは常に迅速で安全な配送という約束を守り続け、アメリカの小型貨物輸送業界においてトップの座を君臨している。リッツ・カールトンホテルは宿泊客に「思い出深い経験」を約束し、実際に約束を果たしている。こうした大きな成功を収めた企業は、顧客への思いやりを大切にすれば、市場シェアと利益は後からついてくることを知っているのである。

フィリップ・コトラー、ゲイリー・アームストロング「マーケティング原理第9版」より

●「戦略社長塾東京」小岩校 毎週日曜日 午前10時~12時

●「戦略社長塾東京」小岩校 毎週水曜日 午前10時~12時

●「戦略社長塾東京」銀座校、武蔵村山校、豊岡校 開講中。

㈱五十嵐コンサルティングオフィス 〒133-0051東京都江戸川区北小岩6-21-5

TEL03-3659-7703 Fax03-3659-7077 i-daruma@igarashireport.com

