



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29年07月31日 第830号「週刊五十嵐レポート」

売って難しい

神奈川県横浜市にある家具屋さんS社の話。2005年に特注家具及び店舗什器の設計・製造をとして創業。家具などの木製品の製造過程から発生する「端材」に命を吹き込み、オリジナル木製品ブランドを立ち上げた。最初に商品化されたのが、「i-Phoneスティックスピーカー」(i-Phoneを木のスティック状スピーカーに差し込んで音楽を聴く)。

2016年6月東京ビッグサイトの展示会に出展。良い物は売れる。おしゃれなパッケージにしたから売れる。と、思っていた。大手量販店のバイヤーたちは興味をもって集まってきた。しかし、1個も売れなかった。ダメだしがあった。

i-Phoneを持っている多くの人はカバーを着けている。カバーを取らなければ、i-Phoneを差し込めないという、ニーズは弱い。カバーを着けていても聴けるように改良しなければ、取扱いはできない。

カッコイイから売れるんじゃない。デザインをビジュアル的にしか考えていなかった。売するためには、お客の欲しい情報をしっかり伝えなければいけなかった。天然の木を扱っているので、木の魅力を伝えることだった。

さらに1万円以上の高額商品を開発することが必要だった(通常のは約4千円)。実際のピアノと同じようにピアノ塗装するアイデアが浮かんだ。17工程をかけて塗装する。見せると「うおおー」と驚くほど重厚なものができあがった。ここで、主力金融機関からクラウドファンディングを勧められた。

クラウドファンディングで支援する人は、商品を買うというよりもその試みを応援する。共感がないと買ってくれない。「背景」や「なぜ、これをやっているのか」ストーリーをしっかりと伝える。大手では出来ない、小さいメーカーだからこそ思いきった商品、新しい試みを世の中に出すには、クラウドファンディングは良いシステムである。(S社は目標金額の2倍の金額を達成)

2017年6月、東京ビッグサイトの展示会に出展。昨年の失敗を糧に改善・改良を加えた。現在8社と商談中で9月に納品するところまで来た。「売る側から見た良い商品と買う側から見た良い商品は滅多に一致しない」ここを埋めるのが経営努力。

ちょっと
気になる出来事

7月28日(金)付、日経新聞に「EV迫る主役交代」という記事。

フランスに続き英国が2040年にガソリンなど化石燃料で走るエンジン車の販売を禁じる方針を発表。自動車メーカーは電気自動車(EV)の開発を加速する必要に迫られる。

100年以上続いてきた自動車の産業構造を根本から揺るがすことになる。経済産業省は、ガソリン車に必要な部品点数は約3万点。EVはエンジン関連など約4割の部品が不要になる試算。エンジン向け市場は縮小するが、モーターや電池、高機能素材で優れた技術を持つ企業が台頭する可能性。

自動車産業が日本を引っ張ってきただけに10年、20年で構造が大きく変化する。

日産は、日本のEV市場ではトップ。トヨタ越えする千載一遇のチャンス。中国企業も脅威。すごい時代がやってくる。



一口メモ
知識

組織の使命からスタートする

アメリカでは、NPOが、マネジメントの面でリードしている。

企業がNPOから学ぶべきことの第1が、使命をもつことである。使命をもつことによって、初めて行動に焦点を合わせることができる。目標の達成に必要な戦略も明らかにすることができる。規律をもたらしこともできる。そうすることによってのみ、組織特に大組織が陥る進行性の病、すなわち、限られた資源を生産的な活動に集中せず、面白そうなことや儲かりそうなことに分散させる過ちを防ぐことができる。

一流のNPOは、使命すなわち目的の定義に力をそそぐ。よき意図に関わる美辞麗句を避け、ボランティアや有給スタッフの仕事が具体的にわかるよう目標を定め、そこに焦点を合わせる。

P.F.ドラッカー 「チェンジ・リーダーの条件」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

03-3659-7703 Fax 03-3659-7077 i-daruma@igarashireport.com

