



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

2021年09月21日 第1036号「週刊五十嵐レポート」

新たな展開

9月15日付、日経新聞の「地域発世界へ」はカモ井加工紙株式会社。同社は、「ハエ取り紙」の製造で成長し、時代の変化とともに粘着テープのメーカーに転身。工業用マスキングテープを主軸として海外にも展開。2008年には工場見学をした女性客の要望で装飾用マスキングテープを販売。

「もっと強度がほしい」など顧客の声を聴いて製品改良を重ねてきた。海外でも姿勢は同じ。現地の声を生かした販売は勉強になるとのこと。

カモ井加工紙株式会社は新商品開発に成功した事例である。新商品開発のチェックリストとして以下の4通りがある。1. 商品の性質や製造技術は類似、客層と販売方法は同じ。2. 商品は異なるが、客層と販売方法は同じ。3. 商品の性質や製造技術は類似しているが、客層と販売方法は異なる。4. 商品は異なり、客層と販売方法も異なる。

カモ井加工紙株式会社はハエ取り紙から工業用マスキングテープは3に属する。さらに装飾マスキングテープも3。製造技術(応用も含む)の横展開になる。客層や販売方法は異なるため、通常は成果を上げるのには時間がかかる。製造業はカモ井加工紙社のような製造技術の横展開が理想である。

小さな会社は、まず同じ客層・業界に類似した商品や異なる商品を販売する1. や2. から始めることが望ましい。異なる客層・業界に販売することは同じ客層・業界に販売するより数倍難しい。ましてや異なる客層・業界に異なる商品を販売する4. は一番難しい。新商品開発や新規事業で失敗する多くは4.。

新商品開発は誰も教えることはできない。唯一あるとしたら、顧客を継続的に観察し、顧客から不便や不満、要望など商品・サービスに関する情報を収集していくことしかない。現在の商品の真の用途は何か、顧客は商品のどこに価値を認めてお金を払っているか、また隠れた用途はないか、これらを考えてみると新しい商品のヒントが見つかるかもしれない。商品・サービスを深掘していくと新たな展開を見出すことができる。

ちょっと
気になる出来事

9月17日付、日経新聞の「私見卓見」は「大学の授業、オンラインに利点も」という話。大学講師が寄稿された。

世間ではあまりよく思われていないオンライン授業だが、その利点を紹介。大きなメリットとして、学生からの質問やコメントが増えたこと。学生の文章力が向上する。疑問点を明確に伝えられるようになった。メールには宛名や挨拶文を書くなど、基本的なビジネスマナーも授業中に伝えることができるようになった。同時双方向ゼミでは、発言しないと課題が進められないため、学生がより積極的に参加するようになった。

オンライン授業はアクセスログも残っているのも、まじめに取り組んでいることも、サボっていることも「見える化」される。これまでぼんやりとしていた学生の「やる気」がリアルに見えるようになったのは大きな利点。

教員や友人と直接やり取りできない学生も大変だろうが、新しいコミュニケーションの形が生まれている。

環境に順応できるか否か、大きな差になる。



一口メモ
知識

修業

君子は徳に進み業を修む。

「徳」とは、善き人格や善き行いのための要件となるもの。

自分がどうあるべきなのか、どういう振る舞いをしなければならないのかを指し示し、自分の質を向上させるものである。

また、この質にも、人間的な質、技術的な質、

企業としての質などいろいろあるが、日々、

志した「質」の向上を目指して自分の一日の仕事を修めることが大切である。

それを「修業」という。

「易経一日一言」(致知出版/竹村亜希子)より

●「戦略社長塾東京」小岩校 毎週日曜日・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 info@igarashireport.com

