

## ニュースから考える

年末を控えたわが家に大事件が発生？



たった2年しか経過していないグリルの電源が入らないとの事・・・このままだと小樽まで買いに行ったお正月用の美味しい鮭が焼けない・・・。

この話には伏線があります。先日、某大手量販店に行った際、妻が「新しいグリルは燻製も出来る～！」と興味津々だったのでタイミングが良すぎると疑いつつ確認するも確かに電源がつかません。

## 1分でわかる業務カイゼン

「ソニータイマーの正体！」

先ほどの紹介ですが・・・保証期間を過ぎた途端にソニー製品が壊れるという統計上のデータはありませんのでご安心ください。

SONY 製品はセンスが良く高品質というイメージが強く、ワクワクしながら期待を持って購入したにも関わらず何らかのトラブルが生じ、一部の購入者が失望と怒りでネット上に書き込んだ事が原因の都市伝説と思われる。

実際、平成19年の株主総会で風評を追及され「品質、価格、供給の3点のバランスがたまたま崩れ、迷惑を掛けることはある・・・が最終品質保証のために全力を挙げている」と経営信も戸惑っていたようです。

ふと・・・「ソニータイマー」という言葉を思い出しました。英語で「Sony timer, Sony kill switch」という言葉があるほどで「ソニー製品はメーカー保証期間終了直後に故障が頻発・・・高い技術力で決まった時期の故障をコントロールしている」という昔流行った都市伝説です。

さて問題のグリル君、妻の願い(?)は叶わずコンセントを差し替えると蘇りましたが洗濯する事が趣味の妻の狙いは洗濯機なので・・・要注意です！

「高品質より価格の時代」

皆さんも一度はSONY製品を羨望の眼差しで眺めた事があるでしょう。都市伝説が出来るほど魅力的な商品を市場に送り出したソニーですが・・・最近、元気がありません。ソニーに限らず、シャープや東芝の業績不振がニュースとなっています。



世界を舞台にした市場においては製品の「品質」は僅差となり「価格」が購入時に重視され「高品質=高価格」の日本製品はガラパゴスと揶揄される状況です。

電化製品に限らず「並品質+低価格」の商品が広がりましたが、私たち中小企業が存続するためには「低価格戦略」は決して良い方法とは言えません。目指すべきはお金がかからない「プラスアルファ(以下「+」という)」戦略です。

## 「モルモット精神」



私たちはなぜSONYに憧れたのでしょうか。当時のSONYはビデオデッキ、CD、MD、ウォークマン等の画期的な製品を市場に送り出す先進企業で、他社が類似品で参入する構図からソニーを「業界のモルモット」と呼ぶ人もいました。

創業者の井深氏は「ソニーは他社のモルモットでいい。新たな物を開発して、世に送り出す

という精神が大切なのだ」と話していました。「+」の発想がSONYの強さの源泉だったのでしょう。

私たち中小企業には画期的な「+」の製品を開発することは難しいのが現実です。しかし、たとえば今年の1月15日で引退するジャパネットたかたの高田元社長のような売り方はまさに「+」です。同じ製品なのに見せ方や説明の仕方で消費者のニーズを捕まえる。まさにお金をかけない「+」です。

2016年は、知恵と工夫の「+」戦略にチャレンジしてみませんか。

## 事務所からのお知らせ

会社の健康診断として経営分析を行っていますので担当者にお尋ね下さい。また、お知り合いの経営者でお悩みの方がおられましたらお気軽にご相談ください。

今月チェックする経営数値：借入金の総額(みなさん把握していますか?)



## 今月のことば

革新は、実は、たわいのない夢を、  
大切にすることから生まれる。

井深 大(ソニー創業者)

### 編集後記:

昨年「下町ロケット」が年末話題となりました。皆さんもご存じのように町工場が「技術」と「熱意」で夢を実現させた物語で俳優陣の素晴らしさも加わり日本中が熱く感動しました。

しかし、現実の中小企業は「お金も」、「人も」、「設備や技術」も不足しています。だからこそ「熱くなれる」夢が必要なのかも知れません。一年のスタートに際し、どうしたら「社員が夢を持てるか」考えて見ませんか…。まず第一歩は「経営者自身が夢持つ事です。(寿)

当事務所のお客様の最近の黒字決算割合(TKCが証明するデータを使用しています)

最近1年間：60.0% 黒字決算を目指しましょう！