

Raymac press



レイマックプレス

2016年11月号 Vol.99

自分の道は自分で決める



株式会社アプリコア
代表取締役 石田 徹

会社経営をする父の影響か、学生時代から事業を起こし、億のお金を動かした。その後システム会社勤務、居酒屋経営を経て、父の会社に入社。しかし、やはり自分の道は自分で決めたいという思いが捨てきれずスピンアウト。自ら起こした会社の事業を軌道に乗せ、今はリゾートホテル事業を計画中。そんな、やりたいことに向かって素直に突き進む起業家、石田徹さん。そのストーリーは躍動感にあふれ、人を惹きつける。その根底にある思いとは——。(インタビュー 豊田礼人)

—このインタビューの恒例としてお子さんの頃のお話から伺っているのですが、石田さんの子供時代はどんな感じだったんですか？

愛知県の小牧市で育ったのですが、よく友達に「ボーっとしてるね」と言われていましたね。ボーっと空を見ながら空想したり、考えるのが好きな子供でした。それと、ものを作るのが好きでした。普通の子でしたけど、中学生の時に少し荒れた時期もありましたね。普段はそんなに悪いことはしないんですけど、ちょっといたづらをして担任の女性の先生を泣かせてしまったり。中学2年生ぐらいの時期って、反抗期で尖っていたんですね。

—部活や勉強はどうでしたか？

中学校では剣道部に入っていましたけど、あまり真面目には行かず、サボっていましたね。勉強もあまりしなかったもので、ただ何となく楽しく過ごしていました。勉強も部活もそこそこで、友達と映画を観に行ったりして楽しんでいましたけど、まあ普通でしたね。

—高校進学はどうしたんですか？

高校は、地元の進学校へ行きました。父親がロータリークラブに入っていたのですが、その交換留学制度を利用して、1年生が終わってから1年間カナダへ留学しました。

—高校で留学するなんて、周りで石田さんぐらいだったんじゃないですか？

そうですね。みんな「え！？何それ？」っていう感じで。その時は英語も全然得意ではなかったし、どうなるのかと思っていたんですけど、10代にそういう経験ができたことは貴重ですし、親に感謝すべきことだなと思いますね。今から30年以上前の話ですけど、その経験からものの考え方が定まったような気がします。それまでずっと日本人の中で生きてきたので、カナダで初めて自分の肌の色を意識したりとか。カナダは“人種のるつぼ”なので中国系の人もいたのですが、日本人はほとんどいなくて。いじめや差別を受けたわけじゃないんですけど、学校の中の空気感というか、やはり人種の違いによる劣等感がありました。

—向こうではいきなり普通の学校に通って、英語で数学とかを勉強するわけですか？

そうですね。数学はもともと好きだったので、式が書いてあれば問題は想像できましたし、高校1年生を終えてか

今月の内容

- 経営者インタビュー 株式会社アプリコア 代表取締役 石田徹さん
- 経営コラム 中小企業の「それ、大事！」
- ベストセラー解説 「学力」の経済学
- メルマガバックナンバー ●レイマック豊田のひとりごと

ら行ったんですけど、数学は高校3年生のクラスに入れられました。でも、カナダでの勉強は全く単位にならないので1年休学をして、帰ってきたら1つ下の学年で復学するんです。最初はすごく抵抗があったんですけどすぐに馴染んで、僕は全然違和感はなかったです。クラスメートたちがどう思っていたかはわからないですけど（笑）。

ー(笑)大学受験はどうでしたか？

大学も普通に進学しました。立命館大学と南山大学を受けたら両方受かって。迷ったんですけど、自宅から近いし偏差値も上だったので、南山大学に決めました。大学受験では普通に頑張ったぐらいで、そんなに苦労はしていませんね。

ー大学ではどんなことしていたんですか？

友達に誘われて陸上部に入って、走り高跳びをしていました。でも1年で辞めてしまって「何のために大学に入ったんだろうな」というのを色々と考えていて。社会的責任が全くない4年間をいかに楽しもうかと（笑）。それで、やりたいことが2つ浮かんで、ひとつは「世界一周」で、もうひとつが「学生ベンチャー」。ただ、「親にお金を借りて1年休学して世界一周するのもどうなんだろう？」と思って、学生ベンチャーを選びました。それで、2年生の半ばぐらいから準備をして、仲の良いメンバーとアルバイト派遣を始めました。

ーアルバイト派遣を？具体的にはどんな感じで？

僕自身が結構アルバイトをしていたんですけど、バイト先から「人を集めたい」と言われた時に、周りに声をかけて紹介していたらすごく重宝がられたんです。企業側も求人広告に大金をかけて人が集まらないより、僕らが学生に声をかけて集めた方が効率がいいということで。僕の父親が経営していた会社でも月に1、2回、10人ぐらい人手がいる時があって、そういう時に学生を集めたり。時給からマージンを取るのではなくて、企業から紹介料をもらうという形式でやっていましたね。人集めができそうな他の大学の子にも声をかけてスタッフにして、僕を含めて5、6名で運営していました。1日100人近くのアバイトを派遣していた時期もあったので、動くお金の額は結構大きかったですよ。だいたい1人の日当が7000～8000円ぐらいでしたから、1日70万円×20日としても、年間の売り上げにしたら億は超えていたのかなと。

ーおー、すごい！それからどうしたんですか？

そのまま就職するのをやめて起業しようかなとも考えていたんですけど、それをクライアントに話したら「ふざけるな！世の中そんなに甘くないぞ！」って怒鳴られたんです。僕たちの組織から100人ぐらいを派遣していた物流会社の方だったんですけど、駐車場もその会社で借りていたんですよ。そういった経費や労災についても指摘されて。確かに、学生でアルバイトの延長でやっていたから良かったわ

けで、そこから会社を作るとなると、クライアント側もメリットがなくなるんですよ。それをスタッフと話し合っ「やっぱり無理だよな」みたいになったんです。それで一旦普通に就職しようと。最終的には会社を起こしたいと思っていたんですけど、そんなにすぐにはできないし資金もないから、まずはシステム開発の会社に就職しました。当然ですが、そこでの経験が今の仕事と深く繋がっていますね。

ー会社を起こしたいというのは、経営者のお父さんを見ていたのが影響したんですか？

無意識のうちにあったかもしれないですね。僕は父親の会社を継ぐのはすごく嫌だったんです。父はそんなこと言わなかったんですけど母には子供の頃からずっと「いずれあなたはこの会社を継ぐのよ」みたいなことを言われていて。でも僕は、「絶対に継いでやるもんか」とずっと思っていました。

ーそれでシステム開発の方に進んだんですね。やってみてどうでしたか？

今まで全く知らなかったものがわかるようになって、面白かったですね。例えばお金を引き出すATMにしても、裏でどのように処理されているのかという仕組みがどんどんわかっていった。在庫管理や色々なプロジェクトのもとでシステム開発をしていました。

ー大学の時にはその勉強はしていないですよ？ゼロからのスタートだったんですか？

そうですね。入社してから3ヶ月間研修を受けたぐらいです。もともと数学が好きで理系だったので良かったのかもしれませんが。入社して2年目からある程度プロジェクトの管理も任せてもらえて「だいたい良かったな」と思って辞めたんです。とにかく残業が多くて、そんな生活も嫌だったし、毎日夜中まで仕事をして疲れ切っている先輩たちを見て、「こんな10年後は嫌だな」と思って。それで、ちょうどその時に付き合っていた彼女が大阪にいたので、「辞めてヒモになろう」と思って大阪へ行ったんですよ（笑）。

ーダハハハハ、ヒモに（笑）。



でもさすがにヒモで何にもしないわけにもいかないの、1年半ぐらいは大阪でトラックに乗ったりしていました。トラックの仕事もすごく楽しかったんですけど、「このままではまずいな」というのが常に頭の中であって。それで、飲むのが好きだから自分で店をやってみたいと思ったんですね。彼女ともうまくいかない時期があったので「俺は東京行くわ」って言って東京に行くことに決めたんです。そしたら彼女が「私も会社を辞めて東京へ行くから一緒にやろう」って言われて「えー!？」と思いながらも、当時僕は全く料理が作れなかったから「いいよ」って言って。彼女が会社を辞めるまでの2ヶ月間で、東京の友達のところ泊まり込みながら毎日物件を探したんです。そしたら居抜きで安い物件が見つかって、そこで店を始めることにしました。

一居酒屋ですか？

普通の赤提灯です。僕が焼き鳥を焼いて彼女がそれ以外の料理を全て作っていました。徐々に常連さんもついてきて、これからという時にふと気づいたら僕が彼女に仕切られているんですよ。僕が社長で僕の店なのに、料理担当の彼女に「あれやって!」「これ買ってきて!」という感じで僕が雇われているみたいな感じになっていて(笑)。それがきっかけですごく仲が悪くなって、開店して半年ぐらいで大げんかをして、彼女と別れて店もあっさりやめてしまったんです。そうやって3年間ぐらい散々好き勝手やって、ふとしたことで父親と飲んだ時に、「そろそろ戻ってくるか?」っていう話になって、父が経営する総合建設コンサルタントの会社に入ることになりました。

一橋や道路の測量や設計をする会社ですね。石田さん自身はそこでどんな仕事を担当したのですか？

当時業界の中で、地図上に付加価値情報を乗せるGIS(地理情報システム)というのが出てきて、僕は開発の経験があったので、それを手伝ってくれと言われました。今ではグーグルマップで当たり前のようにできていることなんですけどね。ただ、入ってみたものの、やっぱり本当にやりたいことではないし、父の会社にいるってことがストレスでした。小さい頃から母にずっと「会社を継げ」と植えつけられてきて、「そんなの嫌だ」と思ってきたのがやっぱり自分の中であって。

一自分の道は自分で決めたいんですね。

そうなんです。ルールが敷いてあるのが嫌だし、小さくてもいいから自分で何かを始めたいという感じですね。そういった起業家精神は父から受け継いでいると思うんですけど、会社を継ぐ気は本当になくて。一方でGISのシステムはそれなりに形になったんですけど、それをお金に換えるための、官公庁への営業の仕方がわからないまま進まない。そうこうしているうちにバブルがはじけて、測量設計業界もガクンと業績が落ちました。130人ぐらいいた社員も一気に40人ぐらいリストラしなくてはいけなくなりました。

お金を稼いでいる測量とか設計とかの部署から社員が何人も切られていくのに、僕が室長を務めていた情報システム室は、ある意味非生産的な部署なのにリストラがなくて。「それはおかしいんじゃないの?」と思って、「まずは自分の息子をリストラしろ」という話をしたら、普段は怒らない父に「お前は何様だ!」ってすごく怒られましたね。でもその時に、GISの業務をやる傍らで「基幹業務システム」を考案したんです。業務ごとの人件費や外注費がいくらかかっているのかが全然把握できていなかったの、これを作ってやろうと思って。

一業務管理のシステムを？

そうですね。リストラされるタイミングで、僕の中ではこれをパッケージ化して、自分でビジネスを立ち上げようと思いました。父の会社の方は、自分の息子をリストラしたという形にすれば「社長も相当覚悟しているんだな」「僕たちも頑張らなきゃ」と社員の士気を高めることもできる。だから僕を切ってくれという話で最後は父も承諾しました。その時の部下に「こういう状況だから僕はもう辞めるけど、このまま会社にいたければちゃんとポジションを確保するけどどうする?」って聞いたら「一緒にやりましょう」って言うてくれた。

一そうなんですね。じゃあ開発をやっていた人たちを引き連れて？

はい。それで会社を設立し、開発の仕事を初めて、そこからはすごく楽しかったですね。全部自分で決めて色々できるので。パッケージを作りながらも色々な受託の仕事を請け負ってきて、今まで比較的順調にきていますね。

一「基幹業務統合管理システム(ERP)」という業務管理システムは、会社を立ち上げた時にもう出来ていたんですか？

いや、出来ていなかったんです。立ち上げてからはお金を稼ぐ方を優先していたので、なかなかやろうと思っても出来なくて。ある時仕事で大量に来て「来年は遊んでもいいよね」っていうくらい稼いだ時に、1年ぐらいかけて集中して作りました。父の会社にいる時に、この前身となるものを作っていたので、その反省点も踏まえながら作りました。

一それで出来上がって、お父さんの会社にも売ろうと？

パッケージを売るというよりは「月々いくら」の契約ですね。受託の開発をやっていたので仕事の波がすごく激しくて、3人でやっていた時もすごくリスクが高かったんです。そこで、ある程度固定の売上がいると思い、会社の規模に応じて月間使用料をもらうことに決めました。こういったシステムを入れると普通は何千万とかかかったりするのですが、僕たちのシステムはそれが不要なんです。例えば「5千万円も投資したのに、結局このシステムを使っていないよ」という商売はしたくなかったの、導入時のリスクをなくしました。このシステムがあれば業務管理から給与計算まで全てひとつのパッケージで管理できます。色々な

部署の承諾がいるという意味では、導入までの営業スパンが長いのですが、今ではユーザ数も増えてきて、売上も安定してきました。測量設計業界に特化したERPシステムなので類似商品もないし、1回使ってもらえると解約がないんですよ。

ライバルがいないんですね。じゃあ測量設計業界でのシェアは高いんですか？

そうですね、紹介で徐々に増えてきてはいます。とはいっても、僕も営業をそんなにバリバリやっていないのでまだまだ開拓の余地はありますね。会社の規模が大きいと導入のサポートが落ち着くまでは半年ぐらいかかるんですが、一度軌道に乗ればそれ以降はたまたま電話でサポートするぐらいです。だから少人数でもやれますし、僕は最初から会社の規模を100人、200人にして上場するというような気もないし、うちのスタッフが楽しく生活できればいいかなと思っています。

—お父さんの会社に少し入って、測量設計業界の内部を見たというのが大きいですよ。

そうですね。そこで得たヒントから生まれましたから。きっかけは当時、社員が1件1件の業務を工事台帳というA3の紙に手書きで書いて社長に渡して確認していたんですけど、それが社長の手元に届く頃には「時すでに遅し」で、例えば数百万円の赤字に後から気づいたり。社員からすると日報を集計して色々やっているって時間がかかってしまうということだったので、その問題を解決しようと思ったのがスタートでした。

—なるほど。それとビジネスモデルの作り方も良かったんですね。

そうですね。開発費を一括でもらうのではなく、毎月の使用料を頂くというビジネスですね。あと、測量設計会社は製造業のように急にヒット商品を作って売り上げを倍にするとかっていう商売ではないので、ある程度売り上げも定まってきます。売上増加は望めないけど維持はできるとなった時に、利益率を上げるしかないんですね。そこで、実際に測量や設計の業務にかかるコストを管理しようと思うと非生産的な管理業務が発生するんです。例えばそれをエクセルでやっていたら月に10時間かかるところが、このシステムだったら30分でできますよと。それによって間接原価を減らして、さらに色々な手続きを合理化／効率化することによって販管費も削減出来て、結果的に会社の利益率が上がるという仕組みをアピールするとお客様にも納得してもらえますね。

—すごいですね。さてアプリコアさんは、今後はどうなっていくんですか？

ERPシステムや受託の仕事も安定しているので、新しいことをやっていきたいと思っています。一度きりの人生なので、ITに限らず社員にもやりたいことをやらせてあげたいです。仕事をしている時間って人生の大半を占めるわけですから、



構想中のホテルの外観模型

楽しい人生を送るためには楽しくてやりがいのある仕事が必要不可欠です。自分のやりたいことをビジネスとして新たに実践していくことは、かなり大変なことです。その先にある大きな喜びや達成感を社員にも味わってもらいたいと思います。そのためには、まず自分自身のやりたいことを実現して「だったら俺も・・・」という感じで社員に広めていければと考えています。

—石田さんのやりたいことって何ですか？

笑われるかもしれませんが、子供の頃から「ホテル住まいをしたい」というのと「自分の家をセルフビルドしたい」という2つの夢がありましたので、それを実現したいと思っています。

—自分でというのは、自分で釘を打つということですか？

そうですね。自分でやれるところは極力自分で行い、できないところは職人さんを雇いながらという感じですね。それで、5、6年前に富士山が見える山中湖に土地を買って、全部で6室ぐらいの小さなリゾートホテルを作る計画を進めています。ジャグジーと美味しい食事があって、ゆったりと過ごせるホテルです。

—自分の家ではなくて、ホテルですか？

ホテル住まいがしたいから、そこの一室に僕が住むんですよ。あと、自分で家を建てたいという夢もあったから、その両方を叶えたいなと思っているんですね。現在、建物の設計中で来年の夏頃には着工を予定しています。営業は人に任せて、夫婦2人でのんびりホテル住まい。その後はどうするかかわからないですけど、海外で仕事をしたり、海外とつながるようなこともできたらなと思っていますね。

—すごいですね、今日は衝撃を受けました。貴重なお話をありがとうございました！

【プロフィール】

いしだとおる 1967年 愛知県生まれ

株式会社アプリコア 代表取締役

岐阜県大垣市加賀野4丁目1-7 ソフトピアジャパン・センタービル9F

事業内容：ソフトウェア開発 <http://www.applicore.co.jp/>



豊田礼人(とよたあやと)
レイマック・コンサルティング代表
「クライアントの成功が私の成功
である」がモットー。

中小企業の「それ、大事！」

■お客様に何度も買ってもらう

会社を経営していくうえで、自社の商品やサービスをお客様に繰り返し買ってもらえるようにすることはとても大事です。もしお客様が全くリピートしてくれないとしたら、常に新規のお客様を獲得し続けなければならなくなり、これはなかなか大変なことです。

一般的に、新規顧客から売り上げるのに必要なコストは既存顧客から同額を売り上げる場合の5倍かかると言われています。コモディティ化、人口減が進む現在の日本においては、さらに新規顧客の獲得が困難になっており、そのコストはもっと増えているかもしれません。

このような世の中では「LTV (Life Time Value) 顧客生涯価値」という考え方がますます重要になります。顧客生涯価値とは一人の顧客が取引期間を通じて企業にもたらす利益(価値)のことです。コモディティ化・人口減が進む激しい市場においては、自社の顧客との良好な関係を構築し、この顧客生涯価値を向上させていくことが今まで以上に重要になります。

つまり、お客様に何度も何度も繰り返し買ってもらえるような会社やお店になることが大事、ということです。

■お客は忘れる

ある施術院によるアンケート調査が衝撃的でした。その院では、来店が1回のみで、その後半年以上来店がないお客様に「なぜ再来店しないのか？」というアンケートをしたところ、7割の人が「なんとなく」と答えたそうです。サービスの品質や接客に対して不満を持った人が再来店しないのは当然だと思いますが、そういった理由よりも、特に理由もなく再来店しない人が大多数を占めたのです。

皆さんにも心当たりはありませんか？一度行ったきり、2度と行っていない店が。特に不満を持ったわけではなく、むしろ「なかなかいいじゃん」と感じたにもかかわらず、言われてみればここ最近全く足が向いていない。



なぜこういうことになるのか？

それはそのお店のことを忘れてしまったからではないでしょうか。おそらく、可もなく不可もないお店というのは印象が薄く、時がたつにつれて忘却の彼方に葬り去られてしまう、ということなのだと思います。

■顧客満足と事前期待

1回買ってくれたお客様に再度買ってもらうためには、1回目の購買時にお客様を満足させることが重要になります。つまり顧客満足の獲得です。この顧客満足を獲得する際に重要となるのが、顧客が持つ「事前期待」です。

私たちは、商品を買ったり、サービスを受けたり、お店で食事をしたりするとき、事前にある一定の期待を持って行動しています。たとえば、飲食店で1000円のランチを食べようとするとき、1000円のランチであれば、だいたいこれくらいの味・ボリューム、そして接客サービスを受けられるだろう、と事前に期待を持っています。なぜなら、今までの生きてきた体験から、同じような商品を買ったり見たりして、あらかじめ情報をもっているからです。その情報をもとに、自分なりの期待を持っています。

その事前期待と実際に商品やサービスから受け取った価値(ベネフィット)を比べて、受け取った価値の方が大きければ大きいほど、そのギャップから顧客満足はたかまり

ます。このギャップがとてつもなく大きければ、感動を生み出すこともあります。

1000円のハンバーグランチが、予想以上に高品質な肉でうまみたっぷり。ボリュームも満点。食後のデザートもこだわりのプリンが出てきてセットのコーヒーも香り高く本格的。これはいつもいくカフェのハンバーグランチよりも何倍もいいぞ、となれば、私たちは大満足するわけです。

顧客満足の正体は、「事前期待以上だった！」ということなのです。

逆に、事前期待よりも実際に受け取った価値の方が小さければ、お客様はがっかりします。「ここよりも、いつもいくカフェのハンバーグの方が断然おいしいしボリューム

もあるよ・・」となってしまうようなケースです。つまり「期待外れだった」ということで、当然、2度と訪れることはないでしょう。期待外れが度を越すと、クレームになるかもしれません。「金返せ！」と言われてしまいます。

ですから、我々は、自社（自店）のお客様がどの程度の事前期待を持って、うちの商品やサービスを買いに来ているのかを知っておく必要があります。そのためには競合店のレベルを知っておくことも大事です。そのうえで、どのようにそれを上回る価値を提供できるのかを考え、行動する必要があります。この行動の積み重ねが、たくさんのリピーターを生み出すことにつながります。

「学力」の経済学



あなたの読書時間を大幅短縮

ベストセラー1分解説

巷で話題のベストセラーをレマック豊田が読み、その要点をズバツとお伝えします

『「学力」の経済学』

中室 牧子 著

■オススメ度★★★★

ポイント1

ご褒美で釣るのはいいのか？

「テストで良い点を取ればご褒美をあげる」と「本を1冊読んだらご褒美をあげる」では、後者の方が、学力テストの結果は良くなる。なぜなら、前者は、「何をすればテストで良い点を取れるか」が明確でないため、行動に移しにくい。一方後者は、やるべきことが明確なので、行動に移しやすい。また、「本を読む」ということは学力アップにとっても有効だという調査結果も出ている。

ポイント2

IQの高さよりも「やり抜く力」が重要

IQや学力テストで計られる能力を「認知能力」と言い、一方「自制心」や「やり抜く力」「意欲」などは非認知能力と呼ばれ、いわば「生きる力」と言われるものです。この非認知能力が高いことは、年収や学歴・就業形態などの面において優位に働くことが分かっている。頭の良さよりもやり抜く力が重要なのだということ。

ポイント3

いい先生とはどんな先生か？

学歴の高さは、その子供が置かれた環境（遺伝子、親の年収、教育への熱心さなど）によって左右されてしまう。しかし、教員の力によって、これらの環境面での不利を解消できる。いい先生とは、ある子供を他の子供や集団と比較するのではなく、過去のその子自身と比較して昨日より今日、今日より明日と伸ばしてやれる先生である。

著者は教育経済学を専門とする大学准教授。主に米国での研究結果を根拠に、「子供を褒美で釣るのは良いのか？」とか「ほめて育てるのは正しいのか？」などの疑問を解き明かしていく。私自身としては納得できる部分も多く、とても興味深く読むことができたし、新たなアイデアにつながる部分もたくさんあった。さらに子供の教育だけでなく、経営者と社員、上司と部下の関係として読み替えても参考になると思った。しかし、教育に関わる本であるためか、親の立場や教育関係者からは色んな角度から分析され、アマゾンの書評では痛烈に批判されていたりもする。賛否はあるが、何がしかのインパクトを世の中に与えた本であることは確か。

豊田の
結論

- ★★★★★ 読まないと損をする
- ★★★★★ 読み応えたっぷり、お薦め
- ★★★★ 読み応えあり
- ★★★ 価格の価値はあり
- ★ 人気作だがピンとこなかった



メルマガ
バックナンバー

連続550週間以上、毎週金曜日に発行しているメールマガジン「愛される会社の法則」のバックナンバーから、特に好評だったものをピックアップしてお届けします。

聞いてから作ろう

(2016年1月15日発行第561号)

■画期的な商品です！は危ない

あなたの事業が成り立つかどうかは、あなたが売っている商品（サービス）を欲しいと思う人がいるかどうかです。これ、すごく当たり前の話なんですけど、欲しいと思う人がいるかどうか分からないのに、根拠の無い楽観的な予測のもと、実際に調べることもなく、商品を作ってしまう人って、結構多いんですよね。

で、お金をかけて作ってみたものの、想定した客にまったく響かず、ゆえにまったく売れない、という事態に陥ってしまう。

「そんな人、いるの？」と思われるかもしれませんが、これが意外とたくさんいるんです。「どこにも無い画期的な商品だ！」と本人の鼻息は荒いのですが、欲しいと思う人もどこにもいなかった…、と笑えない話になってしまうのです。

■富裕層狙い、も危ない

昨日会った経営者も、危うく「笑えない話」を作ってしまったような人でした。事業内容は詳しく言えませんが、地域の資源を活用した新しい商品を開発したそうで。

話を聞いてみると、何となく良さそうな感じはするものの、本当に買う人がいるのかは見えにくい商品。価格も高いのですが、「富裕層狙いですから大丈夫です！」と言う。（この富裕層狙いというのが、クセモノでして）。色々と準備不足なのに本人たちは前のめりで、「もう実際に作ろうと思っている」と言うんです。ちょ、ちょっと待ってください、と僕。

■最低100人に聞け

自分たちだけで一方的に発想した商品に対して、安くない開発資金を投下するのは危険すぎます。まず、想定するターゲット層に対して、調査をしてみてください。それを最低100人くらいに実施して、仕様や価格を決めても遅くない。資金が潤沢にあるわけではない中小企業。失敗した

ら、大きな打撃を受けるかもしれないプロジェクト。そういうものに対して、買い手の反応も調査せずに実行するのは無謀すぎます。

故スティーブ・ジョブズのような天才であれば、消費者調査なんていらないかもしれません。消費者の意見を入れすぎるとかえってつまらない平凡な商品に成り下がってしまうという指摘もあります。しかし、我々凡人が、限られる資金の中で確実に事業を軌道に乗せるためには、調査不足の無謀な投資は極力避けるべきだと思います。まずは顧客に聞け、です。これは本当に大事なことです。

■自分レベルの視点で

自分レベルではいかがでしょうか？自分のアイデアを他人に披露するのって、恐いですよね。冷たく反応されたり、露骨に否定されたりしますから。

せっかく盛り上がった自分のモチベーションが、それによって一気にしぼんでしまうことも、恐いですよね。おそらく、僕たちは無意識にこれを避けているのかもしれませんが、でも、やはり買う人側の意見は、出来るだけ多く集めたほうが良い、と僕は思います。

否定されれば、その瞬間は悔しいですが、少なくとも自分以外の客観的意見が得られるわけですから。それを聞いた上でも、まだ勝算がある事業プランならば自信を持って進めばいいし、修正が必要であると認めるならば、素直に修正すればいい。勢いだけで、調査不足のまま、大金を投じることだけは避けましょう。

小さな失敗はたくさんすべきですが、致命的な大きな失敗はしないほうが良い。取り返しがつかなくなります。

聞くのはただですから。そこを「効率化」しないように。

応援しています。🙏

無料メルマガ「愛される会社の法則」は毎週金曜日の朝8時に配信しています。配信希望の方はレイマックのホームページから配信の申し込みをしてください。



レイマック豊田の ひとりごと..

レイマック・コンサルティングの豊田礼人が(たぶん)役に立つと思われることを勝手に取り上げ、勝手にぶつぶつ、つぶやきます。

今月の トピック

自分に負荷をかけて、成長する

先日、自主開催しているセミナーが42回目を迎えました。

もともと人前で話すことが苦手だった私が、まさかセミナーの講師をやっているなんて、自分としては本当にびっくりなことなのですが、参加された皆さんからの評価はいつも高く、毎回温かい声もたくさん頂いて、あれよあれよと42回もやり続けています。参加して頂いている皆様には本当に感謝しています。

ただ、42回もやっているにもかかわらず、毎回とても緊張している自分にいつも驚きます。

これは、人前で話すことがもともと得意ではないことに関係しているのでしょうか。とにかくセミナーの日は朝から落ち着かず、ご飯もあまり食べる気がせず、他のことが手につかないのです。それくらい自分にプレッシャーがかかっているんですね。

ただ、自分に負荷がかかっているということは、自分が成長できるチャンスでもある。

楽なことばかりやっているだけじゃ、自分に力はない。

厳しい環境が、自分を次のステージに引っ張り上げてくれると思って、これからも続けていきます。



【愛される会社プロジェクト セミナーのお知らせ】

43回目となるセミナーは、豊田がビジネスにおいて最も大切だと考えるマーケティングについてについてお話しするセミナーです。

「2017年あなたのビジネスをマーケティング的に再構築する」セミナー

日時: 2017年2月21日(火) 19:00~20:45

場所: ウィンクあいち904会議室 定員: 30名

料金: 3000円 愛P会員は割引または無料 講師: レイマック 代表 豊田礼人

【友割】お友達をお誘い頂きますと、本人様・お友達様とも1000円割引いたします。但し初参加の方のみ。



定期購読をご希望の方は、愛される会社プロジェクトにご入会ください。詳細は当方のHP(レイマックで検索)にアクセスして頂き、ご確認ください。

■A1会員	540円
■A2会員	980円
■B会員	6,480円
■C会員	16,200円
(すべて月額)	