

これまでにない視点で 新たな価値を生み出すモノづくり企業



Contents

- ・(株)アート印刷工芸社 7頁
- ・(株)栄紙業 8頁
- ・サクラテック(株) 9頁
- ・(株)林製作所 10頁

はじめに

現代社会はモノで溢れている。必需品は既に飽和状態であり、そんな時代にどうすればモノが売れるのだろうか。

腕時計で例えると、性能だけでなく2万円程度のソーラー充電式電波時計の方が機能的であるにもかかわらず、多くの人が何百万円もするような高級ブランド時計を欲しが。なぜなら、その時計は「時計」というより「富の象徴」であり、金額は機能に支払われる対価ではなく、それ以外の価値に支払われる対価なのである。

このように商品の性能や強みだけでなく、顧客ニーズはもとより社会的ニーズを捉えることで、モノの溢れた現代社会でも選ばれる商品を作ることは可能であり、それは新しい商品を創り出すことだけでなく、既存の商品に新しい視点で価値を付与することでも実現可能である。

中小企業に求められるモノづくりとは？
顧客ニーズや市場環境は、刻々と

変化している。特に近年は技術革新やライフスタイルの多様化などにより、変化のスピードが加速しており、油断していると既存の商品やサービスはあっという間に時代遅れとなってしまう。よってこれからは、次のような観点から商品の特徴や価値を定めていく必要がある。

- ・自社商品の強みは何か
- ・どんな顧客に届けたいのか
- ・顧客へどのような喜びを提供したいのか

このようなアプローチは中小企業にとって有利な商品戦略といえる。大企業は迅速に商品戦略を回すことが困難であるが、中小企業はフットワークの柔軟さや経営者の迅速な意思決定により、新たな価値の創造が可能になるだろう。そして、これらの取り組みは売上高向上以外にも経営革新の可能性を見出す

この続きは会員事業所
のみご覧いただけます