

新規事業成功のカギはモノーコト変換

潜在的な欲求の中に種がある ▼リアルコネクト代表取締役社長 小倉正嗣氏 講演

私は「デルコンピュータやア
スクールで、営業改革や新規事
業戦略を手掛けてきました。
今は独立し、この分野を中心
にコンサルティングをしてい
ます。」

経験を通じて感じるのは、
新規事業は既存事業の近くに
あるということです。例えば、
あなたの会社の電動ドリルを
買うお客様がいます。お客様
はドリルで何をしますのか？
きつと何かに穴を空けます。
つまりお客様の欲しいモノは
ドリルですが、本当に欲しい
コトは「穴を空けること」なの
です。

とすれば、売るべきものは
ドリルだけに限りません。穴
を空けるといいうくりで、
様々な商品が売ればいい。こ
のように、お客様の欲しいモノ



経営者がリスクを取って迅速に動ける中小企業は、新規事業立ち上げでは大企業より有利、と説く小倉社長

顧客は潜在的に
何を求めているのか

ノから欲しいコトを導き出せ
ば、その中から新規事業の種
を探すことができるのです。
あるお客様が旅行に行くの
で、ホテルを探しています。ホ
テルをモノとするなら、コト

は何でしょうか？ 楽しい旅
行をして素敵な思い出をつく
りたい、ということでしょう。
それならホテル以外にも、素
敵な思い出を演出する、様々
なモノやサービスを提供でき
るはずですよ。

「新規事業をやり
たいとは思いますが、
ヒトやカネが足り
なくて…」という
声をよく聞きます。
特に中小企業は経
営資源が豊富では
ないため、そう考
える経営者が多い
ようです。
しかし実際はど
んな会社でも、相
当なムダを抱えて
います。そこで私
は、新規事業のコ

ンサルティンクに入る際、業
務のムダを徹底的に排除して、
新規事業に当てるべき「社員
の時間」をつくり出すことを
一番最初にやります。
ほとんどの会社で全体の2
〜3割の時間をつくり出すこ
とができます。処理待ちの作
業や半製品、必要のなくなっ
た古い社内ルールなどを取り
除いてください。

現代における新規事業の立
ち上げは、時代の変化への迅
速な対応、多品種少量生産に
対応できる能力、顧客一人ひ
とりへのサービスなど、小回
りの利かない大企業がやるの
は難しくなっています。
逆に、中小企業にはチャン
スと言えます。ぜひ新規事業
に挑戦して、社内外に未来へ
の希望を示してください。■

【社長力アップ講座・2014年第6回】

「新規事業へのチャレンジの進め方」と題し、リアルコネクト社長の小倉正嗣氏が、新規事業に取り組むべき背景、失敗しやすい例、新規事業の種の見つけ方、時間をつくり出す業務改善などについて語った(8月26日東京)