

事業革新研究会ニュース

中小企業診断協会大阪支部
事業革新研究会



< 掲載記事について >

事業革新研究会ニュースでは、事業革新の記事を主体として広く読者の参考となる記事を掲載します。各記事は下表に示す分類項目の区分記号順に掲載しています。

| 区分 | 分類項目 |
|----|---------|
| A | 事業革新事例 |
| B | 新商品、新技術 |
| C | 業界事情 |
| D | 海外事情 |
| E | その他 |

連絡先：事業革新研究会ニュース編集事務局長 橘 善輝 info@sigma-support.com

< 目 次 >

| 区分 | 表 題 | 氏 名 |
|----|-------------------|-------|
| A | 経営革新事例 - 7 : はせがわ | 入江 廣 |
| A | オフィス空間提案専門収益モデル | 橘 善輝 |
| E | リスク(その2) | 中上 義春 |

| 区分 | A | 経営革新事例 - 7 : はせがわ | 氏名 | 入江 廣 |
|--|---|-------------------|----|------|
| <p>日本最強の仏壇集団である「はせがわ」を牽引するのは、社長の長谷川裕一である。年商204億で、断トツの仏壇業界ナンバーワンである。因みに業界2位が年商50億円である。</p> <p>長谷川は、1963年に福岡県の実家近くで発生した、500人が死亡した三井三池炭鉱爆破事故の際、遺族に仏壇の必要性を説いて回り、約80基の仏壇を販売した。</p> <p>しかし、遺族からは感謝されたが、仏壇の価格は、当時のベンツより高いと感じた。これを何とか下げる価格破壊が、なんとしてでも必要であると判断した。</p> <p>その当時、設計書もなく、職人の手作りであった仏壇の製造方法を徹底的に調べ上げ、仏壇製造に6か月掛けていたのを3か月と半分に短縮し、製造の効率化を図り、大量生産方式を編み出した。</p> <p>一方販売面では、東京の仏壇普及率の低さに注目し、九州から一気に関東へ進出し、またたく間に全国114店舗のチェーン店網を確立した。</p> <p>また90年代後半には、墓石の販売にも乗り出し、今では年間5800基の墓を販売している。</p> <p>その経営哲学は、「経営は変化することであり、脱皮できない者は、滅びる」である。販売に関しては、「物売るのではなく、真心を売れ。お客様と同じ目線になった時、お客様は、心を開く。お客様のお役にたてれば、利益が出る」と指導している。</p> <p>朝礼では、般若心経はじめ各派のお教を唱和し、販売のロールプレイングコンテストを催すなど、71歳ながらも、社員の先頭に立ち、奮闘している。</p> | | | | |

| 区分 | A | オフィス空間提案専門収益モデル | 氏名 | 橘 善輝 |
|--|---|-----------------|----|------|
| <p>大阪に本社があるイトーキは、オフィスに欠かせない事務機器を製造・販売し、年間売上げ920億円で業界売り上げトップクラスの企業である。</p> <p>当社は単にオフィス家具を販売している訳ではなく、家具の配置を変えると作業効率がアップするオフィス空間を提案している。</p> <p>当社は明治23年に発明品を扱う商社として創業し、やがて事務用品を扱うようになった。昭和30年代高度成長期には、事務用品の需要が高まって会社は成長して行ったが、昭和48年のオイルショックで景気が冷え込むと新しい注文が減り、会社は厳しい局面を迎えた。これまでの売り方では駄目と、会社は「オフィスプランセンター」を立上げ、欧米の進んだオフィスを研究した。そこから生まれて来たのが不思議な形のオフィスのレイアウトである。デスクの並べ方は会社の役職順より、作業のし易さを優先すべき、というコンセプトである。そして社員が働きやすいオリジナル商品を次々と開発して行った。</p> <p>「現在の企業で求められているモノは、クリエイティブな仕事を如何に出来るかである。世の中の変化を先取りすれば、潜在的なニーズを発掘できる。と当社社長は述べている。その実現例が病院にある。従来病院の大部屋はカーテンで仕切られているだけのものであったが、そこにユニット家具を設置すると一見個室の様な空間が出現する。患者は仕切りのカーテンの揺れを気にすることも無くプライバシー確保にもなり、しかも個室の5分の1の料金で入ることが出来るので、好評を博している。</p> <p>「オフィスだけに拘らず、顧客ニーズを深く掘り下げる姿勢」は当社のDNAとして受け継がれている。当社の経営スタイルは、収益モデルとしては、ヘビーユーザーを囲い込み、顧客の選択肢を制約した典型的な物理的制約モデルに属する専門品収益モデルである。</p> | | | | |

| 区分 | E | リスク（その2） | 氏名 | 中上義春 |
|---|---|----------|----|------|
| <p>本ニュースの第14号（2011年5月1日発行）で、リスク問題を取り上げましたが、大飯原発再稼働が焦点となった今、再度取り上げてみます。</p> <p>現日本の場合、近々のリスクに関する最大関心事は、やはり首都直下型や東南海・南海連動型の大地震、それに伴う大津波、更には原発災害と繋がります。3・11災害と、福島原発事故、その後の各種報道等を見聞きする中で、リスク管理の脆弱さを実感した事象について触れます。まずは堤防、大津波の去った後の映像では、かなり多くの個所で、堤防が破壊され、一部では、根元からごっそり倒れていました。単に津波が堤防を越えて浸水した状況ではありません。本当に鋼鉄の船等が津波に乗り、そのスピードで衝突した際に、現コンクリート堤防は耐えられる強度を持っているのでしょうか？</p> <p>福島原発では、原子炉格納容器の異常圧力上昇時に、格納容器の爆発を防ぐ目的で、内部の蒸気を輩出し、容器圧力を抑えるためのベントがウエット式、ドライ式と装備されており、作動しましたが、国際常識では取り付けられている放射性物質を取り除くためフィルターが設置されていないため、近隣にかなり深刻な放射能汚染を招いてしまったとのこと。このような現状を考えますと、リスクとしては隕石落下やテロ活動等を含め、予期できない事態を想定することも必要です。対策の基本は影響の深刻さを考慮し、絶対避けなければいけない事態が想定される場合は、それに対する対策は全てに優先するものでなければなりません。大飯原発で放射能放出の事態が想定できる現状では、琵琶湖汚染で水道水が使用不可となることも想定できます。飲料水程度は別ルートで確保可能でしょうが、関西全域の広いエリアで、水洗トイレが使用できなくなった場合、どのような事態となるのか、想像することができません。もっと怖いのは米イエローストーンです。</p> | | | | |