



ENGINEER® の MPDP ダイアリー

高崎 充弘

第12回 MPDP 理論誕生までの道のり③



[Profile]

東京大学工学部卒業後、三井造船入社。米国レンスラー工科大学で修士課程修了後、(株)エンジニアの前身である双葉工具に入社。2004年に同社代表取締役社長に就任。独自の「MPDP理論」によるニッポンのモノづくり立国を提唱している。

ネジザウルスとウォークマンの共通点

前号では、「MPDP理論」の中のM（マーケティング）において、「潜在ニーズを見つけ出すことが重要である」というお話をさせていただきました。

単なる顧客の声（VOC：Voice Of Customer）ではない「声なき声」（SVOC：Silent Voice of Customer）に耳を澄ませて水面下のニーズを感じ取り、それを自社の製品やサービスに取り入れる。これは「言うは易く、行うは難し」ではありますが、その好例として、「ウォークマン」を紹介したいと思います。

1970年代後半、ソニー名誉会長（当時）の井深大氏が、海外出張時に機内で音楽を聴ける小型カセットプレーヤーを技術部に指示して造らせたところ、これを大変気に入り、それを見た盛田昭夫会長も直感的に売れると確信、トップ2のひらめきにより製品化が決定しました。

開発自体は順調に進んでいったものの、社内での評価は極めて低かったそうです。

「ええっ、録音できないんですか？」「でもな、ステレオで音質もいいし、ヘッドフォン・ジャックが2つあるからカップルで聴けるんだ」「しかし、再生だけでは……」「とにかく、市場の声を聞いてこいっ！」

ソニー内部ではこうした会話がされていたようです。

そして、同社の営業マンが秋葉原の○△無線や□◎電気などのベテランの仕入れ担当者にサンプルを見せたのですが、反応はあまり良くありません。

「いくら井深さんと盛田さんのアイデアだといっても、コレは売れませんよ～」という声がほとんどでした。

しかし、ある老舗電気店の社長だけは全く違う反応を示しました。「ソニーさん、この発想は面白いね～。絶対売れるよ！」とって直ちに大量注文されたそうです。そして発売後、フタを開けてみたら空前の大ヒット！品切れの他店を尻目にしっかりもうけられたとのこと。

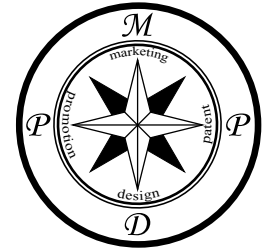
「屋外でも音楽を手軽に楽しみたい」という若者の声なき声を井深氏と盛田氏が聴き、その潜在ニーズを信じ、商品化して大成功した典型的な例だと思えます。

余談ですが、ウォークマンの大ヒットを予見していたある老舗電気店の社長とは、筆者も学生時代から大変お世話になっている山本無線の2代目社長、山本修右氏（秋葉原電気街の基礎をつくった人物で現・会長）。先日もお邪魔して当時の話を伺い、盛田氏がお礼に持参されたという初代ウォークマン（ラジオセンター2階のe-BOXに展示〈非売品〉）もを見せていただきました。

「どうすれば目利き力を養えるのか、“声なき声”をいかにして聴くことができるか」というテーマは非常に難しい問題です。当盛田氏から贈られた初代ウォークマン社も「MPDP理論」を日々実践していくなかで、鋭意探究しています。

新たな発見があれば、本稿で随時ご報告させていただきます。





ウ：あの世界的な大ヒット商品のウォークマンでも社内
の評判は散々やったとはビックリでんな～。

銀：業界の常識からゆうたら録音機能がないっちゃうの
はナンセンスやったんやろね。

高：先入観にとらわれすぎていると、「見れども見えず、
聞けども聞こえず」になるということだね。

ウ：それやったら反対に、素人さんの意見を参考にした
らええんちゃいmanın？

高：それも一つの方法だけど、どうしても^{ぎよくせきこんこう}玉石混淆に
なってしまう。良いアイデアもあるんだが……。

銀：ぶっちゃけ、「どーでもええ意見もぎょうさんあって、
磨けば光る玉を見つけ出すのが大変」なんやろね。

ウ：そもそもウォークマンの場合、お客さまからの要望
から生まれたんとはちゃいまんな～。

高：まず、井深さん自身がウォークマン（のようなモノ）
が欲しかった。盛田さんは「コレは売れる」と直感！
山本社長もピンときた。

銀：これら3人と、それ以外の残念ながら(笑)ピンと来
なかった人たちの差ってなんでっしゃろ？

ウ：それ、メッチャ知りたいわ～。ひらめきの瞬間！？

高：それが分かったら苦労しないよ！(笑) ただ、3人
に共通していることは、業界の常識は持ちつつも、
そこからちょっと離れたところから、少し先を読む
能力があったんじゃないかな？

銀：全くの素人でもアカンし、業界どっぷりでもあかん
わけでんな～。

ウ：銀次郎はん、最近、工具業界どっぷりちゃいmanın？

銀：アホか！ ワシの趣味の広さを知らんな。サバゲー
（サバイバル・ゲーム）だけちゃうで～。彫金、革
加工、まだまだある！

高：銀次郎君にはいろんな引き出しがあるよね。もっと
も最近では子育てに追われてあまり自分の趣味の時間
は持てないようだが……。

銀：そうそう、こないだも3歳の愛娘が「鉄腕ハサミ」
でカーペットを切ってカミさんに叱られたり……。

やっぱ、ワシに似てくれたんやな～ (*^_^*)

ウ：うわ～ マジかわいそう！(笑) ところで社長はん
のひらめきの法則ってありますか？

高：私の場合は圧力鍋で調理するイメージだね。

銀：えっ、サウナ風呂とちゃいましたん？

高：最終的にはそこなんだが(笑)、そこにたどり着くま
でに重要な条件が2つあるんだよ。まずは鍋の中に
具をたくさん入れる。

銀：そらそうですわ。具がなかったら鍋料理になりまへ
んな。

高：頭の中の引き出しにさまざまなジャンルの情報や経
験が詰まっていること。これが第一条件。

ウ：銀次郎はん、第一条件クリア～！

銀：お前、たまにはええこと言うな～ (*^^)v

高：次は鍋にしっかりと圧力をかけること。

銀：これも当たり前ですわな。加圧することでおいしく
調理できますわ。

高：解決すべき問題を、寝ても覚めても考え続けること。
つまり、自分の頭に圧力をかけ続けるイメージ。こ
れが第二条件。

ウ：銀次郎はん、第二条件アウト～！

銀：なんでやねんっ！ 家でもずっと考えてるわ！

高：そして最後に鍋の圧力をスッと抜くんだ。すると具
がおでんのように串刺しになって出てくる。これが
ひらめきの瞬間だ。

ウ：どうやって頭の中の圧力抜きまんの？

高：昔から馬上（移動中）、枕上（寝床）、^{ちんじょう}廁上（トイレ）
がアイデアの生まれやすい“三上”^{しじょう}といわれている
けど、私の場合、それがサウナなんだよ。

銀・ウ：そういうことでっか！ ほなさっそく銭湯に
行ってきま～す。