

今月の一言

キーワード：進む勇氣

ものづくりは資源を使う以上、せっかく作るのならば今までにない製品を作ったほうがいい。スノーピークは、先例があったり他社が作ったりしている製品は同じことの繰り返しで資源の無駄遣いであると考え取り組まない。

しかも、競合のいる製品は陳腐化しコモディティ（商品・日用品）になる。そこから導き出されるのは価格競争しかない。ユーザーにとっては、安く買えるようになるかもしれないが、それはスノーピークが果たすべき役割ではないと思っている。むしろ、私は作り手として多様な価値観や製品の選択肢をユーザーに与えたい。他社が右に進んだら、あえて左に進む。そんな思考回路の会社でありたい。「勇氣がある」と言われることもあるが、スノーピークができるのであれば、どこの会社にもできることだ。 ～中略～

顧客はしっかりした製品を作るのか、それともコピーを作るのかをきちんと認識している。その上で、「しっかりした製品を作っている会社」「オリジナルの製品を作る会社」を評価する。スノーピークの姿勢にシンパシーを感じてもらえるケースが圧倒的に増えている。オリジナル、開発にこだわる会社にとってはとても良い時代になった。

それだけに、ものづくり企業の経営者は決意を持って開発に臨まなければならない。テント用のペグでは、スノーピークの作るアスファルトをも貫く硬さの「ソリッドステーク」がヒットしている。ただし、ペグは構造がシンプルであり、本来ならば差異化が難しい製品だ。もし最初から他社にいい製品があったならば、スノーピークがわざわざ取り組むことはなかっただろう。あくまでも、いい製品がなかったから製造に乗り出し、それに見合った価格で販売している。

著書：スノーピーク「好きなことだけ！」を仕事にする経営 著者：山井 ^{やまい} ^{とおる} 太

for the one：あなたの一番になるために

ひとり一人が「進む勇氣」を持つこと

2014年12月25日

さいのう とおる

追伸：災害等も無く業績も良い年でした。一年間ご苦労様でした。来年も飛躍の年にしましょう！