

～事例から学ぶ経営革新～
顧客価値経営セミナー

「独自性を発揮する」 顧客価値創造の方法

2017年6月14日

JQAA 改革支援部
新価値創造研究所
橋本元司



講師プロフィール

- ◆橋本 元司 : JQAA改革支援部
: 新価値創造研究所 代表
前職 パイオニア(株)

◆ミッション

「**価値創造改革**」で、人々を幸せにしたい

新価値 = 世の中に**役立つ**コト

創造 = 未来を**先取りする**コト

事業創造 の心得

「事業創生・地域創生」のご支援領域

→ イノベーションのS字曲線：現在の延長線上に未来はない！

成果

鉄道の時代

成長期

1
成熟期

2
衰退期

成長期

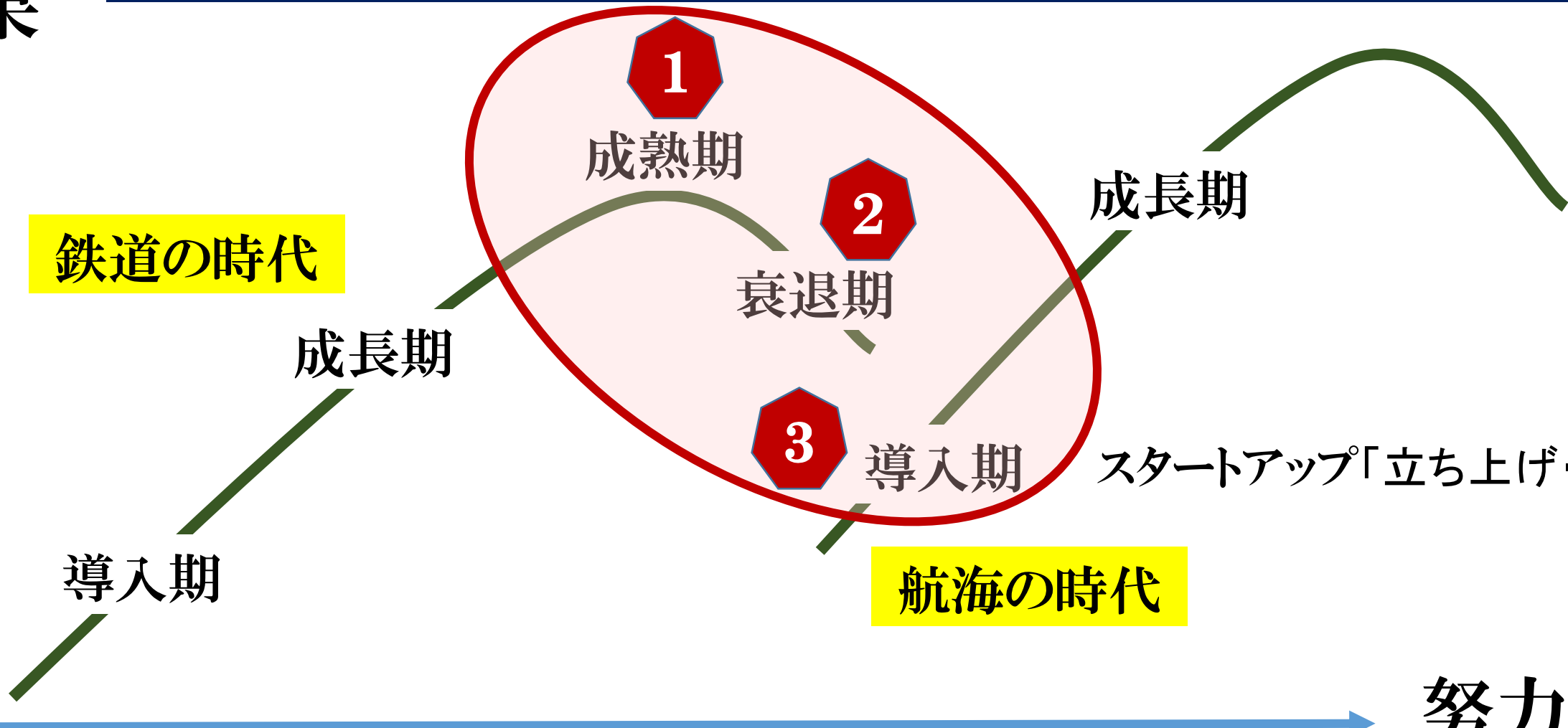
導入期

3
導入期

スタートアップ「立ち上げ・起業」

航海の時代

努力



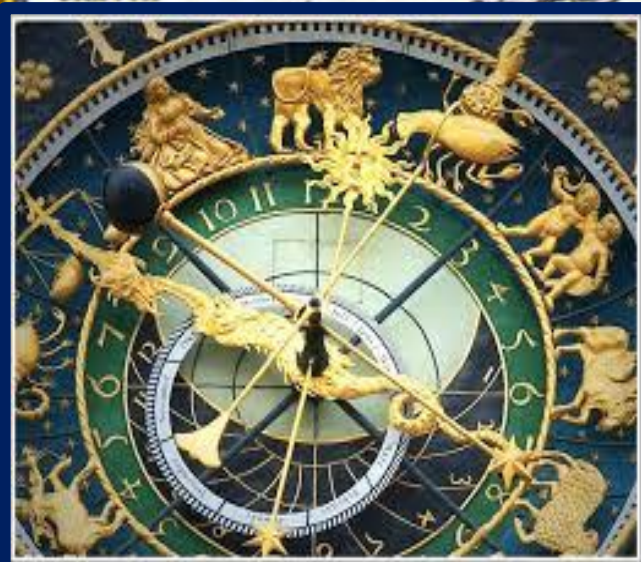
一体何を目指すのか？

未来・ビジョン

創生：生まれ変わる

最も大切にすることは？

本来・ミッション



羅針盤作成



本日お伝えする3つのコト

1. 「顧客価値経営」を母体として、

⇒ 顧客価値とは何か？

2. テーマ：「独自性を発揮する」

⇒ 顧客価値創造の3つの方法

3. 「中小企業の実例」から学ぶ経営革新

⇒ ご支援している企業・自治体の事例

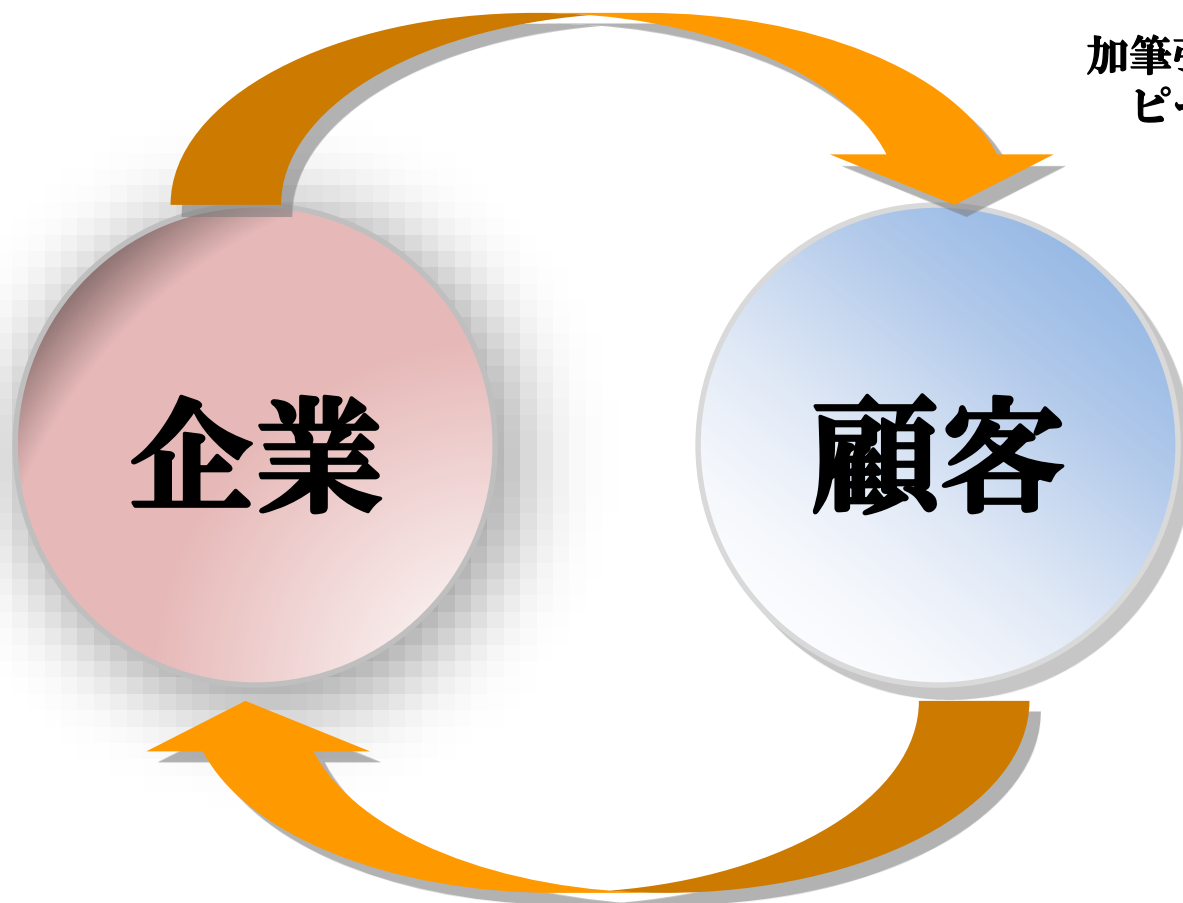
ビジネス(事業)とは？

顧客に「 」を提供して、
顧客から「 」をいただくこと

企業（事業）の目的

企業の目的は、【 顧客価値 】を創ることである。

加筆引用：「マネジメント」
ピーター・F・ドラッカー

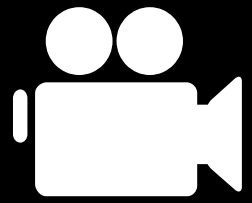


演習01：「旭山動物園」の本来と将来

➡それまでの動物園は、奇獣・珍獣で入園者を呼び込むことが価値観でした

2005年、旭山動物園(元獣医係長)が
「最も大切にしている価値」は何だったのでしょうか？

旭山動物園

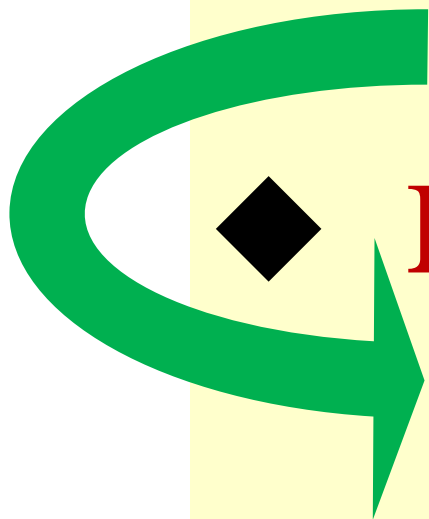


video

(2.5分)

ビジネスの大基本（戦略・コンセプト）

- ◆ **WHO**: いったい誰に向けて？
→ 未来を生きる子供たちに
- ◆ **WHAT**: どのような価値、効能を？
→ 「***」を伝える
- ◆ **HOW**: どのような強み、やり方で？
→ 「***」



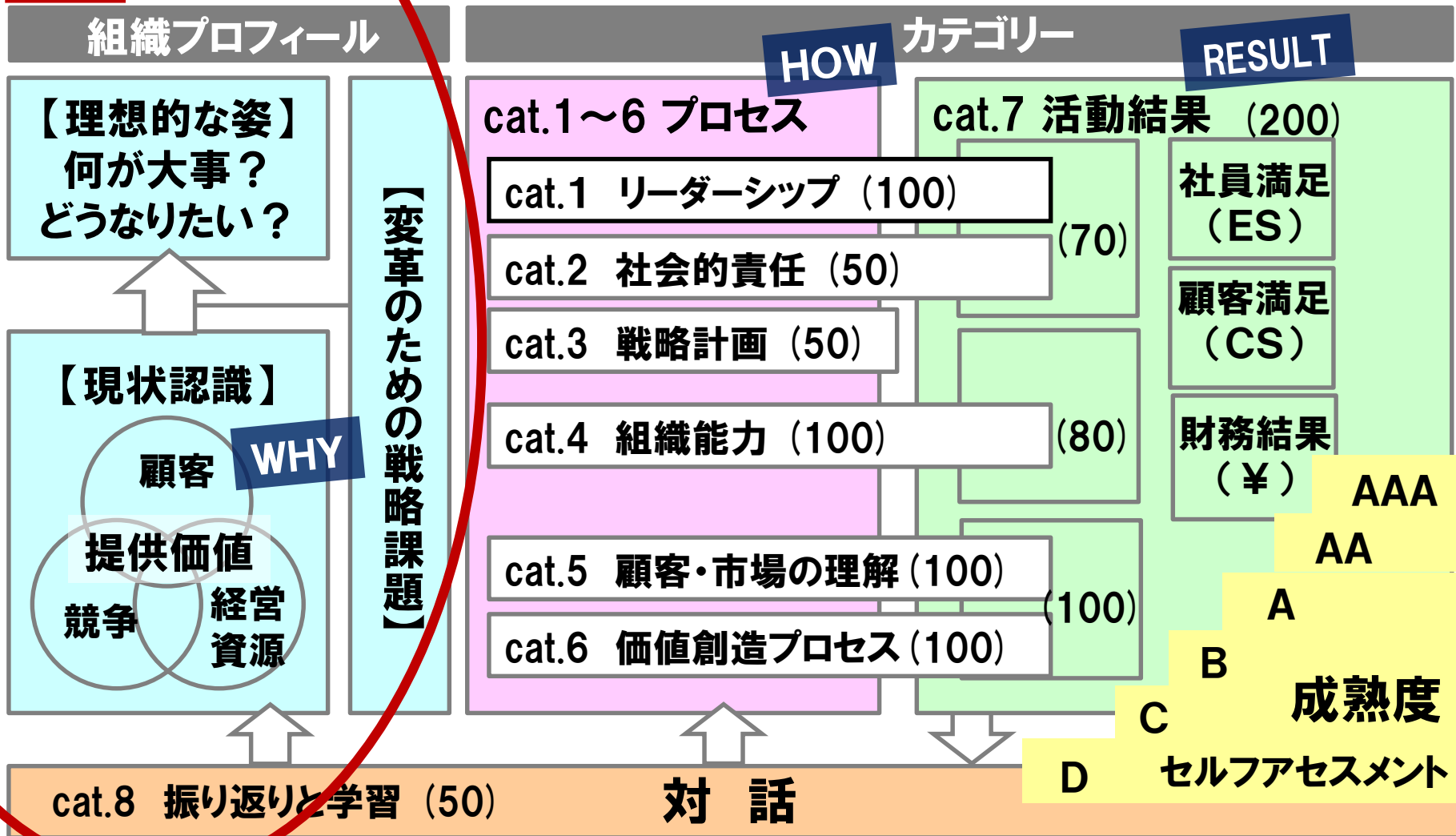
第1回

経営品質のすべて(基準体系)

価値前提

金メダルを目指す！ Excellence 「卓越した経営」

事実前提



基本理念

顧客本位

独自能力

社員重視

社会調和

価値前提

事実前提

組織プロフィール

【理想的な姿】
何が大事？
どうなりたい？

【現状認識】

顧客

WHY

提供価値

競争

経営資源

【変革のための戦略課題】

HOW

RESULT

「成長」の道

従来のやり方、考え方

「衰退」の道

事業創造 の心得

「成長・成功」するために、



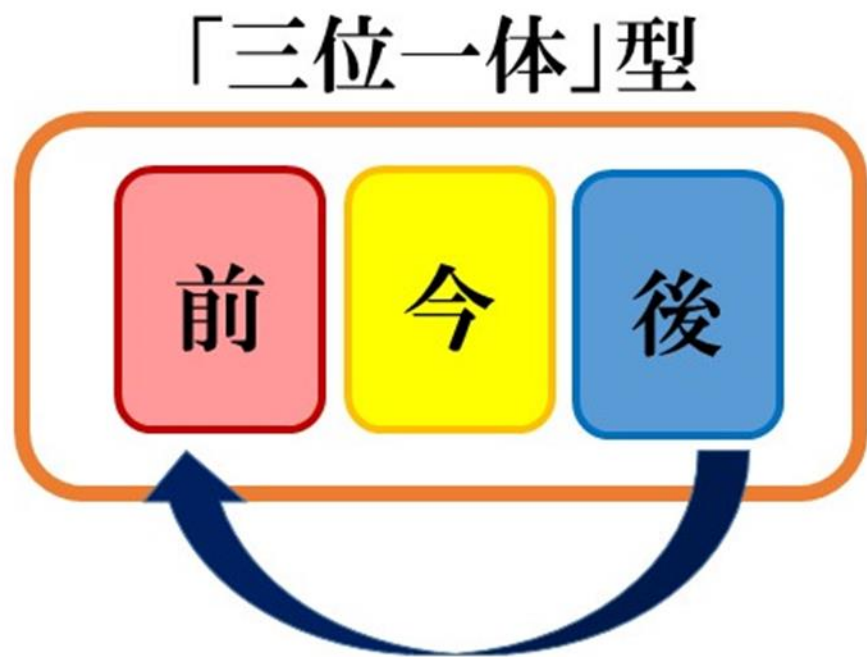
構想

行動

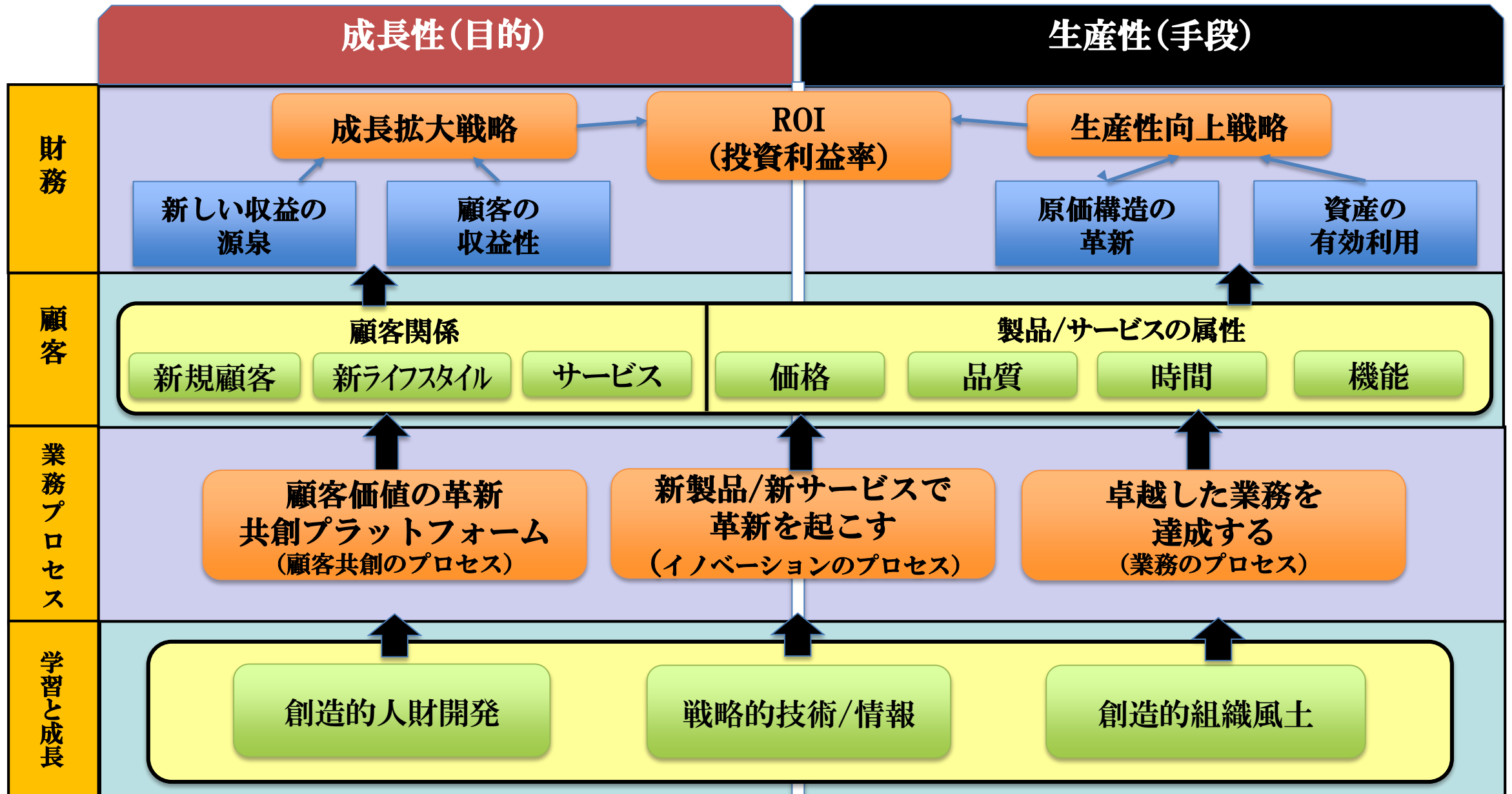
更新

価値
前提

計画 (Value-Innovating) と評価 (Assessing) の結合



『BSC:戦略マップ』: 「戦略ストーリーの見える化」



中小企業の心得： 力相応一番化

- 一番にならないと生き残れない時代
- 世界一を目指すわけではない、**力相応**に一番を目指す
- 一番になれる分野を探す、一番になれるまで絞り込む

- ① **客層**
- ② **商品 (カテゴリー)**
- ③ **商圏**

客層

離婚事件の 圧倒的な実績

弁護士事務所のソレイユでは年間400人を超える方々から離婚に関するご相談をいただいております。離婚問題で悩みを抱えてご相談にみえた方々が、笑顔を取り戻してお帰りになることが私たちの最大の喜びです。



丸の内ソレイユ法律事務所
Maru no Uchi Soleil

**誰もが避ける離婚分野で
第一人者になった女性弁護士**

独自性：離婚分野で圧倒的一番
丸の内ソレイユ法律事務所

(従業員9名)

<http://maru-soleil.jp/>

商品

お客様の立場に立てば、開発の種は無尽蔵



■ 蓄圧式噴霧器
Wピストン方式で従来より
速さ2倍!
切り替えて軽さ1/2!
[詳細ページへ](#)

■ 蓄圧式噴霧器
ミスターオート
(スタンダードタイプ)
HS シリーズ
面倒な薬剤散布がぐ〜んと楽
に……。
家庭園芸から農業用まで幅広く
つかえます。
[詳細ページへ](#)

■ 乾電池式噴霧器
ガーデンマスタ
GT-S シリーズ
洗浄
スイッチ付
ガーデニングの殺虫、
殺菌の必需品!
[詳細ページへ](#)

■ 乾電池式噴霧器
ガーデンマスタ
GT-HS シリーズ
洗浄
スイッチ付
ハイパワーで登場!
高い木もラクラクOK!!!
[詳細ページへ](#)

■ 乾電池式噴霧器
除草専用
ガーデンマスタ
GT-5HSR
洗浄
スイッチ付
庭・駐車場の除草に!
乾電池式除草剤専用機種登
場!
[詳細ページへ](#)



卸業者を挟むことなく販売店と直接取引をすることで、市場のニーズをつかむとともに、金型から自社生産することで多様な製品を小ロット、短納期、欠品なしで納品



■ 肩掛け手動噴霧器
頑丈! サビに強いステンレス
製のタンクとノズル採用
[詳細ページへ](#)

■ 背負式手動噴霧器
ステンレス噴霧器
SSシリーズ
NEW
頑丈! サビに強いステンレス
製で長持ち
[詳細ページへ](#)

■ エンジン式洗浄動噴
エンジン式洗浄動噴
DM-30
1台2役! 洗浄に! 防除に!
[詳細ページへ](#)

■ エンジン式小型動噴
「売れ 走る 背負わない」
エンジン式小型動噴
ガーデン Spreyer
MS-ERH シリーズ
果樹園・畑や広い庭に威力を
発揮するハイパワー噴霧!!
[詳細ページへ](#)

小型汎用農業機械メーカー「噴霧器で圧倒的シェア」 株式会社 工進 (従業員190名)

商圈



お客様の不満

注文住宅の曖昧な価格設定

展示場での売り込みのしつこさ

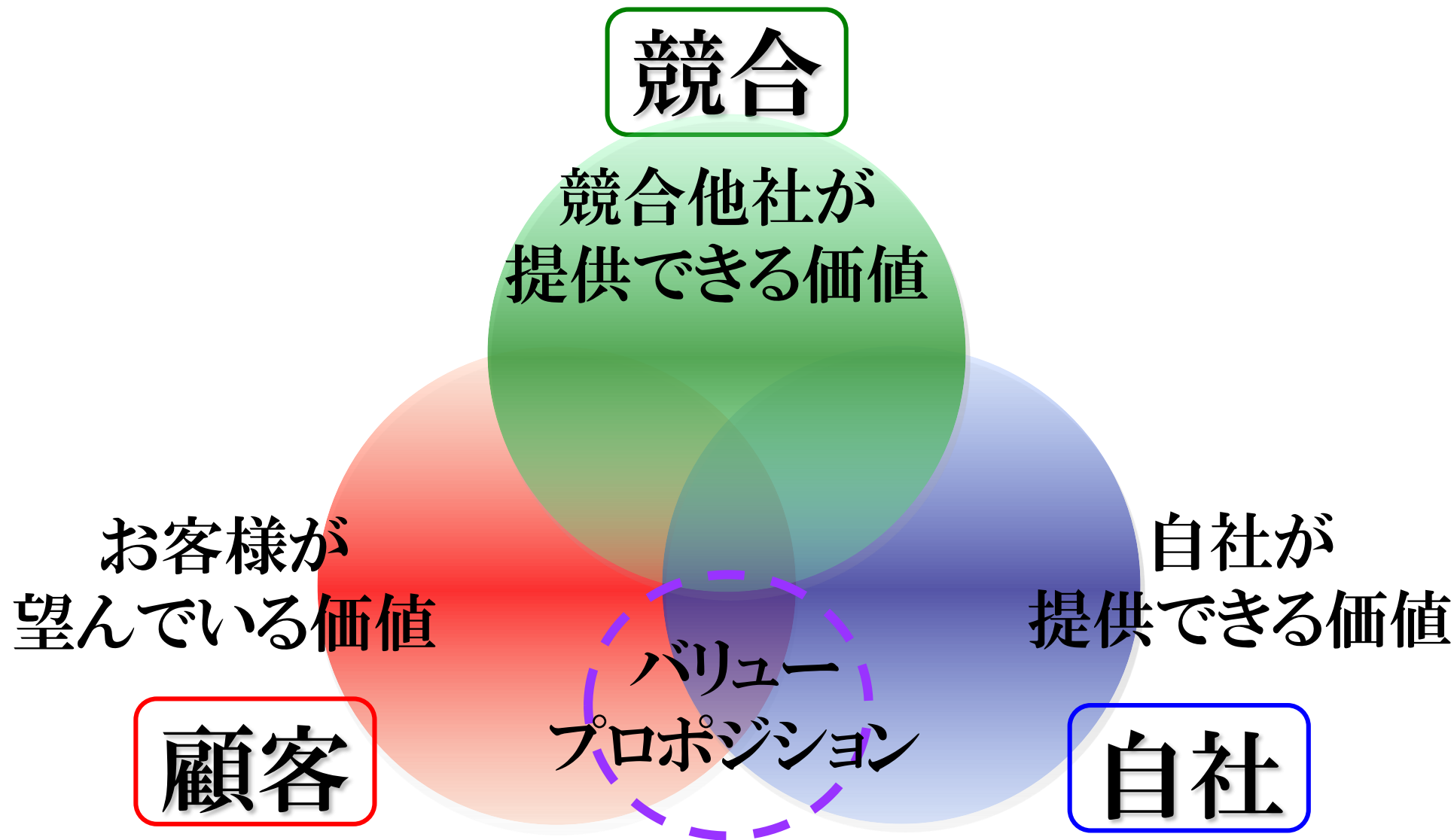
アフターサービスの不足

独自性：「定額制注文住宅」(café・インテリアショップで住宅販売)

株式会社 ジョンソンホームズ

<http://www.johnsonhome.co.jp/company/>

重要： お客様に選ばれる理由は？



本日お伝えする3つのコト

1. 「顧客価値経営」セミナー

⇒ 顧客価値とは何か？

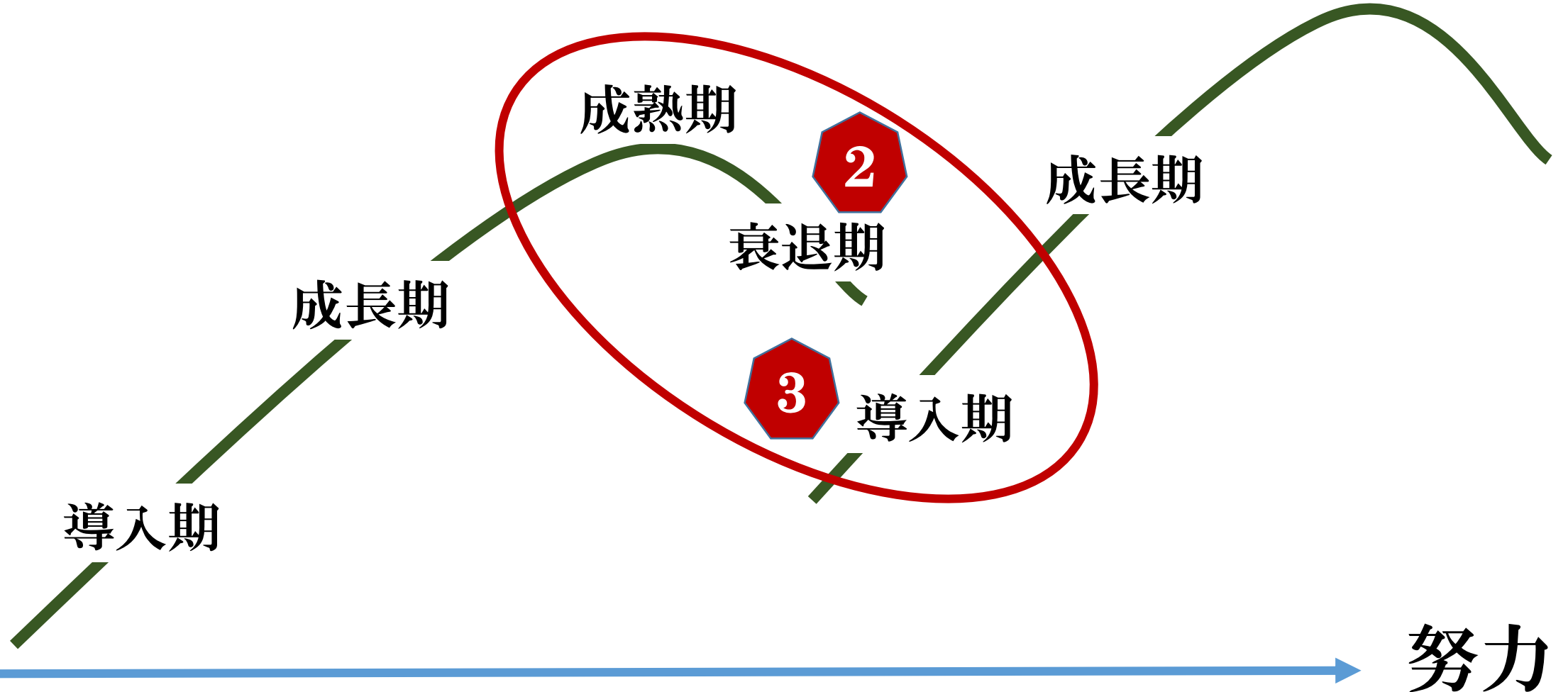
2. テーマ：「独自性を発揮する」

⇒ 顧客価値創造の3つの方法

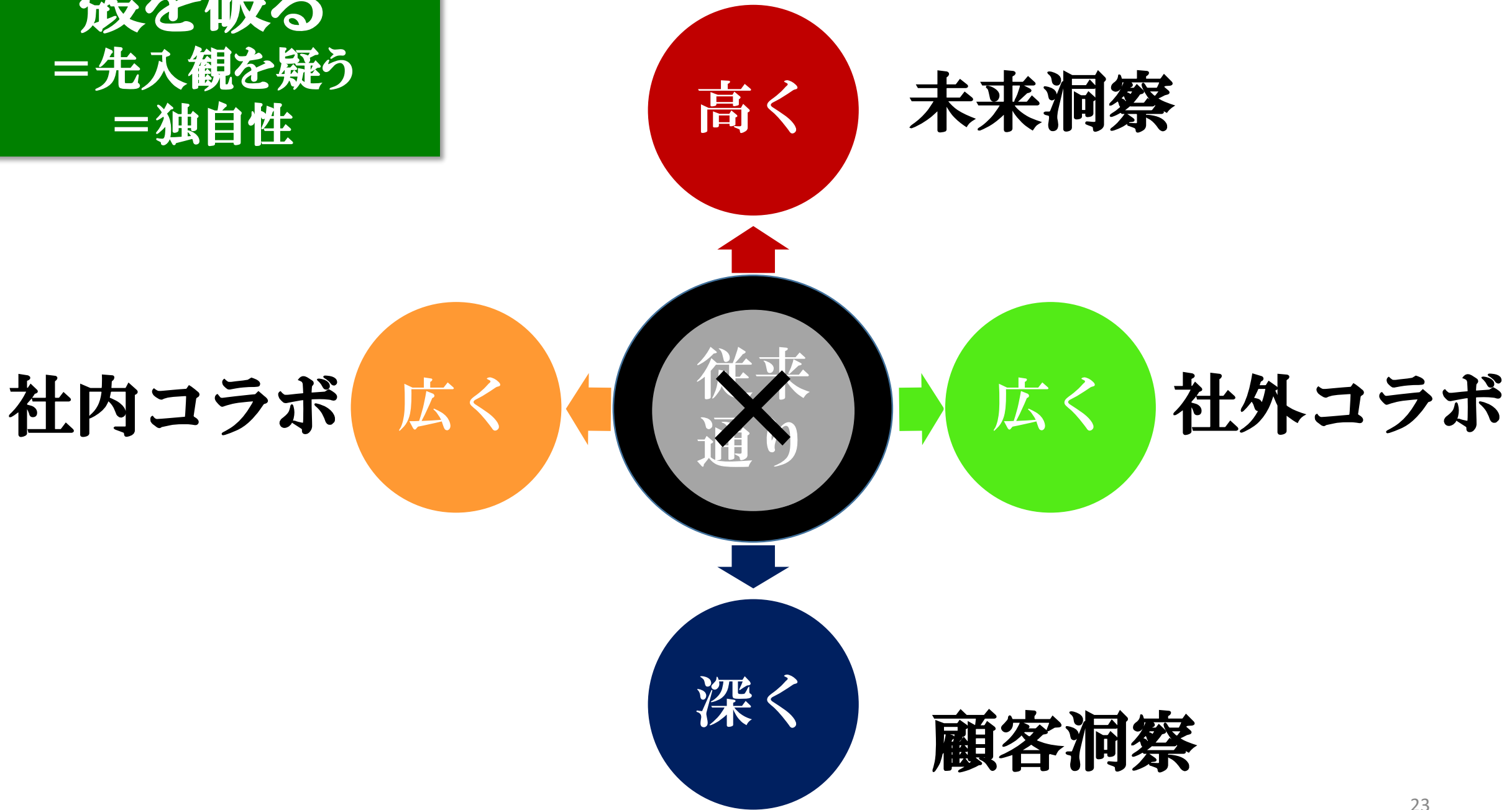
3. 「実例」から学ぶ経営革新

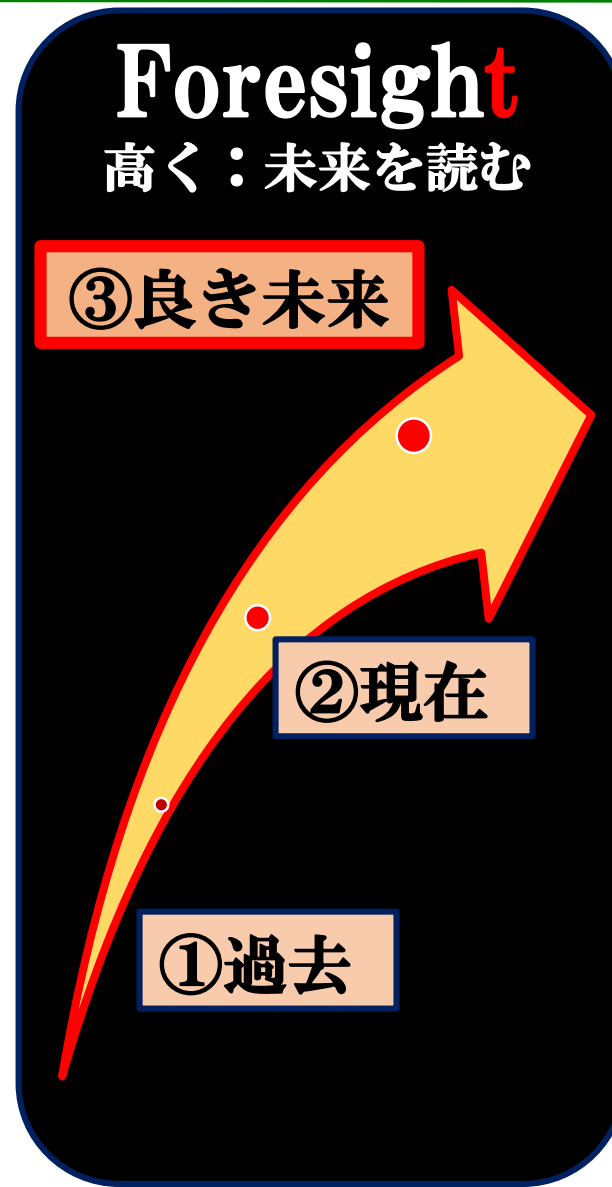
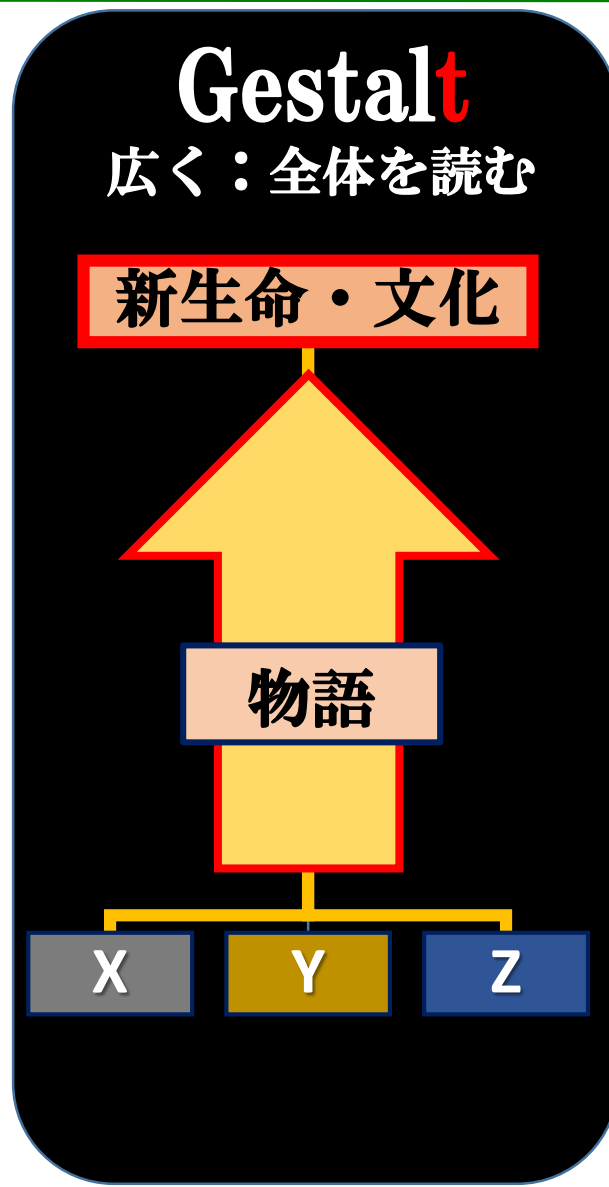
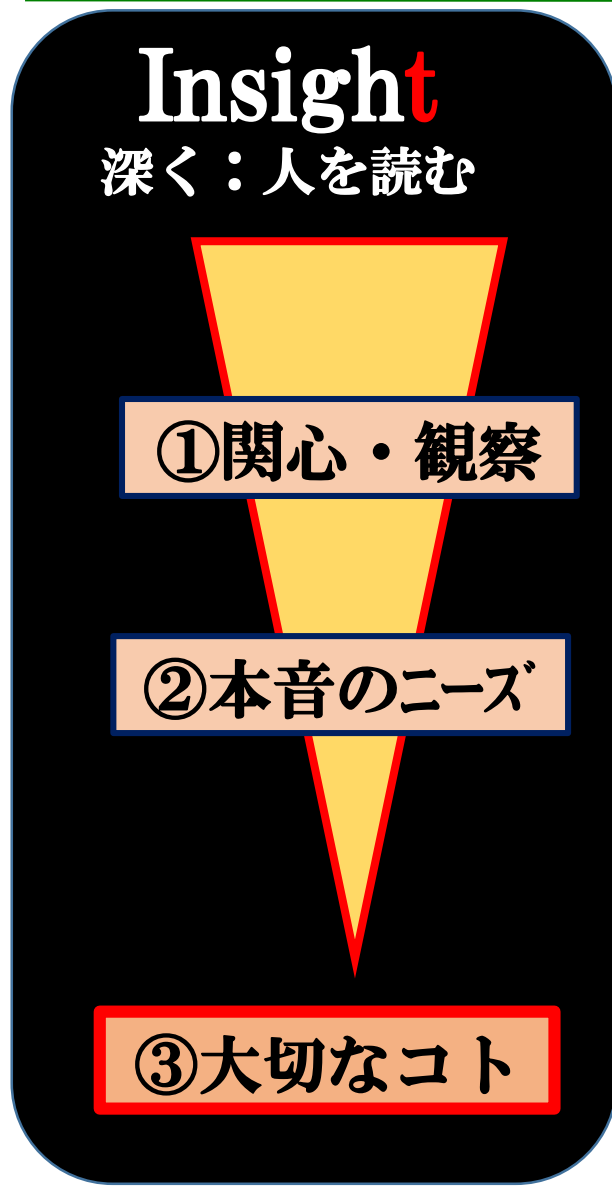
⇒ ご支援している 企業・自治体の事例

成果



殻を破る
=先入観を疑う
=独自性

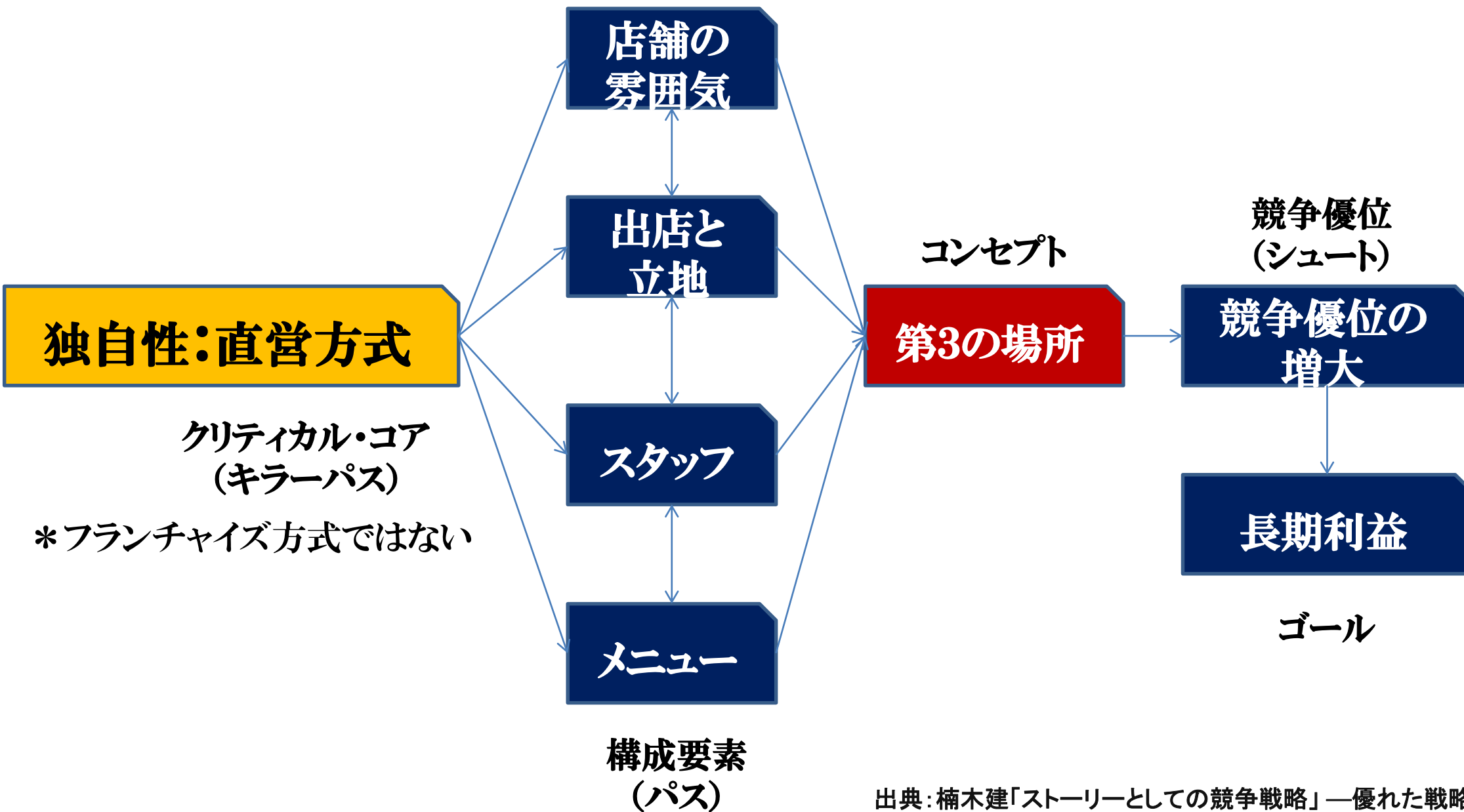






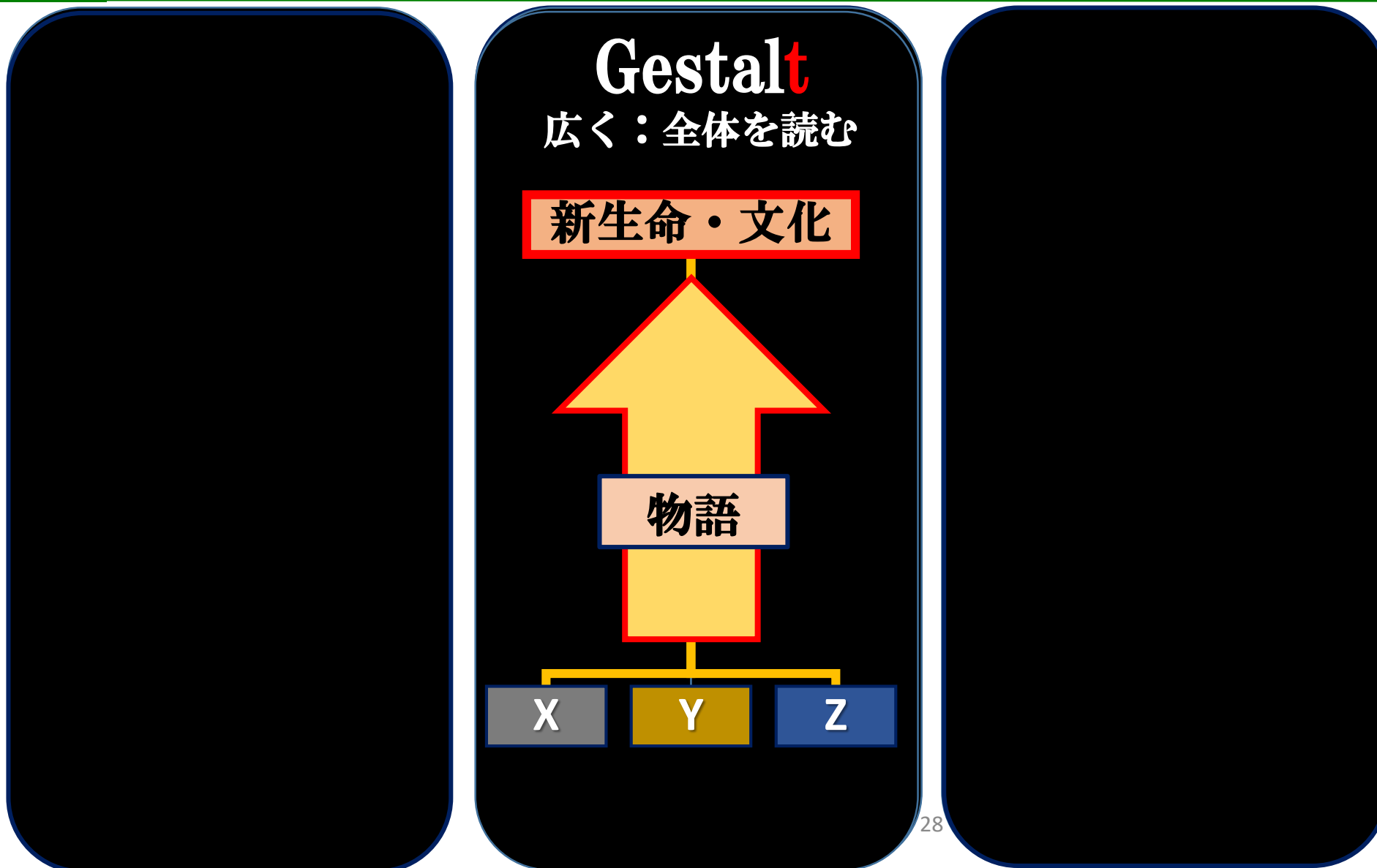
企業名	生産者志向の 事業領域 (モノ発想)	顧客志向の 事業領域 (コト発想)
スターバックス	×コーヒーの販売	◎第3の場所

スターボックスの戦略ストーリー



企業名	生産者志向の 事業領域 (モノ発想)	顧客志向の 事業領域 (コト発想)
貴社 (事業)	×・・・の販売	◎・・・の提供
		お客様の立場で

顧客価値を生み出す 「3本の矢OS」



→ 世界の大発明も「新結合」によって生まれた

世界の3大発明

(ルネッサンス期3大発明)

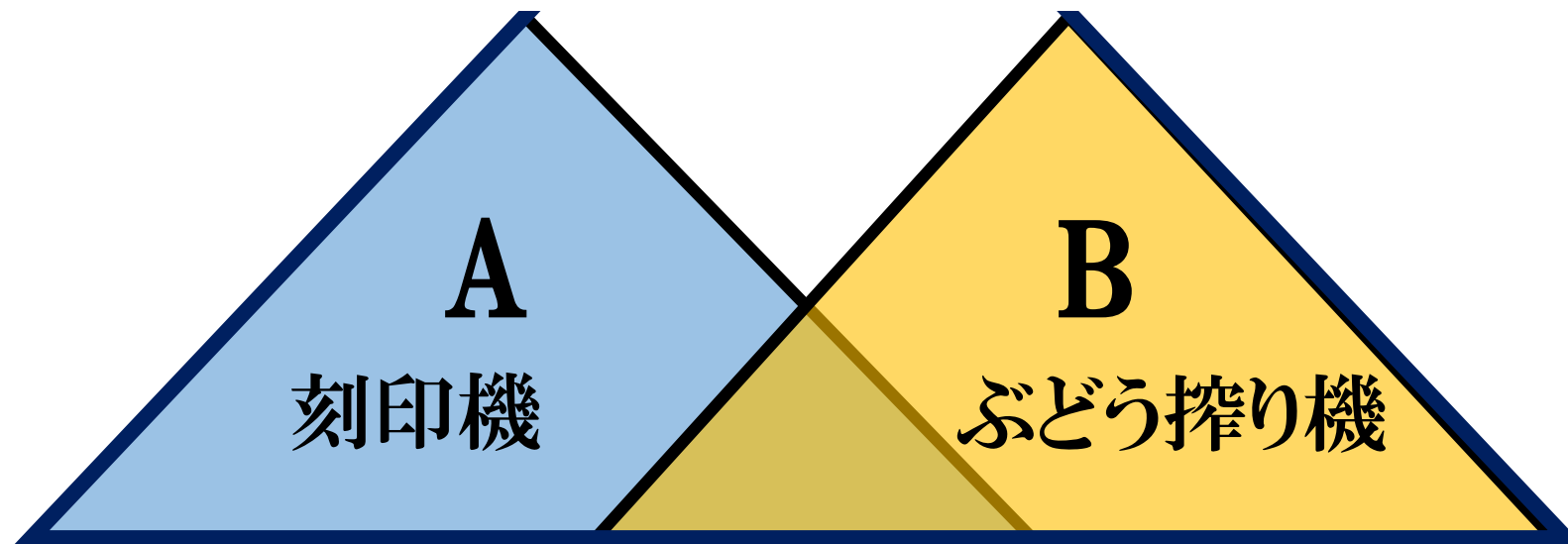
グーテンベルクの活版印刷機は、刻印機とぶどう絞り機が
新結合することによって生み出された発明であった

イノベーション＝新結合

New Combination : シュンペーター提唱



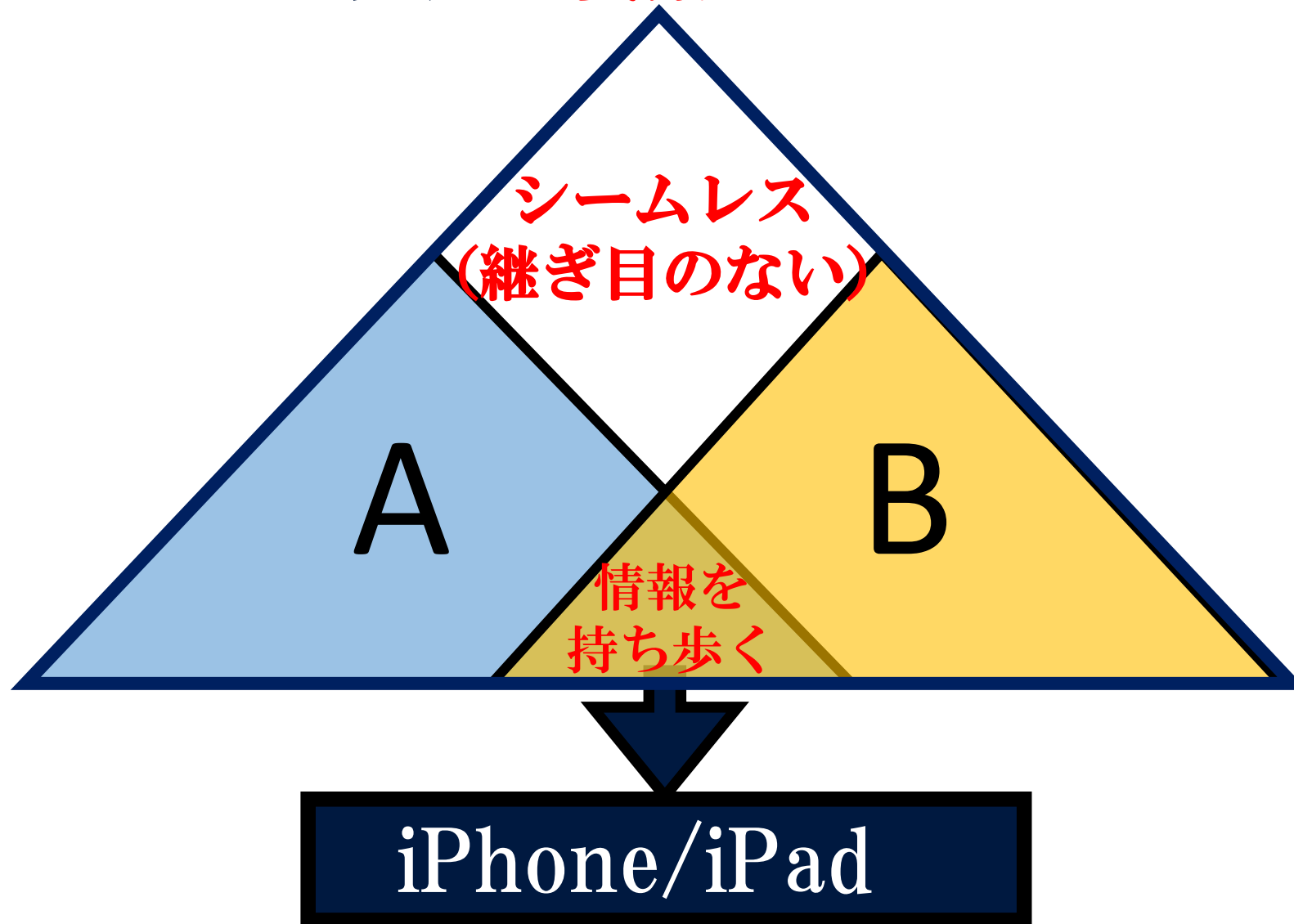
グーテンベルクの
活版印刷機



$A \times B =$ 単体ではできない大三角形を創出する

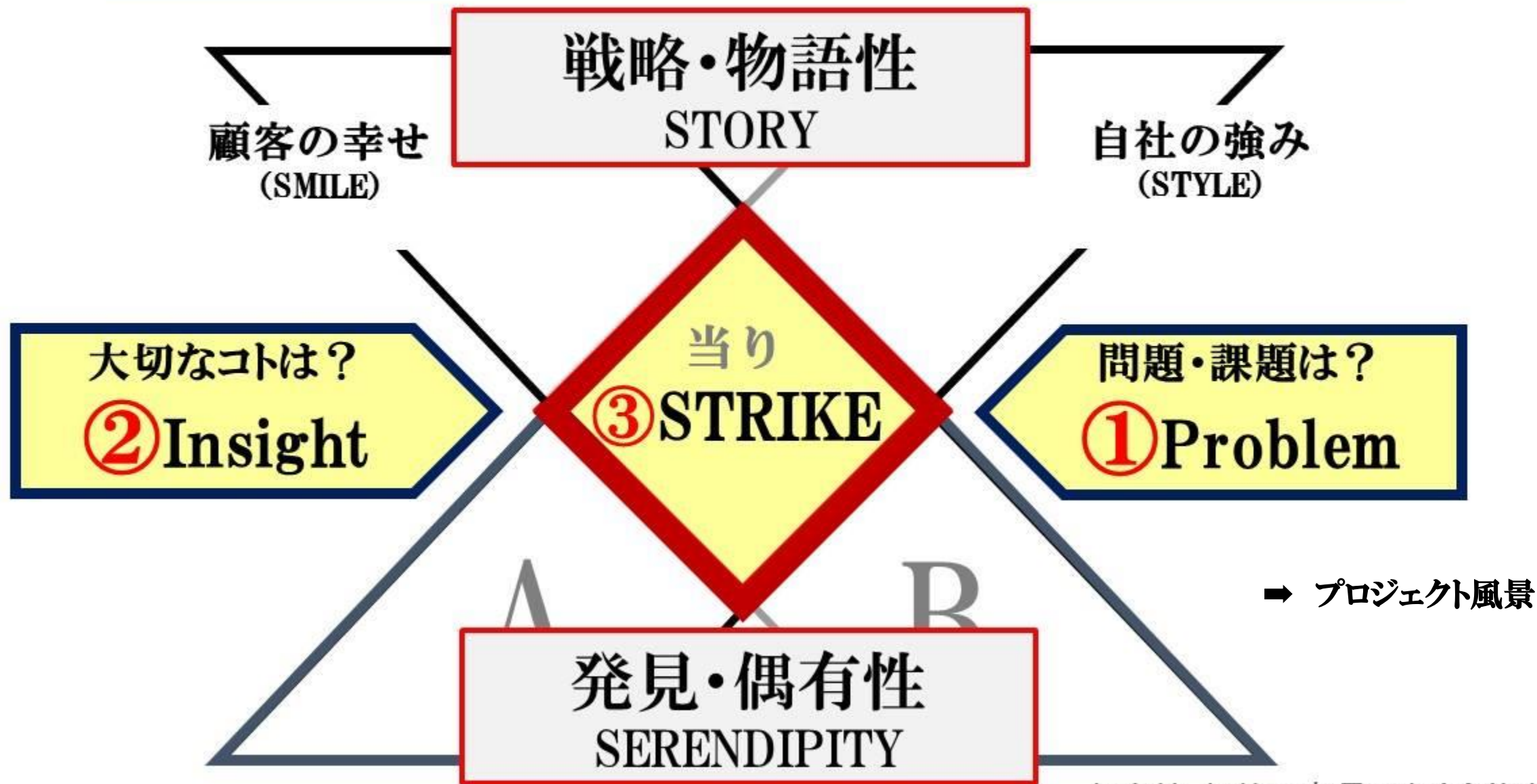
「大三角形」 感動物語

2つ(複数)の要素を1つの視点で結びつける



「価値創造ダイアグラム」

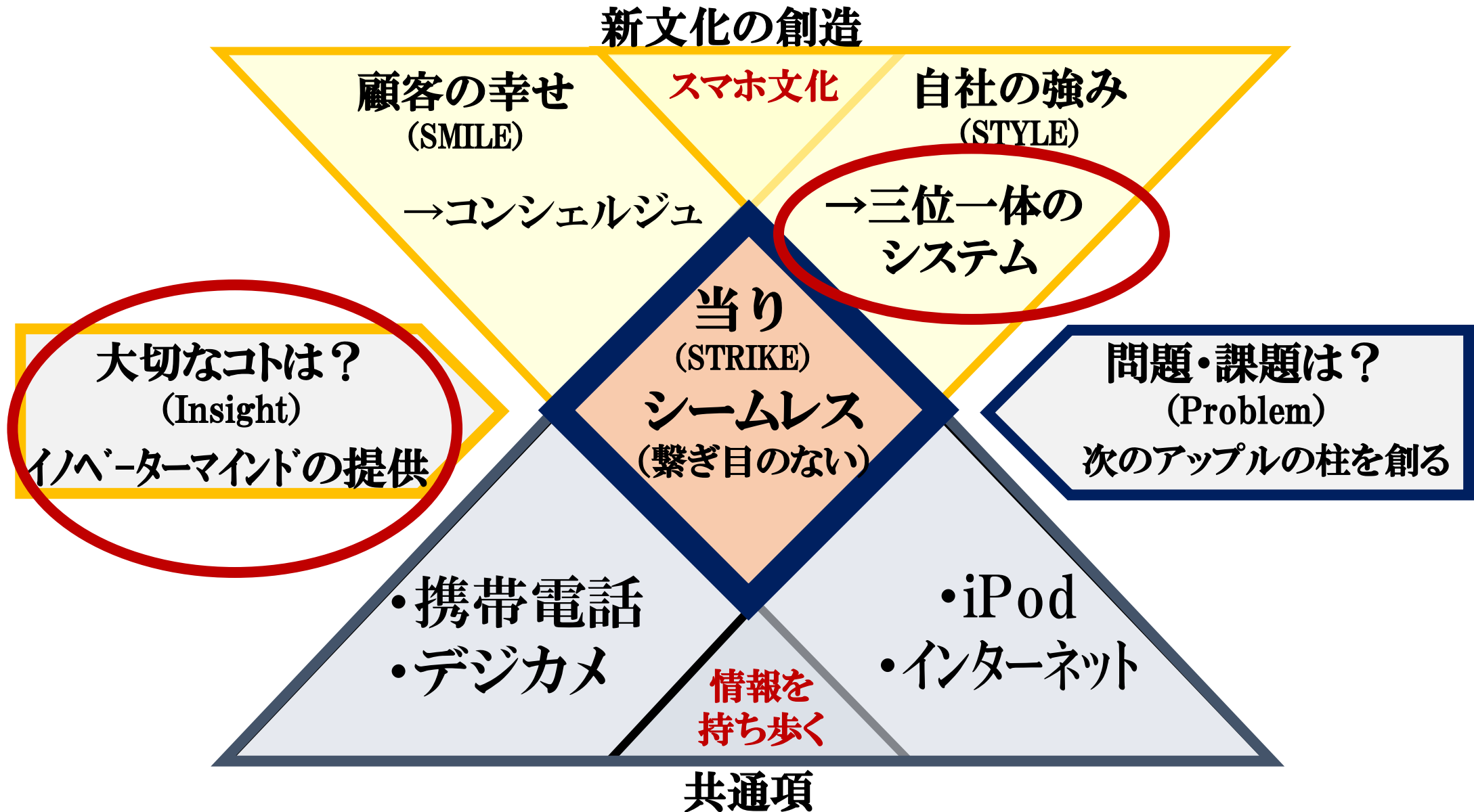
@新価値創造研究所



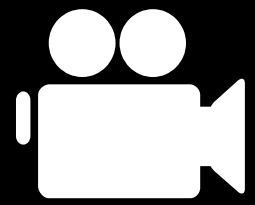
➡ プロジェクト風景

偶有性: 偶然の幸運に出会う能力³⁴

参考：「iPhone/iPad」 価値創造DG



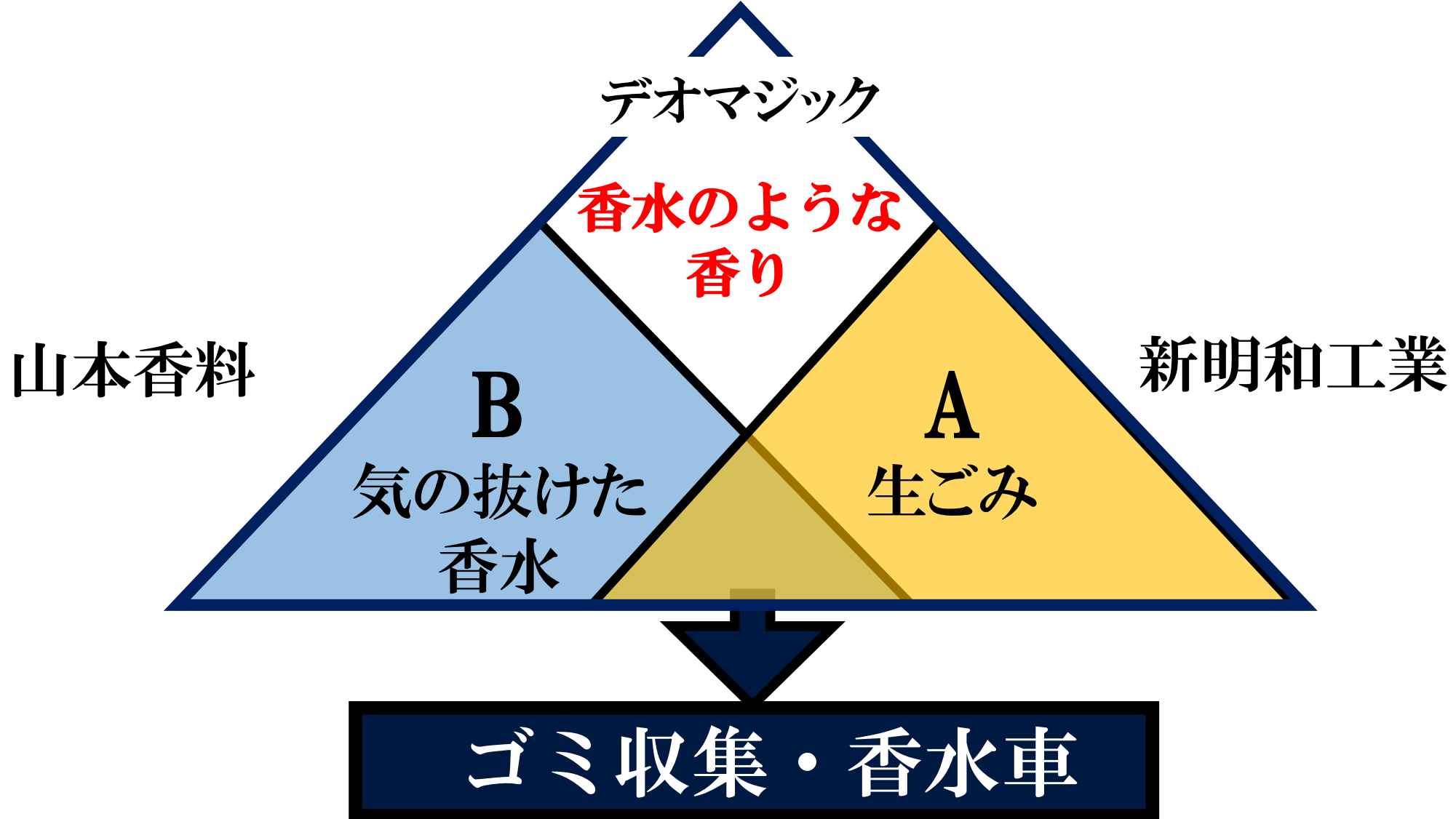
ゴミ収集・香水車



video (2.5分)

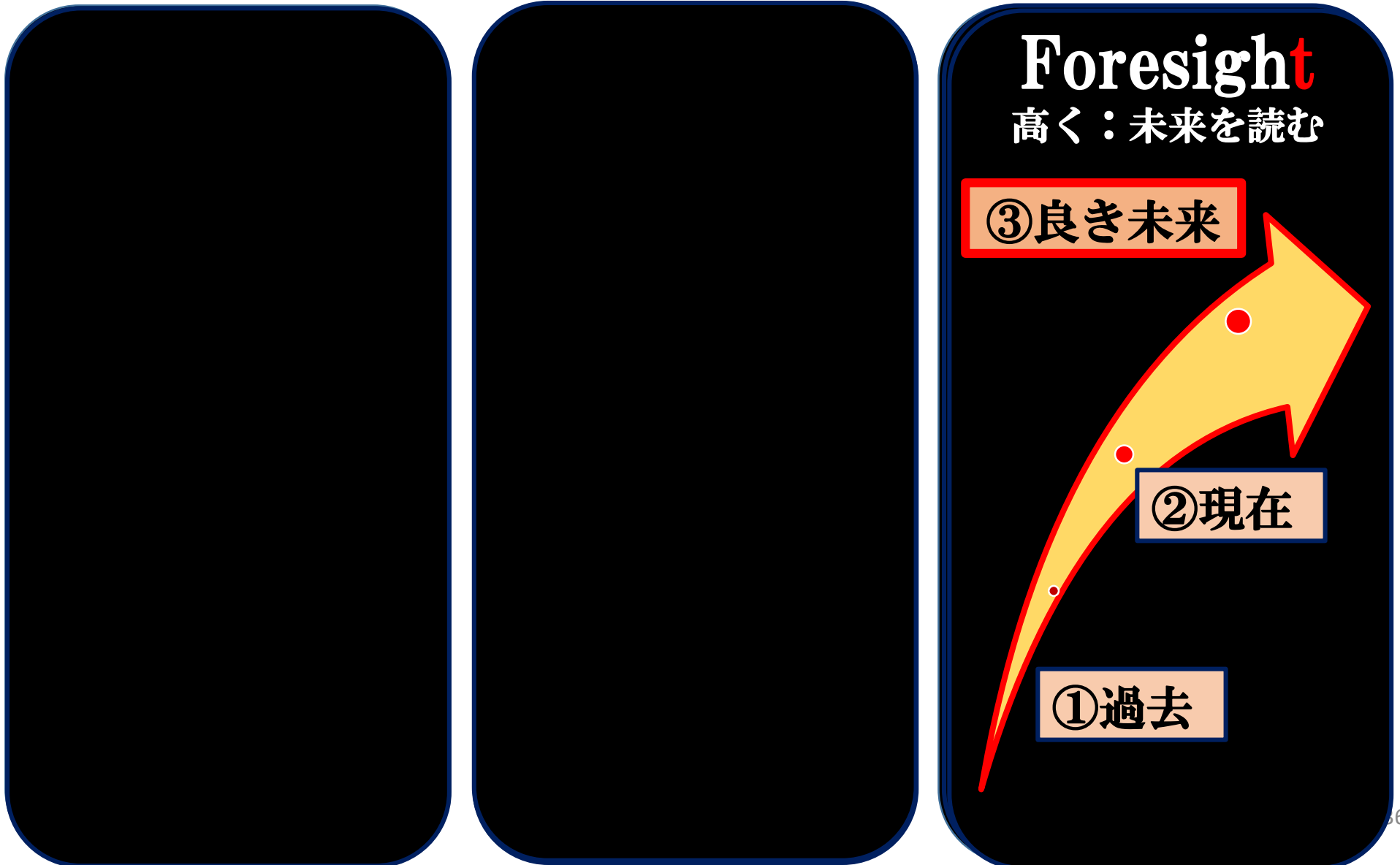
「大三角形」 感動物語

2つ(複数)の要素を1つの視点で結びつける



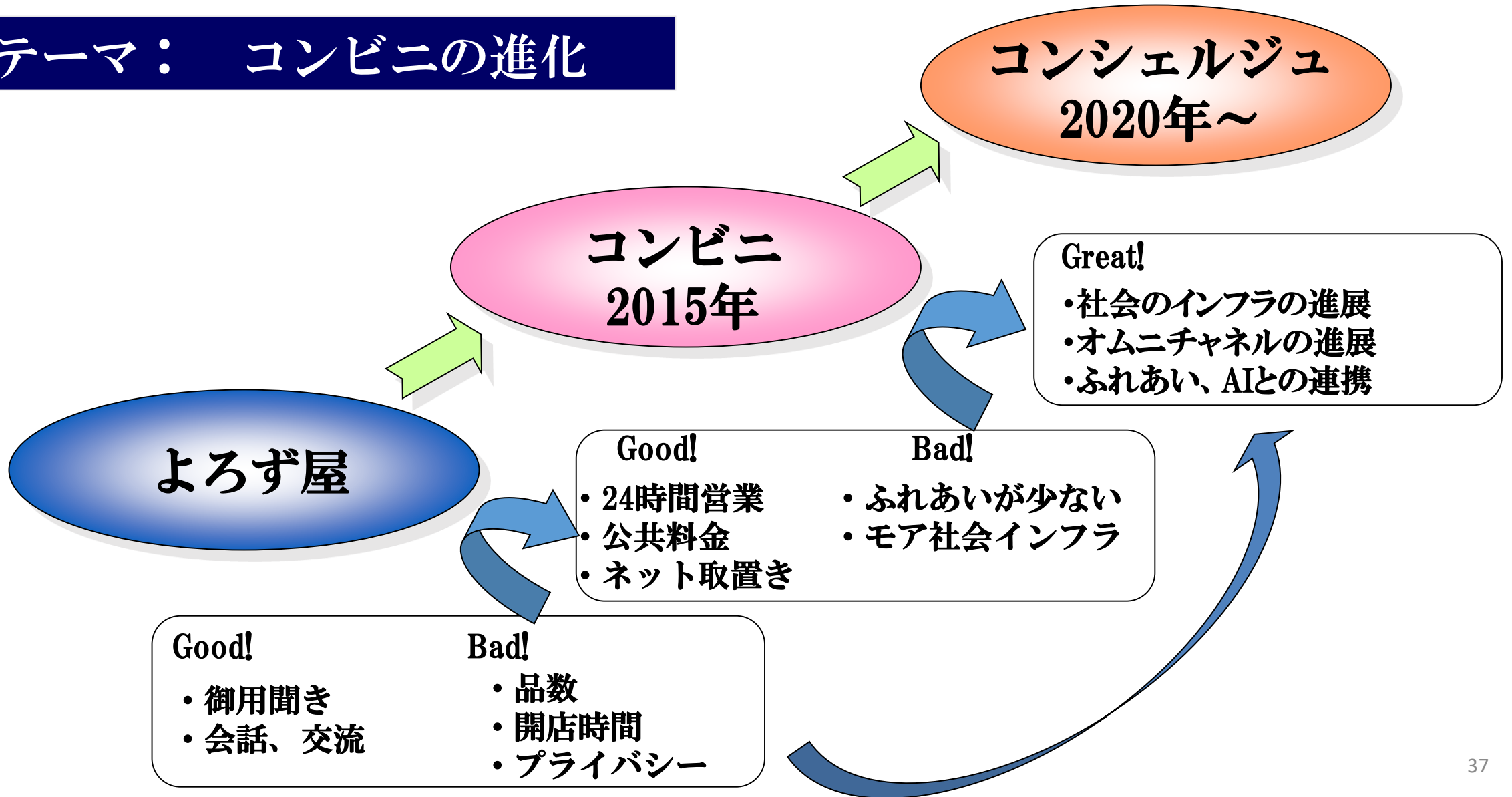
価値創造 第3の矢

顧客価値を生み出す 「3本の矢OS」



弁証法：コンビニの本来と未来

テーマ： コンビニの進化



本日お伝えする3つのコト

1. 「顧客価値経営」を母体として、
➔ 顧客価値とは何か？
2. テーマ：「独自性を発揮する」
➔ 顧客価値創造の3つの方法
3. 「中小企業の実例」から学ぶ経営革新
➔ ご支援している **企業・自治体の事例**

FQ:フォーカルクエスチョン (①焦点となる問題は?)

「バリュー・イノベーション」プロジェクト発足

➡ 貴社(〇〇〇(株))が、2020年に

新規事業(新市場)を生み出すためには、

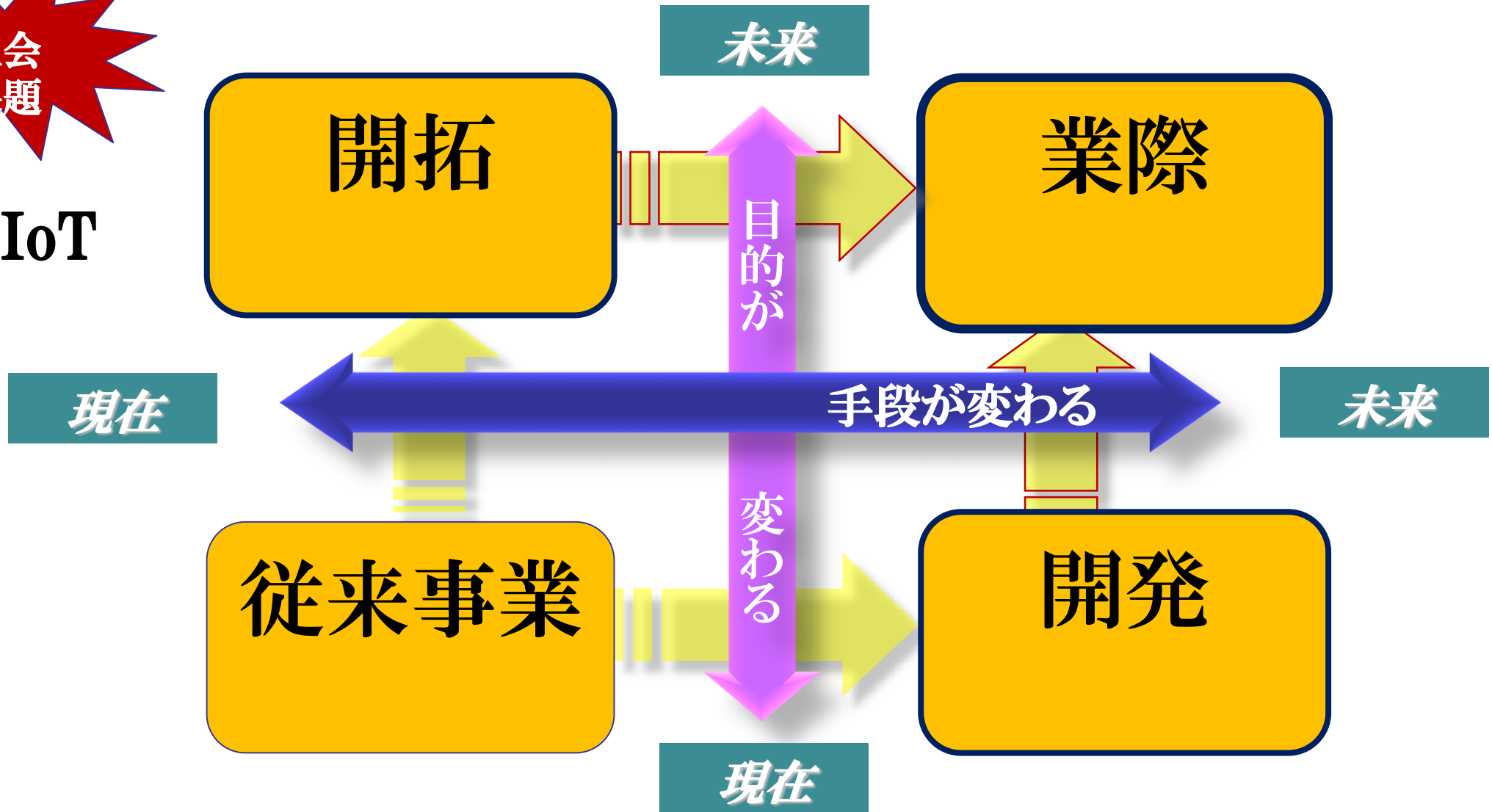
一体何に重点をおくべきか?

その成長・成功シナリオを「シナリオプランニング」を使って、プロジェクトチームで創出する

企業創生の型：「**社」成長マトリクス（＝羅針盤）



AI・IoT



ビジネスの「Before-After」統合

→ AIoT時代の***ビジネスの三位一体化

Imaging **P**roducting **C**onsulting

見える化 → 創る化 → 魅せる化

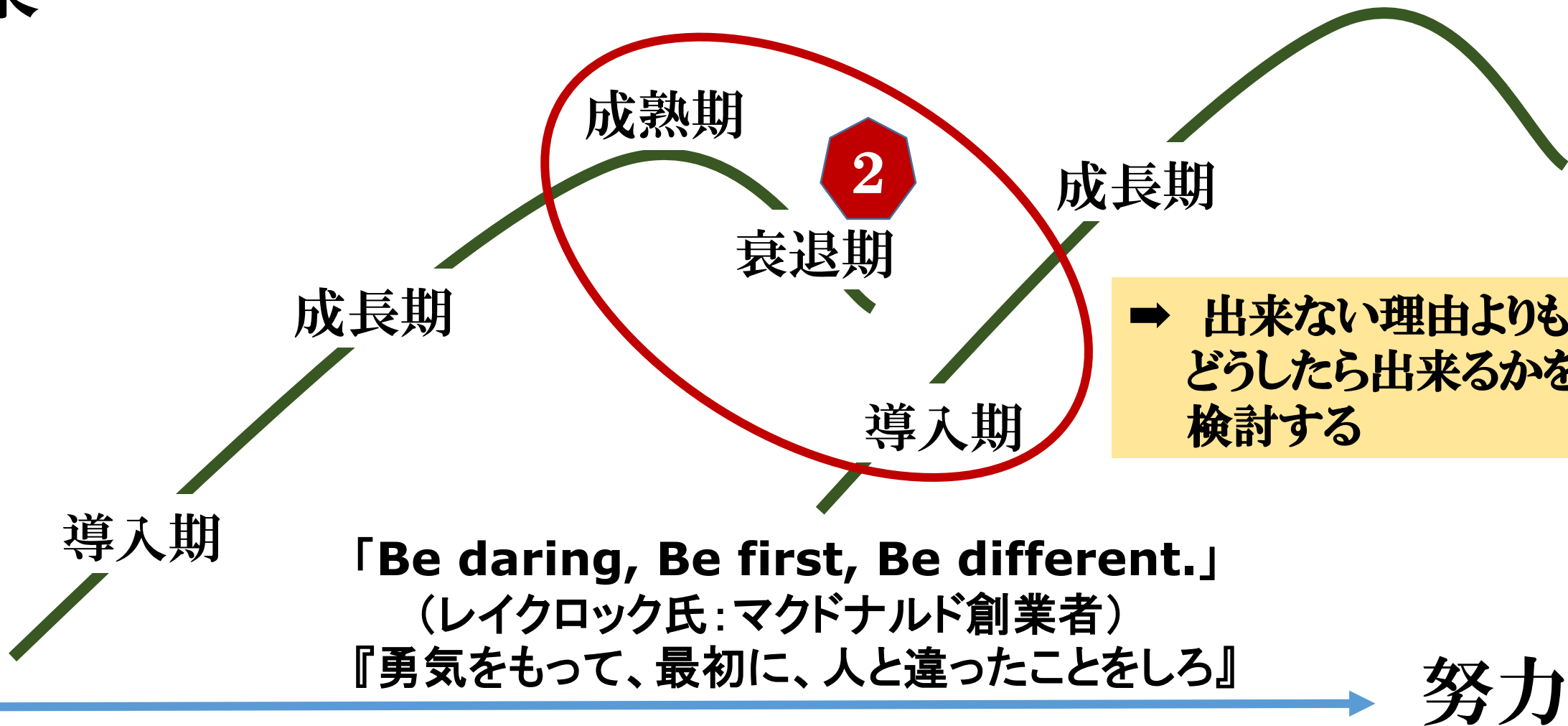
業態のリフレーム(生まれ変わり)

事業創造 の心得

参考：「企業創生・地域創生」

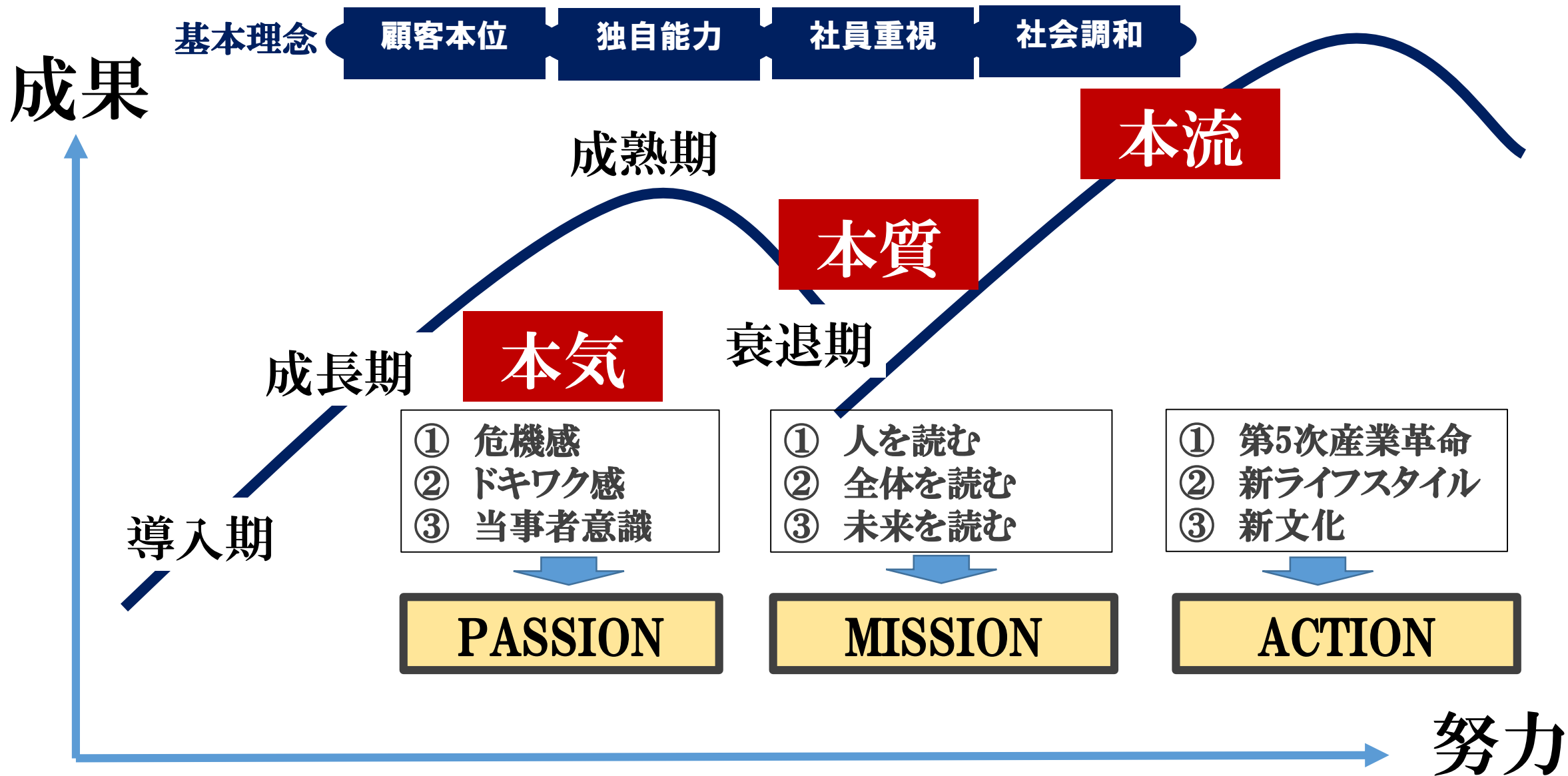
→ イノベーションのS字曲線：現在の延長線上に未来はない！

成果



事業創造 の心得

「人財づくりと事業づくり」の両輪

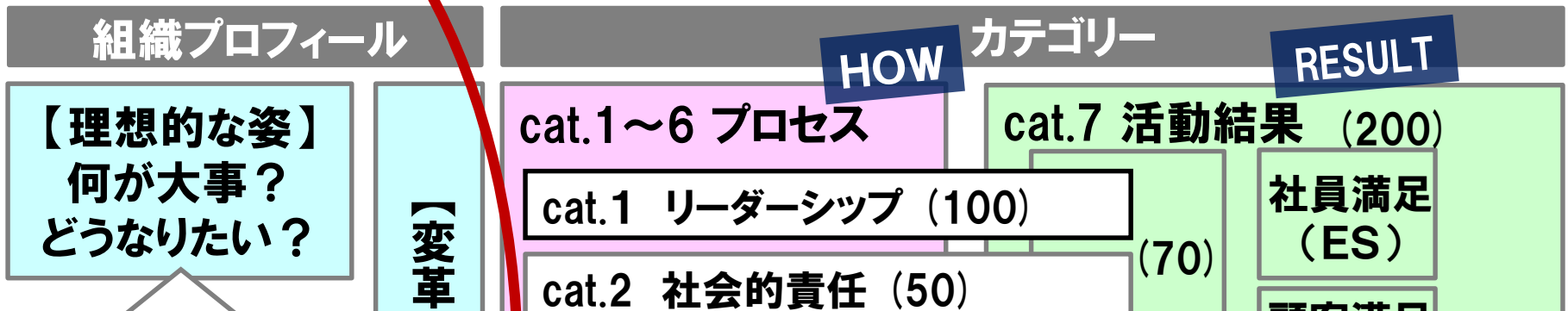


経営品質のすべて(基準体系)

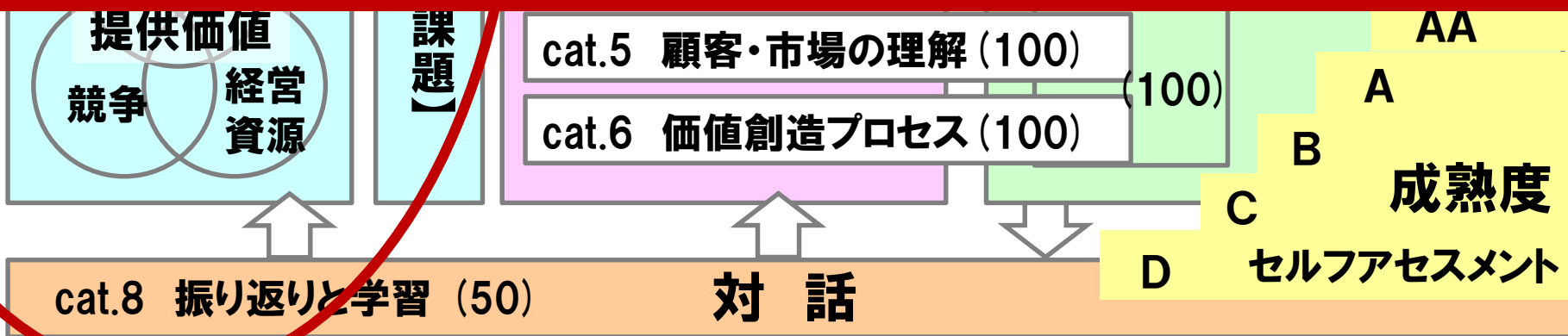
価値前提

事実前提

金メダルを目指す！ Excellence 「卓越した経営」



*** 組織プロフィールづくり (ミッションとビジョン) がポイント。**



基本理念

顧客本位

独自能力

社員重視

社会調和

新価値創造研究所

ホームページ: <https://shinkachi.biz/>

➡ 活動実績 2. セミナー

① **NEW!** マイナビ顧問紹介 インタビュー掲載

<https://komon.mynavi-agent.jp/interview/03.html>

② **NEW!** JQAA寄稿 顧客価値創造にもとづく経営革新