

細ちゃんの独り言 3号(H15.5.5)

5月3日の朝日新聞に「タカラ社長の佐藤慶太さん」の記事が載っていたので紹介します。
「タカラ」を再建するために、社長に就任し、すぐにリストラを断行し、「スピード」「チャレンジ」「権限委譲とコミュニケーション」の三色の改革の旗を掲げる。
ちなみに、創業社長(父)は超ワンマン。長男は能力主義エリート。次男は感性の人。

最初にやったことは、残った社員に対し、会社の危機感をわかって、運命をともにしてもいいと、覚悟を決めてもらった。そして生き生きと仕事ができるように権限委譲をした。

今までは、誰がやっても同じ結果が出る組織だったと。何故か？それは、社内のルール・マニュアルや過去の経験などにより、社内に向けて仕事をしなければならなかった。

45歳の慶太社長が言うに、人間は2種類。

アイデアを出す人か、アイデアをつぶす人。

ジェネレーターは感覚派だから、これは面白そうだと提案する。

が、キラーは、「根拠は？具体的は数字は？」などなど論理的でないと納得しない。

特徴としては、学生時代の成績が良く、真面目で、減点主義者が多いと。

「お客様に喜ばれる物を作る」・・・それが出来れば、売れる。

ポイントだけ、抜き出しました。興味あればご連絡下さい。コピーし送りますよ。

さて、「タカラ」・・・私の興味ある会社です。

何故か？・・・**コンセプトが明確で、わかりやすい。**

現代版ベーゴマ「ベイブレード」

マイク一体型カラオケ「e-kara」

ビールサーバー「レッツ・ビア・サーバー」

チョコQ、町に行く「Qカー」

などなど・・・

ヒット商品は、戦略が明確でないと売れない！

「こうなればいいな」と思っている「こと」がヒットするんだね。

戦略とは、誰に、どんなメリットを提案するのか？

例えば、「バウリング」・・・犬の翻訳機・・・ちなみにアメリカでも発売とか。

誰に：犬の飼い主に

どんなメリット：犬が何と言っているのか？わかればいいな！

どのように提案：バウリングで翻訳することでよりコミュニケーションが取れる。

と考えると、いろいろ工夫も出来る。

次は「ニャンリング」なんてね。

「本音翻訳機」なんてあれば・・・世の中、面白くなくなるね！あはは！

では、又。この記事にご興味あれば、ご連絡下さいな。太目の細ちゃんより。