

経営のヒント57 キッズ携帯

子供に携帯電話は必要か？

最近、キッズ携帯が大ヒットだという

NTT ドコモが子供用として、開発。AU も参戦。

GPS 機能がついて、子供がどこにいるのか？瞬時にわかるようになっている。

月額 400円でセコムとコラボレーションにて、すぐに駆けつける付加機能も。

そして6月には、バンダイが「たまごっち」の機能を付けて発売予定。

現在では、小学校低学年（1～3年）では1～2割

高学年（4～6年）では2～3割がもっているようです。

さて、皆さん。

あなたは子供（小学生）に携帯電話が必要だと思いますか？

我が家では、高校生から持たせました。

未だに、親（私）が電話代を全部払ってます。4台分も、とほほ。

ここで経営のヒントです。

まずは「場」の設定をします。

……ちなみにこれが戦略思考

「場」とは、人。時間。空間です。

人。誰がもつのか？ ……子供（小学生）

時間。……外出中や遅くなった時など

空間。どこで？ ……今、どこにいるかわかるように

そして目的を考える

「親が安心できる」

「子どもが楽しめる」など

すると自然に具体的にいろいろな考えが浮かんでくるものです。

こんな考え方が「ブレークスルー思考」です。

目的と場の設定を新しくすることによって「新しい価値の創造」ができる。

ほかにも老人（シニア）に変えると当然、具体的に変わってきますね。

その結果がシニア携帯ですね。

そんな視点で、家電量販店にて携帯売り場を見てください。

経営のヒント

「場の設定」をする。

誰が使うのか？ 何時、どんな時、どんな場所で。

そして「目的」を考える。

目的展開（ブレークスルー思考）すればいいですね。

新しい価値の創造とは、目的と場が変わること、新しい価値が生まれるのですね。