



かわさき

中小企業技術支援ニュース

No.20

2009年12月号

今年度のテーマは MOT (Management Of Technology) と省エネルギー

発行責任 かわさき技術士クラブ

コラム

財団法人川崎市産業振興財団 産業支援部 新産業振興課長 櫻井 亨

昨年の外国人入国者数は915万人で、前年比6千人減少、一方、日本人の出国者数は1,599万人で、前年比131万人減。昨年9月のリーマンショックの影響が人の行き来に影響を落としている。だが、その内訳を見ると、もっとも日本に多く訪れているのが、韓国の2,625千人、中国、台湾あわせて2,066千人、米国は、798千人。日本人の渡航先のトップは、中国・台湾で3,278千人、次いで韓国2,378千人で、米国へは2,764千人と、出入国ともにアジア地域が大きなウェートを占めている。鳩山首相がアジア重視を打ち出したのもうなずける数字である。

アジアが世界の経済活動の主演となり、一つの大きなマーケットを形作ろうとしている中で、日本の中小企業も手をこまねてはいられない。優れたものづくり技術が流出することなく、技術移転を進め、日本の高品質+開発力、そして環境技術で、アジアにおいて新たな活路を見出すために、経験豊富なOB人材、そして、専門家「技術士」の英知が活かされるときが、まさに今なのではないでしょうか。

MOT 第4回 「マーケティング」

技術士（経営工学部門） 前田知久

このMOTシリーズも総論、新規事業、技術開発と進んできました。今回はマーケティングについて考えます。あらためて言うまでもなく商品開発は技術とマーケティングを軸にして進みます。技術がいくら高度で素晴らしくても、お客さまが買ってくれなければ商品としての価値はありません。マーケティングは企画している商品に対してお客さまがどのような要望を持っているか、調べ、あるいは推察して、できるだけそれに沿った商品を提供するための情報を得ようとする活動です。

お客さまの要望が知りたいのですから、ダイレクトにお客さまに当たることが考えられます。マーケティングのなかでは最も基本的な手法で「お客様の声 (VOC : Voice of Customer)」と呼ばれます。商品に「返信用はがき、ファックス用紙などを入れる」、または「電子メールアドレス、ウェブページ URL、電話番号などを説明書に書いておく」、などにより、購入いただいたお客様から商品の評価や要望など、直接 VOC 得る方法、これは広く使われます。販売店の店員は直接お客様に接しますから、その生の声を多く聞いています。店員インタビューなどで VOC を集める方法も有効です。コールセンターを運営していれば、そこからも多くの VOC を集めることができます。最近欠かせないのがネット上での商品情報交換です。多くのウェブサイトで商品を実際に購入した人の評価やメーカーへの要望、これから買おうと思っている人の商品情報集めの声が飛び交っています。他にもアンケートなど、VOC 集めには種々の方法があります。

商品開発が試作段階まで進むと「グループインタビュー」の手法も使われます。ターゲット顧客を年代、性別、趣味などが共通のいくつかのグループに分け、例えばデザイン、操作性などについて試作品

川崎市中小企業サポートセンターとは？

中小企業サポートセンターは、中小企業を応援する総合的な支援機関です。

主な支援事業は以下のとおりです。どうぞご利用ください。

- ★総合相談窓口★専門家相談窓口★人材育成セミナー★専門家派遣事業
- ★「かわさき起業家オーディション ビジネス・アイデアシーズ市場」

【問い合わせ先】〒212-0013 川崎市幸区堀川町 66-20 川崎市産業振興会館6階

TEL:044-548-4141 FAX:044-548-4146 URL:<http://www.kawasaki-net.ne.jp>

の評価をしてもらいます。これで主ターゲットとする顧客の反応を確認したり、他のグループの反応から意外な改善ポイントが得られたりします。

マーケティングは、このように次期商品の開発へ活かす他に、事業戦略段階で有効な「ポートフォリオ分析」、「アンゾフの成長ベクトル」などの諸手法があり、また宣伝販売の手法として、「ブランドマーケティング」、近年重要性を増している「ネットマーケティング」など、多岐に亘ります。

省エネルギー 第4回 「省エネルギー対策の進め方」 技術士（化学部門） 小野健雄

省エネルギーとはエネルギーの“無駄取り”のことで、本質的には製品や企業の競争力アップに繋がる行動と言えます。今回は初めて省エネルギー対策を行う場合の進め方について、簡単に手順を説明させていただきます。

手順①トップのリーダーシップ；最初に省エネルギーに対する経営トップの強い意思の表明と明確な方針決定により、管理職を含む全従業員に参加意識を醸成することが重要です。 **手順②省エネルギー推進組織の編成**；エネルギー管理部署をそのまま利用する、新たにプロジェクト組織を編成する、あるいは職場単位でチームを編成するなど、各企業の日常業務遂行に無理が無く長続きする組織体制を整備します。 **手順③エネルギー使用実態の調査**；現状のエネルギー使用状況（電気、燃料および蒸気、温水、冷・熱風、照明、輸送・・・など二次的なもの）を正確に把握するためには、省エネ診断や計測機器の設置などが必要になります。 **手順④省エネ目標値の設定**；調査結果を基に、省エネルギーの目標値、定量的な評価基準、スケジュールなどを決定し、全従業員に周知徹底します。最初はあまり欲張らない目標設定が肝要です。 **手順⑤改善案の募集**；全従業員から網羅的に省エネルギー改善案を募集します。提案に対しては実現の可能性、経済性、効果の大小などについて、批判は絶対に行わないことが重要です。また、改善案の創出にはブレインストーミングや KJ 法などを活用することも有効です。 **手順⑥改善案の評価と選定**；全改善案について、実現の可能性、費用に対する効果の大きさ、製品品質に対する影響など種々の項目を定量的に評価し、省エネルギー目標値を達成するための案を選定し、実施順位を決定します。 **手順⑦改善案の実施**；個々の改善案について目標を明確にし、具体的な計画を立て実施に移ります。この時、日常業務と両立した実施体制や責任体制、問題が生じた時の中止を含めた是正措置、トップとの情報共有などが重要になります。 **手順⑧実施結果の評価**；省エネルギー目標値に対する達成度を評価します。達成率が低い場合にはその原因を分析し、要因を明確にして次の段階に反映します。目標値が達成された場合には、結果を管理マニュアルなどで日常業務に反映させます。また、次に新たな目標値と改善案を設定し、省エネルギーの新たな改善サイクルに入っていきます。

お役立ち最新情報

NPO法人 エコかわさきフロンティア

かわさき技術士クラブの中から、省エネに関心を持つ有志が集まって立ち上げたNPO法人。工場、ビル、病院、公共施設等を対象に省エネ・CO₂削減支援活動を行い、地域の環境保全活動に貢献していくことを目的としています。これまでに川崎市内のビルや工場、東京都区の公共施設の省エネ支援活動や調査を行いました。窓口は横井（044-900-4881、tsuyako@em.ejnet.ne.jp）です。

【支援事業】

技術士による 技術窓口相談(無料)	毎週金曜日 13:30~16:30	12月4、11、18、25日、平成22年1月8、15、22、29日 (要予約)
ワンディ・コンサルティング (無料)	随時	・派遣は、川崎市内の中小企業等で1日(2時間)程度 ・派遣回数、同一年度で1企業3回
専門家派遣(有料)	随時	・半日(3時間程度)の場合は、20回まで、12,000円/半日 ・全日(6時間程度)の場合は、10回まで、24,000円/日

(申込先；川崎市中小企業サポートセンター)