

# ASK ニュース

Vol.0146

2015年2月23日(月)

担当：BS事業部 中西

〒460-0002 名古屋市中区丸の内 3-22-21

損保ジャパン日本興亜名古屋ビル1F

ASKコンサルティング株式会社 TEL 052-971-1122 FAX 052-971-4488

## ゼロからの発想術

### はじめに

バカになれ！ カリスマ・エンジニア「ゼロからの発想術」（文藝春秋社）という、元日産GT-Rの開発責任者である水野和敏氏の著書を読みました。水野氏のユニークな発想による、商品開発等の仕事の原点について、ご紹介させていただきたいと思います。

### 仕事の目的

水野氏は仕事の目的は「いいモノを創ったり、いいサービスを提供することではない」と断言しています。一般的に仕事とは、良いモノを作り、良いサービスを提供することだということを多くの人が認識していることだと思います。

ところが水野氏は仕事の真の目的とは、お客さまの「欲しいと思う心」「そこに行きたいと思う心」を創ることであり、モノやサービスの提供はそのための手段である How to に過ぎないと言い切っています。

「感動する心」を創造するというのが仕事の原点であり、「お客さまの心」を創ることと、自分自身の「社会的使命」が一体化することが、新

しい発想を生み出す源泉であると説いています。

マイクロソフト社のWindowsによるインターネットサービス、Apple社の開発したiPhone/iPad等の世界的なヒット商品等を考察してみると、確かに水野氏の説の通りに「感動する心」を持ち合わせていることが理解できます。

### ブランドとは

さらに水野氏は開発した商品のブランド化について、次のように語ります。「ブランド創りにおいて大切なのは、ブランドという本質を創ることだ。」「そしてブランドの本質とは、時間と価値にあり、時間が経過しても価値が下がらない。」ものだということです。

多くの商品が市場に流通していますが、そのほとんどが時間の経過と共に、商品価値が低下して市場から消えていきます。その理由として、良い品質の商品、凄い機能の商品だとしても、その商品に「感動する心」がないことを指摘しています。

「商品にお客さまを感動させる力がある」ことで、商品がお客さまの心に残り続けて、商品がブランド化していくのだということです。この著書には、現場のリアルな情報が集約されているため、商品開発やチーム作りにおいて、大いに参考となる書籍だと思います。