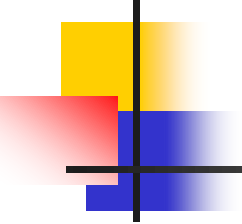


2021年4月29日(木)



ものを考える & 現実を知る努力をする

小林春夫

群馬大学大学院理工学府 電子情報部門

koba@gunma-u.ac.jp



企画の重要性

「プロの製品企画者は お客さんへのアンケート結果
だけに基づいて 次の製品を企画するわけではない。
お客さんのまだ気が付いていない 新しいコンセプトの
ものを企画することが重要」 中堅メーカー 経営者

「お客さんの言うとおりのものを作るのは
Custom Made である。

Customer Oriented とは お客さんが口には
表現できないがその意を汲み取り 満足するものを
作ることである。」 ソニー 盛田昭夫氏

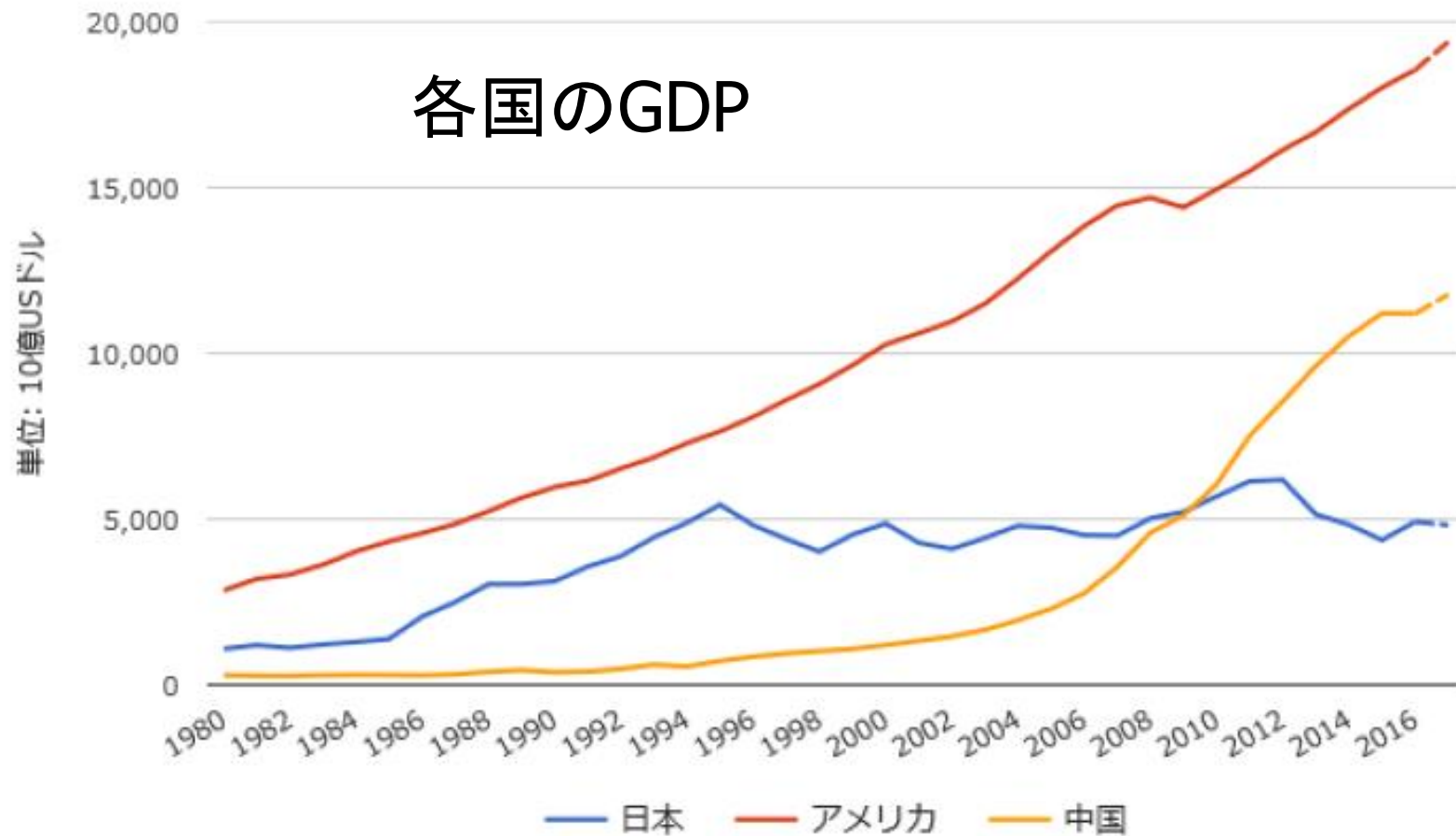


イノベーションを考える

「もし顧客に、彼らの望むものを聞いていたら
彼らは『もっと速い馬が欲しい』と
答えていただろう」 **ヘンリー・フォード**

「グラハム・ベルが電話を発明したとき
市場調査などしたか」 **ステーブ・ジョブス**

彼を知り、己を知る





「日本的停滞」を打破する

平時: 「しなくてもよい」「しないほうがよい」
ことをしている

有事: 「何もしない」「何もできない」



ではなく

限られたリソース(時間、マンパワー、予算)
タイムリー・効果的なことを立案し、迅速に実行