

第289号 2019年7月10日発行

# KSK NEWS 7月号

発行人：(株)ケー・エス・ケー 夢テク研究所  
 代表取締役 平岡 和矩  
 〒541-0051大阪市中央区備後町2-5-8綿業会館5F  
 TEL： 06-6202-2425 FAX: 06-6202-2420  
 E-MAIL: ksk@yumeteku.com  
 HP: http://yumeteku.com  
 ★ブログ http://kskyumeteku.livedoor.biz/  
 ★FACEBOOK http://facebook.com/kskyumeteku/

夢テク研究所を詳しく  
 お知りになりたい方は、  
 HPへ、どうぞ!

夢テク研究所



友達申請随時承り中!



弊社のお盆休みは8/10(土)~18(日)です。

## 志魂商才

「ほんまか、なんでや」

## マツダ3、人の感覚徹底研究

夢テク・コンサルタント 平岡 和矩

### ■全車種刷新占う先導車

マツダは主力車「アクセラ」を全面改良し、車名を変更した「マツダ3」を5月24日発売。全商品群刷新の第一弾だ。見た目の印象が大きく異なるセダンとファストバックの2つの「顔」をそろえ、これまでの殻を破る設定とした。

開発責任者の別府耕太主査に狙いを聞いた。

— これからの商品群全体の革新を担います。

「『誰もが羨望する車』。奇をてらうのではなく、基本の走る、曲がる、止まるを突き詰めた。そして、快適に過ごせることを心が動くレベルまで磨き上げることを意識した」「SUV(多目的スポーツ車)、電動化、自動運転、シェアリングなど自動車産業の構造変化が起きているので開発は簡単ではなかった。どうすれば世界に驚きを感じてもらえるか悩んだ」

— 感性に訴える難しさをどう克服しましたか。

「特徴は、セダン、ファストバックをそれぞれで個性を際立たせたデザイン、まるで自分の足で歩いているような自然な運転感覚、稼働時間を色鮮やかにする室内空間、運転者を主役とした安全の4つだ」

「運転感覚は徹底的に人間を研究した。人間にとって不自然な揺れはどう起こり、どう抑えられるか。シートを含めて車両設計を抜本的に見直した。これからの新しい商品群の共通の特徴でもある」

— 同じ車種で、まったく別の個性を持つラインアップにしました。

「従来の『アクセラ』はセダンとファストバックに近いハッチバックがあった。多くの部分は共通だったが、今回はボンネット、フロントガラス、ヘッドライト以外はほぼ手を加え全く別物になった」「通常では『非常識』レベルだが、『誰もが羨望する車』という目標を掲げ、ライバルの動きを窺いながら、本当に人の心が動くのか自問自答した」

— どのように開発方針を決めたのでしょうか。

「悩みを解決するため、デザイン責任者と一緒に消費者へ聞き取りをし欧米をまわった。米国では自分らしくエレガントに、欧州は何者にも縛られたくない等、車に求める価値観が全く違う」「この聞き取りの後、デザイナーと議論し、セダンとファストバックに全く違う個性を与えることを決めた」

— 第一弾として先陣を切る。苦労もあったのでしょうか。

「量産に移行するための経営層への最終説明で、珍しく試作車を突き返された。頭が真っ白になった」  
 「課題は運転性能と乗り心地のバランス。足回りなど車両全体の剛性を高めればキビキビ動く。一方で乗り心地を優先するなら車の動きはなめらかにゆったりした方がいい。これをバランスさせるのが難しかった」

「『ダメ出し』以降、開発の部門長が毎朝本社に集まり、1カ月程調整をし、最終的に目指すレベルに到達できた。」

### ■記者の目「車を汎用化させぬ決意」

マツダ3の成否は持続的成長を占う。性能にこだわり価格は1割ほど上がった。これで『アクセラ』よりも高価格帯までカバーする。SUV人気に対して、価格も含めてセダン需要をうまく取り込みたい考えだが、どこまで魅力が消費者に伝わるか課題は残る。顧客の審美眼が高まっていることもあり、車を汎用化させない強い姿勢をにじませる。マツダの真骨頂である独自性が響くか注目される。

(出所：日経産業新聞 2019年6月5)

### ■プロ・コンサルタントの所見



マツダは、オンリーワンのアイデンティティや、自己表現にこだわる車づくりにとことん徹しています。そうやって一つ一つ成果を積み上げてきたスタンスには、守り続けてきたモノづくり以上の一貫性のある哲学なり精神性を感じます。また同時に、それは外野にも大きな影響を及ぼしていると感じました。(平岡 和矩)

## 年会員 御入会随時受付中 KSK年会員 更新・新入会のお知らせ

### 《 法人年会員 》

入会金 30,000円 年会費 120,000円

### 《 個人年会員 》

入会金 5,000円 年会費 50,000円

※税別・入会金はいずれも初年度のみ。

【令和元年6月度〈法人〉KSK会員更新】

株式会社建築士事務所民家  
三橋サンブリッジ株式会社

北山 康子様  
三橋 宏様

【令和元年7月度〈法人〉KSK会員更新】

社会福祉法人隆生福祉会

藤本 加代子様

※更新・新規入会情報は、発行日前日締めで掲載させて頂いています。

## 中島克紀の共進化経営の探求<68>

### 1、共進化の考え方 7月編

令和元年の夏の季節が到来し、1年の折り返し地点となりました。経営推進の土台である状態管理（睡眠、運動、食事、瞑想の規則正しい日常の創造）は、いかがでしょうか？7月が最高の共進化経営となりますことを祈念いたします。

### 2、自己のビジネスプロフィールを見直す

「ハイブランド構築コーチング」を受けています。メディアの方々に注目を浴びるためには、わずか20秒で自己のビジネスプロフィールに興味を持っていただけるかが勝負です。今回は、中島のビジネスプロフィールの見直しの過程を共有いたします。未完成ですが、どのようなイメージを抱きますでしょうか？

#### 「中島克紀：経営者の眠れるリーダーシップ力を世界水準へと導く人財開発メンター」

年間160日以上、延べ3500人以上を20年以上実践して来た。参加者は、延べ70000人を超える。1807年創業、世界最古の出版社ワイリー社が展開するリーダーシップ・チャレンジ（リーダーのバイブルとして30年の歴史、累計で250万部、）の日本初、日本唯一の認定マスターとして、世界中（中国、ベトナム、マレーシア、インドネシア、サウジアラビア等）のリーダー育成に従事している。

徒然草を書いた吉田兼好を祖に持つ。日経産業新聞に連載や、FM八王子（星空のステーション）で、輝くリーダーシップの発揮を伝えるパーソナリティでもある。マネジメント分野のロングセラー「こんな幹部は辞表を書け」の社団法人日本能率協会（JMA）副会長島山芳雄の薫陶を受け、セミナー開発プロデューサーとして手腕を発揮する。トヨタシステムの普及セミナーは、20名の募集枠に、200名以上が殺到し、伝説を作る。その後、大手企業の社内教育を推進するアカウントエグゼクティブ（AE）となり、NTTから分離するNTTドコモの8000人に及ぶ意識改革をプロデュースした。JMAの会長賞やAE普及貢献賞を受賞。

アメリカのリーダーシップ開発財団と共同で開発した21世紀のプログラム「リーダーシップ21」の責任者として奮闘し、日本企業のグローバル化に寄与する。人財開発の手法であるコーチング&メンタリングを慶応大学と南山大学の教授陣と日本に普及する。

母校の立命館大学大学院 経営管理研究科 客員教授に就任し、リーダーシップ理論を企業の実践事例に基づき、わかりやすく楽しく授業して、中島ワールドと評され、高評価を得た。大学院のアカデミックな授業で、感動、一皮向けたなどの驚嘆の声が上がっている。

立命館大学と慶応大学との共同教育事業であるベトナムのハノイ工科大学のITリーダーのための人財開発プロジェクトに従事し、ベトナムの講師陣からも賞賛された。

JMA専任講師として、ワークショップの参加者からは、異口同音に、感動した、目から鱗が落ちたは、当たり前で、固定概念が外れた、いい意味で洗脳された、日常生活の習慣を変えることが出来たとの行動変容の素晴らしさの声をいただいている。

APECのHRD会議に日本代表で参加し、韓国で講演。国際会議での体験から、会議の効率化、1分間ミーティングの練習、1on1ミーティング、フィードバックのワークショップも実施し、働き方改革、時短にも貢献中である。

会員の皆様のビジネスプロフィール作成の参考になれば幸いです。



元一般社団法人日本能率協会  
シニアエキスパート/  
元立命館大学大学院  
経営管理研究科 客員教授  
中島 克紀

## KSKセミナー・イベントのご案内

月	日	セミナー・イベント名	テーマ	場所
7月	17日 (水) 18:30	第380回 夢テク研究会	平岡 和矩 【USJの事例に学ぶ】成功を引き寄せるマーケティング入門 「『戦略』を学ぼう」	ホテル 日航大阪31階 オーキッド
8月	21日 (水) 18:30	第381回 夢テク研究会	(有)風致空致 岡田社長の緊急の事情により、 中止にさせていただくことになりました。 次回は9/18(水)に開催させていただきます。	



★ポイント★ — KSK年会員 (株)リアライズ 青木社長の質問型営業 —  
売れる営業の「質問型」トーク

### 4 質問することで「プレゼンテーション」に心地よいハーモニーが生まれる

#### 4-⑤ プレゼンテーション本編 — 商品説明

##### ■ × 説明型営業：

「やはり…ですね」

説明型営業マンは自分の意見を押し付ける。

自分なりに商品の特徴とお客様へのメリットを説明しようとし、最初からストーリーを持っている。ストーリー通りに進めて、インパクトのあるプレゼンテーションにしたいと思っている。

お客様には横道にそれないように話を聞いてもらうため、質問型営業マンの質問は、お客様に「YES」をもらう、断定的な質問が多くなる。

##### ■ ○ 質問型営業：

「…について、どのように感じられていますか？」

お客様の意見を大事にする。お客様に自由に意見を言ってもらいながら進めていく。どこまでも、お客様の欲求・ニーズ・問題・課題について回答していくことがプレゼンテーションの目的。

★ お客様の気持ちを必ず確認する ★



出所：青木社長著  
『売れる営業の「質問型」トーク  
売れない営業の「説明型」トーク』

##### ■ プロ・コンサルタントの所見



インパクトのあるプレゼンとは、質問型営業の決まり手である。一見、説得力のあるプレゼンでも、お客様側からすれば納得できてないことも多い。つまり納得力が足りないのである。インパクトの有る無しの評価は、聞き手ではなく買い手が決めるモノサシだ。

質問型営業は、顧客理解を泣きどころとする攻めの営業スタンスである。(平岡 和矩)

# KSK年会員だより

## ■ 2019.6.19 (水) 第379回夢テク研究会<ホテル日航大阪>

### KSK年会員：株式会社松本商店 松本社長「会社の現状と課題」発表

#### 《 株式会社松本商店 会社概要 》

- 業種業態：化粧品販売業
- 代表：松本善弘社長
- 本社：〒592-0014 大阪府高石市綾園1-9-17  
TEL 072-242-4348 FAX 072-242-4349
- 創業：昭和28年7月14日（法人化）現社長は3代目
- 従業員数：25名
- 店舗：おしゃれ巧房マツモト高石店・天美店・エステ店
- 取引先：(株)資生堂・(株)コーセー・(株)カネボウ・(株)井田両国堂 他
- 加盟団体：全国化粧品組合、高石商工会議所



松本善弘社長

松本商店（株）様は、前社長であるお父様が平成10（1996）年にKSK年会員に入会され、2年後に社長逝去のため、引き継がれ、常に平岡が、進言提案していたことを信じて実践され、今年で、21年目に突入です。

その結実が「松本善弘の夢の実現」となりました。

#### 1. 会社

新商品開発（添付写真T-resh新会社設立）社会に貢献できる新規事業の立上げ。



消臭剤「T-resh」（日用品）



純金箔入化粧品  
「ゴールドシリーズ」

#### 《 株式会社天女style（100%子会社）会社概要 》

「人」と「ホンモノ」繋ぐ役割、羽衣天女をモチーフとした「美しさ・健康」「ホンモノ」を追求したブランド。化粧品や日用品、食品などを開発や優れた商品のOEMなど、メーカーとしての役割にて国内外へ展開。

- 所在地：〒592-0003 大阪府高石市東羽衣3-15-16  
TEL：072-242-4348 FAX：072-242-4349
- 代表取締役 松本 聖子
- 設立 平成30年4月
- 取扱主要商品（天女Styleブランド）  
「ゴールドシリーズ」（化粧品）「和香水」（化粧品）  
「ルーヨ」（健康補助食品）「T-resh」（日用品）「いびきくんDX・はぎしりくんDX」（日用品）
- ホームページ <http://tennyo-style.co.jp>
- 加盟団体 大阪商工会議所

#### 2. 地域

高石市議会議員3期生として、地域貢献と日本を世界のリーダーを目指す政治改革その一環として、日本文化を海外に紹介の活動など。

#### 3. 家族

子供3人の教育と家庭調和や奥様の会社への協力参入。

#### 4. 営業を外注とコラボレーションし、海外へ進出

当日、発表された時の資料は、大変わかりやすく、「是非、皆様に差し上げたい」と思うパンフレットでございます。

（平岡 外喜子）



切り絵作家 百鬼丸作