



# 「社会のニーズを見つけ出せ! 一緒にビジネスの着眼点から学ぶ」をテーマに、大阪で開催!!

## 基調講演

### 「不況を味方に未来を築く」～成熟産業からの飛躍～

「経営判断は、正しいか正しくないかで決める」

昭和50年、高度成長期で車社会が到来した中、16坪くらいの広さで自転車屋を始めた。自転車屋の前は門真市でおもちゃ屋をやった。売れない日が3年ほど続き自転車屋に転身、売れないおもちゃ屋の経験から顧客に気に入っていただくため一生懸命サービスした。その甲斐があつて何年かして繁盛する店になった。

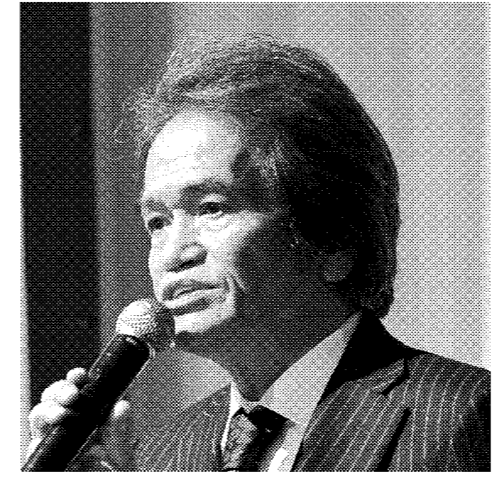
転機がもう一度ある。大阪・千里に店を移したころ価格競争に巻き込まれ、ロードバイクなどを販売するプロショップに転身。そのころ自転車販売の主力は街の自転車屋からGMSやホームセンターに移り、安値圧力によって部品屋は転業を繰り返して、街の自転車屋はほとんどなくなってしまった。私のプロショップは成功していたが、安さを重視してセルフサービスで販売される形態に疑問を持った。自転車にはアフターサービスが必要であり、もっと楽しい世界があるということを世に問うべく、再度一般の自転車店を出店。知識、技術、品揃え、そしてしっかりとしたアフターサービスが支持を得て大繁盛。成熟産業

といわれた自転車にも大きなビジネスチャンスがあることを証明した。

現在日本で販売されている自転車の97%は中国などで作られている。私たちは100店舗を超えたころからようやくスケールメリットが得られるようになり、自分たちで企画、管理した自転車づくりができるようになった。現在は大型の自転車専門店を全国で270店舗展開。販売台数は2011年で約130万台。

21世紀に入り健康、環境に重きが置かれ、自転車の価値も認められつつある。マナーの問題などもあるが、車、自転車、歩行者がすみ分けられる社会を作らねばならない。

私の経営判断にぶれが無くなったのは50歳を過ぎてから。「儲かるか儲からないか」ではなく、「正しいか正しいか、いいか悪いか」で判断すれば間違わない。それがここまで来られた理由だと思っている。



**株あさひ 代表取締役社長 下田 進氏**  
1948年大阪生まれ。高校卒業後、68年商社で創業した旭玩具製作所を共同経営、70年門真市でおもちゃ屋を始めるも、自転車販売に転換、75年自転車専門店を始める。92年に(株)あさひに商号変更し、現職。2007年には東証一部上場。10年中国・北京に海外1号店。自転車業界のSPA(製造小売)モデルで、自転車小売業界でナンバーワンの地位を確立しつつある。

独立行政法人中小企業基盤整備機構は昨年11月24日、大阪市中央区の大阪マーチャントイズ・マート(OMM)で創業啓発イベント「ベンチャーSPIRITS 2011 in大阪」を開催した。仙台、札幌、福岡に次ぐ今年度4回目テーマは「社会のニーズを見つけ出せ!一緒にビジネスの着眼点から学ぶ」。商人の町大阪らしい話に200人を超える参加者は大いに盛り上がりつつあった。

**会期: 2011年 11月 24日(木)**  
**会場: 大阪マーチャントイズ・マート(OMM) 2階 ホールC**  
(大阪市中央区大前1-7-31)  
**主催: 独立行政法人 中小企業基盤整備機構**  
**後援: 経済産業省近畿経済産業局、大阪商工会議所、大阪府商工会連合会、大阪府中小企業団体中央会、大阪府、大阪市、公益財団法人滋賀県産業支援プラザ、公益財団法人京都産業21、財団法人奈良県中小企業支援センター、財団法人大阪産業振興機構、公益財団法人ひょうご産業活性化センター、公益財団法人わかやま産業振興財団、財団法人京都高度技術研究所、財団法人大阪市都市型産業振興センター、財団法人堺市産業振興センター、公益財団法人神戸市産業振興財団、社団法人関西ニュービジネス協議会、株式会社大阪証券取引所、財団法人大阪21世紀協会、株式会社商工組合中央金庫、株式会社日本政策金融公庫**

## 特別講演

### 「人の心をつかむ“やわらか右脳マーケティング”」

「不平不満を聞いて、人の心を知ること」

20年いたリクルートを10年前に退社、在籍中に14のメディアを立ち上げた。「創刊男」と紹介されたが、今日のイベント風といえば「起業男」だ。

テーマの「人の心をつかむ」というのは「お客様に受ける」ということ。受けた結果、財布が緩み、お金を出してくれる。「感情」をつかめば「勘定」が上がる、ロマンなくしてソロバンな話だ。私は「右手にロマン、左手にソロバン、心にヒューマン」と言っているが、ロマンとソロバンをつなぐのがヒューマンだ。

お客様に喜びや楽しさを届けるためには、喜びそうとするのではなく、怒っていることは何か、イラついていることは何かなど逆から攻める方がよい。ニーズ探しはクレーム、不平不満を聞き回ること。不平不満なら100でも200でも言ってくれる。皆さんの怒りや悲しみを集めて、徹底的にブレイン・ストーミングをして、それらを喜び、楽しみにひっくり返していけばよい。

マーケティングはたくさんのクレームを聞き、人の心を知る作業だ。引き出すのは事業や商品の「夢、理念、目的」で数字ではない。よく似た言葉に「市場調査」があるがこれは「昨日までの行動を数字で知ること」。いわば市場調査は「算数」でマーケティングは「国語」。マーケティングの会議で「カッコ悪い」という国語に対し、「何%かな?」と算数で聞くと会議は壊れる。

ブレイン・ストーミングは1950年に創業した米国広告会社社長のアレックス・F・オズボーン氏が編み出した。ルールは4つ。一番重要なのは「批判してはいけない」。2番目は「ア行、ハ行で相槌を打つ」。トップセールスマンは10個の音を10通りに変えながら使いこなしていく。そして「なるほど、そうですね」を多用し、「とにかく褒める」。やってみてください。不平不満を聞かないとブレイン・ストーミングでひっくり返せない。不平不満を聞くことの繰り返しが新陳代謝だ。

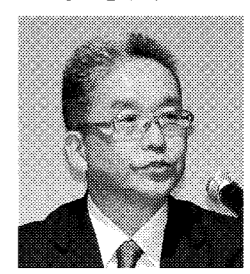


**株あそびとまなぶ 代表取締役 くらた まなぶ氏**  
1952年広島県生まれ。79年日本リクルートセンター(現:リクルート)中途入社。以来「とらば一ゆ」創刊に始まり、「FROM-エー」「じやらん」「セクシィ」など20年間に14のメディアを創刊。14のビジネスを起業。98年より現職。著書に「リクルート「創刊男」の7大発想術」(日経ビジネス人文庫)。

## 主催者挨拶

**ベンチャー企業の出現が不可欠**

我が国が様々な困難から脱出し経済の成長、活性化を取り戻すためにはビジネスリスクに果敢に立ち向かうベンチャー企業の出現、新規ビジネスの創造が不可欠。この関西に多くの起業家が現れ日本経済をけん引してくれることを期待したい。

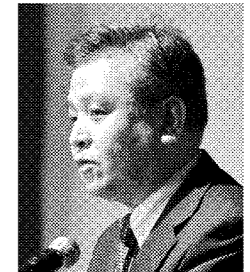


(独)中小企業基盤整備機構 理事 古瀬 利博

## 来賓挨拶

**苦しい状況だからこそ、チャンス**

経済は円高など六重苦、七重苦の厳しさだがそういうピンチこそチャンスだ。節電ひとつとっても省エネビジネスのチャンスとなる。苦しい状況だからこそ羽ばたいていける。起業家が関西から世界にジャンプアップしていただきたい。



経済産業省近畿経済産業局長 長尾 正彦氏

## ワークショップ

### 「近代大阪の商道徳: 懐徳堂」-商魂で進取の気性を作り出せ!-

すぐれた商人の文化と学問の歴史があり、「天下の台所」と呼ばれた大阪。町人の学問所として1724年に開設された懐徳堂。「先義後利」などの既成概念を覆す精神-“志(商魂)”について、体現する3名が熱く語った。

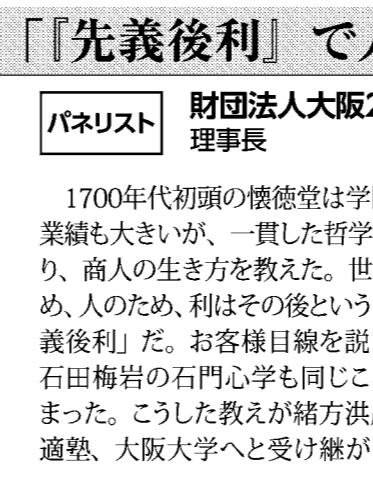


**「『思いつく力』を応援し、評価する流れを」**

**パネリスト 志縁塾 代表取締役 プロデューサー 大谷 由里子氏**

吉本興業でマネージャーをしてきたが27歳で会社を作った。マネジメント研修を受けたが、おもしろくない研修がいっぱい。研修とエンターテインメントをつないだらおもしろいと考え、今は新喜劇や「笑い」のエッセンスを取り入れた研修などを行っている。

大事なものは「思いつく力」。これがベンチャースピリッツだ。研修では思いつく力を持つこと、思いついてもいい場を作ってもらい、思いついたら人を応援するなど、環境づくりを大事にしている。それを官が応援しマスコミが評価するという流れを作りたい。



**「『先義後利』で人の心を知ること」**

**パネリスト 財団法人大阪21世紀協会 理事長 堀井 良殿氏**

1700年代初頭の懐徳堂は学問的業績も大きい。一貫した哲学があり、商人の生き方を教えた。世のため、人のため、利はその後という「先義後利」だ。お客様目線を説いた石田梅岩の石門心学も同じころ始まった。こうした教えが緒方洪庵の適塾、大阪大学へと受け継がれていく。

大阪にはモノ、人、情報が集まり、異文化同士の衝突が起きハイブリッドの新しい文化ができた。歴史を未来に生かすという視点でいえば「チャンスは人の心にあり、リスクは自分の中にある」だ。お客様目線でこそ信用を生むことができる。

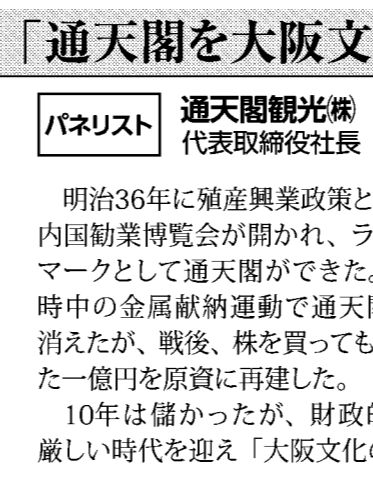


**「『情熱』と『リアリズム』を持ち続けること」**

**モデレーター プライスウォーターハウスクーパース(株) デイレクター 原 誠氏**

近代大阪の商道徳を実現している通天閣と志縁塾に共通するのは「情熱」と「リアリズム」。以前、これについてDOWAホールディングスの古川廣和相談役に選出されたこと集中について、三つの基準をうかがったことがある。

そこでもいただいたものは、「一つは将来性。黒字でも将来性のないのはやめる」「二つ目は競争力」「三つ目は担当者のやる気。情熱のない事業がうまくいくわけがない」と明快な回答だった。これからのベンチャーも当初の「情熱」と「リアリズム」を持ち続けてほしい。



**「通天閣を大阪文化の発信基地に」**

**パネリスト 通天閣観光(株) 代表取締役社長 西上 雅章氏**

明治36年に殖産興業政策として内閣勸業博覧会が開かれ、ランドマークとして通天閣ができた。戦時中の金属献納運動で通天閣は消えたが、戦後、株を買ってもらった一億円を原資に再建した。

10年は儲かったが、財政的に厳しい時代を迎え「大阪文化の発信基地にして生き残ろう」と大阪らしい笑える、コテコテ感のある塔づくりに取り組んでいる。「通天閣ロボット」も大阪のおっちゃんだ。新世界の地域と通天閣は運命共同体。100周年記念事業として改修しているが、お客様に対する満足度を上げたい。



1950年大阪生まれ。55年、同社は戦後「通天閣を再建したい」という地元の方からの願いから設立され、翌年に再建も果たす。今年、誕生から100年を迎える通天閣を運営。

VENTURE SPIRITS 2011 in OSAKA

VENTURE SPIRITS 2011 in OSAKA