

JAMトピックス

JAMのシンポジウム

良いものを適正な価格で ブランド力を作ろう

2016年5月29日
編集：JAM本部

「良いものを適正な価格で」をテーマにJAMのものづくりシンポジウムが4月23日、東京・大田区産業プラザP i Oで開かれた。参加者はJAMや中小企業家同友会・JCM・電機連合などから百十人。基調講演とパネル討論でものづくりと適正取引について考え方を深めた。

主催者あいさつで菊地副委員長は、非情なまでに経営環境が厳しさを増している状況だが、このシンポジウムとパネルディスカッションを通して固定観念を払い、新たな視点や発想からいろいろなものを見つめなおす第一歩にと呼びかけた。

基調講演では、神戸国際大学経済学部の中村智彦教授から「良いものを高く売る経営」と題し、人口が急減して行く中で低価格ではなく、基礎に立ち返ってブランド力を作り育てる努力をすること。「信頼」をブランドに東南アジアなど大きな市場へ打っていくことなどの指摘がされた。

パネル討論では、企業として経営環境の変化、市場の変化を先取りし新しい製品につなげること、人材を確保しコア技術の開発すること。優秀な中小企業に共通することはネットワークが軽く新しい分野を切り開いて行く。新しいネットワーク＝人のつながりを一歩進めて新しい製品開発を模索しているなどの報告がされた。



<日本のブランド力を生かそうと語る中村氏>

基調講演

良いものを高く売る経営

中国や東南アジアの生産性は上がっており、中国や東南アジアの賃金も大きく上がっている。インドネシアではここ数年で最低賃金が2倍近くまで上昇している。いつまでも低賃金と労働集約型の生産をしていると思っではいけない。賃金の上昇により、やっと、ものづくりで新興国と競争できる土台ができてきた。「良い製品をより安く」作るために「海外で生産する」発想はやめよう。もう限界にきている。家電など値段を維持するために様々な機能をつけているが、売れなくなっている。逆に特徴ある単純な機能の製品がよく売れるようになっている。ダイソンやティファールなどがよい例だ。発想を変え、日本製の信頼ブランドに認知度・品質・独自性を付加し、より「良いものを高く売る」べきだ。そのためには、基本に立ち返ってブランド力を作り育てよう。お金を持っている中国や東南アジアなどの巨大市場が大きなチャンスだ。



<新しいネットワークで製品開発を>

パネル討論コーディネーター

神戸国際大学 中村智彦教授

パネリスト

- 株式会社大橋製作所 代表取締役社長 大橋正義氏
- 大田区産業振興協会地域型産業推進課課長 奥田耕士氏
- JAM会長 宮本礼一氏