



日立港の朝日：日立写真連盟提供

CONTENTS

- | | |
|---------------------------|------------------------|
| ■年頭所感 2~10 | ■会議所インフォメーション 23 |
| ■紙上名刺交換 11~17 | ■国・県・市からのお知らせ 24 |
| ■新春特集：7部会長座談会 18~21 | ■協賛広告 25~34 |
| ■新年名刺交換会 22 | |



発行所 ● 日立商工会議所 〒317-0073 日立市幸町1-21-2 発行人 ● 田山忍

購読料 ● 200円 (購読料は会費の中に含まれています)

TEL 0294-22-0128 FAX 0294-22-0120 ホームページ <http://www.hitachicci.or.jp/>



変化にチャレンジ 社会の変化をとらえ新たな時代を拓く



日立商工会議所会頭 秋山 光 伯

平成28年の新春を迎え、謹んでお慶び申し上げます。

会員事業所の皆さまには、平素より日立商工会議所運営全般にわたりまして、温かいご支援を賜わり厚くお礼申しあげます。

さて昨年は、日本人研究者のノーベル賞受賞やラグビーワールドカップでの歴

史的快挙など、国民に大きな感動と勇気を与えてくれた出来事がありました。一方、国際的にはイスラム過

激派組織によるテロの惨劇

などに衝撃が広がりました。国内では、9月に関

東・東北豪雨により常総市

が被災するなど、各地で自然災害が発生しました。そうしたなか、多くのボラン

ティアが復旧作業に協力す

るなど、困難に遭遇してい

る人々を助けようとする、

日本人が育んできた心を

強く感じる年でもありまし

た。被災地の早期の復旧・復興を念願いたします。

国内の経済では、円安や

原油安を背景に、大企業を

中心に企業収益が高水準で

推移し、株価も上昇しまし

た。しかしながら、夏場以

降、中国・新興国経済が減

速するなか、TPP交渉が

大筋合意し、これまで以上

にグローバル化が進展し大

きな変革期を迎えるものと

思われます。

また、当地域経済にあつ

ては、人口減少・高齢化社

会の伸展や産業構造の変化

による競争激化なども相まって、依然厳しいものとなりました。特に、中小・小規模企業にとりましては、生産や雇用に対する先行きの不透明感が拭えずに、経済の好循環を実感するに至らない環境が続きました。

会員事業所におかれまし

ては、自社の経営資源に磨きをかけ、広域的な販路拡大や新たな視点で経営革新に取り組めますよう期待いたします。

商工会議所といたしましては、中小・小規模企業が持続的に発展していくために、果たすべき役割はますます重要であると認識し、時宜を得た諸事業に取り組んでまいります。

中小・小規模企業の成

長・発展には、今般、経済産業省の認定を受けました「経営発達支援計画」に基づき、金融や税務などの基礎的な支援に加え、より専門的な分野まで相談に応じるなど、従来にも増してきめ細かく、丁寧な、伴走型の支援を推進してまいります。

地域活性化につきましては、昨年夏に「まち・ひと・しごと地方創生総合戦略」の一つとして、日立市とともに地域の消費喚起と生活支援を目的とした「日立市スーパープレミアム商品券事業」を実施いたしました。当地域に限らず、少子高齢化による生産人口の減少は、地域創生を促すうえで大きな足かせとなっており、将来を危惧する声を

耳にする機会もあります。

しかし、地方都市の魅力の尺度は、市民生活の豊かさであり、産業の活力だと思っています。そのためには、基幹産業の発展と雇用維持、道路交通網をはじめとする社会インフラの整備や教育文化の高水準化などがあげられます。これらを推進するため、商工会議所の基

本組織であります部会・委員会の事業を柱に、加えて当商工会議所と行政による連携を深化させ、同じ方向を向き、それぞれの役割を十分果たすことで、課題・難局をも解決していけるものと確信しております。

商業やサービス業関連では、大型小売店舗出店など商業機能の郊外化に対応して、駅前周辺・中心市街地活性化のための協議を進めています。ものづくり関連では、企業の統合やグローバル化の加速など構造的変化が進行するなか、中小企業の技術力を集約し受発注に結びつける試みが具体化してきました。観光振興関連では、日立市・日立市観光物産協会との連携を強化してまいります。市内の産業・観光資源を広く発信するとともに、特に安心して楽しく利用いただくための海水浴場の砂浜整備について関係機関へ働きかけてまいります。

多の変革を経験してまいりました。そのたびに先達は、その変化と対峙し苦難を乗り越えてまいりました。会員事業所の皆さまには、変化の大きな時代ではあります、勇気を持ち、共に新しい時代を拓く気概で邁進していただきたいと思ひます。

結びといたしまして、会員各位並びに関係者皆さまのますますのご繁栄をご祈念し、年頭のご挨拶いたします。



顧みますと、久原房之助翁が日立鉾山を創業され、日立市の近代産業が誕生してから、1世紀余が経ちました。この間、当市産業界は、時代の変遷に伴い、幾



日本商工会議所 会頭 三村 明夫

明けましておめでとうございます。

平成28年の新春を迎え、

謹んでお慶び申しあげます。

昨年の世界の動向は、ギリシャ問題、中国経済の新常態への移行、資源・エネルギー価格の下落、シリア問題など、世界経済を揺るがす問題が多数ありました。新興国経済が低迷する中で、相対的に先進国経済は底堅く、米国経済は好調に推移し、昨年の世界経済全体は緩やかな回復となりました。

大筋合意や訪日観光客の増加、さらに、昨年後半からは、企業の設備投資も拡大していることが明らかとなり、国民・経済界が将来に向けて明るい展望を持てる期待感が広がっています。また、来年4月には消費税率が10%にアップすることから、年後半にはある程度の駆け込み需要が発生するのではないかと考えられます。

は、50年後の人口1億人の維持を目標とする抜本的な少子化対策、働く意欲を持った高齢者と女性の労働参加を促進する労働改革、日本の食の魅力と安全を世界に発信する強い農業への転換など、構造改革の推進がいずれも待ったなしの状況となっています。また、これらを実現する財源のためには、税と社会保障の一体改革の実現も急務となります。

わが国は、幸いなことに安定政権の下で、政策を継続的かつ粘り強く実行する体制にあります。日本再生のためには、改革のプラスとマイナスを明示し、国民にその必要性を説明し、説得し続けることで改革を成し遂げることが重要であります。

さて、このような中で、商工会議所といたしまして、どのようなことに軸足を置いていくことが必要であるか考えますと、全国514の商工会議所が、それぞれの地域で、関係者と緊密に

連携しながら地域の将来をデザインし、地方創生に向けて取り組んでいくことが肝要だと思います。特に「観光」や「ものづくり」など地域の強みを生かす活動には、商工会議所が強いリーダーシップを発揮していくことが求められているのではないのでしょうか。

まず、地方創生の切り札として期待される観光分野では、外国人観光客は、一昨年に1300万人を超え、

昨年は約1900万人と急激に増加しました。2020年の東京オリンピック・パラリンピックまでに200万人という当初の目標を前倒しで達成することが確実となっています。それぞれの地域が、外国人のみならず国内の観光客を引き

付けるためには、デービッド・アトキンソン氏の『新・観光立国論』にも述べられているように、「文化」「気候」「自然」「食事」の四大要素を軸として、地域が独自の魅力を発信するとともに、地域間の連携も必要ではないのでしょうか。新たな目標設定とともに、ボトルネックの解消と観光消費の効果をj得るための現実的な対策を考えていくことが重要です。

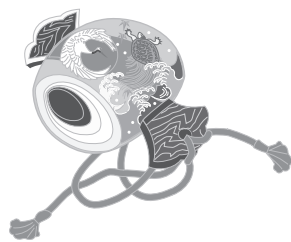
次に、観光と並んで日本の強みを生かす分野に製造業があります。六重苦が徐々に解消され、TTPの大筋合意により、国内立地の競争力は改善傾向にあり、新しいものづくり立国を構築する好機が訪れています。

昨年11月には、「TTP政策大綱」がまとめられ、TTPを活用した中小企業と農業の輸出促進支援策も検討されており、地方創生にも大いに貢献することが期待されます。1〜2年後にはTTPが発効することを想定して、これまで海外ビジネスに取り組んでいなかった企業でも、どのように活用できるか、検討していくことが重要ではないでしょうか。

特に、TTPでは日本の農業を強い産業に変革していくとともに、日本の農産品・食品の輸出拡大に貢献することが期待されています。

さらに、日本再生という点では、本年3月で震災から6年目に入る被災地の復興の歩みも加速させなければなりません。一日も早い本格復興に向けて、現地のニーズに即した支援を着実に実行していくことが重要です。

最後になりますが、地方創生の主役は、われわれ自身であり、明るい未来を切り開く気概を持ったわれわれの一步が日本再出発の推進力となります。自信を持つて前を向き、変化をチャンスと捉え、果敢に挑戦してまいりましょう。皆さまの一層のご支援とご協力を心からお願い申し上げます。



今年は申年さる



日本に生息しているのは二ホンザル。顔とおしりの赤い、おなじみのサルです。このサルの南限は鹿児島県の屋久島、北限は青森県の北端、下北半島です。沖縄と北海道にはいません。

二ホンザルは、昔から日本人に親しまれてきました。昔話はもちろん、古事記や日本書紀にも登場し、道案内をするサルタヒコノカミは、サルであるともいわれ、いまでは道祖神としてまつられています。

最近この二ホンザルの野生のものを見る機会が多くなりました。観光用に餌づけしたサルが人前に現れたり、開発で山のエサがなくなったために里に出て、ドライバーにエサをねだったりということが多くなってきたようです。

サルを間近に見られるのは楽しいのですが、やはり野生動物と人間は、適当な距離を置いて共存するのが自然ではないのでしょうか。申年を機に、こんなことも考えてみたいと思います。

年頭所感



日立市長 小川 春樹

輝かしい2016年の新春を皆様とともに

迎えることができましたことを

心からお喜び申し上げます。

輝かしい2016年の新春を皆様とともに迎えることができましたことを、心からお喜び申し上げます。

秋山会頭はじめ、日立商

工会議所会員の皆様には日頃から、市政各般にわたり温かい御支援、御協力をいただいております、厚くお礼申し上げます。

昨年は、桐生市との親善都市提携50周年、並びに、日立市コミュニティ推進協議会の設立40周年の記念す

べき年であり、様々な絆が強くしつかりと育まれるとともに、幅広い活動が展開されていることを実感いたしました。

さて、私は、昨年5月に市長に就任をいたしました。就任するにあたり、市民の皆様と共に歩む市政を大切にしていくことを基本姿勢とし、東日本大震災からの復興の総仕上げと地方創生へ取り組みさせていただくことを公約いたしました。

そのような中、人口減少などの課題に直面する中で、「自らの地域をみんなの力で創生する」という考えから、「地域創生本部」を立ち上げ、地方創生に向けた取組を、秋山会頭はじめ、日立商工会議所の皆様方にも御協力をいただきながら、本市一丸となつて進め、「日立市まち・ひと・しごと創生総合戦略」の策定をいたしました。

本市としましても、本年は、策定した総合戦略に基づき、地域ブランド力の向上や情報発信力の強化など、様々な施策に取り組むことで、交流人口の拡大を図るとともに、若年層、子育て世代から高齢世代にいたるまで、ライフステージに応

じた幅広く切れ目のない支援を講じ、「日立市に住みたい、住み続けたい」と思っていただけよう取り組みでまいります。

そして、その実現のためには、地域経済の活性化が大変重要であり、引き続き、日立商工会議所の皆様とともに、地域の雇用や活力を担われている企業の皆様への御支援や、ものづくりのまちとして、これまでに蓄積されてきた技能や技術の伝承や新たな産業を支える人材の育成支援に努めるとともに、幹線道路や港湾などのインフラの整備促進、更に、地産地消の取り組みを地域を挙げて行うなど、更なる産業の活性化に努めてまいりたいと考えており

ます。

今後も、企業や地域、行政が一丸となり、連綿と取り組んでまいりました「ひたちらしさ」を更に発展させ、地域が一体となつたまちづくり、そして、市民の皆様が笑顔で暮らせるまちの実現を皆様と共に進めてまいります。日立商工会議所の皆様には、引き続き、御支援、御協力を賜りますようお願い申し上げます。

結びに、日立商工会議所のますますの御発展と、本年が会員の皆様方にとりまして御家族共々、実り多き一年となりますことを心からお祈り申し上げます。新年の御挨拶いたします。

年頭所感

平成二十八年の新春を迎え
謹んでお慶び申し上げます。

平成二十八年の新春を迎え、謹んでお慶び申し上げます。商工会議所会員事業所の皆様におかれましては、健康やかに新春をお迎えのことと思います。

平素より日立商工会議所の皆様には、商工会運営全般にあたり、ご支援ご協力を賜り、厚く御礼申し上げます。新春にあたり、一言ご挨拶を申し上げます。

我が国の経済は、バブル経済そして長期低迷を経

て、ようやく現在は国の経済対策により景気が好循環し始めたように感じます。しかしながら、地方の中小・小規模企業においては景気回復の実感が得られず、依然としてきびしい経営環境が続いております。

このような景気に少しでも活力を取り戻すため、昨年は国の「地域活性化・地域住民生活等緊急支援交付金」を活用し、日立市・会議所・当会が実施機関とな



地域に持続的な発展を

日立市十王商工会 会長 和田 芳信

って、『日立市スーパープレミアム商品券』を発行し、大変多くの消費者にご利用いただきました。

また、昨年商工会では、商工会法施行五十五周年を迎え、新たな考えの中、関係機関のご支援ご協力をいただきながら、地域住民からも信頼され、なおかつ地域になくてはならない組織となるように全力で傾注することを誓ったところでございます。

本年は、去る平成二十六年六月に成立した「小規模基本法」「小規模支援法」を軸にしながら、いかに会員事業所の方々に支援していくかが重要課題になって

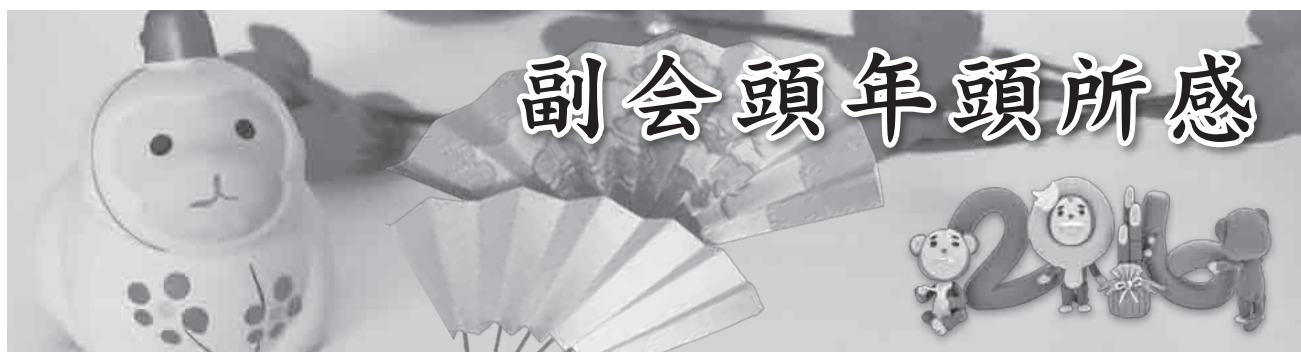
くると考えております。この法律では、地域を下支えする小規模事業者が持続的に発展することが重要であることが位置づけられました。

このことは、小規模事業者が多く所属する商工会議所及び当会にとって大きな転換のきっかけとなりました。従来通りの支援は然ることながら、会員事業所の方々に継続的な伴走型支援を提供できるような体制が求められていると言えるでしょう。

そのことを踏まえ、会員の方々のニーズは何なのか、またそのニーズに対応できる支援とはどんなものなのかということ常念

頭に置きながら、会員事業所の方々への支援に本年も邁進して参ります。

最後になりましたが、皆様にとって本年が良い年になりますようご祈念いたしまして、新年のご挨拶とさせていただきます。



感所頭年頭会副

副会頭 岩田 秀邦



謹んで新春
のご挨拶を申
上げます。

会員の皆様におかれましては健やかな新年をお迎えのこととお慶び申し上げます。

さて、国内外のこの処の雲行きについては、晴々としたものになるよう望むものでありますが、我がまちには、偉大な先人企業家たちが過去、幾多の困難や不況に見舞われても、それらに果敢にチャレンジして克服し、事業を盛り立てて来た歴史があります。

私たちも先人を見習い、開拓者魂を大いに発揮して、日々の経営や地域づくりに積極的に取り組んで参りたいと思います。今一度、

原点に返る意味で歴史に学んで未来に向かって参りたいと思います。

中小・小規模企業が元気で、地域が活力に溢れるように皆様と一緒に進んでいきたいと存じますので尚一層のご理解とご協力を賜りますよう心からお願い申し上げます。年頭のご挨拶といたします。

副会頭 友部 英一



あけまして
おめでとうござ
います。会

員の皆様には謹んで新年のお喜びを申しあげます。

平素からは、商工会議所事業運営につきまして、絶大なるご理解とご協力をいただき厚く御礼申しあげます。

昨年は、地域基幹産業で

ある製造業環境にかつてない大きな変化が鼓動しはじめ、JETRO茨城開設による海外展開支援事業や日立地区産業支援センターが採択を受けたRIT事業(ジェトロが実施するドイツ地域企業とのビジネス交流事業)など、グローバル展開支援の糸口もあり、平成27年度スローガン「変化にチャレンジ」するための、事業再構築の年だったと考えています。

かかる状況の中、永遠の目標である強い中小企業を目指すためには、自社の長所を発見するための見直しと検証、弱みの克服、顧客へのアピールが企業の普遍的な取組であり、その連続が当地域ものづくり産業を持続させるための、地味ではありますが我々企業が行える不可欠で重要な動きだ

と感じています。そして、それらを支援する伴走型の事業を商工会議所が展開していく事で、地域基幹産業の使命ともいえる経済と雇用の維持が図られていくのだと、認識を新たにしているところでもあります。

今年は、申年。その意味には「伸ばす」また「悪い事が去る」など、良い事や幸せが来る年という説があるようです。行政でも、地方創生というキーワードが施策にも反映され、私たちが元気づけてくれると期待をしているところであり、明るい話題が提供できるよう努めて参りたいと考えております。

結びに、会員の皆様にとりまして、今年が大いなる飛躍の年となりますようご祈念を申しあげ新年のご挨拶とさせていただきます。

副会頭 森 嶋 鎮 一郎



新年明けましておめでとうございます。

会員の皆様におかれましては、健やかな新年をお迎えのことと心よりお喜び申しあげます。

平素より、当所事業運営につきましては、格別の御支援御協力をいただき、改めて厚く御礼申しあげます。現在、当所では商業とサービス業分野の若手経営者による研究会を立ち上げるため準備を進めております。

インターネットを始めとする通信販売の拡大、道路網の発達による地域外への流出など、消費者の購買行

動は大きく様変わりしました。

消費者のニーズに応え、地域に支持される店舗になるためには、これまでのモノやサービスを売る機能だけでなくいいのか、さらには高齢化、人口減少にはどう立ち向かうのか。若い力を結集して、次代の商業、サービス業そして商店街のあり方について議論を深めていただきたいと思えます。多くの皆様のご参加をお待ちしております。

この一年が実り多い一年でありますようご祈念申しあげ、年頭のご挨拶とさせていただきます。

本年もよろしく願い申しあげます。

副会頭 百目鬼 孝 一



新年あけましておめでとうございます。

会員事業所の皆様には心よりお慶び申し上げます。また日頃より、ご支援、ご協力を賜り厚く御礼申し上げます。

難しくも新たな時代、さらなる持続的な成長を続けるためには、時代背景に合わせて強みを生かした顧客中心のビジネスモデルを再構築していく必要があることを再認識している次第ですが、併せて時とともに風化していくこともある企業理念と、それらの整合性を確認していかなければならないのではないかと思つて

おります。

おります。

社員構成等も変化するなかで、創業精神が陰を潜め、本来あるべき思考方法や基本動作が企業全体として十分に実施されなくなることもあります。経営の基本的な考え方を規定し、事業領域、事業戦略さらには社員の行動指針や組織運営の基礎にもなる価値観であり、将来に向けて「原点に戻った企業理念」の再考をも視野に入れて、新たな時代の企業全体の再構築を考えていかなければならないのではないかと、心新たにしているところであります。

会員の皆様にとりましては、より良き年でありますよう心から祈念いたしまして、新年の御挨拶とさせていただきます。

歳 時 記

おせちとおもち

お正月に欠かせないのが、おせち料理とおもち。

おせち料理は日持ちがよく、日本人の食生活の知恵と美意識が結びついた料理です。

おもちはお正月につきものですが、関西では一個を丸めた丸いもちが普通です。関東では一枚のしもちを四角に切るのが習慣のようです。

最近では家庭の暖房事情がよく、おもちがカビやすいですが、おもちの表面をよくふき取った後、酒か焼酎でふいておくと、カビ防止に役立ちます。カラシにも、カビを抑える働きがあります。小皿かおちよこに、大さじ二杯分くらいの練りカラシを入れ、和紙でフタをして、もちの箱に入れておくのもカビ防止の工夫の一つ。

のしもちを切るときは、ぬれた布きんで包丁をふきながら切ると、もちが包丁にくっつかず、スムーズに切れます。また、大根をそばに置いて、そのつど包丁で切れ目を入れながらもちを切ると、同様にくっつかずに切れます。

鏡もちは、重なり合ったところにカビがはやいものです。これを防ぐには、供えるときに米粒を五つ、六つ、もちの間に敷いておくと、通気性がよくなって効果的です。

年頭所感

新年あけましておめでとう
ございます。

会員の皆さまには謹んでお
慶び申し上げます。

商工会議所の下部組織とし
て活動している私たち女性会
は、年間活動のなかで、会員
相互の親睦と、各地商工会議
所女性会との交流を大切に取
り組んでおり、経営意識の高

年頭所感

新年、明けましておめでと
うございます。

青年部では、昨年「ひたち
さくらまつり」「ひたちサン
ドアートフェスティバル」協
力、日立市サッカー協会主催
事業への協賛などを実施し、
地域活性化の一助となるべく
取り組んで参りました。本年
もその思いを強くし、より良
い事業を地域のために実施し
たいと考え2つの事業を予定
しています。

一つは「常陸ノ国グルメフ
ェス」の開催です。「茨城の食
材を地域の人たちに食べて欲

日立商工会議所女性会

会長 荒井 愛子



場を図り、地域商工業の発展
に誠実に取り組みたいと考え
ております。

今年も、「平和で心豊かな
社会を築く」活動方針に沿っ
て、「日立さくらまつり」への
参画や「一人一品持ち寄り運
動」を実施し微力ながら貢献
してまいります。

私たち女性ならではの「柔

日立商工会議所青年部

会長 和田 博光



しい」との思いと中心市街地
の活性化の為に、本年も開催
します。

二つ目は、「就活フェス in
ひたち」の開催です。日立市
では人口減少、特に若年層の
流出が大きな課題です。理由
は様々ですが、大きな理由の
ひとつに学生の「就職先がな
い」ことを耳にしました。

我々中小企業と学生がお互
いに理解し合う就職説明会と
して、少しでも地域の為に、
そして自企業・他企業の発展
の為に多くのつながりと、そ
れに伴う拡がりを作っていき

軟な思考」を最大限に活かし、
充実した事業計画を心掛け、
実施して参りたいと考えてお
りますので、皆さまのご支援
ご協力を宜しくお願い申しあ
げます。

結びに、会員皆様のよき年
になります様心よりご祈念い
たしまして、新年の御挨拶と
いたします。

たいと思っています。

本年は申(さる)年です。申
には「樹木の果実が熟して固
まっていくな」という意味があ
ります。私の任期は3月まで
の約3ヶ月間ではありますが、
その集大成として青年部とい
う果実がより良く固まってい
くよう努力していきますので、
より一層のご支援とご協力を
賜りますようお願い申しあ
げます。

皆さまにとって本年が良い
年になりますようご祈念いた
しまして、新年の御挨拶とさ
せていただきます。

トレンド通信

「その調査のやり方で
大丈夫ですか？」

先日、ある地域の資源を生かした産品
開発の会議に出席する機会がありました。
商工会議所や商工会でも実施されている
「地域力活用新事業」全国展開プロジェクト
の一場面です。そこで、開発中の商品
について消費者にニーズ調査をしようと
いう話が出ていました。その内容を聞いて
いて、「これはちょっと困ったことにな
ったぞ」と思いました。

内容はつくりかたとして商品の特徴
(差別化ポイント)についてのものだった
のですが、設問が誘導尋問のように「イ
エ」が多くなるようにつくられていたから
です。さらに困ったことに消費者向けと
取引先や流通事業者向けの質問が混じっ
ていました。

地域発でヒット商品を開発するために
は、調査はとても重要なプロセスです。
そこで押さえるべき内容には二つありま
す。一つは開発する商品の価値や特徴を
はつきり説明するためのエビデンス(根
拠やストーリー)の収集です。こうした調
査は時間もお金も掛かります。もう一つは、
こうした調査によって得られた情報を基
につくった商品特徴や価値が、本当に市
場のニーズにマッチしているかどうかを
調べるためのものです。

いずれの調査も自分たちが想定してい
る商品の価値設計が思い込みで独りよが
りに陥っていないかをチェックすること
を目的としなければなりません。地域発
ヒット商品の開発で最も典型的な失敗は
「良いものをつくっているのに売れない」
という状態に陥ることです。つくり手が
「良い」と思っている特徴が実際には消費
者や取引先にとって大して価値がないこ

とが多いのです。地元では価値があると思
われている素材や技が最終商品になっ
たときにきちんと市場で競争力を持つよ
うなものなのか、それが客観的に証明で
きるものかを調べることはとても大切で
す。取引先やバイヤーなどに加えて、専
門家を招くなどして商品化する前に検証
しておく必要があります。

さらに、そこで確認された特徴や優位
性などが、分かりやすく有効な形で最終
商品に反映されているかを知るには、実
際に消費者に聞くしかありません。ここ
まで出来たら消費者にアンケート調査を
実施しようかという話になります。

実は、大手メーカーや流通のヒット商
品開発の事例を取材すると、アンケート
調査などのデータをうのみにすることは、
ほとんどありません。あくまでも傾向を
つかむためのものと割り切っています。
調査の設問設定や方法で結果が大きくぶ
れることを知っているからです。むしろ、
想定したターゲットの個人に対して開発
者が直接インタビューしたり、行動観察
をしたり個別に情報を収集する手法を採
るところが増えています。消費者ニーズ
が多様化している現状では、表面的な好
き嫌いよりももっと深いところにあるニ
ーズや価値観に響く商品企画を目指すこ
とが大切なのです。

報告書作成のための数字合わせのよう
な調査を実施し、それに基づいて商品開
発をするとは必ず失敗すると言ってもいい
でしょう。調査は「いかに独善を避けるか」
のためにあることを忘れないでください。
日経BPヒット総合研究所 席研究員
渡辺 和博