

税理士みむらの
プ子経営塾
 プレジデントより

コミー株式会社

「売れない商品を買った客」に理由を聞きなさい



小宮山社長

会社の概要

昭和48年4月（資本金 2000万円）

代表取締役 小宮山 栄

従業員数 33名

主要取引先 ポーイング社 エアバス社



売上実績

2014年9月 8億2000万円

2013年9月 6億7700万円

2012年9月 6億4100万円

小宮山社長は、長野県に生まれ、信州大学工学部卒業後、日本精工に技術者として入社。3年半で退社し、様々な職業を転々とし、昭和42年コミーの前身「小諸文字宣伝社」を作り、昭和48年4月組織化してコミー株式会社を設立。平成25年4月に40周年を迎えました。

防犯ミラーの開発



あるとき凸面鏡を背中合わせに付け、それをモーターで回す回転鏡を考えつき、店内のディスプレイ用に回転式ミラーを作り、展示会に出品しました。予想外に売れたスーパーからの注文に(何に使うのだろう)と疑問に思い、スーパーを訪ねました。すると**万引防止用**でした。その後も引き合いがあり、小売店向けのニーズが高いと確信し、「**回転ミラックス**」と名づけ、本格生産に乗り出しました。それが、コミーが**特殊鏡メーカーに転身するきっかけ**となりました。

大きく成長したのが「**FFミラー**」でした。「平成3年東京発明店」で奨励賞を受賞。エレベーターの扉の脇に人の乗り降りの確認用として取り付けられたり、車庫の入り口に出入庫の確認用として設置されたりしています。

世界のどこにもない業務用ミラー



1997年にポーイング社が正式採用「**FFミラー**」を旅客機用に改良した「**FFミラーAIR**」は、多くの旅客機の客室内の上部にある「ピン」と呼ばれる手荷物入れに備えられるようになりました。装備する目的の一つは客室乗務員による**安全確認、乗客の荷物の出し入れを円滑にすることと忘れ物防止**のためです。

顧客満足度より使用者満足度を大切に



- ① 自分たちでオリジナル商品を作ってみる
- ② その商品を使ってもら
- ③ 使われている現場に足を運び、どう役に立っているのか、問題がないのか細かく聞く
- ④ それを販売の際のマーケティング(カタログ作りなど)に活用する

③を何度も繰り返し、その結果を製品の改良や新製品開発に反映させることに力を注ぎました。

使用者満足度 > 顧客満足度

小宮山氏は、こうして集めたユーザー情報は、製品の開発や改良にフィードバックします。「1000人に声をかけて、一人しか製品を買わなかったら、その一人に買った理由を聞きます。売れない理由は、値段が高い、デザインが悪いなどいくらでも出てきます。しかし、一人でも購入の決断をしたわけだからそこを追求した方が次につながります」と、**売れた理由**にどこまでもこだわります。

コミーは考える会社

世界的なブランドをつくる

※ 社外の専門家との共創
 高校、大学、日本精工時代の友人、異業種交流や研修会で知り合った講師などとの縁を大切にし、それらの人々の「創意と体験」を、新製品の開発・商品化やその時々の経営課題の発見と解決に活用する試行錯誤を重ねながら、必要な時には電話でも相談に乗ってもらえ、社内の担当者と一緒に課題解決のために汗を流してくれる、20余人の専門のネットワークを「コミーの財産」として、大切に育ててきました。



直接ユーザーと接して、顧客にあった商品をつくり、顧客に喜んでもらえる。「なぜ?」「どうして?」を繰り返し、開発の楽しさをお客様と対等に開発ができる、また改良を重ねることで信頼を得、その結果追加の注文や開発案件をいただける。今後エレベーター用のFFミラーのブランドも作り始め、数年後には、世界のブランドになるように。

未来を考えるために

人間には、頭を整理するためにどこにも所属しない時間が必要だと思えます。ある作家はこうした時間を「**無所属の時間**」と呼びました。小宮山氏の「無所属の時間」とは・・・
 早朝の喫茶店で過ごす時間。夕方以降だと、どうしてもその日の出来事を引きづってしまい、会社の延長になりがちです。早朝なら、過去や現在の事だけでなく、未来についてもじっくり考えることができますと。