

第25回サイエンスカフェ参加者からの質問に対する
谷地先生からの回答
(アンケートに寄せられた質問についてお答えします。)

Q 1) コト・タメ発想に基づき、素晴らしい商品・サービスを開発したとしても、
他の企業により安価で真似されてしまうのではないかと？

A 1) はい、最初の商品やサービスが売れているのを見れば、近場の企業もこぞって同
種のものを投入してくることでしょう。ということは、お客様に受けるだけでは
なく、いかにライバルの模倣を防ぐかという条件を考えることが必要となります。
カフェでもお話しした「価値を守る」という活動が必要です。ほんとうはここに
ついてはマーケティングはいろんな話題を提供できるのですが、当日は割愛して
しまいました。わたしがよく簡単に言うのは、「お客様に愛され、ライバルに
嫌がられるコト」、これが戦略の要件だということです。

Q 2) 高度な技術を要する商品では、特許等で守れると思うが、そうでない場合、いか
に自社の商品を守る事が出来るのか？

A 2) これも①とほぼ同じかと思いますが、確かに特許は重要な「守る」手段です。し
かし、いまや同じ業界では企業間の技術力格差はそれほど大きくはなくて、だか
らこそ、技術的に新しい商品やサービスが出ても、すぐに他社がマネしてしまう
ことが起きていると思います。
実はそこでマーケティングの出番となります。マーケティングでは、技術力に 磨
きをかけるのは重要であるとしつつ、いかに技術そのもの以外のところで、ライ
バルにマネされないようにするのか、そこを研究してきたのです。その結果、ご
質問に対しては、「できます」という答えになります。

Q 3) 例えば、ドリルではなく客が求める物が、新技術Xを使用したのもばかりにな
った場合、ドリルはなくなってしまうのでしょうか。例えばドリルを作る技
術が廃
れて消えてしまう事を防ぐには、そういう場合公的資金を投入して技術の保存を
するなどの方法しかないのでしょうか？

A 3) 同じくコト・タメ発想をすることで、旧来の技術をこれまでとは異なる用途に変
更することは不可能ではないと思いますし、事例もあります。しかし、技術の目
的をずっと固定的に捉えてきたひとにとって、実際にそれを行うのは非常に難し
いことでしょう。「消えてしまうことを防ぐ」ということですが、そもそも防ぐ目
的・必要があるかどうか、コト・タメ発想で考えるべきでしょう。公的資金を
投入するなら、なおさらです。