

叱られない社長が会社をダメにする3

コアラのチーマー

この項を書いている数日前、ソニーが業績予想を2300億円の赤字と発表しました。

パソコンのVAIO事業も売却する方針という事で、ソニー好きの私はとても残念です。

しかし業績不振は頷ける。なぜなら私が執筆に使うパソコンもVAIOだからです。

私がこの本を書くのにかなりのブランクがあったり、分冊して発表しているのも、実はパソコンの使い難さにあります。

私がおよそ半年前に買った新品のVAIOはSVF153B1GNというものですが、購入直前まで使っていたのは富士通の「FMVデスクパワーCE9/100L」というパソコンです。今年4月のウィンドウズXPサービス廃止に伴い使えなくなったため買い換えたのですが、この10数年前発売のパソコンより、ウィンドウズ8.1搭載の最新型VAIOの方が使い難く、恐るべきことに一部の性能は落ちます。

何しろ買い換えのメリットがあまりに少ない。およそ使わない機能が余計にあるばかりで、起動時の待ち時間が格段に早まった訳でもありません。

さらに困ったことに自動更新は不可避ながら、いざ使いたいときに電源を入れても「更新しています。コンピューターの電源を切らないでください」の表示のまま、一晩放置しても操作できないなんてザラ。

困った私はキーをガチャガチャ押しまくり、なんとか電源を切りました。どう操作してそうなったかは自分でも未だに謎ですが、以前のパソコンならAltとデリートとウィンドウズキーの同時押しとかで電源の強制遮断が出来たので楽でした。再度電源を入れれば使えるようになりましたから。

最悪、データ損失覚悟で電源を引っこ抜けば良いだけです。

そもそも最新型ながらVAIOは、文書や表を作成するためにワードやエクセルを開くという初歩的な作業でさえ複雑化されて、明らかに不要な画面が出たり、暗号に等しい説明を解かなければ使用不可能。

デスクパワーの時はマウスをちょいちょいとクリックするだけだったのに・・・VAIOに買い換

えてからは余白のライン表示が出来なくなったなど、作業効率が大幅にダウンしています。

また、最初にウィンドウズキーとスペースキー同時押しという、謎の操作を行わなければ使えません。毎回だからVAIOを起動する度にイライラします。これが売れなくて赤字というのもむべなるかな。

よくテレビのCMで「ウィンドウズのパソコンがサクサクで使いやすく、社内の仕事が捗るようになった」と放送されています。VAIOと限定している訳ではありませんが、それは玄人の観点。パソコン音痴の人なら私ならずとも大げさ、どころかまるっきりウソなのはお分かりでしょう。

売れるパソコンがどういうものか、この本の別冊でも述べていますし、過去に実在しました。

VAIOはその逆に行くから売れないだけです。

ソニーの代名詞商品で、不振といえれば他にもあります。ご存知ウォークマン。

実は私はパソコン以上にウォークマンの愛好家を自認しております。一度買い換えたとはいえ、もう

25年以上愛用し続けているのです。

ところがミュージックテープに録音するのは不便だし、付属で利便性の高い機能「テレビ音声」は地デジ化により無用の長物と化しました。

ちなみにMDウォークマンも長く愛用しており、私にとっての憩いの時間とは、ソニーのウォークマン無しでは語れないのです。

MDでも音質に不満はありませんが、時代遅れは否めません。ダビングする機械自体メーカーが作らなくなったので、満足できるハードは入手困難。存在したとしても、時代の流れからして今か

ら買うのは得策ではありません。

そんな不満に悩まされていた頃、あるテレビ番組で、新型ウォークマン開発ドキュメンタリー番組を放送していました。

新型ウォークマンはフラッシュメモリ等に音を保存でき、デザインや軽量化が向上したという。しかもネット上で音楽を配信しているから、探している音楽がCDショップで見つからなくてもダウンロードできる！これは買うしかない！

喝采をあげた私ですが、肝心のダウンロード方法が解りません。家電量販店の店員さんや知人に尋ねても、答えはあやふや。ホームページに接続した際のトラブルについて、責任を持ってないというのが大きな理由のようです。

また、過去に録音したメディアからのダビングに適したハード(コンポとかラジカセとかのプレイヤー)がなかなか存在しないのも、買い換え出来ない要因です。新型ウォークマンを買ってもダビングできなければ利用価値はぐんと下がりますから。

かくの理由で、音楽をSDカードやフラッシュメモリに保存したい私は、現在でもやむなくテープやMDでの代用を強いられています。

しかしここで救世主が現れました！

ソニーのVAIOを起動すると、トップ画面にはウォークマン関連らしき表示があり、どうやらここからウォークマンの案内ページに飛ぶらしい。

「これで念願のウォークマンを買える～！(^0^)v」と喜び勇んだ私は早速クリック！

ところがやはりサッパリ解らない。要するに「パソコンやウォークマンに詳しくない方お断り」なのだ。

これにより25年間ウォークマンを活用し続け、悲願であった「ウォークマン買い換え計画」は夢と潰えた。

ソニーのパソコンを買えばソニーのウォークマンを販促して当然と思っていましたが、その姿勢は微塵も感じられない。買ってもし使い方が解らない製品はいくら私でも買えません。

ところでソニー業績悪化の一因に、スマートフォン事業失敗があります。もしあなたが「最近の若者は音楽を聴く手段としてスマートフォンでダウンロードする事が多いから、スマートフォンに押されてウォークマンが売れないのだ」というなら、それは大きな間違いです。無関係とは言いませんが、私はスマートフォンはこれっぽっちも欲しくありません。ウォークマンのようなものでなければ意味が無いのです。

スマートフォンとウォークマンは畑が完全に違う。ソニーがウォークマンのCMに起用したタレントさんはスマートフォン購入者層には認知度も高いでしょうが、私のようなウォークマン層向きではありません。客層も用途も市場も販促方法もまるで別。

もしソニーの株主の方がこの本をご覧であれば、ぜひ平井社長に「この和田というコンサルタントにメールのひとつも送らずに、株主配当をカットするな」と言って頂きたいものです。

少なくともパソコンとウォークマンに関しては、私のやり方で売上を倍以上に出来なければ、私はこの本を撤回してコンサルタントを廃業することをお約束します。

画期的な手法なんて必要ありません。わざわざ売れなくしている原因を排除するだけ。

ちなみに私が量販店の販売員として、ソニーのボイスレコーダーを多く接客販売しました。

安い他社製品と並んで陳列される中、私が接客すれば高くても皆さん確実にソニー製を買った。

ボイスレコーダーは安くても使い勝手が悪ければ売れない。

ところがVAIOやウォークマンは格安でもないのに使い勝手が悪い。

この本の別冊でも触れていますが、高速道路が渋滞するのは、渋滞解消の努力を怠っているからではありません。渋滞させるよう、大勢の人が尽力しているからです。

ガラガラに空いて、他に一台も車が走っていない高速道路をあなたが渋滞させようとしたら、膨大な労力・時間・費用・人材を要するでしょう。法律や道德の問題が無くとも現実的に不可能。それと同じです。高速道路は「渋滞させよう」という大勢の努力がなければ常に空いているのです。

優秀な製品が売れない原因は、確かに売る努力が足りない場合もありますが、わざわざ売れなくしているケースがあるのです。

ソニーは解りやすい例です。製品は良いが、売り方が落第点。

社長たるもの、まずは売れない努力をやめましょう。