



メディアージュ館長
ソニー企業株式会社
岸 貴展氏
http://www.mediatech.jp
TEL: 03-5531-2184

いながらソニーという会社を知ってもらおうと同時に、技術者にはモチベーションアップも図ることが出来る。

SESの「ソニー環境コーナ―」では、オレンジの皮から抽出した「リモン液」オイルに発砲スチロールが溶かされ再び材料に生まれ変わり、カセットテープのケースやボールペンにリサイクルされていく様子や、とうもろこしのでんぷん(たんぱく質)がプラスチック材料になり、ウォークマンの外側ボディやDVDプレーヤーのフロントパネルなどに形を変えていく工程を見ることが出来る。未来を担う子供たちに「自分の身近にあるものを再利用していくことは地球にとって大切なんだ」というメッセージに直接触れ

赤木の目線

SESの「デジタル・ドリーム・キッズ実験室」(土・日・祝開催)では、実験クイズという形で科学に親しんでもらうコーナーがある。「なぜそうなるのか、違う角度から見たらどうか」など子供たちにわかりやすく面白く説明している。「どうして大切なのか?」という疑問を投げかけ考えさせることは、瞬時の判断力や発想力の育成などに役立つ。それは大人の世界でも共通の概念である。なぜ誰も読まない営業日誌を毎日書くのか、なぜ客に嫌われても通い続ける営業マンを賞めるのか。結果だけを重視する方法ではなく、その結果が導き出されるプロセスの改善に、この「WHY」を活用してはどうだろうか。



1965年生。短大卒業後、広告代理店入社。経営コンサルタント会社を経て2000年4月クラーク・フューチャー代表就任。「サービス&クオリティ」「キャリア」コンサルタントとして活動。

る機会が用意されている。一つの発見からまた次の発想や開発につながる道が常につくりだされている。環境に対する取り組みをアピールする役割以上に、SESが設置されていることで、そこを訪れる子供たちに未知なる好奇心を芽生えさせる貴重な機会(場所)となり得る。

企業風土をどう伝えるかが見せどころ

ソニーの創業者は、かつて空襲で焦土と化し敗戦の混乱で日々の食料にも欠く日本にあって、夢を抱き自らの技術を信じ、創意工夫と果敢なチャレンジ精神を持ちつづけ、小さな町工場から世界へと飛躍していった。「執着」とも言えるものづくりへのこだわり

りと夢、そして好奇心を持ち続けた。

現在も日本のものづくりの技術は確かに優れている。しかし技術はお金があればいくらでも買える時代に突入した。そして、現在の日本のGNP(国内総生産)の半分がサービスに変わりつつあるとき、もの(技術)とサービスの二つを一体化させた価値を提供することが必要になってきた。会社の規模や業種に関わらず、その企業がもつ独自の強み、潜在化した質の高い技術を活用した顧客主義のものづくりに、発想力を活かし、強みをどう伝達し、お客さまに届けるかが力の見せどころだ。

成功体験は守るのではなく、それを強みや自信に変化させるもの。時代にマッチするものは利用し、

足りないものは新しく創造することで、日本人の知力や財力はより活かされていくと考えられる。

メディアージュのミッションと役割はそのサービスの部分であり、オープン直後も現在もそれは変わらない。創業者の遺志を受け継ぎ、直接お客さまにメッセージを伝える声を聞き、そして、ソニーブランドを知ってもらうことで、企業イメージを高めていくことである。

先行きの見えない環境の中、将来への不安から、自信も元氣も失いかけている日本に必要なのは、「創造し続けることの大切さ」「好奇心を忘れない」「役に立つ(貢献する)」ではないだろうか。「まぜやってみる」。その実践が起業の可能性を開花させるのは間違いない。(毎月第2週号連載)

マニュアルは最小限に、お客さまとともに遊ぶ

「メディアージュ」は、二〇〇〇年四月に若者の人気スポーツお台場に日本初登場の屋内型アトラクションを核として開設された。二年後の七月、お台場を訪れる若いカップル・ファミリー層にブランドの訴求を図るため、旧アトラクションエリアを改造し、ソニーブランドを前面に出す空間にリニューアルした。「体験」と「発見」をキーワードに、遊びながら科学と五感の不思議を体験し楽しめるサイエンスミュージアム『ソニー・エクスポローラサイエンス(以下、SES)』が新たに作られた。

科学に対する好奇心や興味を抱いてもらうことを最大の目的とし、それを通じてソニーブランドに対するイメージを高め興味を持ってもらえたらと考えている。スタッフの接客も、マニュアル類を最小限にとどめ、自分の言葉で語りかけ、お客さまと一緒に遊び、楽しんで帰っていただくことを心掛けた。

こだわりミッション経営

ヒューマン&サービスクオリティコーディネーター
クラーク・フューチャー代表

赤木美香

色濃い「創業者の魂」。

ソニーショック後の起爆剤

vol. 5 ソニーのサイエンスミュージアム

よう指導しているという。ソニーの創業者である井深大氏は根っからの科学少年で、好奇心旺盛、晩年は科学教育の普及に熱心に取り組み、心豊かな人間の育成を目指したという。その井深氏の遺志を汲み、〇〇年秋、北京に、次いで東京にもSESをオープンさせた。来場者は〇三年四月末時点ですでに六万人を超え、学校団体の課外活動の目的地としても認知されつつある。SES北京は年

間一二人が訪れ、中国の子どもたちの好奇心発育に多いに貢献している。

面白そうなのはやる。そこからソニーを知ってもらう

SESで公開しているコンテンツは二種類ある。一つはサンフランシスコの科学館、エクスポローラから輸入したアナログ系のコンテンツで、五感を使って体感することで、驚いたりしながら

楽しむことができる。もう一つはデジタル系コンテンツで、ソニーグループで開発中の技術をベースに、映像や音声を加えて遊びに変えている。

「SESにくるとなんだか楽しいな」という印象を持ってもらい、「あれ、これってソニーがやってるんだ」までいけたら百点満点ソニーでは「面白そうなのはやってみよう」という文化が根付いており、それが形となってお客さまに伝わったと判断できるからだ。

ソニーのグループ内部では、SESを支えるユニークな技術の開発がさまざまな部署で行われている。しかも社員と経営陣の垣根を低く保っているため、自分の発想や開発を、経営陣にメールで伝えることもできる。

技術者が自分の研究・開発内容を発表すると、好奇心旺盛な経営陣全員から意見がくることもあるという。従業員から経営陣まで、その行動は個人の判断で主体的に行われている。そして、それら的一部をSESにおいて紹介することで、お客さまには楽しんでもら