

スキを突く経営

面白家電のサンコーは なぜウケるのか

山光博康

Yamamitsu Hiroyasu

インターナショナル新書 103

サンコーが販売してきたアイテム

『仰向けゴロ寝デスク2』(2019年) ¥4,980



ベッドに仰向けで寝ながらタブレットやノートパソコンが操作できるというズボラな人向けアイテム。天板の角度を変えるとソファでも使用できる(写真下)。2005年発売の初代から改良が加えられ、現行品で17代目となる人気商品になった。

『バケツランドリー』(2021年) ¥8,480



バケツサイズのコンパクト洗濯機。泥汚れ、雑巾、ペット服など、洋服とは別洗いしたいときに活躍する。70°Cまでの温水対応なので、油汚れもお湯で強力洗浄可能。給排水はバケツ部分を取り外してシンクやベランダで行う仕組みになっており、収納時は本体をバケツ内にしまうことができる。サンコーのバケツサイズの小型洗濯機は2017年に発売して以来、根強い人気がある。

『まかせ亭』(2019年) ¥5,980



カップ麺を自動で作ってくれるという自動カップ麺メーカー。本機に水を入れてその下にカップ麺をセット。ボタンを押すだけで、全自動でアツアツ食べ頃に調理してくれる。高さを60~130mmの間で調整可能で、お湯の量は600mlまで沸かせるので、さまざまなカップ麺に対応する。

『腰ベルトファンLite』(2021年) ¥1,680



腰のベルトに取りつけるタイプの小型の扇風機。シャツの内側に風を送り続けられる。静音であり、ハンズフリーのため外でも快適。3段階の風量を選べて、内蔵バッテリーは最長で約5時間使用可能。2回モデルチェンジした人気商品。他にもファンを使って暑さをやわらげたりムレを解消しようという商品ラインナップは多く、帽子、クッション、マウス、シートカバー、リュックの他、ネクタイや折りたたみ傘まで取りそろえている。

『エアクリーンネックバンド』(2017年) ¥13,480



首にかけて使用する自分専用の空気清浄機＆加湿器。空気中の花粉などを、HEPAフィルターで取り除き、清浄した空気だけを、鼻や口に向けて放出する。付属のマスクを使えば本機と接続可能で、きれいな空気でマスク内を満たす。また、付属しているアタッチメントに水を入れてセットすると、加湿器としても利用可能な、機能満載のマルチマシンだ。

『USBあったかスリッパ』(2021年) ¥2,980



バッテリーとヒーターを内蔵し、冷えやすい足をぽかぽか温めるスリッパ。3段階の温度調整が可能だ。キャッチフレーズは「どこでも床暖」。16年前に初代を発売して以来、本モデルで20代目となる人気商品だ。他にベスト、手袋、レッグウォーマー、インソール、アイマスク、膝サポーター、着るこたつ、フェイスウォーマー、ネックウォーマーなど、USBで温める商品を多彩にラインナップしている。

『おはようライト』(2017年) ¥6,280



音ではなく光で起床を促す目覚まし時計。設定時刻になるとLEDライトが光り、眩しさで目覚めることができる。徐々に明るくなる機能によって、朝日を感じて起きるようなナチュラルで理想的な起床を再現。光だけでは不安、という方のためにアラーム音の設定もあるので安心してぐっすり眠れる。

『ラクアmini』(2022年) ¥19,800



カンタン設置のコンパクトな食洗機。タンク式のため蛇口と接続する工事が不要で、シンク横などに置ける。最大75℃の高温洗浄が可能。賃貸の住まいでも使え、さらに省スペースということもあってひとり暮らしやミニマリストの方に人気。ファミリー向けの大型モデル『ラクア』もラインナップしている。

目次

サンコーが販売してきたアイテム
はじめに

第一章 サンコーはこういう会社です。

何をしている会社か

大切なのはアイデア

ネッククーラーシリーズ

猛暑対策に引っ張りだこ

こりやひえくる

ネック冷却クーラー&温めウォーマー

ネッククーラー mini

ネッククーラー Neo

おひとりさま用超高速弁当箱炊飯器

「ご飯は『味』と『食感』が重要

カタチが醸し出す美味しさ

予期せぬインフルエンサーの登場

新たな活用方法が考え出された

アイロンいらぐす
乾燥とシワ取り以外の思わぬ効用

第二章

マツキントツシユの衝撃

流されるままに生きてきた

子ども時代のこと

ボンヤリとした人生の目標

こんな生活をしていたらヤバい

マツキントツシユとの出会い

個性を表現するためのツール

世界中の人が同じスタートラインに立つた

マツキントツシユを買うために

マウスに込められた哲学

まるで開発者と心が通ったような感覚

マツキントツシユのある生活

アップル専門店の店員に

第三章

サンコーを起業するまで

イケショップの社長との出会い

マツキントツシユの話ができるだけで楽しかつた

一〇〇万円のマツキントッシュが飛ぶように売れたバブル時代
印刷の革命に夢中になる

人に伝えるための技術

わずか二年足らずで退職

身につけた編集技術を活かす

英語学習にのめり込む

慎重にならざるを得ない価格

ネット通販の革命的な可能性

誤解と思い込みのなかで

成功体験に酔つて無我夢中に起業

第四章 地獄の創業一年目

有限会社を設立

暑くて寒かった事務所

最初に仕入れた商品

心配すること以外にできることがない

新米社長を襲う最初の地獄

借金ができない！

眠れない日々

資金繰りの重要性

キヤツシユが尽きればすべてが終わり

第五章

経営者としての成長が問われた一〇年

資金繰りでの苦労が続いた二年目

株式会社への移行と社員の雇用

売れ続けたパソコン周辺機器

仕入れる商品をどう選ぶか

ターゲットの年齢ゾーンは気にしない

失敗の理由がわからないこともある

実店舗を開店

オリジナル商品を開発したい

モバイルバッテリーの進化が追い風に

会社の成長に追いつかない！

二度と思い出したくないくらい苦い失敗

第二期の入り口に達した二〇一五年

第六章

第一一の創業期へ

商品のアイデアをどのように生み出すか

海外から輸入する商品をいかにして探し出すか

魅力的なアイテムを生み出し続ける仕組み

広報部長の重要な仕事とは

サンコーのパブリックリレーションを支える

テレビ番組での露出が増加

『タモリ俱楽部』がサンコーにやってきた
どつちがサンネンだつたでSHOW!!

よく売れたUSB花粉ブロッカー

『タモリ俱楽部』を見て入社した技術者

開発力が大きく向上

商品企画と製品企画

世界最小の家電メーカーを象徴する

ライバル商品との熾烈な競争

第三の成長期に到達

あとがき

はじめに

こんにちは！ サンコー株式会社の山光博康やまみつひろやすです。

本を書くなんて初めてなので、どういう風に書き出せばよいのかわからず、まずはご挨拶を申し上げました。

とはいって、読者のみなさんは、サンコーも、山光博康も、もちろんご存じないでしょう。ということで、まずはサンコーという会社のご説明を、簡単にいたします。

私たちは「世界最小の家電メーカー」と自称しております。こう自己紹介すると、「大手家電メーカーになれないだけだろう」とおっしゃる方もいまして、それは事実なのですが、私たちは「世界最小」を自負して、それを誇りとしています。私はその創業社長です。

私たちが製造販売している家電には、大きな特徴があります。

それは「この世の中になかった」「本当に生活の役に立つ」「アイデア商品」であり、しかも「廉価」ということです。

したがって、この新書も「この世の中にはない」「生活の役に立つ」「アイデアの詰まつた」、買って読んで良かったという「廉価」な本にしたいと思っています。

「この世の中にはない」という点では、東京のオタクの聖地である秋葉原に本社を置く、アルバイトをふくめて総員五〇名の、吹けば飛ぶような小さな家電メーカーの社長が、偉そうに本を書いているというだけで、これはかなり珍しいでしょう。

年商は四四億円（二〇二一年五月期）を超えたばかりの、創業一九年の会社ですから、「急成長中」と言つてくださる方もあります。資本金は三八〇〇万円で、まだ株式を上場していないベンチャー会社です。

こんな会社の社長が、なぜ、この新書を書いたのかといえば、この本の担当編集者が「会いたい」と言うので会つたら、「あなたの人生は面白い！」と言つたからです。

突然そんなことを言われたので、「どこが面白いのですか」と、私は質問せざるを得ませんでした。

「あなたが普通の人だからです」と担当編集者は答えました。

たしかに見た目からして、私は普通の人です。通勤電車に乗れば、ごく当たり前にいる、くたびれた中年の会社員にしか見えないでしょう。起業した社長だと見てくれる人は、たぶん一人もないと思います。どちらかといえば真面目な顔つきだと言つてくれる人がいましたが、それが取り柄の人は、どこにでもいる、つまらない人というのが通り相場でありましょう。

私は起業家であり創業社長ですが、たとえば年間売り上げ総額二兆円を軽く超えるユニクロ

（ファーストリティリング）の柳井正氏とは比べようもないほど、小さな存在にすぎない。その意味でも、私は自他共に認める普通の人、凡人です。

そのようなことを口下手の私がおずおず説明すると、「しかし、やつてることは面白い！」と担当編集者は言うのです。「いつたい、どこが面白いのですか？」と、私は質問を重ねました。

「あなたの会社が発売した商品のリストを作ったから、それを読み上げます」と担当編集者は言いました。

いわく、寝転がってノートパソコンが使える『ゴロ寝deスク』と『ゴロ寝deマウス』。風を送るうちわを自動化した『USB電動静音うちわ』。ヘッドホン型扇風機『ヘッドホンなクーラー』。その他にも『USB掃除機マウス』『USBあつたかオニギリウォーマー』自動カツプ麺メーカー『まかせ亭』『後頭部ミラーレン』『折り畳みミストシャワーブレラ』……。『何だかワケがわからないけれど、楽しげで使いたくなる、面白そうな商品ばかりだ』と、担当編集者は結論づけました。

そして、私が本を書く意味を、とうとうと述べるのでした。

「ひと握りの天才を除いて、人は最初から面白いわけではありません。最初は、みんな普通の人です。まさに山光さんのように普通の人。そういう普通の人が、自分に合った仕事を見つけ

て、やがて起業し、会社をどんどん大きくしていく。成功ばかりではなく、失敗もあつたでしょう。その成功も失敗も、方法もいきさつも、商品企画の秘訣もファブレス製造（工場など製造部門を持たず外部企業にアウトソーシングする製造方法）の有利不利も、すべて素直に書いてください。そうすれば、これから起業しようとか転職しようという普通の人の参考書になる。いま起業している普通の人やアイデア企画の仕事をしている人へのアドバイスになるかもしれない。とにかく普通の人が読んで面白く、仕事の役に立ち、生きていくための知恵を得られる、素晴らしい本になることは間違いないです！」

何だか調子に乗せられているようですが、「なるほど」と思い当たることが、ひとつありました。それは私たちサンコーがやつてある仕事と同じ仕組みであるということでした。

私たちの仕事は、「面白く」「役に立つ」商品アイデアを得るために行動して考え、企画会議をやつて思いつきのアイデアを製品企画にまで練り上げ、製造できる工場を探して現物を作り、宣伝広告を抜かりなくやり、お客様へ販売する。

「たしかに、この本もサンコーと同じ仕組みで作られる商品なんだ」と私は理解し、「普通の人」が「面白く」読んで、しかも「役に立つ」のならば、本を書くことにチャレンジしてみようと思いつきました。

私は文章を書くことに関して素人ですが、専門家である担当編集者に相談して、原稿のアイ

デアを考え、それを文字で綴つていけば、本の製造メーカーである集英社インター・ナショナルさんが新書という商品を製造してくれる。これはまるで私たちファブレスメーカーの業務と同じです。

もうひとつ、私が調子に乗せられてしまったのは、若いときから文章で説明する仕事をやつてきたからです。たとえば会社員のときならば、報告書や企画書などのビジネス文を書いてきたし、Eメールの時代になつてからは、文字を書いて伝達する仕事が飛躍的に多くなつています。だから昔の会社員より、いまの会社員の方が文字を書く時間が圧倒的に増えているはずです。そうした時代の変化とともに、私の場合は商品の取扱説明書や、商品をメディアで紹介してもらうためのプレスリリース、さらには自社のホームページに掲載している商品紹介の文章まで書いて編集してきました。一時期、二年間ほどは、当時最先端だったコンピュータによる印刷を扱う会社の制作現場で働いていたので、文章や写真を使つた表現の何たるかはそれなりに理解しているつもりで、ひと通りの編集技術も身につけてもいる。もちろん素人に毛がはえた程度ですが、完全な素人でもない。

だから、一冊の本を書くことの大変さを少しは理解しているつもりですが、せつかくのチャンスだから、チャレンジしてみたいと思つてしまつたのでしょう。チャンスを逃すのが、もつたいないと思つたのか、あるいは調子に乗つたとしか言い様がないのかもしれません。

ただし私は、積極的に何にでも挑戦するという情熱的なタイプの人間ではなく、状況や環境に影響されやすいタイプです。ようするに目の前に前にことに流されやすい。だから失敗が少なくありません。失敗は損をして手痛いし、自己嫌悪に悩むけれど、失敗であるかぎり誤魔化せない。しかも私は失敗したこと忘れて、また同じ失敗を繰り返すことがある。そのように仕方がないのが失敗なので、どうやって失敗を終わらせるかが大事だとしか言えません。

そうやって流されて仕事をして、失敗と成功を繰り返して、食うために働いてただけです。仕事が好きだとか、大きな志があるとか、歴史に名を残したいとか、そういう大それた気持ちはひとつもありません。財産家でもない庶民の家庭で生まれて育つたから、働かないと食べていけないので、働いているうちに、少しばかり収入が上がるからと起業してしまい、そうなれば会社経営に失敗すると食べられなくなるので、それなりにがんばっているだけなのです。

とはいって、本を書いて、私がやってきたことや考えていることを、多くの人びとへお伝えできるならば、たしかにお話したいことがあります。

まず第一に、サンコーの商品をご愛用いただいているお客様に、その商品とサンコーについてのヒストリーをよく知つていただければ、もっとサンコーの商品を楽しんでもらえると思います。サンコーの商品は、廉価な大衆商品で、貴族的な歴史物語で固められたような高級ブランド

ンドとはちがいますが、お客様はユニークなサンコーの商品を好んで選んでくださった、個性を愛する方々でしようから、サンコーのヒストリーにニヤリとしてくださると思います。

そして、もうひとつお伝えしたいことは、私は仲間がほしいと思っています。

仲間と言つても、サンコーで共に働きたいという人ばかりではありません。この本を読んで、起業というのは案外簡単なものだな、と思つて起業してしまった人がもしいたら、その人は私の仲間だと思うのです。

あるいは、サンコーはどんどん成長する会社だからと見込んで、投資して共同経営者になりたいとか、会社ごと買い取りたいという個人や企業も、私の仲間です。ただしサンコーは、まだ上場していません。私は、いま現在のサンコーの社長で最高経営責任者にして最高執行責任者だけれど、未来のサンコーには未来なりの社長というか、未来にふさわしい最高経営責任者がいると思っています。それは相変わらず私かもしれないし、まだ知らない他の誰かかもしれません。同じように、私はサンコーの筆頭株主で大部分の株式を所有するオーナー社長だけれど、死ぬまでサンコーの筆頭株主でいると考へたことがありません。時代が変われば、その時代にフィットした新しいオーナーが登場していることは十二分に考えられるからです。そういう未来のサンコーの経営者や株主も、私は仲間だと思っています。

もちろん、サンコーでバリバリ働いて、新商品をどんどん開発して、ばんばん販売する仲間

がほしい。サンコーの商品は、そのほとんどがこの世にないモノだから、開発はゼロから出発します。ようするに見たことのないモノを考え出して、その想像図を描いて、試作品を作つて、最終的に量産品を作つて、販売する。この仕事を同僚たちと協力しながらやつてくれる人材が、一人でも多くほしいです。

その人材とは、才能がある人ばかりではありません。新人でもシニアでもかまいませんが、サンコーで働くことに向いている人がほしい。人材選びのポイントは、才能の有無より、向き不向きが重要と考えます。後で詳しく書きますが、サンコーは、国籍、人種、性別、年齢、学歴、すべて不問で、朝一〇時始業の実質的な一日七時間勤務など働きやすい労働環境があります。サンコーは働くために生きている人の会社ではなく、生きるために働いている人の会社であります。やがてほしいう人材は、たとえば仕事を最後までやる人がほしい。失敗しても、それを認めて、やり直して、きちんと終わらせる人がいいです。キャリアがある人ならば、アイデアを生む考え方のトレーニングをしていて、試作品や量産品を作るとか、同僚とチームを組んでチームワーク良く仕事をするというスキルのある人です。これらのスキルは、学校や研修で習うことがあるかもしれないけれど、大半は自分で自分で自分を鍛えることでしか身につかないと思います。そういう人材がほしいのです。

ただし、これも後で詳しく書きますが、サンコーで働く人はアルバイトであろうが正社員だろうが役員でも、毎週新しいアイデアを提案しなければなりません。アイデアといつても完成された企画である必要はなく、思いつきや気づきでいいのですが、これは必ずやらなければなりません。なぜなら、この毎週全員出すアイデアがサンコーの飯のタネだからです。

そのような仲間の人たちに、サンコーの話をきちんと確実に伝えるのは、本というカタチがベストだと思いました。本を読むより、映像で見せた方が伝わりやすいということもあるでしょうが、本の情報量と安定感は抜群のパワーがあると私は思います。

かくして私は、この新書を書こうと決意しました。「世界最小の家電メーカー」サンコーが誕生し、右肩上がりで成長を続けている話をぶつちやけて書いてしまおうと思いました。この一冊を読んで、ぜひ、あなたも、私とサンコーの仲間になつてください。

スキを突く経営 面白家電のサンコーはなぜウケるのか
山光博康・著

発 行：集英社インターナショナル（発売：集英社）
定 価：946 円（10%税込）
発売日：2022 年 6 月 7 日
I S B N：978-4-7976-8103-1

ネット書店でのご予約・ご注文は [こちらにどうぞ！](#)