

プログラミングでメシを食え！

ゼロからはじめる製品開発販売の取り組み

2009.6.12

日本シー・エー・ディー株式会社

小俣 光之

ソフト開発業界の問題

□ 受託開発・派遣が中心

- 人の時間の切り売りビジネス
- 最後はコストの戦いに巻き込まれる
- ※もちろん違うタイプもある

□ プログラミングでメシが食えるか？

- 「食えないでしょう」と言われた・・・

もっと**楽しい**ビジネスを目指そう

- プログラムを作れる強みを活かす
- 受け身では駄目：提案型ビジネスを！
 - 新しいサービスの立ち上げ？
 - 製品開発販売？

製品開発販売に取り組んでみた

- 技術アピール用に「売らない？」製品は以前から紹介していた
- **売る・売れる**製品開発販売に取り組む

前提条件：無理しない

- 開発投資は自分たちで稼いだ範囲で
 - 借りてしまうと・・・
 - 思考が安全方向に向いてしまう
 - うまくいかなかった場合に立ち直るのが難しい
- 受託開発で稼ぎながら製品開発販売事業を
徐々に立ち上げる

目標

- 実績も知名度もない
 - いきなり高価な製品は売れない？
- **まずは実績作り**
 - 安くて広く使ってもらえる製品

方針 1 : コンセプト

□ 安い・簡単・つなぐだけ



- ソフト売りは導入やサポートが大変
- ソフト売りはお金を出してもらいにくい
- アプライアンス製品が売りやすい

方針 2 : 製品体系

- 1 製品だと本気具合が伝わりにくい
 - 同様な形態の製品を 3 機種
- 少し高価な製品も用意
 - 難しいものも作れるというアピール

主力商品ラインアップ

□ 安い(¥59,800)・簡単・つなぐだけ

□ 不正接続検知システム：**IntraGuardian**



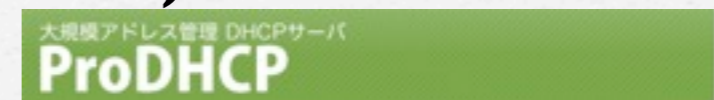
□ 回線遅延シミュレータ：**Ethdelay**



□ メール宛先制限システム：**BridgeFilter**



□ 大規模向けDHCPサーバ：**ProDHCP (¥800,000～)**



価格

□ 安い・簡単・つなぐだけシリーズ

- 59,800円！（ハード仕入：25,000円）

- 管理用マネージャーなどは無償提供

□ 狙い

- 価格インパクト

- 競合と比較されて弱い部分や仕入れのない部分は無償で提供し、同じ土俵で比較されないようにした

体制

- 製品開発販売をやりたいメンバーでチームを
結成
 - 思い入れが無いメンバーには無理
- トップはサポート役に
 - トップが一人でやっているような印象の製品はお客が敬遠する
- 企画・販促・法務関連の経験者の応援

初期開発作業

□ アプリケーション化作業

- 機能部分は元々作ってあったものをベースに
- 技術的には困難ではなかった
- 意外と怖さを知らないのでスイスイ作れる・・・

販売開始

- まずは仲間内で地味に販売
- 仲間と共同で展示会に出展：2回
- プレスリリース：プロに依頼
- ターゲットを変えながらDM：ほとんど効果なし

反響

- 安いけど大丈夫？
- どうやって食ってるの？
- 仕組み的に完璧ではないから駄目
- すばらしい！

販売店募集

- 全国エリアのカバーは自社では無理
- はじめは仲間内で
- 徐々に商社など販売に強い会社にも
- **現時点で12社**

経過

- 短期目標：約3ヶ月で100台販売
- はじめはほとんど売れなかった
- プレスリリースの後くらいから徐々に売れはじめる
- 徐々に大口の商談が動き始めた
- 短期目標は達成！

実績

- 10ヶ月くらいで320台程度販売
- メンバーもビジネス的思考ができるように
 - 最初は、「なんとかなる」だった
- 他のチームへの刺激にもなる
 - 製品なんか儲からないと思っていたら本当に売れはじめた・・・

問題点

- 販売に関わる作業の手間が大変
 - 伝票関連・出荷作業など
- 安いので、苦勞する割に儲からない
 - 営業的には6万円の製品も100万円のも売る手間は同じ
- 予想外の大規模運用に対応できない部分
 - ファームアップデートで可能な限り対応

やってみてわかったこと

- 販売の手間は大きい
 - エンジニアが開発時間を取れなくなる
- 広報も大変
 - お金も戦略も
- 安くしすぎると販売店の利幅も減り、扱いたがらない
- 受託開発に比べると大企業との取引もすんなりできることが多い
- トップの支援・理解は絶対に必要

大手へのアタックは？

□ 流通大手

□ 安すぎて売る気がしない・扱っても販促や営業はしない

□ パッケージ・サポート体制・供給体制

□ マージン

□ 大企業

□ 間に合ってる

□ ワンストップでないと駄目

他の戦略も

- **ProDHCP**のように大規模向け製品にも取り組む
 - 技術力のアピール
 - 採用となれば利幅が大きい
- **OEM戦略**
 - ソリトンシステムズの**DHCP/DNS**アプライアンス製品に提供
 - ライセンス料は安いですが、技術への信頼度は確実に上がる

Net Attest D3 冗長化とセキュリティ機能を備えた
DHCP/ダイナミックDNSアプライアンス



今後の課題

- 契約関連の整備：エンジニアには無理
- 販売は販売店を中心に
- 広報活動の拡大
- 付加価値の追加
- 次のターゲットは？

製品寿命

- 製品寿命は一般的に非常に短くなってきている
- 変化がはやい
- 短期決戦・次の手を常に準備

取り組むメリット

- まとまって売ればかなりおいしい
 - 受託開発などでは人が動いた分しか儲からない
- こだわられる
 - 言われたとおりに作るよりやりがいがある
- 開発以外の経験ができる
 - いわゆるビジネス全般が身をもって体験できる
- ハード屋さんが売り込みにきてくれる

取り組むデメリット

- 売れない・売る努力をしないと儲けがゼロになる
- 積極性のあるメンバーしかできない
- 経費も結構かかる
 - 広報・営業関連の実費・人件費など
- 自分たちが主体なのでプレッシャーが大きい
 - 結構いろいろと疲れる

現時点での結論

- 口を開けて待っているより遙かに刺激的
- やる気あるメンバーが集められる
- 自社の名前が広まる
- 意外とカスタマイズなどの開発の依頼も増える
- **メンバーが育つ**
- チャレンジする気持ちが生まれる

ということ

- 受け身の仕事ばかりでなく、攻めの仕事も挑戦すべき！