

ユーミックは、さまざまな得意分野を持つコンサルタントが集まったスペシャリスト集団です。

コラボレーションの先進事例

先日より創業セミナーでお話させていただくことが続いております。

今回はコラボレーションというテーマでお話した中から、創業時からコラボレーションをうまく活用してビジネスモデルを構築した事例を2つご紹介いたします。

同業種・関係業者間の コラボレーション



■オーマイグラス株式会社

2011年に設立されたオーマイグラス株式会社はECサイトで眼鏡を販売する企業です。眼鏡という商材は検眼が必要であることからネットで売りにくいと言われてきましたが、当社では検眼の申告方法に工夫を凝らし顧客が買いやすくなる工夫をおこなっています。(例:今使用している眼鏡を送付する、コンタクトレンズの度数情報を利用等)さらにネットのメリットである商品数の豊富さという点を活かして、商品を5点選択して自宅でお試しができるという点もユニークなサービスです。

しかし、上記のサービスや工夫をおこなっても、「度を入れた眼鏡が合わなかったらどうしよう」「壊れたらどこに持っていけばいいの」等顧客には購入に至るまでの心理的なハードルがあります。

これを解消するために考えられたのが、同業種の眼鏡店とのコラボレーションであり、全国1,000店舗の眼鏡店を提携店舗としてHP上でも紹介し、アフターサービスを提携店舗で受けられるようにしました。これにより顧客は購入に

対する安心感を得られ、提携店舗も新たな顧客獲得のチャンスを得ることができます。

当社はネット業者であることからリアル店舗を持つ眼鏡店はライバル関係です。しかし、その眼鏡店とコラボレーションをするビジネスモデルを構築したことによって、後発企業でありながら順調に業績を伸ばしています。業界全体のオムニチャネルを推進したという点で新しい同業種・関係会社間のコラボレーションと言えるでしょう。

異業種・異業態間の コラボレーション



■株式会社おかん

2012年に設立した株式会社おかんが提供するオフィスおかんというオフィスの「置き惣菜」サービスは、オフィスの「置きお菓子」を応用して考えられたビジネスモデルです。IT業界を中心に若い従業員の方がお菓子を食べて1日を過ごすという現象に注目し、お菓子を食べるくらいなら栄養のある惣菜を食べてほしいということで本サービスが誕生しました。

当社が担当するのは企画と営業であり、食品製造とデリバリーを担当してくれる企業(今回の

場合はオフィスに水をデリバリーしている企業)とのコラボレーションをおこないました。

このコラボレーションにより、食品製造業者は工場稼働率を上げることができ、デリバリー企業は自社商品が入っていない企業を訪問した際に自社商品の営業をおこなうことができるようになりました。

このように、新たな価値を生み出すようなコラボレーションは、以下のステップで検討するとよいでしょう。

- ①まずは自社がビジョンを描く
- ②自社の提供価値(強み)を定義する
→できることとできないことを整理する
- ③補完したいリソースを検討しプレイヤーを設定する
→参画する企業すべてにメリットを提供するようなビジネスモデルを構築する

ご紹介した事例のようにコラボレーションは進化し続けています。一方で、他社との取り組みを継続させていくことは難しいという側面も持っています。役割分担・責任体制の明確化をおこなうだけでなく、多頻度・高密度のコミュニケーションが必要と考えます。



Book review 「ふたつめのボールのようなことば。」

著者:糸井重里 / 価格:740円(税込) / 発行:東京糸井重里事務所

今回はコピーライターである著者が平易な言葉でまとめた詩集のような1冊を選びました。書いてある内容も注釈や解説がないので、自分が感じるままに受け取りたいように読んでいくというもので、分かる部分もあれば分からない部分もあるというのが正直な感想です。

人の心にはそれぞれフィルターがあり、それを通してモノや人を見て判断しています。本書を読んで自分のフィルターにひっかかった言葉から自分や現状を見つめていくのも秋の夜長にはおすすめです。

ちなみに、私のフィルターには以下の文章が残りました。(SWOT分析について話をしたせいでしょうか…)

「強み」は、かぎりなく「弱み」に近いですし、「弱み」は、なにかのきっかけで「強み」に転換するものです。ほんとうに「強み」を持っていて、わかっている人は、その「強み」には、寿命がくるということを、正しく怖れて、「別のところ」を鍛えているはず。(P.32)

writer

小倉 綾

売場レイアウトの見直しで経営改善を図る

本年度は、売場レイアウトの相談を受ける機会が多くなっています。相談内容としては、以前に比べて売上が厳しくなったスーパーマーケットの業績改善や、新たに開設される商業施設の開発計画になります。それぞれ目的は異なりますが、共通する視点としては「お客様の利便性」と「店舗運営の効率性」が挙げられます。

業績が悪化している店舗の場合、売場レイアウトを変更するだけで、売上を大幅に改善させることは難しいですが、過去よりも売上が大幅に減少している店舗の場合は、売場レイアウトの改善で在庫を大幅に減少させることが可能になります。理屈で考えると、現在の売場は過去に売上が1.5倍や2倍であった時を基準に構成されているハズなので、現在の売場は売上に対して過剰に陳列棚や品揃えが多くなっている可能性があります。その場合、在庫を抑えるために陳列棚がスカスカになっていたり、売場の一部に売れない雑貨が大量に滞留していたり、売場そのものが資材置場になっている場合も見受けられます。売場レイアウトの変更は、これらを改善することになるので、売上への好影響だけではなく、在庫削減にも大きく寄与する取り組みになります。実は、店舗改善の第一歩は「在庫削減」と言っても過言では無いほどの重要事項になります。

また、本来の目的である、売場レイアウトの変更で売上を向上させるためには、お客様が商品を選び易く、快適に買物できる売場に変更することで、売上の向上に繋げるわけですから、売場レイアウトの変更に合わせて売場提案力の向上や、季節感のある売場作り、POPの見直し、商品構成の見直し、品質管理の徹底、特定カテゴリーの強化、競合店との差別化戦略など、本来取り組むべき基本的な改善策に取り組む必要があります。

売場レイアウトは万能薬ではありませんが、その他の薬(改善策)の効き目を良くする効果があるので、相乗効果を図ることを意識して定期的に取り組むと良いでしょう。

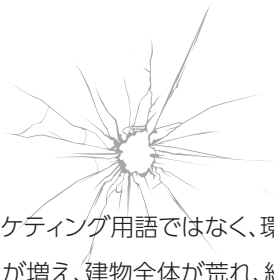


writer

渡貫 久

大学卒業後、広島市に本社のある食品スーパーマーケットに入社。現場、人事、経営企画、業務改善を経験後、中小企業診断士の資格を取得し、独立。スーパーマーケットや食品メーカー、飲食店等、食や流通関連の企業を中心としたコンサルティングのほか、公的機関や学校、民間企業向けの研修を行なっている。中小企業診断士

「割れ窓理論」と会社の秩序



「割れ窓理論」という理論をご存じでしょうか?これは経営・マーケティング用語ではなく、環境犯罪学用語です。ある建物で割れたまま修理されていない窓が放置されると、それがきっかけに割られる窓ガラスが増え、建物全体が荒れ、結果として無法状態の雰囲気周囲へ伝わり犯罪の呼び水になり、いずれ街全体が荒れてしまうと考え方です。つまり、小さな綻びがきっかけとなり、大きな荒廃を生んでしまうという考え方です。逆を言えば、小さな綻びを速やかに修復し、大きな荒廃の発生を未然に防ぐことができるとも言えます。

実際の事例として、1994年検事からニューヨーク市長になったルドルフ・ジュリアーニがこの理論を用いて治安回復に努めました。具体的には、地下鉄の落書き清掃や無賃乗車の撲滅をはじめとして、未成年者喫煙・万引き・花火・駐車禁止・交通違反・飲酒運転の厳罰など軽犯罪を徹底的に取り締まりました。一部からは、重大犯罪を率先して取り締まるべきとの批判もあったものの、結果として殺人事件は3分の1に、発砲事件は4分の1に、犯罪件数全体でも6割もの減少となりました。

これを経営に当てはめてみると、新たな取り組みに対して成果が出やすい会社は、社内で一定の秩序が保たれており、おこなうべき活動が見事に実行できているケースが多いです。一方で、秩序が保たれていない会社では、糸が切れた綱のように社員が身勝手に動き、おこなうべき活動が残念ながら実行されない、もしくは徹底されない状況が見受けられます。

それでは、秩序を保つにはどのようなやり方があるのでしょうか?「割れ窓理論」を応用すると、企業内で小さな取り組みが徹底されていることが秩序を保つ条件です。具体的には、皆さまがご存じの「5Sの徹底」「あいさつの励行」などは、まさに小さな取り組みの一例です。「5Sの徹底」「あいさつの励行」はそれぞれ直接の効果があるものの、私が考える真の目的とは、「守ることを決めて、決めたことを守る」風土を作ることだと考えます。それゆえ、会社として、5Sやあいさつの直接の効果のみを伝えるのではなく、真の狙いも含めて伝えることが重要だと考えております。ただし、秩序を保つために規律ばかりになると、組織は硬直するため、一方で自主性を伸ばす取り組みも重要となってきます。このバランスが強い組織を作っていくのだと考えています。

writer

吉田 英憲

大手電機メーカーでITソリューションの営業、市場調査、経営企画などの業務を経験。現在は、ビジネスプランの作成支援の他、採算分析を踏まえた赤字企業の立て直し、業務効率化(IT活用含む)、後継者の立場に立った事業承継などの支援を行なっている。中小企業診断士