

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。

金融機関による、 企業との新しい信頼構築の形

昨年秋より、特許庁の調査事業に参画し、先日「知財評価を活用した融資の促進に関する調査研究報告書」が完成しました。

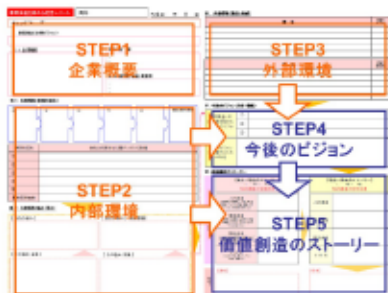
※掲載先: <http://www.jpo.go.jp/shiryou/toushin/chousa/zaisanken.htm>の「(4)知財評価を活用した融資の促進に関する調査研究」

本報告書は、「金融機関による知的資産経営支援編」「知財評価書を活用した融資の調査編」の2部構成となっており、前者のパートにて、当方、小倉ともう1名のメンバーで広島県内の金融機関と、そのお取引様をサポートさせて頂きました。

サポート内容としては、知的資産経営の考え方・視点を金融機関職員と企業の方に伝えながら、職員が積極的に企業の良さを発掘し、下図のような資料にまとめるものでした。作成資料の詳細については、以下をご参照ください。

<http://www.smrj.go.jp/keiei/chitekishisan/059975.html> (独)中小企業基盤整備機構・事業価値を高めるレポート)

↓調査報告書より抜粋



調査事業には我々3名のメンバーの他、東京都・大阪府・石川県の金融機関でも、ほぼ同様の支援をおこないました。当方も委員として参加し、他の委員との議論の結果、金融機関が取引先企業の知的資産経営を支援する意義として、

- ①企業からの信頼を獲得する本業支援
 - ②金融機関職員の能力開発
- があると認識しております。

多忙な金融機関職員、経営者の方が毎回数時間にも及ぶヒアリングを繰り返す、企業の良さを見つめ直すと共に、将来に向けたビジョンと、更に必要な強みを整理していきました。そのプロセスの中で、金融機関職員、経営者との信頼関係が一層強固なものとなり、また非財務に関するヒアリング能力アップに繋がったと、私自身感じただけでなく、金融機関職員、取引先の経営者からも同様の声をいただきました。

※詳しくは報告書99ページ以降をご確認ください。

金融機関職員に支援するのは、当方にとって初めてでしたが、非財務視点や業務プロセスに関するヒアリングが学びになったというコメントをいただきました。金融機関職員にとって、前向きに企業の良さを見つけ出すお手伝いができたのではないかと考えております。



金融機関の方はもちろん知的財産をお持ちの経営者のかたにもぜひご一読いただきたい報告書です。

writer

吉田 英憲

突然、原因不明で肩が痛い!どこにいけば良いのでしょうか?

3月から4月にかけて、原因不明の肩の不調に悩まされていました。心当たりの無い中、突然、肩が激しい痛みで襲われ、左腕の動作が制限されることになりました。所謂、**四十肩という症状**です。慌てて整形外科や鍼灸院を探したりバタバタとしましたが、**一か月半ほど経過したら、これまた突然に左腕が動く**ようになりました。悪くなるもの良くなるのもまったくの原因不明な症状ですが、人に聞いていたよりも四十肩はツライな…というのが感想です。

最初、整形外科に行っても、症状が良くならず、インターネットで「**四十肩 広島**」などと検索してみても、なかなか有益な情報が見つかりません。そもそも四十肩の原因がはっきりとは解明されていないようです。その時に役に立ったのは、経験者の方からの「**口コミ**」でした。

たまたまなのですが、この数カ月の間に、カイロプラクティックや整体、マッサージなどを営まれている何人かの方のご相談をお受けしました。共通する課題として、お客様から見ると「①カイロ、整体、マッサージの違いがわからない」「②当然、それぞれの効果がわからない」「③効果が良くわからないのに高い」「④どんな時にどれに行けば良いかわからない」「⑤なんだか痛そうだから嫌だ」などが挙げられます。カイロやマッサージに限りませんが、**困った時にしか行かない業種、利用したことが無いとわからない業種は、初めて利用するお客様からはハードルが高い**という特徴があります。このような業種については、**ハードルを低くするための工夫として、体験型のイベントやチラシなど、宣伝方法の工夫についてアドバイス**することが多くなります。

今回、身をもって経験したわけですが、**思っている以上に情報が不足している、又はわかりにくい**ということに気付かされました。また、**口コミの有効性についても再認識**させられました。今回の経験を活かし、新たなアドバイスやご提案に活かしていけたらと思っています。

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

先進事例に学ぶ成果の上がるビジネスモデル

今月は経営計画作成セミナーにて先進事例を紹介しながら成果の上がるビジネスモデルの構築方法についてお話させていただきました。

ビジネスモデルとは、「顧客に満足を与え、企業に利益をもたらす仕組み」のことです。新たなビジネスモデルを一から構築しようとすると大変な労力がかかりますが、成果を上げているビジネスモデルは古くからあるビジネスモデルの応用であったり、既存のビジネスモデルの組み合わせにより構築されているものが多いのが実情です。今回は先進事例を3つご紹介しますので、「応用できるとしたら?」「組み合わせたら?」とアイデア出しにご活用いただければと思います。

■事例① 富山の薬売りのビジネスモデルを応用

家庭に薬を置いていただき、使った分だけ代金をいただくというビジネスモデルです。これを応用してヒットしたのが、オフィスにある「置き菓子」です。そもそもお菓子は女性の利用が多い商材ですが、「コンビニに行く暇はないが小腹がすいた」というオフィスの男性の潜在ニーズをうまくとらえ、利用客の多くは男性とされています。そして、これをさらに応用したビジネスとして、「オフィスおかん」という新たなサービスが誕生しました。おかんの作るような惣菜をオフィスに置いて食べる分だけ支払うという「置き惣菜」で、ご飯の代わりにお菓子を食べる若い世代がターゲットとなっています。

■事例② クーポン+本で4方よし

ランチパスポートをご存知でしょうか。700円程度のランチが500円で提供してもらえるとといういわゆるクーポンのついた本です。通常の無料クーポンBOOKと違う点は、ランチ提供店は広告掲載料が不要でランチを安くする200円分だけが新規顧客獲得のための販促費となります。また、本屋で販売する形式にしたことによって、本屋のみならず出版会社も潤う仕組みとなっています。顧客・ランチ提供店・本屋・出版会社の4者が潤う仕組みは、高知県のタウン誌を発行する会社が飲食店の活性化のために生み出したものなのだそうです。クーポンも本ももともとあったもの。組み合わせ次第で新しさが生まれます。

■事例③ 顧客ニーズに徹底的に寄り添う

自社を利用しにくい、自社の商品を買にくい理由を知るといのはとても耳が痛いことですが、その声を拾う仕組みを構築できていない企業も多いことと思います。ここに向き合い、徹底的に応えるというのが不変の商売の原則であり、ビジネスモデルの王道ともいえます。この事例としてご紹介したいのが大人の音楽教室EYS音楽教室です。「レッスンさせていただきありがとうございます」というスタンスで、初心者が抱くであろう不安(楽器を持っていない、先生との相性が悪かったら??、仕事の都合で休みがち等)に対応したプランを提示してくれます。また、徹底的に顧客対応できるのは、当社がターゲットを「オトナの音楽初心者」に絞っているからともいえ、マーケティングの観点から考えても素晴らしい取り組みをされている企業だと考えます。

writer

小倉 綾

百貨店に入社後、仕入、販売や在庫管理販売促進の企画、運営、販売員教育業務や首都百貨店とのコラボレーションショップ店長として新規ショップ立ち上げを経験。現在、流通業やメーカー向けに販売促進や売場改善を中心としたコンサルティングをおこなっている。中小企業診断士