



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。

『知恵と工夫で地域を活性化』



最近、福岡市と姫路市に行く機会があったのですが、どちらも「黒田官兵衛」に関わるお菓子などのお土産が多く販売されていました。ご存知の通り、今年の大河ドラマは「軍師官兵衛」ですから、これを商機に地域でも色々と取り組まれているようです。一昨年の大河ドラマは「平清盛」でしたので、私の住む広島市でも同じような状況だったことが思い出されます。

黒田官兵衛は、秀吉を支えた名軍師で、様々なエピソードが残されており、戦国武将が好きであれば、知っていて当然の名将ですが、学校の教科書に登場しないこともあり、知名度は高いとは言えないでしょう。ここ数年の大河ドラマを振り返ってみると「宮本武蔵」「源義経」「坂本龍馬」「平清盛」のように圧倒的に知名度が高い人物、「山本勘助」「直江兼続」「黒田官兵衛」のように好きな人は知っているツウ好みの人物、「天璋院篤姫」「江」「新島八重」のように、知らない人の方が圧倒的に多い人物など、主人公の知名度は様々です。

大河ドラマについては、ゆかりのある場所に「ドラマ館」が作られますし、観光客が多く訪れます。それによって土産物店や飲食店、ホテルなどが潤うなど、地域にかなりの経済効果をもたらすことが知られています。公的な研究所が公表している資料によると、地域にもたらされる経済効果は当該県の産出額の概ね 0.1~0.3%程度に相当するとのこと。ちなみに、「龍馬伝」では535億円（高知県）、「篤姫」では262億円（鹿児島県）の経済効果があったとされています。広島県でも「毛利元就」の時には564億円の経済効果があったそうです。県の経済規模や観光資源、交通等の利便性などの影響もありますが、主人公の知名度に関わらず、大河ドラマは大きな経済効果を持っていることは間違いなさそうです。知名度が高ければ見に行きたいのは当然ですが、知名度が低ければ知らないから見に行きたいという心理も働くものと思われ。地域にゆかりのある人物が大河ドラマをきっかけに広く知られることで、新たな地域資源として地域の活性化に繋がることは嬉しいことだと思います。

仕事柄、色々な場所を訪問させていただく機会が多いのですが、その土地でしか知られていなかったり、食べることができなかったりする料理や食材に出会うことが多くあります。逆に、広島を訪れたお客様にお召し上がりいただくと思えば望外に喜ばれる料理や食材もあります。このように、そこに住んでいると気づかない地域ならではの魅力がまだまだ残されていることを感じます。県民の生活を紹介するテレビ番組が人気ですが、何かをきっかけにすることで、隠れた地域資源の知名度を向上させ、地域の活性化に繋げることは常に意識しておきたいものです。

大河ドラマ等のように大きなことはなかなかできませんが、インターネットを活用して簡単に情報が発信できる時代になり、ご当地に隠れている有名人や特産品を広く伝える方法が飛躍的に増えています。全国区の有名人や特産品に飽きている人も多いと思われるので、これからは、地方の有名人や特産品が脚光を浴びる時代になるかもしれません。知名度が低い事を前向きに捉えて、チャンスに変えて行きたいものです。



Book review 『マンガでやさしくわかる事業計画書』

著者：井口 嘉則 / 出版社：日本能率協会マネジメントセンター / 価格：1,944円(税込)

今までも、漫画でわかる・・・という本を何度か紹介してきましたが、今回は事業計画書を策定する方法が学べる本です。表紙にも書いてありますが、「数字×論理×ストーリーで人を動かす！」が基本になっており、この本そのものがそれを実践している、わかりやすく感情移入し易いストーリーになっています。主人公が困難を乗り越えるために、アドバイスをを受けながら事業計画を策定していくのですが、本の中で使用しているフォーマットはダウンロードして活用することも可能です。事業計画についての内容はベーシックなものですが、ストーリーや絵もしっかりしているので楽しく読むことができます。本の苦手な事業者の方にご紹介しても良いと思います。



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

現在、複数の会社において、中期ビジョンを策定するお手伝いをしております。経営者と膝を突き合わせて検討したり、社員の意見を集約したりと、経営者の意向を踏まえて様々な形でビジョン策定支援をしております。

ビジョンに関する定義は多様であり、私は「〇年後に当社がやりたい姿を、より視覚的に表現したもの」と伝えております。その一例として、ビジョンには、売上目標など数値目標を盛り込むことが上場企業を含めて多く見受けられます。しかし、「目標」だけでなく、そこから発せられた「想い」こそが、より重要だと考えております。

例えば、中期ビジョンによって社員の参画意欲をより引き出したい場合、重要なポイントとして、まず(1)社員がビジョンを聞いて、メンバーが共感できるかどうかという点です。もう一つは(2)ビジョンを達成できたときに、メンバーが実感する恩恵が何かという点です。

(1)については、社員がビジョンを達成に損得抜きに一心不乱に貢献し、その達成感を味わいたいということが挙げられます。この場合は、企業のビジョン達成が社員個人の成長や満足にかなり密接にリンクしているケースです。一方、(2)については、ビジョン達成に対して、社員の自発的な意欲を十分に引き出せない場合に、それを達成した際に社員がどうなるのかを金銭的、非金銭的な報酬を提示するケースです。当然ながら(2)に比べて、(1)の方がよりビジョン達成の意欲が高まることはご承知の通りです。この2点の想いが、いずれかもしくは両方、ビジョンに反映されると、組織的なまとまりは強くなり、中期ビジョンの達成の可能性が高まると考えます。

その他にもビジョン策定の視点のポイントはいくつかあります。これらのポイントを盛り込みつつ、今回のお手伝いしている企業にとって、社員のより参画意欲の高いビジョンの策定ができたと思います。

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 行政書士

消費税増税の駆け込み需要が落ち着き、その反動として高額商品を中心に売上が厳しい状況に陥っている企業も多いことと思います。この反動減について「想定範囲内」としている大手企業もあるようですが、反動減が続く期間の長さによっては楽観視できない状況です。

このような状況において改めて考えるべきは既存顧客の販売戦略です。新規顧客を獲得するには、既存顧客の5倍のコストがかかることから、まずは一度でも当社を利用したことのある既存顧客に再利用していただくための取り組みを実施することが優先事項として考えられます。そこで、既存顧客の再利用をうながすような顧客満足度向上策についてご紹介したいと思います。

①物販の場合

企業の関心のありかは販売する(=売上がいかにあげるか)ことです。一方の顧客は購入すること自体に関心があるのではなく、実際に使用することに関心のありかがあります。顧客がその商品や企業に満足するかどうかは、販売時点よりも使用開始して判断する割合が高くなります。(住宅なら購入した段階よりも、住み心地が満足度の評価の決め手です)つまり、顧客満足度を高めるには使用段階に対するアプローチが有効になるのです。

本来小回りのきく中小企業はアフターフォローや保証等の使用段階へのアプローチは得意なはずなのですが、実際には「売りっぱなし」となっている企業も多くみられるのは残念です。アフターフォローは次の営業につながる可能性を大いに含んでいますので、フォロー体制を見直すことをおすすめします。

②サービス業の場合

サービス業の場合は提供するサービスそのものは持ち帰ることができませんので、不満を持ち帰らせない工夫が必要です。ある旅館ではチェックアウトの際、必ずおかみさんがお茶を入れるサービスを提供し、滞在中の不満がなかったかどうかヒアリングして確認をおこなっています。このひと手間によって顧客満足度の向上を図っています。

また、表層サービスを高める工夫をおこなっている企業もあります。表層サービスとは対価に対して当然とは思わないがあつたら嬉しいサービスのことを言います。この表層サービスを充実させるほど顧客満足度が高まると言われています。劇団四季では、演目終了後すぐに顧客に鑑賞お礼メールを届けています。感激いっぱいのタイミングでの予期せぬお礼メールは心に残るものであり、まさに顧客満足度の向上につながる工夫だと感じました。

このように、既存顧客の満足度を高めることは他社へのスイッチングコストを高めることにつながります。消費税10%時代の到来が想定される中、今から増税反動対策を打つことが必要だと考えます。

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