

毎月1回、ビジネスのお役にたつ情報をおとどけいたします。



U-mic News

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。

Vol.4

Monthly voice

先月終了したNHK朝の連続ドラマ『ゲゲゲの女房』は、久々の高視聴率を記録し、大きな話題となりました。今回の高視聴率要因のひとつに受け身の主人公があげられます。今までの主人公といえば、明るく前向きで、自分の人生を自ら切り開いていく主体的な女性でした。一方、朝ドラの視聴者層は出勤前の働く女性層です。現代の女性は仕事や家事に追われて疲れており、朝から元気すぎる主人公に対して共感できず、「私はこれ以上頑張れない」「私とは違う」という気持ちを抱いてしまいました。また、編集者・落語家といった主人公の特殊な職業設定も共感を得にくいものでした。しかし、今回の主人公はどこにでもいるおとなしい専業主婦です。ありがちな設定と、与えられた状況の中で自分を押し通すのではなく、周りがかまうまいかという姿勢に女性の共感が集まったのです。重要な視聴者層のニーズの変化を読み取り、主人公の設定を変更させたのは、まさにマーケティングに基づいた発想であると思います。(ちなみに、放送時間が15分繰上げになったのも出勤時間を意識しての施策だと思います。)そして、この話を企業活動にも置き換えてみると、今まで大切にしてきた商品が時代に合わなくなってきたのに、過去の成功体験にとらわれて自社のやり方を変更できず、売上が低迷…という状況です。起死回生の秘訣は、自社のターゲット層のニーズの変化、時代の変化をとらえて、思い切って自社を変更させることです。ヒットの要因は成功企業の秘訣につながるのです。成功の王道を改めて感じました。(小倉 綾)

Monthly Book review



「原因」と「結果」の法則

¥1,260

「原因」と「結果」の法則 ジェームズ・アレン (著)

聖書に次いで世界中の人に良く読まれている本です。きっとご存知の方が多いはずですが。私は10年前にある方から本を頂いたのがきっかけでこの本の存在を知りました。当時は「自己啓発本」としての理解をしていました。しかしここ数年ある出会いがきっかけとなり、またこの本を読み返す機会を得ました。この本には私たちが変えることのできない「原因と結果の法則」が書かれています。総ての「結果」は「自己」からうみだされている事、目標に向かわせるパワーは何であるかなど…。小さいながらも経営者となった私にとって「会社＝経営者」を心に刻まれました。どんな立場の方でもこの本を読めば何かを感じ得ることのできる本です。また問題解決の原点がこの本にはあります。ぜひ機会があればご一読いただきたい一冊です。(古田 由美)



要なのが、ソフト事業を行うことが個店の売上向上につながるということです。イベントを行って通行量が増えるだけでなく、個店へお金を落とす仕組みがあることが必要となります。このあたりの視点は大型店では当たり前でも、個店の集合である商店街全体で取り組むには難しく、今まで取組めてなかった部分のようです。『てっぱん』という追い風が吹いている良いタイミングを活かして、商店街全体と個店両方の魅力作りのサポートをしていきたいと思います。

小倉 綾

Kokura Aya

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