

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.5

Monthly voice

その魚は「釣れた」のか「釣った」のか？

過ごし易い季節になり、魚釣りに行かれる方も多いと思います。釣りをする時には、釣り竿、リール、仕掛け、エサなどの準備を行います。もちろん、潮の干満や釣り場の選定も重要なポイントです。実はこれは商品を販売することと似ています。販売ターゲットを明確にすることは、狙う魚を決めることと同じですし、お客様に利用していただくためには、お客様のニーズにあった品揃えや売場作り、サービスを提供するわけですが、これは、釣りたい魚に合ったエサ選び、対応した釣り竿、リール、仕掛けを選ぶことと似ています。また、釣り竿を増やすことは、店舗や売場、商品アイテムを増やすことと似ています。商品を開発し販売する際に、ターゲットを明確にせず、とにかく商品を先に開発し販売することがあります。これでは、思うような売り上げにならない場合がありますし、売れたとしてもそれは偶然でしかありません。釣りをしている、狙った魚とは異なる魚が釣れることがあります。たとえ、それが高級魚であったとしても、偶然釣れたものは続けて釣ることはできません。自分が釣りたい魚に合わせた準備を行い、狙った魚を釣り上げる。これが魚釣りの醍醐味でもあります。『釣り上げたのは偶然「釣れた」魚でしょうか？狙って「釣った」魚でしょうか？』『販売した商品は「売れた」のでしょうか？「売った」のでしょうか？』結果は同じように見えますが、継続性や蓄積される経験値に大きな差が出てきます。釣りも経営も安定した成果を出すためには、事前の準備が大切なようです。（渡貫 久）

Monthly Book review



ブルー・オーシャン戦略
～競争のない世界を創造する

¥1,260

ブルー・オーシャン戦略～競争のない世界を創造する 著者：W. チャン・キム/レネ・モボルニュ
この本は2005年に出版され、当時書店では長い間、平積みされたベストセラーであり、今もその価値は色あせていません。タイトルにある「ブルーオーシャン」とは、競争のない世界であり、価格競争など血みどろの争いが繰り広げられる「レッドオーシャン」と対比した表現です。この競争のない「ブルーオーシャン」を生み出すには、本書に記載されているいくつかのツールを活用し、価値を高めつつ、コストを抑えることを両立させる必要があると説いています。この事例の1つとして、日本のヘアカット専門店「QBハウス」が取り上げられています。これまでの理容店の慣行をお客様にとっての価値から問い直し、10分1,000円のカットサービスを提供しています。本書は翻訳本で難解な部分もあり読了には時間がかかります。時間がない方は、分かりやすい関連本もいくつか出版されておりそちらからスタートしてもいいかもしれません。（吉田英憲）





10月～11月にかけて、宮崎県と徳島県で経営革新塾、広島県で創業塾と農商工連携塾を担当させていただきました。普段はあまり研修をしていないのですが、毎年、秋から年末にかけては研修が多くなります。これらの研修の共通点としては、ビジネスプランを作成するということがあります。最初の座学では、ビジネスプランの作成ノウハウなどを解説し、その後は実際に自社のビジネスプランを策定します。研修の中ほどでは、研修生同志で、お互いのプランを発表し、アドバイスし合う時間を設けることにしています。これにより「①自分のプランを発表する＝人に宣言する」「②客観的な他人の意見を聞く」「③自分だけが悩んでいるわけではないことを知る」こと等ができます。これをきっかけにコミュニケーションも良くなります。受講生の方は、日常業務の中で、経営について相談する機会はあまりありません。自分と同じように経営に悩みを抱え、また、同じように新しいことに取り組もうとしている人同士で話をすることは、大きな励みになるようです。

渡貫 久

Watanuki Hisashi

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

シリーズ2回目です。今回は 上杉鷹山 の米沢藩入城の場面です。

鷹山公は入城するとすぐに、全藩士（足軽も含む）に登城を命じています。当時は城の大広間に足軽を入れた例はないと重臣たちに反対されましたが、鷹山公は「…改革を進めるのは、実に現場の人間たちである。その現場の人間たちに改革の趣旨や目的を説明しないで、なんで改革を進めることができよう。今回の改革も、足軽たちが主力になって進めるものである。そういう層に、キチンとした説明をしておきたい。・・・」と言って譲らず全藩士を集めたそうです。その中で鷹山公は全藩士に語ったそうです。この詳細は機会があれば皆さんに読んでいただきたいのですが、現代風にまとめれば次のようなことを述べています。☆実態の報告 ☆方針の明示 ☆自己の限界明示 ☆協力要請（統御でなく参加を求める）
そのために ・情報の共有 ・討論の勧め ・コミュニケーション回路を太く短く設定・トップダウンとボトムアップを滑らかにする。いかがでしょうか？現場の人たちに現状を分かり易く説明し、藩（会社）これからのために協力を求めています。藩主（社長）が何を考えているのかがわからなければ現場は買われません。また藩主（社長）の言葉を伝える重役（管理職）がしっかりと理解をしたうえで協力しなければ下に行くほど「数字」「言葉」だけの伝達になってしまいます。

古田 由美

Furuta Yumi

銀行に入社後、秘書室、総合企画部、広報文化部を経験。また営業店実務経験も持つ。退職後、研修を中心としたコンサルタントとして、民間企業を中心に、マネー研修・秘書研修・学生から新人・管理職までの教育セミナーを行なうほか、学校や公的機関の職員研修を行なうなど、幅広い分野での研修実績を持っている。2級FP技能士 秘書検定準1級

私は出張の際ほとんど公共交通機関を利用するのですが、先日レンタカーを借り支援先を訪問することがありました。車種にこだわりはなく、動けばいいということで、とあるレンタカーのフランチャイズ店で日産マーチを12時間で2525円という格安価格で予約しました。その格安価格の裏側が実際に借りに行くときわかりました。それは①借りた車は中古車(店員さんから話)で安価にて調達。②免責補償、カーナビなどはオプションで最低限。③ガソリンスタンドと併設でレンタカー事業をおこなっており、返却の際にはそこで給油すればガソリンの利益も計上可能。④自店のガソリンスタンドの従業員で整備できるため整備コストが安価。といったところが垣間見られました。この企業は、これまでのレンタカーのビジネスモデルをお客様にとっての価値から見直し、サービス提供していると見受けられました。今回の「おすすめの一冊」でご紹介した「ブルーオーシャン」戦略のツールを活用してサービス提供したかどうか定かではありませんが、結果から見ればブルーオーシャン戦略の事例の1つと言えるかも知れません。

吉田 英憲

Yoshida Hidenori

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

先日、以前接遇に関する研修を行った経営者の方から「従業員が朝から元気がない。元気ができるようなトレーニングをしてほしい」というご依頼をいただき、早速朝礼の見学に行きました。内容は、ラジオ体操・声だし・スケジュール確認・経営書の唱和で約15分、その後勉強会が約10分です。従業員方の様子を見てみると、確かに元気がなく淡々とこなしているという雰囲気です。朝礼が終了したら9時前で、営業担当者は周りと話す暇もなく出かけていきました。私は、朝礼に1分で行える笑顔トレーニングを加えることと、朝礼の目的を明確にして内容を絞り込み、短時間化させることを提案しました。朝礼には目的＝ゴールが必要です。たとえば、連絡事項が共有化されていること、みんなが元気になっていることなどです。終了時点でどんな状態になっていたら成功といえるのかを明確にすることで、参加者も目的意識を持って参加できるし、終了後に評価と修正ができるようになります。また、目的を絞って時間を短縮することで、従業員同士のコミュニケーションを深める時間を作ることができます。朝は全員が揃う貴重な時間です。目的＝ゴールを意識して、より効率的にその時間でしかできないことを考えることが重要です。

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