

この月刊サワネを、お知り合いの方に見せてあげてください、きっと喜んでいただけます。

『お客さんがホイホイ集まる法』

【著】 竹内謙礼著 日本経済新聞出版社 214

頁 1,500円＋税

著者の竹内謙礼さんは、経営コンサルタントです。ある日、日経MJから、企業や店舗から売れる秘訣を聞き出して記事にする仕事の依頼を受けました。著者は「売れる秘訣」を聞き出したいが、相手は話したくない。そこで腹を割って話してもらうために一緒にお酒を飲んだり、実際に商品を購入したり、イベントに参加したり、客寄せの手伝いをしたりしたそうです。そうして連載は250回続きました。その中から著者がイチオシと思えるものを50選んだのがこの本です。いくつかご紹介します。

★**金目鯛の宿**：静岡県伊東市。新しく宿を始めると決めた岸本昭男さんが、コンセプトとして打ち出したのが「金目鯛の宿」。地元では「今さら」と首を傾げられることが多かった。金目鯛は伊豆の名産品だが、どこの宿でも提供している。珍しい魚ではない。しかし、これは「明確」な売りとなって、すぐに口コミで話題になった。

この事例から学ぶことは、売りのコンセプトは具体的でなければならないということだ。「心休まる」とか「海が見える」より「金目鯛」は具体的で強い。

★**オムライス専用ソース**：浜松市の鳥居食品は、オムライス専用ソースを作り、年間1万5千本販売している。なぜ、作ったのか。「300人のモニター調査を行い、自宅で作るソースを列挙してもらくと、カレー、ハンバーグについて3番目にオムライスがあった」

この事例で学べる点は、問いの仕方だ。「どのようなソースが欲しいですか？」と聞

いても、この答えは返ってこなかったかもしれない。鳥居食品は、消費者が自宅で作っているソースを聞き出すことで、市販されていないソースのマーケットを知ることができた。

★**段ボール箱**：宅配箱60ハウスタイプ：アースダンボールは、段ボールの製造販売会社。三角屋根がついた「宅配箱60ハウスタイプ」という変わった形の段ボールが好調に売れている。かわいらしい屋根と持ち手がついているため、見た目のインパクトが大きい。なぜ、作ったのか？「面白そうだったから、とりあえず作ってみた」そうだ。段ボールは製作コストと手間がかからない。そのため、面白そうな箱はとりあえず作るというのが方針だ。

この事例のポイントは、売れる商品に出会うためには「数」をこなす必要があるということである。売れるものだけの一点突破はまず不可能だ。「当たり」を引くためには、「数」を用意しなければならない。10商品出して、1つでもヒットすればラッキーである。

★**土用の丑の日の豚肉**：札幌市のスーパーマーケット内で精肉テナントを6店舗経営する株式会社アイトマン。同社では、「土用の丑の日には、肉は売れない」が常識だった。そんな諦めムードを打開するために豚のばら肉を蒲焼にし、土用の丑の日に販売してみた。急遽売り場を作ったためのぼりが手配できず、「うなぎの蒲焼」のうなぎの文字を切り取って「蒲焼」だけののぼりを設置した。

土用の丑の日の豚のばら肉の売上が、前年5万円だったのが53万円になった。「若いお客様の中には、うなぎより豚肉が食べたい人が多いことがわかった。また、うなぎが苦手だという人が意外に多いことも、今回初めて気づいた」そうだ。

この事例で学ぶべきは、豚のばら肉を蒲焼にと考え、すぐ売ったスピードと実行力だ。

この月刊サワネを、お知り合いの方に見せてあげてください、きっと喜んでいただけます。

将来と今後の対策

ニューヨーク大学教授で神経科学者のウェンディ・鈴木さんは、運動が頭の働きを高め、気分も良くするということを主張して、自らも運動を取り入れています。また、大学での授業にもインテンサティというダンスのようなものを取り入れて効果を出しています。

鈴木さんは、運動をする時間がない人のためとして、自分でもしている4分間です運動を紹介しています。たった4分です。できそうなものを見つけて、ぜひやってみてください。

- ・好きな歌のリズムに乗って、歌が終わるまで階段を上る。それからエレベータで残りを上がる
- ・同僚や友達と、机に手を置いて腕立て伏せをする
- ・椅子から立ち上がるスクワット
- ・歯を磨く間、膝を深く曲げるスクワットと側屈を繰り返す。側屈は、タオルを両手で持って頭を覆うとより効果的
- ・タイマーを4分にセットして、家やオフィスの掃除をできるだけ素早くする
- ・フラフープをする
- ・テレビのコマーシャルの間、挙手跳躍運動をする
- ・腕相撲をする
- ・好きな歌に合わせてダンスをする
- ・違う階のお手洗いに行く
- ・縄跳び用の縄を持ち歩き、いつでもどこでも時間があるときにする

要するになんでもいいから、ちょっとでもいいから体を動かさなさい。頭の働きがよくなるということでしょう。自分でも、何か考えてやってみたくくなります。

小規模事業者向け補助金

販路開拓等の取り組みに対し、50万円を上限に2/3の補助金が出ます。概略をご紹介します。詳しくはこちらをご覧ください⇒
<http://h29.jizokukahojokin.info/>

◆対象企業（人数は従業員数）

- ・卸小売業：5人以下
- ・サービス業（宿泊・娯楽以外）：5人以下
- ・製造業その他：20人以下

◆対象となる事業

- ・地道な販路開拓等のための取組であること。
- ・販路開拓等の取組とあわせて行う業務効率化（生産性向上）のための取組であること。

◆補助対象経費

機械装置等、広報費、展示会等出展費、旅費、開発費、資料購入費、雑役務費、借料、専門家謝金、専門家旅費、設備処分費、委託費

◆取組事例

(1)地道な販路開拓等の取組

- ・新商品を陳列するための棚の購入
- ・新たな販促用チラシの作成、送付
- ・新たな販促用PR（ウェブサイトでの広告）
- ・新たな販促品の調達、配布
- ・ネット販売システムの構築
- ・新商品の開発、必要な図書の購入
- ・新たな販促用チラシのポスティング
- ・国内外での商品PRイベント会場借上
- ・ブランディングの専門家から新商品開発に向けた指導、助言
- ・店舗改装

(2)業務効率化（生産性向上）の取組・従業員の作業導線の確保や整理スペースの導入のための店舗改装

- ・新たに労務管理システムのソフトウェアを購入し、人事・給与管理業務を効率化する
- ・新たに経理・会計ソフトウェアを購入