

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.3

Monthly voice

初夏に韓国へ行って参りました。韓国の有名企業といえば「ロッテ」。本場を見てみようということで、日本にもある「ロッテリア」にて食事をしました。すると、メニューの中に日焼け止めクリームがついたセットメニューが販売されていました。日本では見たことがない組み合わせ少々驚き、おもむろに写真を撮ってしまいました。その後、帰国中にふと思いつくと、あのセットメニューはいわゆる「ついで買い」の仕掛けと思いました。スーパーなどのレジ横にある乾電池のように「あっ！ついでに買っておこうか！」と思わせるやり方です。日焼け止めクリームも夏が本格的に始まる前に、買ってもらおうという考えではないでしょうか？実際、日焼け止めクリーム付きセットが今年の夏どのくらい人気があったのかは分かりませんが、小売業のテクニックを飲食業で応用した面白い事例だと思いました。

日本でも、そのうち韓国のような「ついで買い」セットメニューが販売されるかも知れませんね。(吉田英憲)



Monthly Book review

プレゼンテーションZen ガー・レイノルズ(著)

最近、パソコンを使ったプレゼンテーションが一般化しており、多くのビジネスマンがパワーポイントなどを使って工夫を凝らした資料を作成しています。慣れてくると、人よりも格好良く、わかりやすい資料が作りたいと思う方も多いのではないでしょうか？そのような方におすすめなのが、プレゼンテーションのノウハウ本のベストセラー「プレゼンテーションZen」です。プレゼン資料には内容を多く盛り込むために、ついつい文字が多くなりがちです。この本では、デザインを強く意識し、「聞き手」である聴衆と「話し手」である自分にとって分かり易い、「抑制」「シンプル」「自然さ」を心がけた、印象に残り伝わりやすい効果的なプレゼンを行うための手法が紹介されています。「Zen」は日本の「禅」という意味です。日本人の感覚にも合う内容なので、プレゼンスキルを向上させたい方にはご一読いただきたい一冊です。(渡貫 久)



(株)ピアソン・エデュケーション
¥2,415



最近、スーパーマーケット等の食品小売店から相談を受ける機会が多くなっています。相談は、売場レイアウトや品揃えの見直しといった基本的な内容のほか、販売促進など、多岐に亘っていますが、その中でも、惣菜に関する相談が多くなっています。小規模な小売店が競合と差別化を行う場合、自社で加工を行う惣菜は、品揃えや味付け価格など、コントロール可能な要素が多く、比較的取り組みやすい傾向があるようです。しかし、惣菜部門は、スーパーマーケットの中でも、加工の度合いが高いため、品揃えの見直しなどを行う場合、作業内容の改善にも取り組む必要があります。限られた人員体制の中で、計画通りの売上を確保するためには、「誰が」「どの商品を」「どのタイミングで」「何個製造し」「どの売場に陳列するか」を計画化し、それを着実に遂行する必要があります。アドバイスの際には、製造計画書やそれに連動した作業指示書を提案すると喜ばれることが多いです。

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



「壊れ窓理論」をご存知でしょうか？『壊れた一枚の窓が修理されずに放置されていたら、残りの窓もじきに壊れる』一枚の割れた窓のようなちょっとした綻びが、毎日そこを通りかかっている人々に向かってシグナルを発します。壊れたまま修理されなければ、建物の所有者はそれに気づいていないか、目をつぶっているということです。これは犯罪学になります。しかし「ビジネスの壊れ窓」は身近に沢山潜んでいます。先日ある会社の研修を実施しました。店長へのマネジメント研修でしたが、指定された店舗へ伺い驚きが隠せませんでした。壁ペンキの剥がれ、雑然とした店内、窓ガラスの汚れ…。足を踏み入れた瞬間に「気づく」事は沢山ありました。とても売上げが伸びているある企業です。「気づかない」のでしょうか？対応を「先延ばし」にしただけなのでしょう。か？「営業時間はとても忙しいので…」「手が空いたら対応しようと思ってました」「それよりも売上げが…」店長のコメントは色々でした。でもお客様は「気づいて」います。まさに「壊れ窓」を放置したままの状態でした。「気づいていない事」「先延ばしにした事」をお客様に気づかれるようではいけません。これが「ビジネスの壊れ窓」です。どうですか？皆さんの周りにも沢山ありませんか？

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、マナー研修・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

先日、メンバーの渡貫氏とともに、食品製造・小売業に対して複合支援をおこないました。初回は当方にて事業別損益の分析をおこない、儲かる事業は何かを見定めました。これまで決算書についてじっくり向き合ったことのない経営者であり、図解しながら、どの事業を伸ばしていけば利益を生み出すことができ、資金繰りも安定するのかということをご理解頂きました。さらには粗利改善、経費削減の実行策を検討し、できることから即実行に移すことになりました。2回目は注力事業である自社製造食品に関して、渡貫氏が小売バイヤーにとって必要な情報源となる商品規格書の作成支援をおこないました。その商品のセールスポイントとなるこだわりや、他社との差別化要素などを「活字」に落とすことで、社内稟議でも活用できる資料に仕上げました。このように企業のニーズに合わせて、今後もユーミックグループで複数の支援者によるサポートをおこなっていきたいと思います。

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



来月、ある商工会で「顧客満足度向上プログラム」という研修を行います。顧客満足という言葉をよく耳にしますが、「何を」「どうする」ことが顧客満足なのか、具体的に実践できるレベルまで自社の定義を共有化しておく必要があります。小売業の場合、商品の品質や品揃え・明るく親切的接客・便利で清潔な店舗というのが従来の顧客満足三原則でした。しかし、最近ではそれだけでは顧客満足を十分に得ることができなくなり、新三原則が必要だと言われています。それは、①顧客に至誠をつくすホスピタリティの精神 ②顧客に感動を与えるエンターテインメント ③自分だけに行われる特別扱いを意味するプリバレッジです。市場競争が激化しライバル社が増えたことで、顧客が企業に求める期待値が高くなっているのです。研修では、顧客満足について改めて自社のできることを行動レベルで考えてもらい、顧客に接する従業員の接客・営業スキルをいかに向上させていくかという点もお話したいと思います

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