

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、周りが見えよう努力する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)





最近、モラルサーベイ（従業員意識調査）の依頼を受けることが多くなりました。モラルサーベイは、アンケート形式で、従業員の方の労働意欲や組織運営、処遇などについての調査を行い、職場や組織が抱える問題点などを把握することに活用するツールです。私たちは専門家として、研修講師や職場の改善に関する仕事をお引き受けすることがありますが、経営トップや人事担当者の方からの要望だけで研修を行っても、それは一方向からの視点でしかなく、偏った内容になるかも知れません。そこにモラルサーベイを組み合わせることで、現場の従業員の方々の意見を取り入れることができることはもちろん、潜在的に企業が抱える課題を把握することで、より効果的な研修や指導、アドバイスが可能になります。また、研修の効果はなかなかわかり難いものですが、研修前と研修後にモラルサーベイを実施すれば、結果の差により、研修の効果を明確にすることができます。今後も、より効果的な研修や指導を行えるように、新たな提案を行いたいと考えています。

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

今月から古典や歴史からヒントになるようなシリーズを展開したいと思います。もちろんこのコメントを書くためには皆様と同様、私もさらに勉強します。初回は皆様よくご存じのこの言葉からスタートです！

「入りを量りて出ざるを為す」（礼記・王制）収入を計算し、それに見合った支出を心がけるといふ、財政の心がまえの言葉として良く知られていますね。歴史でいえば藩政立て直しで知られる、上杉鷹山、中江藤樹、二宮尊徳が有名です。さて今では当たり前のこととなっていますが、これが実行されているかどうかは別のお話になります。どうも「出ざるを制す」ことばかりに注力をしていて、「入り」を量っていないまたは、必要な経費までを削っている状況を多く聞きます。「生きた経費」と「ムダな経費」「利益になる商品（入り）」と「売るほどマイナスになる商品（入り）」を経営者目で「仕分け」を行い、会社一丸となって事に当たる＝雇用者へ状況を分かりやすく説明し協力を得る事が必要です。経営者ばかりが必死でも雇用者ばかりが経費を節減しても片手落ちですよ。さて歴史上の人物がどう立て直していったのか何から手をつけ始めたのかまた次回をご期待ください。私たちの先人現代に十分通用する事を沢山残しています。

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

地域資源活用・農商工連携、経営革新など企業の新規事業を支援している中で、最近感じることがあります。それは「新規事業において自社に足りている部分（能力）と足りていない部分を経営者が認識することの大切さ」です。例でいうと、あるメーカーが技術的に優れた商品を開発しました。経営者自身、これは何もしなくても口コミで全国に売れると確信していました。しかし当社はこれまで地元でしか販売したことがなく、結果売れなかったという（よくある？）事例です。このケースでいうと、足りている部分は製品開発力で当社にとっての強みです。一方、足りていない部分は販売力であり弱みです。この弱みの認識と克服を検討していない、経営者の独りよがりの事業構想をよく目の当たりします。これは経営者だけ限らず我々も自分自身を客観視することがなかなか難しいのがその背景にあるのだと思います。新規事業であるがゆえ、足りていない部分は多かれ少なかれ存在するはず。支援者（支援機関の方や我々）は足りていないをうまく気づかせ、それをどう埋めていくかを一緒に考えていくことが、経営者から求められることではないかと思えます。

吉田 英憲

Yoshida Hidemori

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

巻頭に続き、NHK朝ドラについて書きます。10月から地元尾道を舞台にした『てっぱん』が放送されています。昨年より、地元商店街活性化のご支援をしており、定期的に商店街を訪問する機会がありますが、商店街での撮影風景を店頭に掲げたり、応援歌を作って販売したりと、『てっぱん』応援ムードが高まっているのを感じます。このご支援を行うきっかけとなったのが、昨年成立した「地域商店街活性化法」という法律です。内容は、地域住民の生活の利便性を高めるソフト事業に対する支援を強化するものとなっています。この法律の認定を受けることで、様々なメリットがあるのですが、認定において重要なのが、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えます。

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