

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.6

Monthly voice

さて寅年最後のご挨拶です。皆様、2010年はどんな年だったでしょうか？
以前「2011年まで待ちなさい！」（著：菅下 清廣）という本を読みましたが、
来年はいよいよその2011年となります。その中で「アジアを制するものが世界を制する！」の
コメントがあり強く印象に残っています。その通り今年はアジアの良い意味でも悪い意味でも
アジアの動きが活発でした。恐らく来年も引き続き活発に動くことでしょう・・・。

国内も落ち着いてほしいものですが、まだまだ時間がかかりそうですね。

今年もまた多くの方々とお会いすることが出来ました。皆様に深く感謝いたします。
新しい出会いは新しい思いや発見をあたえてくれました。

来る新しい年が皆様にとって良き年となりまた新しい発見をされます事を心からお祈りいたします。

（古田 由美）

Monthly Book review

経営の教科書 著者：新 将命



ジョンソン・エンド・ジョンソンなどの社長職を3社歴任した著者が、経営の理論と実践とをバランスさせ、体系化した
経営の原理原則の本です。会社をつぶしてしまう経営者は、経営の原理原則を押さえていないと著者は言います。また、
世の中の会社には ①つぶれてしまう会社（1日に43社が倒産）②生き残る会社（とりあえずつぶれない、倒産を免れている
状態）③勝ち残る会社（売上、利益が伸び、業界平均より高い会社）の3種類があります。自社が③勝ち残る会社を目指
していききたいならば、経営の原理原則を理解することが肝要であり、厳しい経営環境であるいまだからこそ原理原則に則っ
て未来を見据えた基礎固めをしていく必要があると述べています。「虫の眼、鳥の眼」の重要性についても説かれています。

経営の教科書

（小倉 綾）

¥1,680





最近、地域のブランド化がブームになっており、全国の至る所で様々な取り組みが行われています。そうした背景もあり、私自身も地域のブランド化をお手伝いさせていただく機会が多くなっています。その過程では、ブランド化を進める上での具体的な取り組み内容の検討やスケジュール化にはじまり、地域をPRするためのキャッチコピーやロゴマークの作成、場合によってはキャラクターのデザインを行うこともあります。また、地域の商品を都市部に販売するための商品開発等もお手伝いさせていただいています。私は、どの取り組みであれ、大切なのはブランド化を進める上でのターゲットとニーズを明確にすることだと考えています。首都圏から見たイメージと近隣都市から見たイメージは異なりますし、一度に日本全国を対象にブランド化を進めることは効率的とは言えません。まずは、近隣の大都市の消費者をターゲットにするのか、それとも首都圏の消費者をターゲットにするのかを明確にして、そのニーズを調査し、効率的な取り組みを考えて行くのが良いと考えています。ユーミックグループでは、コンサルティングや研修のほかにも、コピーライターやデザイナーとも連携し、ブランド化などの幅広い支援を行っています。

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

女性向けの商品を販売している企業を支援しているときに聞いた話です。その会社は20年前から40~50代の女性をターゲットとした商品を開発・販売していたもの、その世代が既に60~70代になり購買意欲が薄れているとのことでした。しかも、その世代に合わせて商品を変化させたため、今はもう40~50代には合わない商品になっていました。その上、従業員も同じように年をとり、今更40~50才向けの商品開発へ転換しても、その世代にマッチする商品開発はできないかもしれないと危機感を抱かれていらっしゃいました。似たような例として、数年前から団塊世代をターゲットにしたビジネスが続々と生まれていますが、10年経つとその購買力は現在ほどではなくなっているのが予想できます。これは中高年をターゲットとしたビジネスにした場合だけでなく、カフェや飲食店など若者をターゲットしたビジネスでも同様です。多くの経営者が目先の1、2年にとらわれてしまい、経営者のみならず、従業員、顧客が年をとるということ、つい見落としがちです。そのため、折に触れて長期的な経営のあり方を考えてもらうことが企業存続という意味でも重要であると思っております。

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

私は幼いころから書道を習っています。書道というと墨で書いた文字そのものの美しさに目を奪われ、半紙の中の黒い部分に視点が集中しがちです。しかし長年学んでいくと、文字そのものの造形はもちろん余白の美しいバランス(余白の美)をいかに構成できるかという半紙の白い部分に留意しながら作品を作り上げます。そして、作品の評価は、黒い部分(文字の造形)は至近距離で、余白の美については作品から遠く離れて全体のバランスを判断することになり、遠近両方からの評価を行います。この書道の観点は、経営で言うところの「虫の眼、鳥の眼(現場で這いつくばって細かいことを見ながらも、空へと伸び上って高みから全体を見ようと努めること)」の考え方と似ています。経営者の中には、視点がどちらかに偏っている方がいらっしゃいます。特に経営状態が厳しい昨今は、虫の眼に偏っている方が多いように感じます。今後も、経営者本人が見落とししているほうの眼の役割を時には担いながら、バランスよく考えることができるようご支援していきたいと思っております。



書：そきわなまりなし(意味：幸いが尽き果てることがない)

皆さんにとって来年も幸いが尽き果てることがないようにお祈り申し上げます。

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