



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。





ヒットのヒント!

毎年11月に発売される日経トレンディでは、次の年のヒット商品予測をランキング形式で紹介しています。世の中の時流に敏感な経営者の方が多いと思います。しかし、単に敏感なだけで自社内部は何も変えない、変わらないという企業が残念ながら多いように感じます。重要なのは変わりゆく外部環境に合わせて自社商品・サービス・人材等をいかに変更できるかということです。2013年のヒット商品を生み出すためのキーワードや支持される売り方から最近の消費者心理を想像し、少しでも自社の商品やサービスの開発・改良に活かしていただきたいと思います。

さて、今年も多くの皆様にお世話になりましてありがとうございました。我々ユーミック一同、来年も皆様のお役に立てるよう一層精進していきたいと思ひます。引き続きよろしくお願ひ申し上げます。

🚫 2013年の売れ筋を読むキーワード

健康の娯楽化	食や家電、玩具まで幅広いジャンルで健康を軸にした商品・サービスが増加。 人間以外のペット分野にまでサービスが広がる。	
ボーダレス化	ジャンルをまたいだ新商品が増加。 グミとガムの間「グミガム」やチョコとパイの間商品などが大手から発売予定。	
カワイズム	「かわいい」はあらゆるジャンルで商品の価値を高める重要な機能となっている。 サークルKサンクスのキャラクター中華まん。以前は味がよければ評価されたお土産品でもかわいらしさや面白さが盛り込まれていないと今後は厳しい。	
容量のいいやつ	世帯の変化で新サイズの提案が続く。 ターゲット別の正しい適量感を出せればヒットにつながる。 コカコーラは、東京に次いで2人世帯が多い北海道限定で新形態の1.25ℓのスマートボトルを発売。 容量以外でも、「指先を汚さない」やワンハンド、簡便性はシニアに向けても効果があり、新たなパッケージ機能が求められている。	
地域ブランド新活用	対中、対韓問題の影響もあり、「MADE IN JAPAN」を再評価する動きが高まっている。 食品だけでなく、雑貨においても地域ブランドの見直しが目立つ。	
イノベー食(ショック)	成熟市場と思われるジャンルでも従来にない機能を加え「驚き」で売る。 味の素冷凍食品が発売した油・水がなくても「羽根」がつく餃子は発売直後から話題となっている。	
ブランド×PB	大手コンビニはPB商品の拡充を強化。 有力NBとのダブルネーム商品も登場し、その地位をさらに高めそう。	

🚫 思わず買ってしまう2013年に支持される売り方

駄菓子売場の強化	子供を取り込むことで祖父母の来店頻度を高める作戦。コンビニ業界が導入を開始した。
宅配サービス	コンビニがおにぎりや弁当、日用品や雑誌などを宅配サービスで届けるために小型電気自動車を1月より導入予定。
アナログ的提案	デジタル販促策が盛り上がる一方で、段ボールそのものに情報を盛り込み店頭で目立たせる「魅せる段ボール什器」のようなアナログ提案も活発化。

Monthly Voice 小倉 綾

Profile

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



小江戸散策に学ぶ

埼玉県川越市を訪問してきました。川越は、中世は河越と呼ばれていました。歴史好きな方でしたら、太田 道灌(知らない方は調べてみましょう!)を思い出す方も多いと思います。川越は江戸に近く、重要拠点でもあったので、徳川幕府に近い藩主が封ぜられました。江戸の衛星都市として栄えた川越は「小江戸」と称され、現在でもその街並みを残しながら、街づくりに活かされています。

歴史的な街並みを活かした街づくりは、各地で行われていますが、その中でも、ここ川越は、人通りが多く、とても栄えているようです。個店がしっかりと頑張っており、ありふれた土産物を販売する、「単なる土産物屋」から一歩も二歩も踏み込んだ、本物志向の商品を販売している店が多くあり、散策するのがとても心地よい街でした。

全国各地に、昔風に建物を建て、街並みだけを似せている観光地が多くありますが、置いてある商品は月並みであったりします。では、川越は何が違うのでしょうか?

川越の街並みを長年維持するには多大な努力があったはずですが、また、街並みのイメージを崩さないような足並みを揃えた店づくりや品揃えにも多大な努力が必要です。それには各商店の連携した取り組みが必要なわけですが、簡単なことではありません。老舗としての誇りや商人の心がそれを成し得ているように感じました。商売は人と人との真剣勝負。物真似は直ぐに見破られます。偽りのない商売が支持されるのは、過去も現在も普遍です。時には、歴史を紐解いて、商売の在り方を勉強してみるのも良さそうです。



渡貫 久

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

今年も残りわずかとなってまいりましたが、来年の手帳をお買い求めになった方は多くいらっしゃるのではないかと思います。私はと云えば、とあるクライアントの幹部の方から、来年の手帳を頂きました。私が早起きであることをご存じで、「朝活手帳」という手帳です。その名の通り、朝4時から朝9時までのタイムスケジュールの30分刻みの枠があり、そこにスケジュールを書き込むことが出来ます。一方で、9時から17時までのタイムスケジュールはなく、月間のカレンダーがあるのみといった、朝の時間の活用を最重視した画期的な手帳です。

折角頂いたから使ってみようということで、12月から使用しております。これまでは、朝の時間にしたいことをメモや付箋等に記載しており、終わったらそれらを捨てておりました。

朝活手帳を使い始めてから、前日かもしくはそれ以前に朝の時間にしたいことを手帳に書き、実際に作業が終わったら横線で消すような使い方をしております。使用してわずかな期間ですけれども、これまで一時はTODOリストの山が発生し、朝のスケジュールを無理に詰めていたように感じました。無理な詰め込みが原因で昼間のスケジュールを含めた全体のスケジュールが乱れていきます。この手帳をきっかけに朝の時間の使い方やスケジュール管理の大切さを再認識できたような気がいたします。もし、来年、朝活を考えられている方は、書店で参考してみてください。朝活のポイントを記載されていますので、あわせて参考になるとと思います。



著者：池田千恵
1,575円

吉田 英憲

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

