



元氣とタイムリーな情報を提供する

五十嵐レポート

発行:「町コン」五十嵐 勉 平成27年01月12日 第698号「週刊五十嵐レポート」

神様でも経営努力する

1月10日(土)、11日(日)、ランチェスター経営株主催の竹田陽一とともに
山口市・萩市戦略ツアーに行ってきました(総勢41名)。「顧客戦略」DVDに
登場する「防府天満宮」を参拝しました。

テキストでは、防府天満宮では、学業祈願3点セットを販売。

お守り 絵馬 必勝ハチマキ

購入した受験生が帰宅後、絵馬に願い事を書いて郵送すると境内に下げ
てくれます。その後、防府天満宮から激励のはがきが届きます。

受験生はその激励のはがきを机に置き、日夜勉強に励みます。その甲斐
あって受験に合格すると、「必勝ハチマキ」を防府天満宮に帰しに行きます。
そのハチマキは合格したハチマキとして次の受験生に無料で配布。これに
予約が殺到。こうして防府天満宮は地域一番の神社になりました。

参拝してお話を聞いたところ、このあとがありました。受験が終わり絵馬を集
め、志望大学別に仕分けしました。山口県、広島県、島根県、鳥取県の地方
新聞をとります。以前は、合格者の名前・出身校が出ていました。これらを照
合し、該当する合格者には「合格おめでとう・はがき」を出していました。する
と合格者は「なぜ、わかったんですか？」と訊くと、「神様ですから」。効果は
てき面、ゴールデンウィークにはもう一度参拝するそうです。

しかし、少子化の影響は大きく、さすがに学業祈願の数は減少。10年前か
ら学業祈願重点を変えていきました。誕生から最後まで。生まれて、「宮参
り」、「七五三」、「新入学」、「受験」、「結婚式」、「厄払い」、「還暦」など年祝
など生涯継続して使ってもらえる仕組みを模索中とのこと。

西には福岡の大宰府があり、東に出雲大社、強者の中に囲まれながら、地
域一番を維持しつつ、次は「厄払い」を重点商品にしようとしています。

バスまで若い巫女さんが来て手を振って見送っていました。神様でもここま
で経営努力しています。

ちょっと
気になる出来事

山口市・萩市戦略ツアーでの出来事。

集合場所がJR新山口駅新幹線出口の2階「待合所」でした。そこには
そば・うどん屋、パンのイートイン、物販店がありました。

トイレがどこにあるのか、店員に聞いてみると、「2階にはトイレがあ
りません。1階にしかありません。あとは新幹線改札の中にあります」

2階なので新幹線改札口に行って、駅員に「トイレを貸してください」
と中に入ろうとしたら、駅員に止められ、「トイレを利用するなら入場券
が必要になります。そうでなければ1階にありますので、1階に下りてく
ださい」と言われました。

私は、固まってしまいました。今までトイレをお借りしようとして断ら
れたことがありませんでした。

他の駅員にも聞きましたが、同じような回答でした。これが新山口駅の
顧客対応なんですね。(結局、1階のトイレを利用しました)

みなさんはこの対応どう思われますか。



一口メモ
知識

製品ラインの広さの決定

製品ラインの広さは、企業目的によって影響を受ける。フルラインを目指
す企業、高い市場シェアと成長性を狙う企業は、広い製品ラインを持つ傾向
にある。これらの企業は、いくつかのアイテムが利益を上げることがなくて
もそれほど気にかけない。一方、収益性に執着する企業は、選択されたアイ
テムからなる狭い製品ラインを保とうとする。

製品ラインは時とともに広くなる傾向にある。より多くの売上高及び利益
を求めて製品ラインにアイテムを徐々に付け加えていくことになる。

しかし、アイテムが追加されていくに従ってコストも増大してくる。経理
担当者が製品ラインの収益性に疑問を抱けば、調査を要求する。資金を浪費
している多数のアイテムが摘出され、収益性向上努力の一環として、それら
のアイテムは製品ラインから切り落とされることになる。

フィリップ・コトラー、ゲイリー・アームストロング「新版 マーケティング原理」より

●「新・経営の志手帳」発売中！(1,000円＋税)

●町コンランチェスター経営戦略塾 毎週日曜日 午前10時～12時。

●町コン・ランチェスター経営戦略セミナー 毎月東京開催

㈱五十嵐コンサルティングオフィス 〒133-0051東京都江戸川区北小岩6-21-5

03-3659-7703 Fax 03-3659-7077 i-daruma@igarashireport.com

