



元気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28年08月01日 第779号「週刊五十嵐レポート」

挑戦・地方から東京へ

ランチェスター「地域戦略」では地方の弱者企業が何の対策も立てずに、大市場である東京へ進出すると返り討ちを食らってしまいます。「弱者の身のほど知らず」と言われ、慎重を促しています。

秋田県のハタハタの加工食品M社の話。秋田県内の市場は縮小傾向。このままでは業績はジリ貧になってしまいます。ここでM社長は意を決し、東京(首都圏)に打って出ることになりました。

商品はハタハタの加工食品で他の競争相手がなく、オンリーワン商品です。地域は東京(首都圏)に決めました。営業のやり方は、戦で言うと「陣の組み方」。陣の組み方には、1.訪問 2.店舗 3.媒体(ネット・DM等) 4.配置 5.展示・催事。このうち5の「展示・催事」に焦点を絞りました。東京ビッグサイトなど東京近郊の展示会に積極的に出展。

展示会のコストは10万円～50万円。中小零細企業には大きな出費です。中小企業庁では、「ふるさと名物応援事業補助金」制度があります。地域経済の活性化及び地域中小企業の振興のため、地域資源を活用した新商品・新サービスの開発や販路開拓に意欲的に取り組む中小企業を支援するもの。展示会の費用の2/3が補助金、1/3が自己負担。M社はこの制度の認定企業になりました。

定期的に東京ビッグサイトや幕張メッセなどの展示会に出展すると、百貨店、食品卸、通販会社などと商談会が進み、継続的に取引が出てきました。今期の売上高は前年度比35%アップになりました。秋田県の中小企業ではなかなかこの伸び率は出せないようです。このため地元金融機関も応援するようになりました。

ハタハタは秋田の名物です。生の魚です。生の魚はありますが、加工食品がありませんでした。ここに首都圏の百貨店などが反応を示しました。類似商品がないのです。小規模1位商品だったのです。今後は新たな商品開発を進めています。「はじめの一步」の勇気が大切であるという事例です。

ちょっと
気になる出来事

ネットニュースに「今年(上半期)最も稼ぐミュージシャン10名」という記事がありました。

1位はブルース・スプリングスティーン&Eストリート・バンド。チケット収入は約178億円。キャリア最大とのこと。

私は、驚きました。今はほとんど洋楽を聴かなくなりましたが、1970年代～80年代はどっぷり洋楽に浸っていました。

特に、ブルース・スプリングスティーンは聴いていました。「明日なき暴走」(75)、「闇に吠える街」(78)「リバー」(80)、「ネブラスカ」(82)、「ボーン・イン・ザ・USA」(84)。85年4月代々木のコンサートにも行きました。

今でも第一線で走っているですね。

元気をいただきました。

今では、捨てずにとって置いたレコードを聴いています。



一口メモ
知識

販売部隊の動機づけ

販売業務はしばしばフラストレーションに陥る仕事である。セールスパークソンは通常単独で働き、しばしば家を空ける。彼らは攻撃的な競争相手や気難しい顧客に遭遇することもある。大多数のセールスパークソンは、自分が最高の状態で働くために、特別な激励やインセンティブを必要としている。経営者は、組織の雰囲気、販売割当て、および積極的なインセンティブを通じて、販売部隊のモラルと業績に影響を与えることができる。

【組織の雰囲気】組織の雰囲気とは、与えられている機会、自分自身の価値観、および業績に対する報酬に関して、販売部隊が自分の会社から受ける感じをさしている。

販売部隊に対する企業の態度は、彼らの行動に影響を与える。販売部隊が直接の上司から受ける扱いは重要である。有能なマネジャーは、手紙や電話、販売現場への訪問、本社での業務評定会議を通じて、販売部隊のメンバーとの接触を絶やさない。販売マネジャーは、販売部隊のボスであり、仲間であり、コーチであり、告解司祭ともなるのである。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

「町コン経営塾」小岩校 毎週日曜日 午前10時～12時

「町コン経営塾」小岩校 土日集中講座 HP参照

「町コン経営塾」銀座校、武蔵村山校、豊岡校 開講中。

㈱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

