



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29年09月11日 第835号「週刊五十嵐レポート」

まちゼミ

縁があって、東京都八王子市の商店街からランチェスター経営戦略セミナーの依頼があった。開催後懇親会に参加して「まちゼミ」の存在を知った。「まちゼミ」のはじまりは、愛知県の岡崎市の商店街からはじまった。

「まちゼミ」とは、得する街のゼミナールのこと。商店街の店主たちが講師となり、プロならではの専門的な知識や情報、コツを無料で受講者（お客・ノンカスタマー）に伝える少人数制2人～7人のゼミナール。

「まちゼミ」は、商店街近隣の人たち（お客・ノンカスタマー）に、店やそこで働く人たちの存在・特徴を知ってもらうとともに、店と近隣の人たちのコミュニケーションの場づくりと信頼関係を構築することを目的とする。「お客・ノンカスタマー」「お店」「地域」の三方良しの活性化事業。

決まり事として、店側は、けっして「売り」を出してはいけない。専門知識、ノウハウの提供のみ。そして無料であること。但し、教材などある場合は参加者に実費を負担してもらう。

八王子は、10月1日～10月31日まで第8回まちゼミを開催する。年2回開催し、今回で8回目（4年前から）。当初は愛知県岡崎の商店街から学んだ。

まちゼミから何が生まれたか。店の認知度が高まった。来店客数が増えた。新規顧客が増えた。お客にとって、無料で知識が得られ、悩んでいたことが解決できた。得た知識によって、意識して買物することができるようになった。近くにいい店があることに気づいた。

「営業」とは、1. 見込客の発見。2. その見込客に販売。3. 継続取引。4. 紹介の4つの流れ。「営業方法」は、1. 訪問。2. 店舗。3. 媒体（チラシ・DM・インターネット）。4. 配置。5. 催事・展示の5通りの方法。

「まちゼミ」は、営業の1. 見込客の発見につながり、営業方法としては、2. 店舗×3. 媒体（チラシ）×5. 催事・展示の掛け合わせ。その次は、1度お客になったら、繰り返し買ってもらうための顧客維持対策が必要になってくる。次回それを聞いてみよう。

ちょっと
気になる出来事

9月6日で第9期ランチェスター経営戦略セミナー（全8回）が終了しました。最後のテーマは、「経営計画の立て方」。

経営理念の話が出ました。「理念」を要約すると「自分独自の考え方の確立」または「個の確立」。

多くの書籍や勉強会では経営計画を立てるとはじめに経営理念が出てくる。何とかひねり出そうとすると結局の人のマネ、パクっておしまい。それでいいのかと思ってしまう。

ここでは、経営理念はとりあえず空白にする。

同業者より1人当たりの経常利益が2倍、3倍の利益を出し続けていけば、自ずと大事な事が見えてくる。

参加された社長Y氏。「気が楽になった。あせって経営理念を作り出そうとすると人のをパクってしまう。計画を立てて、3ヶ月間のPDCAを行いながら、大切なことを何か、つかんでいきたい」。



一口メモ
知識

技術と市場とニーズ

今日の基本的な資源は情報である。情報は、特定の産業や企業が独占しうるものではない。情報の使い道は1つではない。

特定の産業だけのための技術などというものはなく、あらゆる技術が、あらゆる産業にとって重要であり、重大な関わりをもつ可能性があることを前提としなければならない。いかなる使い道も、いかなる財、サービスにも縛られるものではないことを前提とする。

第1に、顧客でない人たち（ノンカスタマー）が顧客以上に重要になった。変化はつねにノンカスタマーから始まる。

第2に、もはや自らの製品やサービスを中心においてはならないということである。中心とすべきは、顧客にとっての価値である。

マネジメントが基盤とすべきは、顧客にとっての価値であり、支出配分における顧客の意思決定である。経営戦略は、そこから出発しなければならない。

P.F.ドラッカー「チェンジ・リーダーの条件」より

- 「戦略社長塾東京」小岩校 毎週日曜日 午前10時～12時
- 「戦略社長塾東京」小岩校 毎週水曜日 午前10時～12時
- 「戦略社長塾東京」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

