



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

2025年06月02日 第1219号「週刊五十嵐レポート」

シンデレラ商品

5月31日付朝日新聞、「宣伝しないのに売れるビール」という記事。

実質的に宣伝しないのに売れるビールがある。現存する国内最古の銘柄「サッポロラガービール(赤星)」と、麒麟ビールの「ハートランドビール」。

マス媒体へ広告を出さないサッポロラガーは、1877年に誕生。2024年の出荷量はコロナ前の19年比で約2.1倍に伸びた。取扱いは基本的に飲食店のみ。郷愁を感じさせる酒場が増え、マッチした。顧客はビール会社が打ち出す商品イメージを抱かず、酒場の雰囲気を重ねる。

ハートランドは、1986年に発売。日本で初めてエメラルドグリーンを採用。キーワードは「知る人ぞ知るビール」。ホップの香りが引き立つ味わい。デザインと製法を変えず、広告も打たない。93年から24年連続で出荷量が増加。コロナ禍を経て22年(前年比31%増)に復調し、3年続けて前年を上回る。

両方を扱う居酒屋店主曰く、「サッポロラガー(赤星)は昔ながらの味を伝え、ブランドを大事に育てている。ハートランドは味わいが軽く、どんな料理にも合う。両者とも瓶ビールの良さを伝えている」。

ハートランドは時流を追わず、独自のビール文化を確立し、顧客に受け入れられている。サッポロラガー(赤星)は北海道開拓使の精神を商品に反映し、守っている。

広告もしていない、営業もあまりしていないのに一定の注文が入ってくる商品がある。これをドラッカーは、「シンデレラ商品」と呼んだ。

業歴の古い会社で「シンデレラ商品」が見つかることがある。こういう場合は商品を注文してくれる顧客を訪問し、どのように利用され、どこが気に入っているのか、調査する。当初気がつかなかった商品の良さが分かってくる。商品を改善したり、営業方法に革新を入れていくと予想以上に売れることがある。

自分の会社でも一度、商品群の推移を調べて、「シンデレラ商品」があるかもしれない。あったらそれを伸ばしていこう。(20代後半、「ハートランド」をよく飲んでいて思い出した)

ちょっと
気になる出来事

5月27日付日経新聞、「社会人向け日本語学校」という記事。

学習塾運営の京進は、2025年内にインドとネパールで日本での就職を希望する現地の人材を対象とした日本語学校を新設する。日本で人手不足が深刻な介護やサービス業の分野で「特定技能」資格をとって働く人材として送り出す。

5月28日付日経新聞、「運転手の日本語要件緩和」という記事。

外国人の在留資格「特定技能」をめぐり、国土交通省はバス・タクシー運転手の日本語要件を緩和する方向。今は日本語能力試験で上から3番目の「N3」を求めているが、1段階下の「N4」で入国を認める。深刻化する運転手不足の解消を進める。在留資格「特定技能」について「N4」での入国を認め、入国後に「N3」に合格すれば乗務できるようにする方向。

最近町で人とすれ違う時、日本人7に対して外国人3ぐらいの感覚がある。しばらくこの流れは止まらないだろう。日本と母国との所得差が5倍前後ある。他の先進国との競争もある。選ばれる国にならなければならない。



一口メモ
知識

学ぶということ

弟子の子路(しろ)に「お前は6つの徳に関する6つの弊害ということを聞いたことがあるかい」と訊(き)いたら、「いいえ、聞いておりません」と答えるから、「じゃあ、お座り、教えてあげるよう。

慈愛を好んでも、行き過ぎれば情に流される。

知識を好んでも、それだけではただの物知りで終わってしまう。

誠実を好んでも、軽信や過信という弊害を生む。

正直を好んでも、偏屈になってしまうこともある。

勇気を好んでも、行き過ぎればただの乱暴と変わらない。

剛毅(ごうき)を好んでも、バランスを欠ければ激情となる。

せっかくの徳が弊害に陥らないようにするにはどうしたらいいか。学問の裏付けが肝心なんだよ。先人の行為や業績をしっかりと学んで独断に陥らないようにすることがね」と話して聞かせたよ。

「高校生が感動した『論語』」(祥伝社新書/佐久協)より

●「戦略社長塾東京」小岩校 毎週日曜日・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

TEL03-3659-7703 Fax03-3659-7077 info@igarashireport.com

