

従業員の方々も!!

インターネットセミナー・オンデマンド

700タイトル以上のセミナーが無料でご覧いただけます。

インターネットでセミナー映像（一般経営、労務、経理、人材育成、パソコン研修）がインターネット環境があればいつでも何処でも好きなだけ視聴することができるサービスです。

会員限定



ID・パスワードがご不明の場合はこちらから再発行できます▶

今月のおすすめ

【お問合せ】 中小企業振興部 TEL 025-290-4212 (直通)

必見!
人を動かす3つの極意

なぜ部下が、自分の思い通りに動いてくれない...コミュニケーションの方法や自らの心構えを変えることで、その悩みは解決するかもしれません。人が動くようになる環境・関係性の作り方や、誰もができる効果的な伝え方・働き方を身につけ、社内の人材活用・人材育成・生産性向上・営業力強化に繋げていきましょう。

(いごま まさあき)
ビジネス交渉コンサルタント 元プロボクサー商社マン **生駒 正明**

経営者・管理者が成果を出すための **12の原理原則(9)** 大幅な改善は「仕組み作り」をする

数多くの研修を手掛ける講師。研修中に「成果を出せる人」と「成果を出せない人」がいます。その違いは、研修で学ぶスキル以外の部分。仕事や状況に対する認識と対応の仕方という原理原則にありました。全12回でその原理原則をお伝えします。第9回は「大幅な改善は「仕組み作り」をする」です。

(かたがい たつや)
株式会社ディベロップメント 代表取締役 **片貝 竜也**

2ドア軽自動車地域最安値

24時間 **2,200円** 起

1週間 **8,580円** 起 | 1ヶ月 **27,280円** 起

メンテナンス不要・保険付き・税込

買うより借りる **ガッツ** でしょ!

ガッツレンタカー新潟駅前店

TEL: 025-256-8520 FAX: 025-256-8325
新潟市中央区明石 1-2-10 コーポ明石1F
https://guts-rentacar.com/ |

会社の福利厚生を応援します

新潟市が出資している法人です。
従業員1人当たり月800円で、充実した福利厚生を実現!

会員募集中!

主な事業：慶弔給付、健康維持増進、自己啓発援助、余暇活動援助ほか

愛称 **ニピイ**

詳しくサービス内容はインターネットで

公益財団法人 **新潟市勤労者福祉サービスセンター**
新潟市中央区西堀通6-878-1 西堀7番館ビル3F
電話 (025) 201-6113 https://www.nipy.jp/

『認定支援機関』として新潟の企業を応援します!

詳しくはこちらへ → <https://www.ogawakaikei.co.jp/>
(本店) 新潟市東区豊2-6-52 TEL 025-271-2212

税理士法人 小川会計	株式会社 小川会計 コンサルティング	社会保険労務士法人 KBS
●法人税務～相続まで総合支援 ●事業承継とコロナ対策支援	●経営計画策定・モニタリング支援 ●認定支援機関補助金申請	●人事・労務相談 ●就業規則・助成金申請

お店やお客の観察はこんなに面白い

「たかだか数万円の出費で、何百万円もかけた商品開発の失敗を防げるのですから、安いものです」。先日聴いたセミナーで、日本百貨店のバイヤー日暮学さんがこう指摘していました。数万円の出費とは、地方の事業者さんが、東京に来て、さまざまなお店を視察する際にかかる費用のことです。日暮さんは、全国各地の食品や雑貨を、東京を中心とした店舗で販売するセレクトショップのバイヤーです。地方でものづくりをしているなら、まず東京へ来て、その商品が想定する売り場を実際に見て研究してほしいというのです。

店舗を観察することで、自分がつくろうとしている商品は、どういったタイプのお店で好まれるのか、店頭でどのように陳列・展示されているのか。競争相手や競合状況はどうなのか。価格帯や差別化の争点とその付加価値がどの程度販売価格に反映されているのか。その売り場に来るお客さんは、どのような人でどのような買い方をしているのか。あらかじめ視点を決めて集中して臨めば、1日に10店舗くらいは回れます。

前述したのは商品開発の視点ですが、小売業視点や広告業などのマーケティング視点、またお店を設計・運営する視点もあります。私もかつてパソコン市場の立ち上がり期に、記者として初めてその分野の取材を担当した時、秋葉原のさまざまなタイプのお店の売り場を毎日毎日観察しました。まずはその業界のことを知るため、お店による品ぞろえの違いや価格設定、人員の派遣の様子など。さらには店ごとに違うお客さんのタイプ、店員との会話や質問の様子を観察していました。

そのうち、いくつかの店のスタッフとも顔見知りになり、あまり表に出ないさまざまな情報も得られるようになりました。今でもとても役に立ったと思うのは、商品の魅力と価格、新商品登場のタイミングでお客さんの顔つきが違ってくことや、商品ラインアップと価格設定の関係などに関する理論や実践的な裏付けを学んだことです。

実は、お店の中だけでなく、駅や空港、大きな交差点のような空間も、広告のサインージなど、ある種のビジネスにとってはそこが売り場になっています。また、例えばスマホのアプリのように、ある種のサービスや商品にとってはそこが、まさに消費の現場であることもあります。行き交う人々が、さまざまな形で提供される商品やサービスに対して、どのような関心を示し、どのように反応し行動しているのか、観察するのはとても面白いことです。問題意識を持った視点さえあれば、こうした現場はさまざまなマーケットデータを提供してくれる情報の宝庫です。

その昔、テレビでヒット番組を連発していた頃のテレビプロデューサー、テリー伊藤さんと一緒に仕事をした時、ヒットを生む秘訣(ひけつ)を聞いたところ、「君は女子高生の生活に興味あるか?」「あまり、ありません」「だからダメなんだよ。他人の人生に興味を持たないヤツにヒット商品なんかつukれないよ」と言われたのを今も思い出します。

日経BP総合研究所 上席研究員
渡辺 和博



◇渡辺 和博／わたなべ・かずひろ

日経BP総合研究所 上席研究員。1986年筑波大学大学院理工学研究科修士課程修了。同年日本経済新聞社入社。IT分野、経営分野、コンシューマ分野の専門誌編集部を経て現職。全国の自治体・商工会議所などで地域活性化や名産品開発のコンサルティング、講演を実施。消費者起点をテーマにヒット商品育成を支援している。著書に『地方発ヒットを生む 逆算発想のものづくり』(日経BP社)。