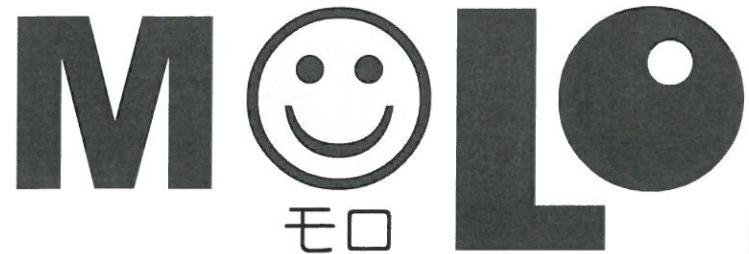


店舗お役立ち情報

〒815-0083 福岡市南区高宮3丁目11-8
TEL: 092-522-3330 FAX: 092-522-3332
<http://www.misezukuri.com>

有限会社リード・クリエーション発行 2011年



2011年
6月号

No.121

* * ? 「競争のない商品・サービス」を創ってみませんか?

ブルーオーシャン・コンサルティング(株) 代表取締役 佐藤 克行さん

皆さんの商売は競合相手がいますか？ 全くいないというお店、会社は少ないでしょう。私の事務所の主なお客さんである美容院は全国に21万軒もあります。コンビニが5万軒ですから、その4倍もあるのです。特に私たちが住む福岡市は女性10万人に対し269.6軒と神戸205.5軒、横浜164.4軒をはるかに上回っています。福岡の女性がおしゃれで美人なのを裏付けるデータですが、それだけ競争が激しい業界です。飲食店も福岡は競争が激しいですね。

福岡は鮮度の高い魚、肉、野菜に恵まれ、家庭での食事自体が美味しく、また美味しい個性的なお店も多いのでやはり競争の激しい業界です。

一般的に開業後の廃業率は30%、10年後では約10%の生存率だと言われています。こんな競争の激しい状態を、血で血を洗うレッドオーシャンと呼ぶそうです。かたや、そんな中でもお客様でいつも満杯のお店もあります。私の知っている美容院では、保育士さんと組んで育児中のママさんのお客さんを増やしたり、占い師さんと組んで他には無いサービスを提供しているところもあります。このような競争の無い状態がブルーオーシャンです。

そんなブルーオーシャンを創りだすノウハウを体系的に伝えてくれ、世に出すまで一緒に面倒を見てくれるコンサルタントが、ブルーオーシャン・コンサルティングの佐藤克行さんです。佐藤さん曰く、競争のないブルーオーシャンを創りだすには、次の3つが大事だそうです。

- 1) 自分たちでも競争の無い商品・サービス創りは必ず「できる」と思うこと。
何とかして創ろうと情熱を持つこと。
- 2) ブルーオーシャンを創るには考える、そして実行するプロセスがあるので、それをしっかりと踏んでいくこと。
- 3) 一度考えただけで、パッと浮かぶものではないので、何度も何度も考えること。
そうするといつの間にかいいビジネスアイデアが浮かんできます。

私も佐藤さんのセミナーを受講し、ブルーオーシャンを考えてみました。今までお客様として考えてなかつた方々をお客さんにするアイデアや、自社にとって当たり前のことだけど、世の中にとってはかなりニーズがあり、収益を発生させることができる宝の山を持っていることに気が付きました。皆さんもまだ見ぬ宝の山を発掘してみませんか？興味のある方は、HPをご覧になってください。

<http://www.blueocn.jp/>

※今後、弊社主催で佐藤さんのセミナーも開催予定です。
詳細は、弊社HPをご覧になって下さい



Report from Lead

宝探しの不思議な店を演出 / KALDI COFFEE FARM

カルディコーヒーファーム



最近、ショッピングセンターでよくみかける不思議なお店、いつも店内はコーヒー片手の人でいっぱいです。

輸入品を中心とした食材とコーヒー豆販売のお店「カルディコーヒーファーム」。店の入口で試飲コーヒーの紙コップを手渡されて入る店内は「欧洲の図書館をイメージ」した曲線の陳列棚が印象的です。決して、スーパーやコンビニみたいに流れるように買い物なんて出来ません。

陳列だって、パスタの陳列の隣に味噌のパックがあったりで、まるで迷路のようです。でもそのかわりに宝探しをするように「何かいい食材はないか、飲み物はないか」と楽しみながら探すことができます。きっと、人がたくさん出入りする面白そうな店だとお客様は中を覗いてみたくなります。デッドスペースを生んだり、コストがかかるのも承知でつくった曲線の棚から中がチラッとだけみえると「あそこに何があるんだろう」と思い、散策して探ってみたくなります。「カルディ」を展開するキャメル珈琲の尾田社長、幼少の頃絵描きを夢見ただけあって、絵のようにお客様の五感に訴えるようなワクワクした店作りによって「カルディ」は今日もコーヒー片手のお客さんで溢れています。 (K)



Report from Lead

~遊べる本屋で御馴染みの~

宝探しの不思議な店Part2 / ヴィレッジヴァンガード

通称：ヴィレヴァン。雑貨屋なのか本屋なのか…創業25年となる元々は書籍販売店ですが間違いない、売れ筋ではなから～なっという雑貨やモノや本が満載なのです。

“遊べる本屋”というのがコンセプトです。福岡県には、23店舗あります。

妙な本もCDも雑貨も、値段を見ないで手にとって、読んで見て触って、ようやく価格チェックでレジへGO！なにしろ、ここはPOPが素敵！最初から、コワザで挑んでくるようなセリフに脱帽！コレを書いた人の顔写真を付けてほしい！とさえ思ってくれる。ただ単に、真面目に書いてあるだけのようだけど…消費者が、思わず手にってしまう心理作戦がお見事。それに乗せられて、つい買ってしまうけど、大満足！（大量生産だとは思うけど）人が持っていないモノを手にする喜びを味わえます。時折、挑戦したくなる品もありますが、買うか買わないかは価格ではなく、感性の問題というところも面白いです。 (M)



編集後記

どうでしょう…？ウチの社長は整理好き。「整理整頓！汚いところに利益なし！」大正解です。日頃、仕事をしていて思います。探す・すぐ出てこない・無くなってるというストレスは大きな妨げになっています。時は金なりです。しかし一方で、雑然としたモノをみると妙に安心したりしませんか？そりゃ～汚いのはNGですが。整然とした棚に、ジャンル分けした内容のラベルがキチンと見えて、ピシッと並んでいる姿は圧巻で美しいです。ある意味、感動です。しかし…心の奥底に潜む「違うものを入れたら、どうなるの？」という悪魔の囁きを聞いたことはないですか？(笑)キチンとしなくては！の半面、しなくても良いとしたら…っという願望がないですか？ヴィレヴァンもカルディも、そんな人間の心理をうまくついてるなあ～っと、行くたびに思ってるのは私だけでは無さそう。自分だけが見つけたモノを、自慢げに見せたりするのも如何にも子供っぽいのですが、これがまた…やっちゃいけないことをやるササヤカナ楽しみでもあります♪

B.Y. みちか