

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・クリエイション発行.2013年

2013年
3月号

No.141



*メルマガ『一日一冊・人生の知恵』 ～豊かな人生を達成する為の秘訣を紹介～

読書普及研究所から毎日送られてくるメルマガ「一日一冊」

(ホームページはこちらをご覧ください。 <http://www.1book-day.com/>)

いつからか購読し始めたこのメルマガは、毎朝必ず目を通して頂いています。

読書は手軽に有名人や、数百年前の偉人・賢人と対話できる素晴らしいツールですね。このメルマガは、短い紹介文を読んだだけでもアドレナリンが溢れ、元気づけられます。そして、興味を引かれた本はすぐにネットで注文しています！最近のものをいくつか紹介します。一部ですが、エッセンスを感じて頂けるのではないのでしょうか。

「2022—これから10年、活躍できる人の条件」 神田 昌典

- ・何が儲かるかで仕事するのではなく、何に情熱を持ち続けることができるか。
- ・・・・ライフワークには、希望退職もなければ、定年もない。

「売れ続ける理由」 佐藤啓二

- ・私は取引先の方と飲みに行くことはしませんし、ゴルフも絶対にやりません
- ・・・・そもそもそうしたつき合いで本当に信頼関係が結べるのでしょうか。
- ・私の人生訓
 - 1) 商売は信用が第一
 - 2) 汗水流さないで得た収入は一切受け取ってはダメ
 - 3) 一生懸命、真面目にやっていたら、何かひとつ当たるものがある

「銀座流売れっ娘ホステスの会話術」 コタロウ

- ・逃げると男は追いかけてくる、相手の要求は必ず一度、拒否する
- ・男とは、支配者だ。支配されても、支配しきれない女になれ(クレオパトラ)

「指導者の器」 山下 泰裕、日経BP社 (中学時代の柔道の恩師、白石礼介先生)

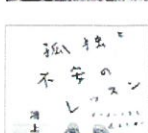
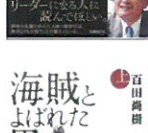
- ・柔道で日本一になることも大事だが、もっと大事なのは、日本一を目指す過程で学んだことを生かして社会で活躍し人生の勝利者になること。それが一番、君たちにとって大事なことだよ。

「海賊とよばれた男(上・下)」 百田 尚樹、講談社

- ・驚くのは、出光興産の出発は、石油業界に興味をもった出光佐三に、日田重太郎という資産家が金を出した事。それも別荘を売ってお金を作り、投資ではなく、「おまえに、あげる」と、お金を譲渡したというのです。
- ・「なあ、とことんやってみようや。わしも精一杯応援する。それでもどうしてもあかなんだらー」日田は優しい声で、しかし力強く言った。「一緒に乞食をやろうや」

「孤独と不安のレッスン」 鴻上 尚史、大和書房

- ・ジャイアント馬場さんの経営哲学はただひとつ、「他人から聞いた話は、直接本人に確かめるまでは信じない」だったそうです
- ・「人間は分かり合えない」ものなのに、分かり合えたということは奇跡のような瞬間です。逆に「分かり合えてない」状態は、決して苛立つことではありません



(R)

*ラーメン・うどん・そば店の教科書 2013年2月 大和製作所社長:藤井 薫 "カンパリア宮殿" 出演!

この本は、日本で一番小さな県で麺に命をかけて世界を目指している、とても変わった男からの熱いメッセージです。

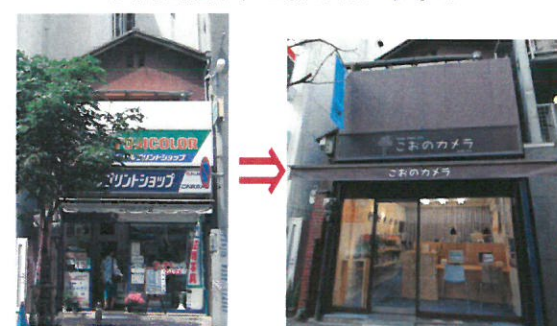


私は、現在の和製作所を36年前の10月24日に創業しました。それまで川崎重工で飛行機の設計、船の設計を実務として経験し、ある程度の自信を持って起業しました。ところが、・・・私は自分の専門分野を活かせば、十分にやっていけると思っていたのに・・・。起業早々に、仕事を獲得することの難しさを、嫌というほど実感させられる羽目になったのです。エンジニア畑で育った私は、厳しい生活の中で、物を作るより物売ることのほうがはるかに難しいということ、身をもって体験したのです。(冒頭の文章より) (R)

*店作りのお話し *** 外装は、お店の顔です。 ～売上の3割は外装(店の入口)で決まります～

お客さまから見た店の印象は、外装が重要なポイントになります。例えば、目立たない/着かない/何を売ってる店なのか分かりにくい/外から見て店内のイメージや情報が伝わってこないという店と、外観のインパクトが強い/店内の賑わいが見える/親しみが持てる/料金表示が分かりやすく安心感がある/飾り付のセンスが良いといったプラスイメージを与える店とでは、その差は歴然です。それが「デザイン」の差です。売上げの3割は外装、つまり店の入口の「見た目」で決まると言われます。お客様の側からすると、一度も入ったことのない店に入るのは、とても勇気のいることです。

*天神西通り / ここのカメラさん



*上人橋通り / グランパルティータさん



特に外観は、人でいうと顔であり、魅力的で楽しそうな店内の情報を発信してる店には、期待感も高まり「一度入ってみよう」という気にさせられます。実はそこに仕掛けがあります。

右の2例のお店は、外装の改装を施すことで、オーナーさんのコンセプト・お店の理念が外部に分かりやすく伝わりました。それによって新鮮さも加わりTVや新聞の取材を受けたり、既存のお客さまにも喜ばれ、また来客数をますます伸ばしています。外装とは、そのお店がここに存在しているのだと世の中に大きな看板を出しているわけです。それを考えることで、お店の存在感は大きく変わります。(M)

編集後記

ワタクシ、こう見えても(どう見える?)外装フェチです(怪しい・・・)と、言いますのも子供の頃から、自分の住む町に新しい店が出来るとドキドキしてました。それが、どんな職種であろうとも(笑) 工事中から気になって、その店の前をわざわざ通り母や近所情報を集めながら、OPENを心待ちにしていたものです。新しい店は、出来立ての匂いと共に、いろんなことを感じさせてくれます。特に、外から見ていてもワクワクする様な可愛い作りや色合いの店は、子供でも想像をかきたてられます。「ケーキ屋さんなら、きっと美味しいね。美容室なら、お洒落して行ってみたい」ナドナド。おませな子ですかね～(笑) お店は、その町に夢を与えてくれる不思議な魔力があるのです。パッと見て心が揺さぶられる外装は、それだけで憧れです。時代が移っても、それは変わらない永遠の夢だと思いませんか?

BY. みちか