

つるのおんがえし



こんにちは、感動創庫の芦川永光です。突然の変顔で失礼します。あまりの忙しさに、少しだけやられてしまいました（汗）。

12月、年末、師走です。うーん、一年って、本当に早いもんですね

えって毎年言っている気がします（笑）。今月に入ってからは一段と寒さが増しましたね。暖房器具に頼りっぱなしの私。毎朝起きるのもおっくうですよ。私なんて布団と毛布で3枚がけです。

そして仕事は移動がバイクなので、特にこたえます。だいたい20分を越えると、指先がもお冷たのなんの…。寒いとエンジンの掛かりが悪い、わがままバイク君なので、毎日気を使っています。「いい子だから、動いてね～」と声を掛けると、たまにすんなり掛かったりします。本当ですよ！（思い込み？）

2009年をどうやって迎えるか・・・

皆さんは年末をどのようにお過ごしですか？何しろ暗いニュースが多すぎる！ 本当イヤになっちゃいますね。

野球のイチローは、自分がスランプの時は新聞を見ないそうです。心がそっちに引っ張られてしまうから、ですって。とは言え、日々商売に生きる私たちですから、現実をまったく見ない訳にも行きません。

「二階に昇りたい、
何とかして昇りたい、
二階に昇ることが唯一の目的だ、
と熱意のある人はハシゴを考える。」

by 松下幸之助

たとえ苦しい時期であっても、考えに考え続ければ、必ず上に昇る手段はあるはず。アメリカは不思議なことに、不景気の時は有能なベンチャー企業家が、多く現れるのだそうです。日本も負けちゃいられません。

好景気と不景気は隣り合わせ。不況のあとは必ず景気が良くなります。今こそ、アタマとカラダを最大限に使って、この不景気を乗り越えましょう！皆さんが2009年を健康に迎えられることを心から願っています。

小売店の売り方が変わってきました！

家電業界トップのヤマダ電機が、全国80%の店舗で、携帯電話の販売方法を変えました。単純にキャリア別（ドコモ・auなど）で陳列していたものを、携帯電話の用途別に並べ替えて、売り上げを伸ばしているそうです。これは最近のユーザーが、「テレビを見る」「音楽を聴く」「インターネットを見る」というように、携帯電話を機能で選んでいるという実態があるからなんですね。

また、マツモトキヨシが都内にある数店舗で、中国語で書かれた商品ポップを出しました。今バブルともいえる経済成長が進む中国ですから、日本にやってきた中国人観光客がたくさんの買い物をするのだそうです。それにしても海外からやってくる見込み客に向けたポップとは、さすがはマツモトキヨシという感じです。

時代が変わり、売り方も変わる！

そういえば観光地などで、外国語表記が昔からあったのは、ディズニーランドくらいのもんでしたが、最近ではどこに行っても案内表記に外国語は当たり前。英語や中国語はもちろん、ハングル語も増えてきましたね。

時代が変われば価値観が変わってきます。

「つるのおんがえし」丸坊主だった私が「つる」と呼ばれるようになって、20数年。そんな「つる」があなたに「おんがえし」をします

毎月1回発行 発行編集責任者 感動創庫(かんどうそうこ) 芦川 永光

住所 藤沢市長後 1135-11-101 電話 090-1856-5593 FAX0466-65-3347 メール ashikawa@kando-soko.com

http://kando-soko.com/ 集客チラン.com

そして、商品も売り方も変わり、顧客ニーズまでも変わってきます。

数年前までは、新製品を出せば出すほど売れた携帯電話は、いまや一人一台の時代（全キャリアで1億台を突破しています）。携帯電話はそんな飽和状態の市場ですから、販売台数の伸びはほぼ見込めません。ヤマダ電機はこれまでのやり方では売れないと判断し、市場に合わせた売り方をいち早く導き出したんですね。



箱根の
紅葉です

それから、外国人の訪れる先では、彼らをターゲットにしたビジネスが次々と展開されています。お侍の格好をして記念撮影や、手

裏剣投げ体験などのイベントがある外国人観光客専門の旅館。母国に帰った人たちが口コミを起し、大変な評判を呼んでいる所だそうです。ここ、日本人はあえて受け入れていないんですって。はっきりしてますねえ。

成功の秘訣はターゲット視点！

どうやら共通して言えるのは、ターゲットの絞込みを徹底している事。今の時代は、電話もテレビもオモチャも車も、ほとんどのモノをほとんどの人が持っていますからね。そんな時代では、「とにかく誰でも！」なんて販売では売れません。

「どれだけ多くの人に買ってもらうか」、という昔の売り方から、「どんな人に買ってもらうか」に売り方は変わってきている、と言う事なのです。近年のヒット商品を眺めるとその傾向は強まっています。「ナイトール 85」「ゼロ飲料」「Wii フィット」「B 型自分の説明書」など、名前にも「どんな人に？」を感じられますよね。2009 年を迎えるに当たって、ターゲットは一体どこなのか、見つめなおす必要があるかもしれませんね。

広告を使ってお客様に売り上げアップをもたらす私の仕事は、前職から続いています。あの頃は、ものすごくコンプレックスを抱えてたんだなあ、と今になって思います。

というのは、お店の店長さんや社長さんと、いくら真剣にお話をしても、いくら熱っぽく伝えても、そこに不安と限界を感じていたんです。経営をしたことの無い私が訴えることの重み・深み、そして説得力がいまいち足りない、というような違和感を、うまくいったお客様が増えれば増えるほど感じてました。克服したいコンプレックスでしたねえ。

2008 年、今年の漢字は「変」でした。日本の首相交代、アメリカ次期大統領の「change（変革）」。株価暴落などの世界的な金融情勢の変動。食の安全性に対する意識の変化。物価上昇による生活の変化。世界的規模の気候異変による、温暖化問題の深刻化。地震やゲリラ豪雨などの天変地異。変なこと、そして変化に富んだ一年でした。

先日、大阪にいるお師匠さんに「芦川君は、人に“伝える”仕事をしてるんやから、一度どん底を経験しておいた方がええで」とキツいなあと思える事を言われました。

まもなく起業一年の私、実は5・6月くらいにかなり底の方を見ていました。いろんな人にいつも聞かされていた苦勞。想像以上でした。これが分かっただけでも、私にとっての「変」なのかなって思います。最近「伝える」ことに違和感はほとんどありません。まだまだ底があるんだろうなあ、と開き直っています。「Yes we can！」そう、あなたにも私にも出来る、とオバマ次期大統領は言っています。黒人の大統領なんて昔の人は想像出来たでしょうか。時代はやっぱり変わってるんですね。そんな時代でも、出来るんです、あなたにも私にも！ 2009 年はどんな年か…楽しみですね！

芦川 永光

「つるのおんがえし」丸坊主だった私が「つる」と呼ばれるようになって、20 数年。そんな「つる」があなたに「おんがえし」をします

毎月1回発行 発行編集責任者 感動創庫(かんどそうこ) 芦川 永光

住所 藤沢市長後 1135-11-101 電話 090-1856-5593

FAX0466-65-3347

メール ashikawa@kando-soko.com

http://kando-soko.com/ 集客チラン.com