

つるのおんがえし



45号 平成24年6月発行

発行：株式会社 感動・創庫
〒259-1211
平塚市ふじみ野2-14-6-101
TEL/FAX:0463-67-1896
mail:info@kando-soko.com
http://:kando-soko.com
発行編集責任者：芦川永光

マラソン走っていると、よく分かるんです。長い距離走ってれば、そりゃ絶対にどっかしたら痛みが出ますよ！って。それも事前には覚悟をして、「まあ、こんなくらいならね」と我慢とこまかしをしなから走るのが、マラソンなんです。物事は何でもそう。事業を続けるのでも同じですよ。途中、多少の浮き沈みがあろうとも、継続しなきゃいけない。痛みを伴いつつ、走りつづけねばいけませんよ

ね…って、そんなこと、分かったつもりだったんですけどねえ。

長かった…。

もお、虚勢張っちゃって

こんにちは、感動・創庫の芦川永光です。今年5月病が少々長引いて、厄介でした。仕事はある、なのに希望が無い。ほぼ一ヶ月間丸々、そんなチカラの抜けた状態になりました。思えば、独立3ヶ月後の5月よりも息苦しさを感

じてたように思います。これってもしかや鬱？と自分で思ってしまった。行き詰まった時は、やっぱり人に助けを求めるのが一番です。徹底的に人と話しました。お客様とメシを食べに行ったり、社内会議も何度もしました。という事で6月に入り、ようやく立ち直った私です。持つべきものは、心許せる相談相手、ですね。フェイスブックを覗いていたら、お友達がこんな事を書いていま

した。「一緒に考える力」。別の言い方すれば、甘えて頼る力^^;

頼りがいのある男は、甘え上手、なんだなあ！

悩みを打ち明ける事は、相手に迷惑…かと思いきや、実はそんな事まったくないんですよ。むしろ、相談されている方は嬉しい。ああ、俺なんかを頼ってくれた、ってなりますよね。そういうえば、自分が相談することには慣れていなかったなあ、とこの言葉を見

てと気付いた訳です。復活した自分を振り返ると、頼りがいのある男というのは、誰かに頼る事が出来る男なんだなあ、と再認識できたのです。

マラソン大会には、給水所Ⅱエイドがあります。大会参加者はここで当たり前給水をし、脚が痛んでしまった時はマッサージを受けたりもします。俺は一人で走る！と意固地になって、給水を受けない人は誰一人いません。完走を目指すには、絶対に頼らなきゃいけない場所なんです。

マーケティングや販売促進について、私は給水所のように、当たり前頼れる存在にならなきゃ！って思っています。事業してれば、あそこが痛い、ココが痛い、それを揉みほぐしたり、痛みを解消できるのが、マーケティングであり販売促進の戦略でもあるわけです。

一緒に考える力、共に引き出しましょう！

やっぱりご自分の商売だけに、自問自答して難局を乗り切る力も必要だと思えます。そこでもし、私を思い出してもらえたら「一緒に考える力」をぜひ、思い出してください。一緒に甘えて頼り合いましょう！私もあなたにもっと、仕事くださいー！とことん甘えますから！



梅雨の時季でも、気持ちはカラッと!? 芦川です。



11月のフルマラソンに向けて、ダイエット食の筆頭、おそばをズズッと!



新聞「キニナル」切り抜き！

マーケティング評論

「モノづくり日本」の地位が揺らいでいる今、家電量販店はどこを見渡してもキツイようですね。地デジ切り替え後、テレビがさっぱり売れず、結果、メーカーは過去最悪の赤字を出してしまいましたが、テレビに依存し過ぎちゃったんですね。私のような未だにテレビを購入していないユーザーは、弱りかけた獲物をつけ狙うハイエナのように、値段が下がる一方のテレビを、「もっと下がる」事を確信して待ち続けている有様

です。モノづくり大国の日本が、ルンバのような革新的製品を世に出せなくなりました。経済低迷、人口減少もありながら既定路線を続け、海外メーカーに水をあけられた事。原因はさまざまですが、そもそも、日本は既にモノ余り社会となっているので、高性能高品質だけで売れなくなるのは必然でした。当然、再編が求められる家電量販店。拡大？縮小？それとも？そんな中、ビックカメラの傘下に入ったコジマ電機。今回は

ビック傘下入りでコジマ解任劇

退任し「バックアップする」



小島会長



寺崎社長

コジマは創業者の長男で筆頭株主の小島章利会長（49）が取締役を外れ相談役に退く人事を発表した。小島会長は同社がビックカメラ傘下入りを決めた11日の取締役会で、正式に就任する。

だ！人反対を表明。その後、辞意も示していないため、事実上の解任とみられる。また、ビックの宮嶋宏幸社長（52）を任外取締役に迎える。いずれも6月28日の株主総会後に正式に就任する。

人事は5月28日の取締役会でもバックアップしていきたくないと短く口にして自宅を出た。

小島氏は2002年に創業から社長を引き継いだ。10年間は勝平氏の兄の金平相談役に交代し、代表権のある会長に就いていた。今年3月末の持ち株比率は約12%となっている。

「経営体制変える必要がある」

参考記事：日経MJより抜粋

ここが「キニナル」です。コジマ創業者の長男が取締役を外されたという内容です。一人だけ、傘下に入る事を拒んだ事で外されたようですね。

アップルのステイプ・ジョブズ、言わずと知れた経営者ですが、一度、アップルから追い出されたのは有名な話です。後に彼は、会社を追い出された日を「最良の日」と評するほど、ピクサーの買収などでアップル復帰までに多くの功績を残しました。彼はアップルをクビになったからこそ、成功者の重責から逃れ、自分の好きなことに没頭し、後の革新的な製品を生み出したんですね。

さて、取締役を外された小島さん。僕はこの小島さんのその後も気になります。コジマを吸収したビックカメラがこの後、成長するか衰退するか、とっても注目しています。買収によって経営体制の刷新を図ったビックカメラ。小島さんの言うように、規模拡大のメリットは無いのか？それとも業界2位の地盤を活かし、勝ち残っていくのか。

僕の所見では、家電量販店は大型店舗路線からは脱却して、小規模専門店に細分化しないと、競争力が保てないのではと感じています。街の電気屋さんのチャンス到来ですが、果たしてどうなる？

今月の「気になっちゃう」**広告!**

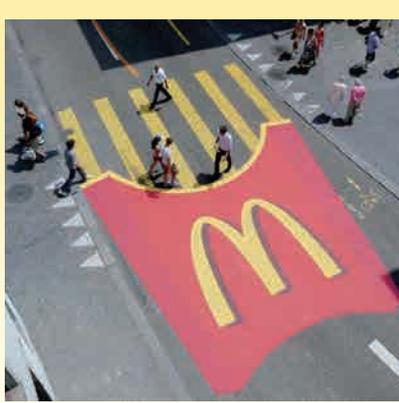
← 「Meister Proper」という洗剤のプロモーション。この洗剤のキャラクターのいる所だけが、真っ白になっています。↓これが洗剤です。



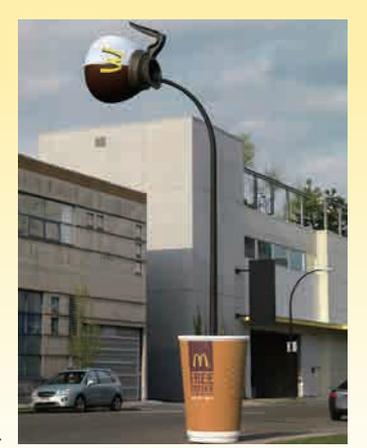
→ 綺麗に削れることを表現しているシェーバーの広告。電車の中からも、しつかり目立ちますね。



↑マクドナルドのポロメーション。スイスの横断歩道に描かれた広告だそうですね。面白い!



→ こちらは実際の街灯を利用したプロモーション。




facebookでつながろう！



芦川 永光

5月なにしてた？



5月30日

いつ来ても、ここは私の安らぎの場所です。小田原の美容室、サティラヘアーに来ています。美容室は髪を綺麗に切ってもらうこと以外に、とても大切なことがあると思います。それは、心がリフレッシュ出来る事。サティラヘアーさんは、スタッフさんの技術や接客対応。さらにお店のインテリア、BGMなど、細部まで気配りをして、お客様視点で、最も居心地の良い空間を作っています。石井さん、いつもステキなカット、サンキューです！



5月26日

湘南平塚からこんにちは。やっと衣替えをしている週末です。おわり、と書かれた防虫剤。春も終わって、季節は夏かあ〜。んでもって、今夜は秋開催の湘南国際マラソンに申し込み。季節感がめちゃくちゃです。



5月25日

窓付き封筒で効率化！なんで今までやらなかったと思えるくらい、手間要らずです。うーん、上がってきたぞ〜！



5月18日

久々の天一！こってり？いえいえ、僕はこっそり。京都に行った時、教えてもらいました。— 場所：天下一品



5月15日

災害対策で、発電機能付きのラジオを買いました。何日前に、NHKの番組を見ていて、震災復興には防災対策への意識向上がイコールだなあと痛感したので、合間を見て電気屋さんへGO。約4000円買える、かなりの安心感。スマホ充電も出来ちゃう、うーん、なかなかできる奴…。これが大活躍しないのが、ホントが一番、なんですけどね。



5月13日

金太郎マラソン、走ってきました。今日とはにかく暑かった。その上、身体も重くキツかった。15キロでしたが、タイムも平凡。言い訳無用です、練習不足でした。でも、良い経験をしました。やっぱりマラソンは反復あるのみ。



5月8日

湘南平塚から、おはようございマッスル！o(^▽^o)小鳥もチュンチュン！みんなが元気な朝です。今日もいつもと変わらず、玄米スープを流し込んで、元気にスタートで



5月2日

粋なプレゼント、頂きました。男着物の加藤商店さんの、加藤 大典さんから、着物で出掛ける時に使える、和柄のハンカチ。茶封筒に和紙をあしらっているあたり、さすがは京都の人、粋ですなあ〜

フェイスブックを、新時代マーケティングに活用しましょう！

現代のマーケティングというのは、ただやみくもに商売を発展させるためだけの活動では、まったく不足であると思います。実際に、フィリップ・コトラーは2010年時点で、マーケティングは3.0の時代(3世代目)になったと提言しています。モノを売り込むだけの「製品中心」が「1.0」。顧客満足をめざす「顧客中心」が「2.0」。そして、マーケティング3.0の時代は、「人間中心」。利用者、そして社会がパートナーになる時代なのです。

マーケティングの目的も、

マーケティング1.0 どのようにして販売するか？

マーケティング2.0 どのように顧客に継続購入してもらうか？

マーケティング3.0 どのように生活者に(製品開発や販売などに)協力してもらうか？

と変化をしてくれているわけです。

古くは近江商人の考え方と同じです。人と人の繋がりを通して、生活者、売り手、そして社会へ「三方よし」で豊かさを提供できるのが、一流と呼べるマーケティングの姿なんですね。この「三方よし」の商売の流れを作ることを考える時、リアル・ネットという垣根を飛び越えて渡る事が出来る、フェイスブックの存在が日に日に大きくなっていく気がするんです。

ここ最近、フェイスブックにぞっこんどっぷりな私。これ、今年始めに400万人だった登録者が、5月末現在には800万人に。倍々に増え続けています。といっても、全人口の10%以下。ココがミソなんです。これは、多くのウェブ専門家などからお話を聞いて、自分なりに導きだした感想ですが、始めるならゼッタイ今です。人が増え続けている最中に、機運が高まっている登りのエスカレーターに、ササッと乗るべきなのです。

小難しいことは考えなくても大丈夫。まず、登録してみてください。お金は掛かりませんし、とにかく簡単です。そして、私と繋がっててください。繋がる事が出来れば、使い方もじゃんじゃんお伝えします。

地域密着商売におけるFacebookの活用と運用方法セミナーを開催しました！

マーケティング視点からのフェイスブックを、初級から少し踏み込んで、段階的にお話しました。これを機に始めようと意気込む方や、最近止めていた人も再びトライしたり、と有意義な勉強会となりました。この機会をくださった、伊勢原商工会青年部の皆さまに、感謝感謝！です。



<http://www.facebook.com/nagamitsu.jp>

心に響く
感動の格言

私が足りないところが
多かったから
みんなが助けくれた
それで、みんなと力を合わせ
わらうという共通認識が
根づいた

リクルートの創業者、江副浩正さんの言葉です。

企業から政治まで、リクルート出身の活動家は多いですね。

和田中学校の元校長、藤原和博さんなどは僕が大好きな活動家の一人です。そんな多くの人財を生み出す秘訣は、新事業コンペなど

若手社員でも自由に事業を起こすことができる、開放的な社風。会社の代表者本人が懐深く、この言葉のような心持ちであれば、社員は育てるのではなく、自立し育つのかもかもしれませんね。

編集後記

こんにちは涼子です。暑くもなく、寒くもなく、季節ですね。1階から2階に移動した感動事務所は、気持ちのいい風が入ってきて、快適です。

さて、なんとなく始まって3回目になる『芦川画伯』のコーナー。思っていたよりも、芦川氏の絵心があることが判明したコーナーでもあります。しかし、それでは面白くありません。なんと少しでも、つるおん読者の皆様に、くすっと笑いをお届けしなくてはなりません。ということでお題を考える私は、責任重大です！

動物？人物？でもやはり、有名なキャラクターは難しい。ということ、

前回の「ルパン三世」、前々回の「アンパンマン」に続き、「ムーミン

」。

さすがの芦川氏も困った様子。これは期待できる作品ができそうです。そして、出来てきた作品は期待以上のものでした。文字を書いていた所にも本人の自信のなさが伺えますね。横にいるのはスナフキンだそうです。

皆さんも、インターネットで調べる前に一度、「ムーミン」描いてみてくださいね。



芦川画伯

今日のお題は…
ムーミン

