

経営戦略セミナー視察研修

～成功企業から学ぶ～

マーケティング実学研修 IN 大阪

報告者：稲澤裕子

視察研修内容

研修期間：平成 27 年 3 月 4 日（水）～3 月 7 日（土）

研修場所：大阪

マーケティング実学研修 IN 大阪 2015.3.4~3.7

一日目 3月4日(水)

16:00~18:00 研修ガイダンス

18:00~自主視察(青木先生の推奨店舗)

【ビックビーンズ(スーパーマーケット)】

昔ながらの商店街の一角にあるスーパー。

一見入り口はとても小さく、目立たないが、入ってみると入り口からは想像もできない広さと珍しい商品が並んでいる、とても魅力的なスーパーでした。店内はたくさんのお客さんと賑わっていました。産地にこだわった食材や食品を数多く取り揃えていて、ここでもか手に入らないような珍しい食材や、それに関連した商品が並んでいました。(たとえば珍しいワインの横にそのワインに合うこだわりのハムや珍しいチーズなどのおつまみが並んでいて、購買意欲をそそられる陳列となっていました)

大きくコーナーを取っていたのが惣菜コーナーのオープンキッチンで、そのオープンキッチンで作られる惣菜への大きなこだわりや安心感が感じられました。またポップに食材の説明など分かりやすく書かれていて、お客様の立場からの疑問に答えてくれる内容になっていて、近所に住んでいたら利用したい素晴らしいスーパーだと感じました。

二日目:3月5日(木)

10:00~研修視察(青木先生同行)

【クローズクローゼット(アパレルショップ)】

※地域顧客との顧客関係性を重視した経営を行う女性起業家社長の講話と視察、質疑。

富裕層やファッションに興味のある女性客をターゲットとしたお洒落なセレクトショップ。お店の雰囲気は小奇麗でとても上質なセンスのいい品物が置かれていました。

この社長さんのパワフルさや女性スタッフさんの細やかな気配りがとても魅力的で、お客様がお店のファンになるような雰囲気を感しました。

また、こちらのお店では、お客様の関心のあるイベントを企画し、定期的を開催するなどお客様との繋がりをとても大切にしている姿勢が素晴らしいと思いました。やはり何と言っても「人対人」の関係づくりが一番大切な事だと改めて実感しました。

近所にあつたら私も絶対に行きたいセレクトショップです。この店舗に私が感じた印象の「品質がいい割に個別対応」というコアな強みを、しっかり活かしていると思います。

14:00~16:00 研修視察（青木先生同行）

【ラーメン工房あ（飲食店）】

※厳しい飲食業界の中で飛躍的な売り上げアップを実現

この店舗では最初に覆面で青木先生と別行動で昼食をとりました。それぞれ別のラーメンを注文し、店内を観察。こだわりの味はさすがで、お昼時間を過ぎたというのに店内は満席でした。丁寧な接客はもちろんながら、素材に対する強いこだわりをメニューでしっかりアピールしていました。また、テーブル上に置かれたサービス調味料がとても種類が豊富で、お客様のニーズに合わせている気遣いが伺えました。

食事のあと社長さんとマネージャーさんから講話、質疑を受けました。『自社で生かせることを学ぶ』というテーマの下にパワーポイントでの資料まで作っていただき、売り上げアップにつながるマーケティングについて丁寧な講話をいただきました。

まず、マーケティング施策の前に『自社の強みを知る』ことが重要であるということ、そしてマーケティングのフレームワークの重要性を企業側の立場から教えていただきました。社長からは社名の「あ」へのこだわりや基本理念などを熱く語っていただきました。社長の信念「感謝と行動」がとても心に響きました。ぜひ取り入れたいと思います。

三日目：3月6日（金）

10:00~研修視察（自主視察）

【隆祥館書店（書店）】

「接客のスペシャリスト」として雑誌などでも取り上げられている女性店主がいる書店。チェーン店などに属さず、こぢんまりとした親の代からの書店。二代目の女性店主が、丁寧な接客や作家の講演会などのイベントで、多くの顧客を惹きつけています。お店の印象は綺麗でも広いわけでもなく、昔ながらの小さな書店という印象ですが、女性店主のお客様との対話が素晴らしく、また訪れたいと思いました。私自身も「経営関係の本を探しているのですが」と聞いてみたら、丁寧に説明しながら薦めてくれたので、とても納得し、思わず二冊も購入してしまいました(笑) 他のお客様が「小学生の子供にプレゼントしたい本」について女性店主に聞いていたのを見ていましたが、その子供さんが本を好きになる入り口の本が良いと薦めていたので、その子供さんの先々まで考えてお薦めするところに、さすがプロだと感心しました。

11:30～研修視察（青木先生同行）

【浅野日本酒店（酒販売店）】

※2014年秋に開業したばかりの新店舗だが、マーケティング力を発揮しマスコミ取材を受け、人気店となっている

なんとすごい！！こだわりにビックリしました。社長の事業コンセプトがものすごくはっきりしていました。自分のミッションを持っていて、（社会に対し）「日本酒を世の中に広めて日本酒文化の継承と発展を目指す」（会社に対し）「中小企業である日本酒業界を盛り上げ発展を促す」（お客様に対し）「本酒を以って明日の活力・人の輪・世界の平和を醸成する」このミッションが明確なのに感動しましたが、さらに他にもビジョンやターゲット、利用シーン、事業の特徴、今後の展開など、こと細かく明確に考えて事業をしていることに本気で感心しました。

日本酒を世の中に広めるために、家賃が高くて人も多く集まる梅田にこだわり、女性客の集客のためトイレをわざわざ男女別に作っていました。また外から見えるウィンドーに綺麗なお花を飾り、女性の来店を促す雰囲気づくりをしていました。

店内には日本酒を気軽に味わえるように立ち飲みバーも併設されており、ワイングラスでおしゃれに日本酒を味わうと言う利点を感じられます。

店主の強いこだわりとして「気軽に日本酒を味わう」というコンセプトで、そのため立ち飲みバー形式となっています。ほぼ全品試飲して購入できるという点もお客さまにとっての魅力です。また、専門店ならではのこだわりとして純米酒に絞って商品を揃えており、さらに地元大阪を盛り上げるために地元大阪の純米酒を取り揃えていました。

この写真の日本酒は自社ブランドの純米酒で、地元大阪の酒蔵に依頼して強いこだわりをもって作ってもらっているそうです。

女性客が好むようなお酒も多く入れていて、ギフト用テイクアウトグッズも取り揃えていて、私も思わず二つほどお酒とテイクアウトグッズを購入してしまいました（笑）。

3月6日（金）

14:00～16:00 プレゼン発表会

ナレッジサロングランフロント

研修参加者から今後のマーケティング活動について発表

3日間で見えて勉強したことを発表し、
青木先生の意見をいただき今回の研修終了でした。

まとめ

以上5店舗を視察し、それぞれのお店のこだわりに触れ、青木先生のご指導を受けこれからの自社の経営に取り入れていくヒントをたくさんいただきました。青木先生が私達に教えてくださったフレームワークをしっかりと考えてやっていかなければならないと思いました。他に、今回の学びとして実行しなければと思ったことは以下の通りです。

- ①お客様に提案できる知識を身につける
- ②お客様に商品の説明をしてさらにポップを作る
- ③お客様との更なるコミュニケーションをとる
- ④お客様を呼び込むイベントを企画する
- ⑤スタッフ研修をする
- ⑥ご近所・地域にとけこむ人間関係をつくる

などです。

最後に、奄美市産業活性化協議会のスタッフの皆様、お忙しい中研修をしていただきました青木先生、またご多忙のなか資料を用意していただき講話を下された関係店舗の皆様に、心よりお礼を申し上げます。今回の研修で学んだことを取り入れ、今後の自社の経営に活かしていきたいと思います。ありがとうございました。