

★特産品開発のヒントを得る★

商工会未設置地区で講習会を開催

連合会は商工会未設置地区事業として、11月6日北大東村役場会議室2階においてマーケティングコンサルタントの「伊敷豊」氏を講師に、域内商工業者を対象とした「地域ブランドで島おこし」の講習会を開催した。伊敷氏は、糸満市商工会の全国展開支援事業による1万円蒲鉾の開発事例に触れ、伝統文化を取り入れたコンセプトの構築、製品開発段階でバイヤーなどから、売りたい市場ニーズを綿密に調査する必要性を強調した。同講習会には、沖縄振興開発金融公庫職員も参加し、離島地区における「公庫事業資金」の効果的な活用事例について説明を行った。また、渡嘉敷村商工会副会長「国吉佳奈子」さんによる「女性経営者奮闘記」の講演会も合わせて開催した。



伊敷氏の講話を真剣に聞く域内商工業者

マーケティングよきやま話

市場には様々な商品が生まれ消滅するが、中にはマクドナルドのフィレオフィッシュや日清のカップヌードルのような30年以上も続くロングセラー商品もある。ヒット商品を生み出す商品を開発するには掟がある。①2秒程度で顧客を引き付けるサプライズを与えられるか。②確信犯の開発者が一人で決めていく。つまり、ちゃんと考えている人を中心にするのが大事で、いろいろな人の意見を混ぜた折衷案は作らないこと。③会社の都合で商品を作らない。ドイツのあるビール職人に、「どうすれば美味しいビールを造れるのか」たずねたところ、「ビールは作るんじゃない。醸し出すんだ」と答えた。良い環境と良い動機付けがあれば、自ずと良い味が醸し出され、これを商品開発の環境に照らし合わせると、開発リーダーは己の力のみで頼らず、チームメンバーからアイデアを引き出す環境づくりになる。④は現場主義だ。顧客が商品に接する現場を軽視すると自分の鮮度が落ちてくる。⑤安易な妥協はいけない。深く考え続けることで商品の本質が見えてくる。⑥間違ってもいいんだと、許せる環境づくりが必要である。



経営に
役立つ訓言

こしょうな がた
狐掌鳴らし難し

片手の手のひらだけでは手を鳴らすことができないように、人間が一人だけで何ごとかやろうとしても、なかなか難しいものである。経営もそうである。最初一人から始め、事業規模が拡大するにつれ、従業員、生産設備、店舗が増えていく。そうすると、人事、生産ライン、店舗を統括する人材と育成が必要になってくる。どうやって人材が育つ企業環境を作るのか。札幌のある企業は、市場競争の本質を情報発見競争と捉え、経営陣の経営計画や決算内容、社員の日報体制、顧客要望、家族の近況など、垂直的、水平的に情報を共有している。その結果、経営成績が良好で社員の定着度も高い。厳しい経営環境にある昨今、自社の経営資源をフル活用しているのか、今一度再点検する必要がある。



うちはおばの教室

あきさみよ〜。早いものでもう歳末になったね〜。おば〜も歳末セールで忙しくなっているよ〜。おば〜特製手作り高級「カマボコ」は、いつも7,500円で売っているけど、歳末だから、日頃お世話になっているお客様にはこの際2割引で売ろうと考えているわけ。でもさ、歳末時期はおば〜も物入りだから製造原価の2割は儲けたいわけよ。「カマボコ」にかかる製造原価は一体いくらにすればよいかね〜。

答えは、3月号で掲載します。

11月号の答えは:6分後でした。