

毎月1回、ビジネスのお役にたつ情報をおとどけいたします。



U-mic News

ユーミックは、さまざまな得意分野を持つ
コンサルタントが集まったスペシャリスト集団です。

Vol.2

Monthly voice

「エコカー補助金制度」が9月末で終了となります。

先月、今月と週末に自動車ディーラーへ行く機会がありました。

「駆け込み購入」が増えている話は耳にしていたましたが、実際に目にすると「来店客」の多さに驚きました。

「補助金」という言葉に魅力を感じての動きではありますが「本当に今買い替え時ですか？」と

質問さえしたくなりました。「補助金」は終了しますが「エコカー減税」の制度は

取得税2013年3月31日までの登録対象、重量税同年4月末までの登録に適應されます。

所有車の現状把握と買い替え時をしっかりと考え、情報や言葉に踊らされることのないようにしたいですね。

これは会社経営・人材育成でも同様の事が言えます。

しっかりとした経営計画・人材育成計画を立案し必ず見直しを図っていく。

自社の現状・計画に即した「補助制度」がたまたま施行されたのであれば「補助制度」に

取り組まれてもよいですよ。沢山の情報から時間軸と重要軸をずらすこと無く必要なものを

選び出し計画を立て実行する事が大切なのです。(古田 由美)

Monthly Book review



ダイヤモンド社
¥1,680

もし高校野球の女子マネージャーがドラッカーの『マネジメント』を読んだら 岩崎 夏海(著)

ドラッカー著『マネジメント』を読んだ女子高生が、その本通りにマネジメントを進めていき、弱小野球部が強くなっていくというストーリーで、その女子高生のモデルとなっているのがアイドルユニットAKB48というユニークな1冊です。ドラッカーは、『顧客は誰か』の問いこそ、個々の企業の使命を定義するうえで、もっとも重要な問いである。』とし、顧客が誰かによって企業がなにをすべきか決まってくると述べています。そこで、主人公は野球部の顧客は誰かを見極めながら、顧客が野球部に求めているものが感動であると気づき、野球部のすべきことは顧客に感動を与えることと定義しました。では、自社の事業の定義はなんのでしょうか？野球をすることか、それとも顧客に感動を与えることでしょうか？どう定義するかによって、事業の方向性や可能性が大きく変わってきます。

厳しい経営環境である今だからこそ、事業の再定義が必要であると感じました。(小倉 綾)





My voice

7～8月で、中小企業大学校関西校で研修講師の仕事をしてきました。管理者向け長期研修でしたが、ディスカッションやプレゼンテーション、資料の作成など、受講生のレベルアップに日々驚かされました。このようなスキルは、本を読んで身につくものではなく、**実際に様々な課題に取り組み、解決のプロセスを経験することが効果的**です。また、研修では「恥を掻く」こともあります。人前で発表し、自分の意見を言うことは、慣れない人には恥ずかしいものです。関西校のある教室では、教壇の上に「恥掻処」という書が掲げられています。ある講師の方が書いたものですが、研修でしっかり恥を掻くことで、人は成長するということでしょう。研修で恥を掻けば、ビジネスで恥を掻く確率が下がるかもしれません。研修を受ける際、学習し成長するという目的意識とともに、**自ら恥を掻きに行く**という気持ちを持つと、より意欲的に研修に臨むことができるかもしれません。



渡貫 久

Watanuki Hisashi

大学卒業後、広島市に本社のある食品スーパーマーケットに入社。現場、人事、経営企画、業務改善を経験後、中小企業診断士の資格を取得し、独立。スーパーマーケットや食品メーカー、飲食店等、食や流通関連の企業を中心としたコンサルティングのほか、公的機関や学校、民間企業向けの研修を行なっている。中小企業診断士

「当たり前の事が、当たり前ができるように！」この研修依頼が多くあります。研修は「外部からのきっかけ」です。それとともに「内部でのトレーニング」が必要なのです。「繰り返してできるまでやる」これを怠るとまた元通りです。その為には社内でのトレーナーが必要になります。人を育てるには時間がかかります。そして社内での努力も必要なのです。特に日々の積み重ねで習得すべきものは、トレーニングが不可欠です。どんな社員を育てたいのか、どんな社員にしたいのかを決めるのは会社の代表者なのです。外部からのお手伝いは全力でさせていただきます。一緒に「考え、取り組む」これが大切なのです。

古田 由美

Furuta Yumi

銀行に入社後、秘書室、総合企画部、広報文化部を経験。また営業店実務経験も持つ。退職後、研修を中心としたコンサルタントとして、民間企業を中心に、マナー研修・秘書研修・学生から新人・管理職までの教育セミナーを行なうほか、学校や公的機関の職員研修を行なうなど、幅広い分野での研修実績を持っている。2級FP技能士 秘書検定準1級

事業承継の相談にて企業訪問を継続しています。事業承継と言うと相続税対策が中心と受け止められやすいのが実情です。しかし、特に多くの従業員を雇用している場合、現社長は従業員の雇用まで気にかけて、将来後継者が誤った方向に進み、従業員を解雇せざるを得ない事態にならないのだろうかと不安をもたれるケースをこれまで多く見てきました。その時に社外の人間（支援機関の経営指導員の方も含む）が後継者のよき相談相手となって欲しいと現社長は望んでおられる場合があります。特に私の場合には、後継者と年齢が近く、後継者が気軽に相談できるということで支援先の社長・後継者からご評価頂いております。月次の経営会議に同席し(時には会議の進行役にもなり)、その後、後継者から個別にいろいろと悩みをお伺いするようなことを行っています。事業承継計画というプランはもちろん大事ですが、それを継続的にフォローしていく外部の支援体制も重要だと思っております。

吉田 英憲

Yoshida Hidenori

大手電機メーカーでITソリューションの営業、市場調査、経営企画などの業務を経験。現在は、ビジネスプランの作成支援の他、採算分析を踏まえた赤字企業の立て直し、業務効率化(IT活用含む)、後継者の立場に立った事業承継などの支援を行なっている。中小企業診断士 行政書士

自社商品を群れで提案すれば店頭での注目度が高まり、バイヤー受けする商品となります。先月に引き続き、『百貨店バイヤー視点からみる取引しやすい商品～その2～』についてご紹介します。【商品にバリエーションがあり棚の1面を構成できること】通常バイヤーは、什器や棚単位で売場構成を検討しています。よって、商品にカラー、サイズ、味などのバリエーションを持たせたり、関連商品と一緒に提案することによって、自社商品が棚の1面を構成できる点をPRするほうがバイヤーに評価されます。以前、単品のバスマットを提案したいというご相談をいただきました。上記のバイヤー視点を説明したところ、サイズとカラーのバリエーションを増やし、さらにその会社には関連商品がなかったので、取引先の商品と一緒に提案することにしました。こうすることで結果的に陳列フェイスを大きく確保することができるのです。

小倉 綾

Kokura Aya

百貨店に入社後、仕入、販売や在庫管理販売促進の企画、運営、販売員教育業務や首都百貨店とのコラボレーションショップ店長として新規ショップ立ち上げを経験。現在、流通業やメーカー向けに販売促進や売場改善を中心としたコンサルティングをおこなっている。中小企業診断士