

読む



ビタミン

地域に根ざす工務店

・リフォーム店を元気にするビタミンです。

2019年5月号

今月のひと言

あなた、努力してる？

ある人材会社の社長さんが「若い世代のサラリーマンと接すると元気のなさが気になる。不況の中で育ったせいかな、『努力は報われない』と決めつけがちな印象を受ける」とコメントしていました。

そこで「努力」とは？

「人間の努力は、いつの場合でも最良の結果を生むとは限らない。なぜかという、努力それ自体は、まったく意志を持たない一つのモーションなのである。例えば、いくらモーションが良くても、必ずしもストライクとは限らないのと同じである。投手のコントロールの良さがあって、モーションも生きるのである」。

- **努力はその時の情勢に最も緊急の効力を生んで始めて努力として認められる。**
➡ 努力したが、結果はダメだったでは、努力したことにはならないのだ。
 - **仕事の中に能力を活用しなかったり、方法を選ばなかったら…**
➡ それは徒労という一種の道楽に終わる。
 - **努力を努力として価値づけるには、そこに「創意と工夫」が必要である。**
- 以上、ホンダ創業者の弁

はんソク コツつぼ



骨壺、ではありません。販売促進のコツとツボ、でございます。私の販促人生約40年の中で5千枚以上、様々なツールのラフを書いてきました。それだけあれば、多少は役立つものもあると思います。ちょっとしたアイデアや見せ方等ヒントになればと、ご紹介していきますので真似できることはどんどん真似してくださいませ。

VOL.4

シリーズ化することで、 印象度を高め地道に集客

はっきり申しあげ、性能改善系のチラシの反響率は低いと思います。暑い、寒い、それは誰もが気にすることで悩みでもある方は少なくはないのですが、「リフォームで改善」には繋がりにくいのだと思います。それでも、性能改善は安全に住まい続けるためにも、住まいの価値を高めるためにも大切なことなのですが、その重要性を伝え、リフォームに結びつけるのは簡単ではないでしょう。

そこで、このサンプルのように数回のシリーズにして告知していくことを一つの手段としてご提案します。まずはOB 施主へのDM、そして近隣重点エリアへのポスティングを数百部。それくらいに少なく絞って行えばよいでしょう。参加者が少なくても、そのセミナーの様子を写真や動画で記録し、ホームページや定期情報誌のコンテンツとすれば有効な活用方法にもなります。

デザインに統一性を持たせることがポイントです。

不易流行

「今は昔」↓「昔が今」!

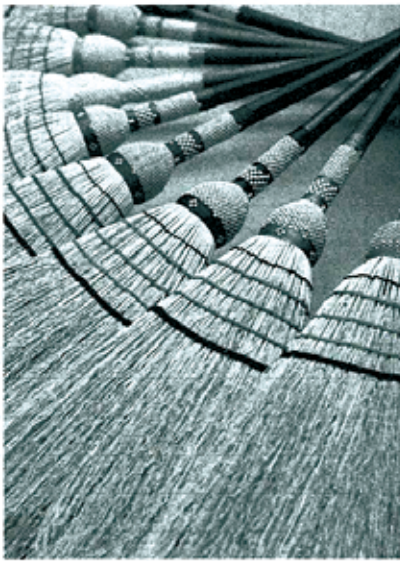
ダイソンVS「ほじりね」

フードも広がる。人は便
ティに支えられている
利き、速さだけではなく、
我々はコミュニティと
密度の濃い時間の過ごし
方も求める。

米国流通に詳しい在米
と説明している。「アマ
コンサルタントの鈴木敏
仁氏によると、米国シア
トルのローカルスーパー
かセルフレジの撤廃を発
表した。そのスーパーは
「店は最大の強みで、
実はず、端末では不可能だ」

差異化の要因。コミュニ
ともスローの世界が広

クスリのヒット



南部等はアート感覚のデザインを施した

濃密な「時感」消費じわり

がっている。近年は強力
な吸引力を持つダイソン
の掃除機がけん引してい
るが、それより高い箒(ほ
うき)が東京などの大都
市部で人気を集めてい
る。岩手県九戸村の高倉
工業の南部箒で、長柄は
3万~10万円だ。無農薬
の天然素材を使い、じゅ
うたんでも掃除機以上に
ほこりを取れる。

「夜遅く帰宅しても掃
除機はかけられないが、
箒は静かにできる」。高
倉清勝社長は効能を説明
する。もちろん静かさだ
けではない。デザイン性
の高い高級箒で掃除の時
間そのものが価値なの
だ。時間ではなく、「時
感」消費と呼ぼう。

博報堂生活総合研究所
の夏山明美主席研究員は
「所有欲のモノ消費、体
験欲のコト消費に続くの
」(編集委員 中村直文)

は、その時、その場でし
か味わえない「トキ消費」
と話す。モノも情報も過
剰で、再現できない時間
の価値が高まっていると
いうわけだ。
ヒットには価格と機能
に加え、味覚、嗅覚、視
覚、聴覚、触覚の五感を
刺激することが欠かせな
い。これに「時感」が加
わる。例えば人気レスト
ランはすべてを満たす。
おいしく、いい匂い。歯
応えも良く、インスタ映
えもいい。メニューの説
明は時に耳障りだが、そ
の時の気の置けない友人
らとの会話も楽しい。
取材中、ふと思いつい
た。30年前に日本経済新
聞社を受けたときの作文
の話題は確か「時間」。
時を超えて同じテーマに
取り組むとは……。

工務店さんがいるところなら...

日本全国東奔西走どこへでも!

呑んで騒いで時折仕事。



渡り旅日記



七十合目 やっぱり般若湯

「般若湯」ももとは僧侶の、酒の隠語として使われていたとか。禅系の門の入り口には「不許葷酒入山酒」と書いてあり、これは「にんにくや葱など臭いの強い物を食べた者や酒くさい者はここから入ってはいけない」という意味であり、お酒を飲むことが戒められていました。しかし「薬として少しぐらい嗜むのは良い、決して酒として飲むのでない」という意識から「智恵のわきいずるお湯」という意味を持つ「般若湯」と呼ばれるようになったそうです。お酒を般若湯と呼ぶことは、どうしてもお酒を飲みたい僧侶がお酒を飲んででも入山を許されるための「裏技」のようなものだったのでしょ。

 SAKETIMES より引用



▲純米酒、純米吟醸、純米大吟醸の飲み比べ。肴はのどぐろ。杉並区のリフォーム店・アウムの寺嶋社長さまにごちそうになった時。

つついへらへらしてしまう話しである。「薬として少しぐらい嗜むのは良い、決して酒として飲むのでない」という飲ん兵衛ならではの屁理屈、グッドだねえ。

ということで、やっぱりお酒の中でも日本酒（般若湯）が一番好きなおいら、最近食した日本酒にピッタリな肴をご紹介します。



▲鮭の炙りと鮭ブツ
3月26日、名古屋駅地下の鮭屋で。



▲大好物の海鼠腸（コノワタ）
3月26日、名古屋駅地下の鮭屋で。



▲言わずと知れたサザエのつぼ焼。
同級生の女将がやっている居酒屋で。



▲雲丹の軍艦巻き
3月7日、横浜の回転寿司で。



▲蟹味噌、ではない。名前を忘れたが超旨し！ 4月1日、新宿の居酒屋で。



▲干しわかめ いくらでも酒が呑める！超旨し！ 4月1日、新宿の居酒屋で。

嗚呼、日本最高！令和万歳！！