

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。

2021年10月号

今月のひと言

ユーチューブ「青汁王子」が面白い。 ビジネスのヒントも、ここかしこに。

青汁王子をご存じの方は、復習としてお読みください。

さて青汁王子こと「三崎優太」氏は、高校卒業後、起業。

「すっきりフルーツ青汁」累計1億3,000万本販売し、ある年は通販売上高が前期比539%増の131億円と増収率ランキング1位に。主力商品にちなみ「青汁王子」として呼称され、メディアへの露出も多くなりました。

しかし好事魔多し。脱税容疑で逮捕。

その後はホストに転身し約8,200万円を売り上げ、業界史上最高記を打ち立てるなど、実力はあるのでしょうか。

その青汁王子ですが、ビジネス感覚は実に手堅いのです。ほりえもんも「へんな奴」といいながら、ある意味好評価。

簡単に彼のビジネスモデルを言うと、それはグーグルと同じなんです。要は自分の事業を犯す可能性のあるスタートアップ会社には、素早く資本参加(グーグルは買収が多い)する。そうするとそのスタートアップが伸びれば伸びるほど、懐具合はよくなっていく。

スタートアップの会社にもサポートします。

具体的には同業のスタートアップ5社に資本参加すると、その同業の5社を使って、5社それぞれに別々の5つの販促をやらせる。その中で最も販促効果のあった1社のやりかたを、同業の残り4社に植え付ける。(詳しくはユーチューブをご覧ください)

さて、その販促を展開するにあたって三崎優太氏が行うのが、「PDCA」をまわすことなんです。PDCAをまわすことって、簡単に言えばそれは「仮説と検証」ができるのです。



ネット記事より

流し読みできる本は電子書籍で、 難解な本は紙で読む

デジタルツールへの依存は、仕事や勉強の質にも関わってきますか。

もちろん影響します。その事実も、新聞を読む行為一つをとってもよくわかるでしょう。まったく同じ記事でも、紙の新聞で読むときと、デジタルスクリーンで読むときを比べると、前者のほうが内容をより深く理解できます。とくに難しい内容の本や記事を読む場合には、その差がよりはっきりと表れます。

それでもデジタルツールに慣れてしまえば、紙とスクリーンによる理解度の差は少なくなり、いずれ同じ程度になると思われるかもしれませんが、実際はその逆です。理解度の差は毎年調査するごとに広がっていく、つまり、紙で読むメリットが年々高まっていくということが、10年以上にわたる研究で示されています。なぜそういう結果が出るのかはわかっていませんが、時間が経過するほどスクリーンで浅く読むことに慣れてしまうからかもしれません。

電子書籍よりも紙の本のほうが五感を刺激するのでしょうか。

そのとおりです。紙の本を読むのは触覚で感知する経験であり、長期的な記憶に結びつきます。空間記憶、三次元の記憶とも言い換えられる。より脳を刺激できるため、内容を覚えやすくなります。

一方で、スクリーンでスクロールするだけだと、触覚で感知する経験を十分に得ることはできません。



川上“JAY”社長と早川大二の

イベント仕掛けのオレンジ

VOL.11

札幌の小さな工務店「オレンジカンパニー」のデザイナー社長が、オレンジらしさを活かしたイベント戦略に挑戦！ワクワクしながら仕事がしたいという方のお役に立てばと、その軌跡を嘘偽りなく誇張もせず、レポート形式でお伝えします。

REPORT 11 仕切り直し (最終話)

この「イベント仕掛けのオレンジ」はオレンジカンパニー・第8期の事業計画に則り、戦略である「わくわく空間のわくわくイベント」を、PDCAを廻しながら成功例も失敗例も赤裸々にお伝えし、具体的なヒントにしていただくことが狙いでした。

がしかし、長引くコロナ禍にあって、できたイベントは「ユーチューバーになろう」の1回のみ、後の企画・スケジュールはことごとく潰れてしまいました。

ですので、できることはしよう！とチャレンジしてきた内容もここでご紹介させて頂きました。

そして、過日 JAY 社長と再度今後のことを検討した結果、事業計画を見直すことにしました。見直すと言っても、イベントをやっていく、という戦略は変わりません。ですが、リアルなイベントがまだできそうもない今、事業計画を改善し、行動に移すまで数ヶ月の時間がかかることから、その間このレポートが書けないので、今回で最終回とさせて頂くことにいたしました。最終回の今号では、JAY 社長と検討した事業計画の改善策の方針をお伝えいたします。

.....

企業理念：わくわく空間をデザインで叶える

当然ですが、企業理念なので変更はありません。企業理念を実践するために、時代の状況、ターゲットのニーズ、自社の経営資源を踏まえ、商品、方針、方策を変えるのですね。

ビジョン：わくわく札幌をデザインで叶える

理念の先にある夢、希望。これも変更なし。

商品：わくわく空間

新築やリノベ、店舗デザインなどの主力商品の表現、見せ方は改善しますが、商品を変えません。

数値計画

商品毎の売上目標が計画通りに進んでいませんでした。予期せぬ受注が多く、狙っていた反響も時期がずれ込んだり。残された期間の数値計画を見直す事に。

方針：わくわく空間っていいね (共感のファンづくり)

方針そのものは変わりませんでした。ただ「リアルな場での出会いをつくる、には無理があるので、そこを改善します。

リアルな場→デジタルの場+リアルな場

このデジタルの場の主たるステージを EC サイトに設定したのです。

戦略：わくわく空間のわくわくイベント戦略

この戦略も根本的な考え方に変更はありません。がしかし EC サイト活用を取り入れる以上、EC（デジタル環境）でのマーケティングを学び、理解し、その中でまたPDCAを廻し改善し続けることを確認しあいました。

この振り返りと改善で一番の成果は、**理念を実践するために、常に改善する事の勇気、潔さ、前向きな思考、が大切である、**と言う事でした。

新企画としてこの改善策である EC サイト活用マーケティングを書かせていただきますので、引き続きよろしくお願ひいたします。

変化の激しい時代は続く。
そこで、変化を生き抜いてきた先人から学びましょう。

お手本は**松翁**（松下幸之助）の 「ちょっと、いい話」から



説得力のない人は成功しない。 では、説得とは…

松下幸之助が当時つくっていた製品を東京でも売ろうと、初めて東京のある問屋に行きました。

松下「原価が20銭なので、25銭で売ってもらえますか」

問屋主人「キミ、初めて東京で売り出すのだから、23銭にしたまえ」。

ここで初めての東京の商談だからと、その要望に応えようとしかけましたが、ふと従業員の顔がよぎり、こう答えたそうです。

「原価は20銭ですから、23銭にできないことはありません。しかしご主人、これは私も含めて従業員が本当に朝から晩まで、熱心に働いてつくったものです。25銭でも決して高くはありません。むしろ相場と比べたら、相当安いはずです。

もし、値段が高いから売れないと考えられるなら仕方ありませんが、そうではなくて、これで売れると思われるのであれば、どうかこの値段でお買い上げください。」

幸之助の言う説得とは、巧言を弄するといった類（たぐい）ではなく、事業にける思いを率直に訴えるというものでした。

もちろん問屋の主人は25銭で買ってくれたそうです。

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。


早川大ニの
よいどれ



渡り 旅日記



九十七合目 時代は変わる

ほぼ毎日自宅仕事である。変化のない環境下、
 YouTube三昧となる。

僕がアメリカのロックにはまった青春時代、
兄たち大学生は学生運動の真っただ中。その
影響は大きく、プロテストソングや時代風刺
・批判の音楽をよく聴いた。

意味も分からず、なんとなく大人の世界に足
を突っ込んだ気になっていた。

毎日ラジオを抱え込み「風に吹かれて」や「この時代は変わる」を聴いてましたが、無性に
血が騒いだコトを覚えている。

戦後の昭和で少年期、青春時代を過ごし働き盛りの平成をいつしか越え、そして今還暦を超
えて令和に生きています。コロナ禍が拍車をかけたデジタル環境の中であって“ああ、いつ
もいつでも時代は変わる”としみじみ思うのです。

僕のまわりには、もういつお迎えがきてもいいさ、と達観したような人もいますが、人生100
年時代、僕は働き蜂のように飛びまわりながらひたすら前に向かって行こうと。

なので「時代は変わる」という事実を素直に受け止め、時代に置いてきぼりされることなく、
そして流される事なく流れて生きて行くことが大事だと思うのです。

自分が自分であるために、理念を実践するために、僕は苦手だったITを勉強中。

YouTubeでこのThe Times They Are A Changin' を聴きながら。



The Times They Are A Changin' / 時代は変わる 作詞・作曲：Bob Dylan

みんなここに来いよ どこに居たって良いから
そして認めるよ 周りの水があんたを覆い尽くしたって
そして受け入れろよ 骨の髄まで水に沈む事になるって
あんたの時間がそんなに大切なら 早いとこ泳げよ
でなきゃ石みたいに沈むぞ
時代は変わっているんだぜ

線は描かれた 呪いはかけられた
今遅い奴は じきに早い奴になる
そして今新しいものは やがて過去のものになる
この秩序は急速に霞んでいく
最初になったものは 最後になっていく
時代は変わっているんだぜ



ジョーンバエズとディラン

作家や評論家達出て来いよ 自分のペンで予言してる奴だよ
視野を広くしとけよ こんなチャンス二度とないからな
早とちりして話さない方が 良い 車輪はまだ回ってるぜ
それが何なのかって 告げられる奴はいやしない
だって敗者が勝者にいずれなるんだぜ
時代は変わっているんだぜ

YouTube でぜひ
時代は変わる ノーニュークス カーリーサイモン
これで検索してみてください。やはり血が騒ぎます。