

お客様各位

元気通信

紅花酒 行末は誰肌ふれむ紅の花 芭蕉
紅花は、エジプト原産でクレオパトラの口紅に愛用されました。美女の唇に触れる前に、甘口のお酒に浸して飲んでしまいます。朝露のあるうちに花を摘み、杯に浮かべ口に運ぶ、夢追い酒です

お元気ですか？。いつもより早く日本に影響を及ぼす台風がいくつかきていますが、今年は台風のあたり年でしょうか。「備えあれば憂いなし」日ごろからいざという時の用意が必要なようです。……

五 「リーダーなくして改革なし」

サトビスが先、利益は後——この小倉氏の宣言こそが、宅急便成功の秘密であると言っても、それはけっして過言ではありません。すでに述べたように、宅急便の成功を見て参入した30数社のほとんどは、たちまちレースから脱落していききました。これらの企業は、おそらくヤマト運輸の成功例をそのままなぞれば、自分たちも成功すると思つたに違いありません。その中には運送業界のトップ企業もあつたはずですが、その大資本をもつてもヤマト運輸に勝てなかつたのは、「サトビスが先、コストが後」という決断をすることができず、サトビス内容を低下させてしまつたからに他なりません。これに対してヤマト運輸は、あえてサトビスを優先させることで多くの顧客を勝ち取り、その結果、高いコストであっても利益を出せる経営を実現することができました。

マーケティングの成否は、ひとえに企業トップの決意と実行力による：私がヤマト運輸をマーケティングのケース・スタディとして取り上げた「第3の理由」はここにあります。「これからはサトビス重視、顧客本位の姿勢が大事だ」と口先で言うのは簡単ですが、それを実行するには大変な苦労が必要です。そもそも消費者ぐらいわがままな存在はありません。「お客さんの言うことをいちいち聞いていたら、身がも持たない」とか「コストがかかりすぎる」という文句が各部署で上がってくるのが当然のなりゆきというものでしょう。たいていの企業でマーケティングが中途半端に終わってしまうというのは、まさにこのためです。組織論理のところでも述べたとおり、企業とは本質的にプロフェッショナルの集団であり、これに対してお客さんはみなアマチュアです。素人の客がいくら不平不満を並べたても、プロは「こつちの苦労も知らないで」と思うに違いありません。しかし、そこでプロの都合を優先させてしまつたら、どうなるか。それでは結局、何のためにマーケティングを導入しようとしたかわからないというものです。

では、いったいどうすれば、こうした組織内の抵抗を抑えて、顧客重視を貫くことができるのでしょうか。この問題を解決する道は、ただ一つしかありません。それは経営者が断固として、顧客本位の道を歩むという決意を示し、それを実行することです。「作り手側の都合」とは、結局のところ組織論理に他ならず、それと戦うことができるのはリーダーだけなのです。たとえ、どんな画期的なサトビスや商品を発明したとしても、それを実現のものにするためには、たくさんのハードルを越えなければなりません。そのハードルを越えるか超えないかを決めるのは経営者しかいないのです。マーケティングの成功は、ひとえに経営者の決意と実行力にかかっていると云っても過言ではありません。

次号に続く

(立正大学 阪口大和氏著書痛快！サトビス経営学より抜粋) *著者並びに出版社よりご了解を得て掲載しております。

日本の野鳥シリーズ

懲りない面々 ハクセキレイ

生産部 佐藤 弘

朝顔につるべ取られて…ならぬ、ハクセキレイがボンネットの中に巣を掛けたので、巣立ち迄車を使わない事にしたという心優しい話題を聞いたのはいつだったか。

我が社の4tトラック運転席の下も格好の営巣場所らしく、2年連続で巣を掛けられた。我が社の一帯をテリトリーに持つ番いの仕業らしい。2回共往復約千kmの岩手県のお客様にサーマルタンクを納めた後、運転席を倒して整備中に巣と4個の卵を見つけたのだが、両方全く損傷はなく磐越道・東北道を時速百kmで走行した風圧と振動を受けたとは思えなかった。

我が社の4t車を3日間使わない事はない。そして巣材を運ぶ姿を誰もみていない。誰も居ない土日に巣を完成させたとしても通常小鳥類は1日に1個しか卵を産まないから、計算が全く合わない。なぜそんな事ができたのか、秀吉に一夜城を建てられてしまった敵将の心境だ。ただ唾然。

1泊2日の旅から戻った卵は当然孵らない。兩年共番いはその後別に巣を作つたらしく、2羽の幼鳥を連れて姿を見せた。

白黒灰色で正装した本種は河川の比較的下流域を好み、同じ配色のセグロセキレイは中流域を、鮮やかな黄色の胸が美しいキセキレイは上流域を好む。ハクとセグロの識別は至って簡単。白い顔に黒い過眼線(アイライン)があればハク、その逆ならセグロである。声はハクがチチンと澄みセグロは濁る。

さて例の巣は一体何本の枯草を集めたのか、暇をみてピンセットでつまんで数えてみる積りが2回共なくなつてしまった。どうやら社内私の上に行く隠れ鳥キチが居らしい。



しばらくぶりの「また泊まってみたいホテル」紹介！

別府駅前「ホテルアーサー」

先日九州出張の折、同行訪問した K 社の K さんが予約を入れてくれたのが「ホテルアーサー」別府駅を降りて徒歩 3 分の便利な場所に位置する、お手ごろ価格でしかも温泉付きのホテルでした。ラッキー!!

岩風呂が 2 階と 3 階にあり、時間を分けて男性・女性が使用できるようになっていました。泉質は無色で無臭、浴槽への温泉の注ぎ口のところに「天然の暖かいミネラルウォーターを飲んでみませんか？」との案内板があり、柄杓がおいてありました。なんでも少量づつ続けて飲むと胃腸に良いとか。(といっても持ち帰りするわけには行きませんが…) 好奇心旺盛な私はさっそく飲んでみましたが、クセも無くやわらかな味でした。部屋もコンパクトできれい、肌もツルツル(?)

すっかりリラックスして明日からの営業に備えて眠りにつきました。

TEL0977-25-2611

〒874-0920 大分県別府市北浜 1-2-5



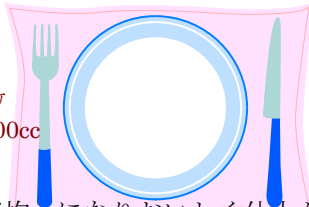
夏向け さっぱり酢じょうゆ味 紅茶豚

材 料：豚もも肉固まり 500g×3ヶ、紅茶ティーパック3ヶ
た れ：醤油1カップ、酢1カップ、みりん100cc、酒100cc

● 作り方 (4人分×3回分)

- ① 肉は冷蔵庫から出し室温にしておく(火の通りが均一になりおいしく仕上がるため)
- ② 大鍋に湯を煮立て紅茶ティーパックと豚肉を入れ沸騰したら湯の表面が揺れる程度の弱火にして1時間ゆっくり中まで火を通す。
- ③ 紅茶豚を熱いうちに、たれ材料をひと煮立ちさせた汁につけて一晩おき、薄く切って食べる。

超簡単料理で見栄えのよい飽きない一品に仕上がりに、とても美味しいので試してみてください。



編集者の独り言

最近インターネットで色々なことを検索するのですが、本当にたくさんの情報が、怖いくらいに出てきます。

当社のメイン製品である「サーマルタンク」を検索すると、本当にびっくりするくらい出てきました。

蔵元さん、小売店さん、そして一般消費者の方に至るまで、「サーマルタンク」についての記載をしていただいております。これほどまでに名前が浸透していたのかと、正直感激致しました。載せて下さっている蔵元さま方には心より感謝申し上げます。ありがとうございます。

内容的には概ね正しい記載をしていただいておりますが、残念ながら中には弊社の製品以外の冷却タンクも「サーマルタンク」となっているものもございました。

しかし、一般の方のお酒に対する知識もかなり深くなってきているなとつくづく感心させられます。小売店さんのHPの書き込みなどを除くと実に色々書かれている。

潜在的なお酒のファンはたくさんいるはずですよ。

それをどうやって掘り起こすか…

既成概念にとらわれず、自由な発想で、お酒を売ることがワクワクした気持ちで是非取り組んでいただきたいと思います。

(ちなみに「サーマルタンク」は弊社の商標登録です…)

お知らせ

この通信のバックナンバーサイトを立ち上げました!!

<http://www.shinyo.co.jp/freemarket/sakefight.php>

*最初にご覧になるにはまず仮ID及び仮パスワードでのログインが必要です。(仮ID guest 仮パスワード youkoso)

