

【特集】第2回くるま座サロン「売上げ向上と増客の経営戦略」斎藤賢治氏講演くるま座フリートーク／徳島市女性起業家育成資金制度／メンバーバンクの活性化／経済と文化の融合・山田 圭さん

AWA

awa onna akindo juku
おんなあきんど塾

阿波丸 あきんど

AWA ONNA AKINDO JUKU

2004 第11号

AWA onna akindo juku Vol.11 Spring 2004

編集・発行
AWAおんなあきんど塾・徳島市

お問い合わせ先
徳島市商工労政課 徳島市幸町2丁目5

TEL.089-5225-5226 <http://www.nmt.ne.jp/~akindo/>

デザイン
株式会社アワード



■作者名/山田 圭・作品名/森の片隅・天地380mm×左右755mm

awa onna akindo juku Gallery

語る・聴く・考える・目覚める・元気になる

2nd

くるま座 サロン

売上げ向上と増客の経営戦略



● 基調講演

「ウォンツを徹底的に掘り起こせ！」



● 講師
有限会社クオカプランニング C.E.O
齋藤 賢治氏

● プロフィール/さいとうけんじ 1960年5月3日生まれ。慶応大学商学部卒業後、CMプロダクションを経てアサヒビール株式会社入社。1995年3月齋藤株式会社入社。1998年より同社代表取締役社長に就任。2000年有限会社クオカプランニングC.E.Oに。インターネット販売でお菓子作りの器具や材料を扱い、手作りにこだわる女性の心をとらえ急成長。2001年11月クオカショップ高松オープン。2003年11月クオカショップ自由が丘オープン。

さん」という意味がございます。お母さんの手作りをお手伝いしたいという思いから、この名前を付けました。

■ スタートは「-1号店」

クオカの「-1号店」というのがあります。私も齋藤は高松に営業所を持っておりまして、そこに棚を置いて商品を並べて小売りを始めました。売上げ記録が残ってるのが97年の5月からなんです、そこで月商がだいたい10万円ぐらい。

2000年12月、やっと0号店に到達します。売り場面積約10坪で、月商が200万円ぐらいになりました。

それで、2001年の11月にショップを高松にオープンしました。今、月商で1200~1300万円ぐらい売上げる店になってまいりました。

昨年11月21日には、日本初のスイーツのテーマパーク(東京・自由が丘)にもショップをオープンいたしました。

インターネット通販は、-1号店の時代からずっとやっております。配送を高松でやっていたんですが、手狭になってまいりまして、一昨年の9月に徳島の流通センターに配送センターを持ってきました。クオカの配送を齋藤が下請けでやってるんですね。

で、結果、こういうことになりました。世界の製菓材料が2000点、すべて徳島

に在庫があるんです。齋藤はクオカのおかげで、その製菓材料を小さな単位でお客様にお届けすることができるようになりました。

■ 売れる理由

売れている、とよく言われます。で、売れる理由というのを自分なりに考えてみたんです。これは、品揃えの確かさにもつながるんですけども、取り扱ってる商品のほとんどを、高松のキッチンでテストして、その特徴、欠点、こうやったら失敗するところまで全部クリアにして販売しています。

もう一つ、質の高さで特筆すべきところは、材料のフレッシュさ。ネットで言いますと、だいたい月商が8000万円から9000万円ぐらいあるんですけども、在庫は2週間ぐらいしか持たないんですね。

それから、ワンストップショッピングと言ってますけど、お菓子づくりの原材料だけでなく、道具とかラッピングまですべて揃う。

そして、ヒューマンタッチ。心のかもったサービス。インターネットこそお客様と究極の対面販売であると考えています。

■ 3つのポリシー

クオカコム、ネットでの3つのポリシーというのがあります。

まず、送料ポリシー。「地方のお客様ほど通販を必要としている」という考えから、全国均一料金。クール代も頂戴しない。代引きなどの決済にかかる費用も頂戴しない。何個口になろうが追加料金なし。

次に返品ポリシー。お客様の満足を第一に考えるということで、使用していても、もしその商品に問題があれば返品をお受けします。いろんな広告宣伝がありますけども、安心感や満足感というのは、一番安い広告宣伝であるという風に思っております。

それから、コミュニケーションポリシーということで、いつもお客様の立場に立ってやりとりをする。トラブル時などは誠心誠意対応する。これも、もう当たり前のことなんです。

もう一つ、いつも頭に置いていなければいけないのが、なぜお客様は利益をくださるのかということです。私は、利益というのは、お客様からお預かりしている期待値なんだと考えています。

当然、忘年会とか新年会に行く時があるんですけども、スタッフが「昨日はごちそうさまでした」と僕のところに来るんですね。「それは違うぞ。これはお客様からお預かりしたお金から払ってるんだから、空に向かって言いなさい」ということを言いつつ、宴会をやったあとは空に向かって「お客様、ありがとう」と言うことにしています。

■ 良き企業市民として

それから、これが最後になりますけども、我々は良き企業市民として何が出来るだろうかということも思っております。私どもが扱ってる商品というのは、自然の恵みを販売してる部分が非常に大きいんですね。ですから、WWF(世界自然保護基金)ジャパンの法人会員にならせていただいたり、寄付金付きキートバッグを販売して、少額ですがWWFに寄付したりということをやらせていただいております。

こういう時代ですから、商品だけでなく、商品の後ろのストーリー、企業のストーリー、企業のフィロソフィー(哲学)とか企業のコンセプトをしっかりと明確に打ち出して、お客様にご理解いただいた上で、「この会社で私は買いたいんだ」という風に言ってもらわないと、ものは売れない。感動がないと売れないんですね。

ということで、皆様のお越しを心からお待ちしております。

齋藤氏への質問コーナー

質問者 月商数十万円からスタートして素晴らしい発展を遂げられてるんですけども、ここまで業績が伸びた一番の理由はどのようなところにあるとお考えですか。

齋藤 97年に立ち上げてから2000年までは一人で全部やってたんですね。夜7時ぐらいまで齋藤の社長をやって、家に帰って、ごはんを食べて、子どもを寝かしつけて、11時ぐらいから朝4時ぐらいまでクオカのネットショップをやって…。どこに行っても、何があっても、常にノートパソコンを持ってメールチェックしてって生活をやってたんです。やっぱり「信念」しかないんですね。情熱ですよ。青臭いんですけど、僕はそれしかないんじゃないかと思えます。



質問者 戦略なんかもご自分で情熱で決められるわけですか。

齋藤 中小企業、零細企業の良い所というのは、自分で夜寝る時に経営会議をやつて5分で終了するところでしょうね。明日からすぐ始められるということだと思います。逆に言うと、自分で全部責任を負わなければいけないし、自分の感性を常に磨いていかなければいけない。「ウォンツ」を見つける

のは、自分の皮膚感覚みたいところだと思うんですよ。アンケート調査とかリサーチ会社にリサーチしたり、統計を見たりしても、「ウォンツ」は絶対出てこないですね。「ウォンツ」というのは、やっぱり見えないところにあるんだと思うんです。

質問者 ある程度値段の高いものを戦略的に選ばれたというの、やはり感性ですか。

齋藤 そうですね(笑)。齋藤は問屋なので、問屋なんていうのは、だいたいもう値段でしか勝負できないんですね。そういうことをずっとやってきたので、「そうじゃないことをやりたい」というのがあったのは間違いないと思いますけども。基本的には、デフレからスタートできたっていうのは、幸運だったのかな。価格はシビアに見ていかないといけないですね。これが例えばバブルの時に事業をスタートしてたら、とんでもない値段を付けて、それでも売れてたと思うんですよ。ところが、多分バブルがはじけたら、しぼんでいくでしょうね。私は不景気な時に社長になって、不景気な時に事業を始められたというのは、すごくラッキーだったと思います。

質問者 ホームページのアクセス数を増やすために、どのようなことをなさってますか。

齋藤 今は1日のアクセス数が、だいたい1万5千件。月に50万アクセスぐらいですね。なんでそうなったかということですが、調べてみると、クオカにたどり着いた検索した時のキーワードの1番というのは「クオカ」なんです。ということは、口コミなんですね。それから、ネットの広告っていうのはネットだけでは終わらないです。やっぱり平面媒体、紙の媒体ですね、それが大変重要だと思います。私どもは、99年に菓子のレシピ本にカラーの広告を頑張っただけで出しました。それが結構ポイント行くジャンプ台になったと思います。

語る・聴く・考える・目覚める・元気になる

1st

くるま座 サロン



第1回AWAおんなあきんど塾「くるま座サロン」は、平成15年6月24日(火)に阿波観光ホテルにて「女性管理職の悩み相談室」をテーマに開催しました。基調講演の講師に予備校で活躍されている女性役員を招き、各々の課題を持った管理職の女性の悩みを中心に熱いセッションが行われ、有意義の内に幕を閉じました。

A group

●参加者職業・参加人数
会社員、農業、カラーコー
ディネーター、化粧品販売、
大学院生、公務員 (計12名)



●テーマ

こんなフラワーショップが
あったらいいなを考える

●スピーカー まる やま よう こ
花万葉代表 丸山 葉子さん



こんな花屋をご存じですか?

問題提起者、丸山さんから参加者への最初の問いかけは「花万葉をご存じですか?」だった。ところが、丸山さんも意外に思う程、その存在を知らない方の方が多かった。もう、長年やっているし、バイパス沿いの目立つ場所にもあるし…。経営者の一方的な思い込みを大いに反省された様子。

“お花屋さんとしてお花以外に何をどんな想いを売りたいのか、それがお客様にわかるようにしたい”

“看板ももっと目立たせる工夫はして?”

“車族・自転車族どちらをターゲットにするのか…それによってラッピングの方法を違えては?” etc

店舗での販売・アレンジメントのお教室、アロマ・カラーの指導、出張生け花と幅広く品揃え(?)をされている花万葉さん。今回持ち帰られた増販・増客のヒントは?

・お客様の視点に立って店舗の見直しをする。

・お客様に何を伝えたいかを明確に打ち出す。

・どの商品に力を集中して販売するのか、今一度、個々の商品力と品揃えの検証に着手する。

こんな機会をいただいてよかった!
と丸山さん笑顔でお帰りになりました。

●キャスト感想/AWAおんなあきんど塾 植田貴世子

B group

●参加者職業・参加人数
自営業、会社員、主婦 (計
11名)
・ゲスト/斎藤賢治氏



●テーマ

僕の店・ワインの店が、
お客様に対してできることは?

●スピーカー たつ た こう ぞう
マルキチ代表 龍田 耕造さん



ワインを愛する深い心。

龍田耕造さんは、徳島市中昭和町で『マルキチ』酒店を運営、「生産者の情熱の見えるワインの販売」を目指しています。さらに龍田さんはおお客様のニーズに応えるためにワインの学園を開校して自ら校長を務めています。ワインの講座や生徒との試飲会は楽しく和やかな雰囲気だとか。

龍田さんの悩み(自慢?)は、接客時間が長すぎることに。とにかくワインの話になったら止まらない。自分が持っているワインの知識をお客様にとことん教えてあげたいと思う。フランス、ドイツ、イタリアなど現地でのぶどうの収穫の風景まで伝わるようなワインのストーリーを語るそうです。当然、ひとりの接客時間が長いと営業効率が悪くなります。とはいえ、従業員を雇ってもワインの知識を教えるのは難しい…。と、悩んでばかりだそうです。

Bグループのみなさんからは「マルキチさんならではのお店づくりがいいのでは。安く多く売るよりも、本当のワイン好きが遠くからでも来てくれるような販売がいい」という意見が出て「そのためにはホームページを作って全国のワイン通を満足させてあげられる工夫を」ということ。

しかし龍田さんは「通でなくてもいいんです。お店に気軽に来てくれて、ワインの話をしているうちにいつのまにかワインが好きになってる…みたいなね」と、商売っけよりもどこまでもワインを愛するワイン学園の校長先生です。

●キャスト感想/AWAおんなあきんど塾 坂田千代子

C group

●参加者職業・参加人数
自営業、会社員、主婦 (計
11名)



●テーマ

1店舗で1000万円を売り上げる
驚異的な美容室の集客ノウハウ

●スピーカー きしおかちよみ
BIJIN Group
代表取締役社長 岸岡智代美さん



繁盛店の基本は「人」

美容室BIJIN Groupのオーナーでいらっしゃいます岸岡智代美さんをスピーカーにお迎えしてのCグループ。岸岡さんはご主人とともに、現在、徳島市内に4店舗、阿波町に1店舗を展開する敏腕経営者です。今回のテーマも問題提起というよりは、今日までの個客開拓プロセスをお話しいただくという、他グループとは少し趣の異なる内容になりました。ご参加いただいたメンバーも、経営者の方や主婦の皆さんなど多彩。岸岡さんのきめ細やかな顧客囲い込み術や、顧客管理、そして何より美容院最大のテーマとされる人材教育のお話には興味津々。

「接客のコツは?」とか「技術者よりうんと年上のお客さまへの対応の秘訣は?」などと、参加者からの質問も飛び交いました。中でも、岸岡さんの「スタッフ一人ひとりを見つめ、持てる力を最大限引き出していく…」といったカウンセリング方式のミーティングには、質問が集中しました。

岸岡さんから参加者には「美容院に何を求めますか?」との問いかけがされ、「接客」「思いが伝わる技術者」「技術者の人柄」など、やはり原点は「人」であることに気がきました。

最後に、「美容院はサービス業。スタッフの意識の向上がサービスアップに確実につながる」ときっぱり言い切る岸岡さん。スタッフと朝方まで話し合うことも少なくないそうです。相手を受け入れるやわらかな人柄に、参加者もついつい自分の悩みを打ち明けたり。きっと普段もこんなふうスタッフと向き合い、心を解きほくしているのでしょう。それが、繁盛店の人づくりのコツなのだと実感しました。

●キャスト感想/AWAおんなあきんど塾 立川 真季

D group

●参加者職業・参加人数
自営業、会社員、カラーセ
ラピスト、調理師 (計11名)



●テーマ

レストランの料理とサービスに
求められているものは何だ?

●スピーカー こいずみ しん じ
西洋料理
懐花亭代表 幸泉 新次さん



徹底してお客様を大切にする

今回のフリートーク参加の方に事前に希望をお伺いした結果、いちばん人気の高かった「西洋料理 懐花亭」のテーブルには、飲食業関係の方をはじめ、さまざまな職業の方が集まってくれました。「来店したことがあり、どんな方が経営されているのか会ってみたい」、「今後の商売の参考にしたい」、「ひとりの客として、このような場で意見を言ってみよう」と、さまざまな動機をお伺いすることができました。

オーナーでシェフの幸泉新次氏の経営方針は、「とにかくおいしい料理を食べてもらいたい」、「お客様に喜んでほしい」という極めてシンプルで明快なもの。創業以来、お客様の反応を観察し続け、料理もサービス内容も、ご自分なりの手段で改善を重ねて今に至っているそうです。ただ、「本当に喜んでもらえているのか」、「もっと何かできることがあるのではないか」という悩みが絶えないとのこと。「おいしい」、「うれしい」という感覚的な部分に訴えかける方法を追求するのは、ある意味、奥の深いテーマなのかもしれません。

実は、私も昨年はじめて幸泉氏にお会いし、料理に対するこだわりや、お客様への心配りをお伺いして感銘し、ファンになったひとりです。コンビニの影響などで、食文化が変化し、レストランに求められるニーズを考え直す必要があると思っていたのですが、むしろ原点に立ち返り、徹底してお客様を大切にする姿勢を貫くことこそが「本物の顧客」を掴む近道なのだと改めて感じました。ご参加の方々もそれぞれの立場で、何らかの「答え」を得ていただけたなら幸いです。

●キャスト感想/AWAおんなあきんど塾 高岡 慶子

Egroup

●参加者職業・参加人数
自営業、会社員、主婦(計
10名)



南新町の米屋の四代目です。次世代の米屋のありかたとは？

◎スピーカー ばん どう ひろ ふみ
坂東米穀店代表 坂東 大史さん



個店の命はきめ細かなサービス

Eグループは、徳島市南新町にある老舗米穀店の四代目、坂東大史さんをスピーカーに、フリートークをしていただきました。現在の坂東さんの悩みは①「どういってお店に人が集まるのか」②「今、お客様が商品(お米)に対して何を求めているのか」③「これから発展していくためには何が必要なのか」の三点でした。

悩み解消のため、坂東さんが取り組んだことは、日曜市への出店・商品のラインアップを充実させる、などでした。

考えてみると、坂東さんの悩みは、個店経営者すべてに共通する悩み、米穀店に限らずモータリゼーションの進展、郊外型大型店舗の増加などによって、「物を売る」ための専売特許であった個店の存在価値は近年失われてきたからです。

参加者の間からは「無農薬」「安全性」など、最近の健康ブームを反映したキーワードが次々出てきました。大型店舗では、手が届きにくいきめ細かなサービス。個店だからこそ、お客様一人ひとりとフェースツーフェースで、それぞれのニーズ、ウオウツに答えられる商品提供や商品説明が大切だということ。言い換えれば、差異化を図り、店が付加価値を持つことが、個店の生き残る道だと改めて実感しました。

坂東さんは「鳥インフルエンザにみられるように、食に対する関心が非常に高いことを再発見できた」と話し、特化した商いを実践することに自信を深めたようでした。

坂東さんの提言によって、消費者でもある参加者の皆さんが論議される姿を見せ、個店経営者の一人として耳を傾けることの重要性を認識しました。

◎キャスト感想/AWAおんなあきんど塾 高木 博代

あきんど塾・知っ得情報

女性の感性や特性を生かして起業する!

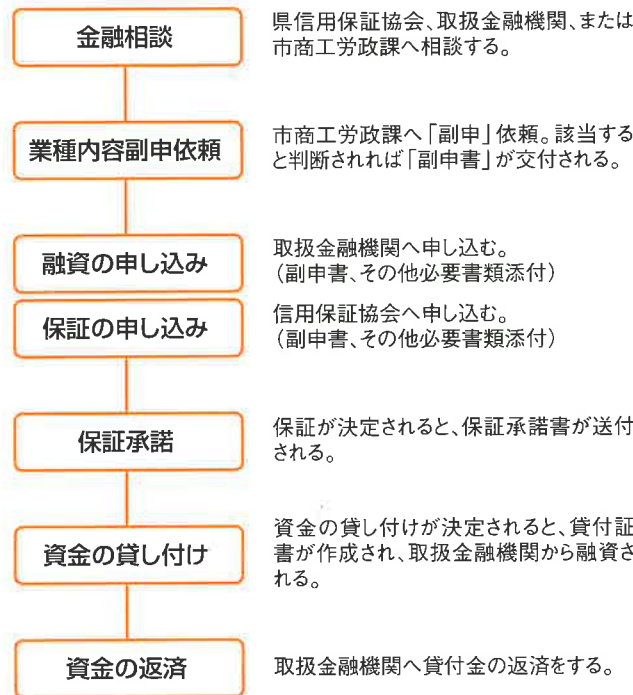
そんなあなたにピッタリの**融資制度**があります。

Check.1 徳島市女性起業家育成資金制度

新たに女性の感性や特性を生かして社会性のある事業を起そうとする方(開業後1年未満を含む)で、熱意が感じられ、開業後の経営の安定的発展が見込まれる方に対し、開業に必要な設備資金や運転資金を融資する制度です。

融資限度額	500万円以内
融資期間	7年以内
融資利率	年利1.60%以内
保証料率	有担保 年0.75%以内 無担保 年0.85%以内
担保	必要に応じて徴収
保証人	原則として連帯保証人2名以上
返済方法	分割償還(1年以内据え置き)

[手順]



Check.2 徳島市女性起業家育成資金利子補給金制度

徳島市女性起業家育成資金制度を利用し借入れを受けた場合、その利子の支払いに対し、市が一部を補給する制度で、女性起業家の負担を軽減するためのものです。

交付率	利子の支払いを要する元金に対し、年利1.60%以内
交付対象期間	借り入れた日の属する月から1年以内

AWAメンターバンクの活性化

メンターがいつもそこにいる…。この安心感は、起業・創業時の経営者にとってはたまらない。起業で人生をかえよう!思い立ったら何から着手するの?メンターバンクにアクセスして、メンター登録者の発信する情報に目をやるだけでも起業の輪郭がほんやり見えてくる。

メンターは助言をする、メンターは励ます、メンターは知恵を提供する、メンターは起業を目指す人・経営を維持する人の自動努力を促す行動をする。

こんな想いを背景に1999年Web上に生まれたメンターバンクでした。今もコンセプトは変わりませんが、あれから5年が経過し起業人口はもっとも増えてはいるはず。起業家にやさしいメンターバンクをよりたくさんの方々に知っていただき、活用していただけるよう2004年はフルキャスト!の知恵と努力で“Hi-TechでそれでいてHi-Touch”なメンターバンクに再成!します。

AWAおんなあきんど塾の2004年“女性と経済”がKeyword。徳島の街の活性化のために、AWAおんなあきんど塾ができる事、心を込めて実行します。



AWAメンターバンクとは…

メンターとは、良き指導者、つまり、相手を励まし、相手の能力・可能性を最大限に発揮させることのできる人のことをいいます。
AWAメンターは、起業を目指す女性に対し、開業手続き、ビジネスプラン及び経営戦略などいろいろな相談に乗ってくれます。
現在、メンター登録数は、48件(個人31人、法人17)で、インターネットのホームページ上で公開していますので、アクセスしてみてください。
ホームページ表題「AWAメンターバンク」<http://www.nmt.ne.jp/akindo/>
良きメンターを持っているかどうかは起業成功の鍵とも言えます。さあ、あなたもメンターと出会って、起業の夢実現に向けてGO!!

経済と文化の融合

interview guest やまだ けい 山田 圭さん

今号の本シリーズに登場していただくのは、山田圭さん=徳島市伊賀町2丁目=です。イタリアの空気をそのまま徳島に持ち帰ったような、不思議な存在感がある画家さんです。

—— テンペラ画って聞き慣れない言葉ですが、どういう絵ですか。

山田 油絵が登場する以前に、ミケランジェロ、ラファエロ、レオナルド・ダ・ヴィンチなどのイタリアの巨匠が用いた技法で、何百年後もほとんど色褪せず、鮮やかな色彩、荘厳さと重厚さを持ち続け、絵の部分より台の木の方が傷んで修復するくらいです。

—— テンペラ画との出会いは?

山田 奈良芸術短大専攻科時代の客員教授、レオナルド・パッセリ氏に宗教絵画模写の実習を受け、一足先に帰国した師の後を追って3年間イタリアに留学して、とにかく一生懸命勉強してきました。イタリアでもこの技術を学ぶ人が少なく、日本の留学生もテンペラ画を本格的に学ぶ人は皆無



に近いです。

—— それほど時間と労力と経費がかかる技法という事でありますが、作品は言うまでもなく時代を超えてすばらしく、こんな近くで見ると絵の重みを一層、すごいと、感じますね。これからの抱負として一言おっしゃって下さい。

interview No.11

山田 昨年開いた県近代美術館ギャラリーでの個展には、多くの方にお越しいただき、テンペラ画の良さの一部分を知っていただきました。多くの方からのご依頼もあり、また更なる挑戦ということで、いろいろ模索しています。今製作している一つにテンペラ画の技法による阿修羅像があります。

山田さんのお話や製作中の阿修羅像から、西洋の技法による東洋の宗教絵画として、オンリーワンになりえるかなあーと、そしてこの画風を確立することで徳島発のナンバーワンになるかもしれない、と直感的に大きな可能性を感じ取りました。

どんな道でも究めることは、厳しく困難も多いでしょうが、自分の行くべき道をひたすら真摯に歩み続け、近い将来、大きな充実感に満たされる事を心からお祈りして、陰ながら応援したいと思います。

◎インタビュー AWAおんなあきんど塾 キャスト 新居 洋子

◎AWAおんなあきんど塾キャスト/稲実房子、植田貴世子、岡部恭子、角元昭子、角元 愛、金岡真由美、河野世津子、蔵本芙美子、坂田千代子、坂出多美子、佐藤公子、高岡慶子、高木博代、高畑富士子、立川真季、中山律子、新居洋子、吉田真由美、米川慶子、米津江美、和田玲子(五十音順)