

Contents

公開経営

2012.2 VOL.725

1 巻頭言

買物の楽しみ
村岡 敏朗

2 オープン・マネジメント インタビュー

「経営理念」を基軸にした地域密着の「ぶれない」経営
～「中小企業憲章」制定を背景として～
奥長 弘三 氏 (旬)コンサルタント朋友 代表取締役

7 サービスを科学する

サービス業 進化のモノサシ(案)(1)
小松崎 雅晴

12 野口智雄の世の中ウオッチ

買い物弱者と移動販売
野口 智雄

14 「変化の時代」のスーパーマーケットと「人」

タイプテストで配置を決めている米国
特性に合わせた戦略的人材配置が必要
中村 昭司

20 店づくりは人づくり - 私の主張 -

人は、教育によってつくられる!(2)
「現場」「現物」「現実」で考える
中村 徹

22 小売・サービス業の「科学的経営」

自店の損益分岐点を把握する
斎藤 正喜

25 売場づくりの基本と効果的活用法

売場改善は創意と工夫で蘇る
福田 ひろひで

30 小売業経営者の為の知っておきたい法律講座

不正な取引 優越的地位の濫用
山崎 克之

32 ユニバーサルサービスの具体的事例

いろいろな世代の就職支援について
石井 理佳

34 3月の販促計画とインプロ企画:食品編(木村 晴則)

36 関連統計主要指標

37 【事業案内】コンサルティング・企業内研修 / 通信教育 / 各種検定

私たちは

オープンマネジメントを
推進してまいります

企業のオープンマネジメント
(公開経営)とはー

お客様、地域社会、取引先、社員など関係するすべての人々への開かれた経営(オープン・フェア・誠実)こそ、企業の条件であると考えます。企業は社会的公器であり、地域社会に生かされていることを認識し、その社会性を追求すべきと考えます。流通・サービス企業においては、購買代理人であるとの認識に立ち、お客様(生活者・利用者)側の論理・視点・発想で実践することにより、社会的使命を果たすものと考えます。

買物の楽しみ

先日、NHKテレビで「移動販売」に関する報道番組が放映されていました。

過疎地帯で高齢化が進んでいる北関東のある町で、高齢者は自分の力で買物に行くことができないため、某コンビニエンスストアのオーナーがその地域に出向いて、買物のサポートをしている内容でした。

(編集部注：同番組は「サキどり」で、本誌P8 野口智雄先生の「世の中ウオッチ」でも出演番組として取り上げられています。)

そこで印象深かったのは、自身のための買物のみならず、お孫さんや近所のお友達へのお土産にするのか分かりませんが、例えば菓子パンなどを何個も買い求めている姿でした。また、移動販売で来たオーナーとの会話をとても楽しみにしている光景は、何とも心温まるものでした。

やはり買物は、自分自身の目で商品を確認、比較し、どのような料理を作るか、また誰に届けるかなどを思いめぐらす瞬間が貴重であり、楽しい時間となるのだと思います。

そして、なかなか買物に行けない高齢者にとっては、買物と同じか、あるいはそれ以上に販売員との会話をとても楽しみにしているように見受けられました。

山梨県の某スーパーマーケットでは、高齢のお客様のリピート率が高いこともあって、店舗をお客様の「茶飲み場」として使っていただくようにしたい、との話をお聞きました。いわば店舗が地域コミュニティの中心として情報交換の場、そして商品提供の場として活用してもらおうとの考えです。

都市部とそうでない地域との事情はいろいろと違ってくると思いますが、店舗とお客様とのコミュニケーションはもちろんのこと、お客様とお客様のコミュニケーションの場を提供することは、まさに地域とともにある小売業の存在意義のひとつと言えるのではないのでしょうか。

このようなことを考えますと、それぞれの小売企業に於いて、今後の高齢化社会に向けて、あらめて小売業の役割は何か、また、店舗は地域のお客様とどのように向かい合っていったらいいのか、さらには、地域のお客様にとっての位置づけをどのように考えるのか、などを自社で再定義し、仮説を立てて、実行に移していくべきだと考えます。

同時に、上記の考え方を進めていくためには、やはり「人材育成」をどうしていくのか、ということが今後大きなテーマになってくると思われれます。

社団法人 公開経営指導協会
常任理事 村岡敏朗