

Make Better Sheet

[発想を改善する学習法]

・【解決の素】泉田式発想法でお使いください

お題

年月日 [/ /]



①自分の回答

年月日 [/ /]



②よく似た(または参考の)回答



③その泉田のコメント



④直すべき(付加と削除)思考



⑤改善思考

年月日 [/ /]



お勧め[569]



4-3

迷ったときは、分かりやすいところに戻る。



昭和30年代の後半、丸井も新宿でスーパーをはじめた。ところが、業績がよくない。スーパーはクレジットの商売とは違う。クレジットに慣れた体質にはスーパーは合わなかった。丸井は半年でスーパーをやめた。そのとき、経営者は「当社には安もの屋は合わない。高いもの屋に徹しよう」と考えた。

Make Better Sheet

[発想を改善する学習法]

・【解決の素】泉田式発想法でお使いください

お題

年月日 [/ /]



①自分の回答

年月日 [/ /]



②よく似た(または参考の)回答



③その泉田のコメント



④直すべき(付加と削除)思考



⑤改善思考

年月日 [/ /]



お勧め[569]



4-5

一つのやり方に磨きをかける。



競合企業が出てくると、それに対抗して商品を増やしたり、システムを増やすのがふつうだ。“フェデックス”にも、当日配送をうたい文句に出てきた競合企業が現れた。しかし、“フェデックス”は当日配送はしない。システムを2つにしたいから。むしろ、世界中に「翌日配送」を広めようとしている。

Make Better Sheet

[発想を改善する学習法]

・【解決の素】泉田式発想法でお使いください

お題

年月日 [/ /]



①自分の回答

年月日 [/ /]



②よく似た(または参考の)回答



③その泉田のコメント



④直すべき(付加と削除)思考



⑤改善思考

年月日 [/ /]



お勧め[569]



4-6

勝てない分野には、決して出ていかない。



“パティック”は、かつて液晶の時計に挑戦したことがある。しかし、クォーツではセイコーに勝てないと思った。それで、クォーツへの道を諦め、金輪際クォーツには手を出さないと決めた。クォーツに進出して、競争に負けたら、これまでの信用が台無しになるからである。

Make Better Sheet

[発想を改善する学習法]

・【解決の素】泉田式発想法でお使いください

お題

年月日 [/ /]



①自分の回答

年月日 [/ /]



②よく似た(または参考の)回答



③その泉田のコメント



④直すべき(付加と削除)思考



⑤改善思考

年月日 [/ /]



お勧め[569]



4-7

自分のフォームを崩さないことが長生きのコツである。



世界一の時計メーカー、“パティック”はマイペースである。どこの市場が大きいとか、どこが伸びているといったことに関心がない。いつの時代も、どこに対しても同じように対応している。“パティック”の時計を愛する人だけを顧客にして、自分のフォームを崩さない。

Make Better Sheet

[発想を改善する学習法]

・【解決の素】泉田式発想法でお使いください

お題

年月日 [/ /]



①自分の回答

年月日 [/ /]



②よく似た(または参考の)回答



③その泉田のコメント



④直すべき(付加と削除)思考



⑤改善思考

年月日 [/ /]



お勧め[569]



4-8

後発企業は、先発企業がぶつかった壁を避けて成功する。



後から出てきて成功する人の共通点は、先発企業がぶつかった壁を上手に避けていることだ。マクドナルドはデイリー・クイーンを研究し、サブウェイはマクドナルドを研究した。後発企業が先発企業のマネをしたのでは、絶対に追い越せない。

Make Better Sheet

[発想を改善する学習法]

・【解決の素】泉田式発想法でお使いください

お題

年月日 [/ /]



①自分の回答

年月日 [/ /]



②よく似た(または参考の)回答



③その泉田のコメント



④直すべき(付加と削除)思考



⑤改善思考

年月日 [/ /]



お勧め[569]



4-9

GAPはリーバイスのアンチテーゼである。



GAPは、ジーンズ・ライフを基本にしている。しかし、リーバイスほど定番らしくない。リーバイスの売場には、シーズン商品や新着商品は少ないが、GAPはファッション鮮度に気をつかい、流行の色にも敏感である。

Make Better Sheet

[発想を改善する学習法]

・【解決の素】泉田式発想法でお使いください

お題

年月日 [/ /]



①自分の回答

年月日 [/ /]



②よく似た(または参考の)回答



③その泉田のコメント



④直すべき(付加と削除)思考



⑤改善思考

年月日 [/ /]



お勧め[569]



4-10

歴史が古くても転換できる。



スペインにシャンペンで世界一の“コドルニュー”という会社がある。同社には400年の歴史がある。100年前まではワインの会社だった。しかし、ワイン事業でいくら頑張っても世界一にはなれない。だから、ワインからシャンペンに業種転換した。

Make Better Sheet

[発想を改善する学習法]

・【解決の素】泉田式発想法でお使いください

お題

年月日 [/ /]



①自分の回答

年月日 [/ /]



②よく似た(または参考の)回答



③その泉田のコメント



④直すべき(付加と削除)思考



⑤改善思考

年月日 [/ /]



お勧め[569]



4-13

アメリカの古いジーンズは、チャリティで日本に来た。



アメリカの50年代の消費ブームの中で、ジーンズはバタッと売れなくなった。消費者のタンス在庫がいっぱいだったからだ。そこで、メーカーは、教会とタイアップしてチャリティを開いた。1ドルで古いジーンズを買い上げ、その1ドルは教会に寄付してもらおう。そのとき集まった中古ジーンズは日本に輸出された。タンス在庫は減り、再びジーンズが売れるようになった。

Make Better Sheet

[発想を改善する学習法]

・【解決の素】泉田式発想法でお使いください

お題

年月日 [/ /]



①自分の回答

年月日 [/ /]



②よく似た(または参考の)回答



③その泉田のコメント



④直すべき(付加と削除)思考



⑤改善思考

年月日 [/ /]



お勧め[569]



4-14

三越の強みは時流の取り込みである。



マクドナルドの1号店は、銀座の三越に出店した。いま、その場所は“ティファニー”になっている。三越は、時流に敏感だった。マクドナルドがアメリカで人気と聞くと、それを銀座の真ん中で展開する。若者が貴金属に興味を持ち始めると、“ティファニー”に衣替えしてしまう。だから、300年近くも生き残ってこれたのだ。

Make Better Sheet

[発想を改善する学習法]

・【解決の素】泉田式発想法でお使いください

お題

年月日 [/ /]



①自分の回答

年月日 [/ /]



②よく似た(または参考の)回答



③その泉田のコメント



④直すべき(付加と削除)思考



⑤改善思考

年月日 [/ /]



お勧め[569]



4-17

戦略的な場所に出店する。



GAPは日本に進出するにあたって、数寄屋橋や玉川高島屋を選んだ。アメリカでの展開から考えれば、むしろダイエーやイトーヨーカドーのほうが合っている。また、そうでないと、日本で500店を出すことはできない。しかし、数寄屋橋からスタートすることによって、新しいトレンドを起こそうとしているのだ。

Make Better Sheet

[発想を改善する学習法]

・【解決の素】泉田式発想法でお使いください

お題

年月日 [/ /]



①自分の回答

年月日 [/ /]



②よく似た(または参考の)回答



③その泉田のコメント



④直すべき(付加と削除)思考



⑤改善思考

年月日 [/ /]



お勧め[569]



4-21

ターゲットを絞り、不要なものはカットする。



“エンバシー・スイート”というスイートタイプのホテルがある。ビジネスマン相手だから、しゃれたレストランはない。その代わりに、フロントには無料のバーがある。バーはビジネスマン同士の交流の場になっている。自分の部屋には、大きな机がある。仕事をする人は、そこに書類を広げられる。人を招いて商談もできる。

Make Better Sheet

[発想を改善する学習法]

・【解決の素】泉田式発想法でお使いください

お題

年月日 [/ /]



①自分の回答

年月日 [/ /]



②よく似た(または参考の)回答



③その泉田のコメント



④直すべき(付加と削除)思考



⑤改善思考

年月日 [/ /]



お勧め[569]



4-23

客層別、目的別に快適さを選択できる。



イタリアのサルジニア島に、“コスタ・スメラルダ・ホテルズ”がある。この島には、年間600万人の観光客が訪れる。ここのホテルは客層別、目的別に4つに分かれている。エレガント、ファミリー向け、ショートパッケージ、スポーツである。

Make Better Sheet

[発想を改善する学習法]

・【解決の素】泉田式発想法でお使いください

お題

年月日 [/ /]



①自分の回答

年月日 [/ /]



②よく似た(または参考の)回答



③その泉田のコメント



④直すべき(付加と削除)思考



⑤改善思考

年月日 [/ /]



お勧め[569]



4-25

700アイテムもある食品スーパー。



.....
ニューヨークの郊外に“スチュー・レオナルド”という食品スーパーがある。売場は広いのに、扱っている商品は700アイテムと少ない。この店は競合スーパーよりも安くてもいいものしか並べない。だから、700アイテムしかないのではなく、700アイテムもあるのだ。

Make Better Sheet

[発想を改善する学習法]

・【解決の素】泉田式発想法でお使いください

お題

年月日 [/ /]



①自分の回答

年月日 [/ /]



②よく似た(または参考の)回答



③その泉田のコメント



④直すべき(付加と削除)思考



⑤改善思考

年月日 [/ /]



お勧め[569]



4-26

死に筋商品が集客力のパワー。



東急ハンズやロフトには、大手の小売業が捨てていったもの、死に筋商品がたくさんある。死に筋商品とは、ふつうの店では回転率の低い商品のことである。世の中の人が要らないと言った商品ではない。それらを集めて、売場を再編集したお店が東急ハンズであり、ロフトである。

Make Better Sheet

[発想を改善する学習法]

・【解決の素】泉田式発想法でお使いください

お題

年月日 [/ /]



①自分の回答

年月日 [/ /]



②よく似た(または参考の)回答



③その泉田のコメント



④直すべき(付加と削除)思考



⑤改善思考

年月日 [/ /]



お勧め[569]



4-28

商品は大衆的なほうが、企業として大きくなる。



“叶正寿庵”は、高級なギフトを望む人たちのニーズに合わせて急成長した。だが、年商100億円のカベはなかなか越えられなかった。“播磨屋”は、大衆的なギフトを狙い、わずか数年で100億円を突破した。

Make Better Sheet

[発想を改善する学習法]

・【解決の素】泉田式発想法でお使いください

お題

年月日 [/ /]



①自分の回答

年月日 [/ /]



②よく似た(または参考の)回答



③その泉田のコメント



④直すべき(付加と削除)思考



⑤改善思考

年月日 [/ /]



お勧め[569]



4-29

1つに絞って、「どうしたらいいか？」と努力する。



大塚製薬がオロナミンCの販売を開始した時のことである。商品は炭酸入りで薬局では売れないという。そこで、当時の社長は「薬屋以外、どこでも売れ！」と社員に言った。そのころ、大塚での営業会議のテーマは「オロナミンCをもっと売るにはどうしたらいいか？」しかなかったという。

Make Better Sheet

[発想を改善する学習法]

・【解決の素】泉田式発想法でお使いください

お題

年月日 [/ /]



①自分の回答

年月日 [/ /]



②よく似た(または参考の)回答



③その泉田のコメント



④直すべき(付加と削除)思考



⑤改善思考

年月日 [/ /]



お勧め[569]



4-34

売上歩合制にすると、従業員は一生懸命、顧客サービスする。



“ノードストローム”は、日本の百貨店以上に顧客管理が行き届いている。しかも、会社は一切顧客管理にタッチしない。同社では「顧客は従業員1人1人の財産」と考えている。お客にサービスし、売上が増えれば、従業員の給料も上がる。

お題

年月日 [/ /]



①自分の回答

年月日 [/ /]



②よく似た(または参考の)回答



③その泉田のコメント



④直すべき(付加と削除)思考



⑤改善思考

年月日 [/ /]



お勧め[569]

4-35

基本的なサービスがしっかりしていることが最大のサービスである。



“サウスウエスト航空”が顧客から高い評価を得ている。料金が安く、運行時間が正確だからだ。同社では、使用機種を1種類にしている。メンテナンスもラクになるし、故障があっても、すぐに代用の飛行機に代えられる。同じ飛行機ばかり数多く買えば、購入価格も安くなるし、新旧の飛行機のチェンジもラクだ。