

365日 が楽しくてたまらない! 「商売のヒント」

今月の商売のヒント : 【非常識より破常識】

ネット環境の普及は、商売における既存の競争ルールを根底から変えてしまうようなビジネスモデルを生み出しています。例えば、モノを持たないという価値観に共感する人が増え、消費者の行動は「所有」から「レンタル」、さらには定額制サービスの「サブスクリプション」へと変化しているといわれます。



かつて車は「買う」ものでしたが、必要なときだけレンタカーを「借りる」ことができるようになり、今では「定額サービスで毎年、新しい車に乗る」という選択肢もあります。つまり、これまでと同じ製品やサービスでも、提供方法を変えることで新たな価値を生み出しているのです。それだけ消費者の価値観が多様化しているのでしょう。非常識な発想で差別化をはかることはできますが、奇をてらった突拍子もない「非常識」よりも、常識を疑って新たな価値を創出する「破常識」な視点のほうが、多様性の時代にはマッチしているように思います。

こんなことを考えるようになったのは、ある主婦の話がきっかけでした。食品はできるだけ新しい日付を選んで買う。これは主婦の知恵であり、一種の常識ともいえます。ところがその人は、今日明日のうちに食べるものなら古い日付を選んで買うと言います。「新しい日付から買えば残り期間の少ないものが取り残されて、いずれは期限切れで廃棄処分される。古い日付から買えば処分品が減るかもしれないし、次の人は新しいのを買える」。彼女の考え方に目の覚める思いでした。日々の何気ない行動を振り返ってみたら「そのやり方じゃなくてもいいのでは?」と思うことがいくつかあり、そのひとつが古い日付を選んで買うことだったそうです。古い日付といっても1日か2日。それを買うくらいで大げさなと思うかもしれませんが、あえて古い日付を選んで買う理由に、その人なりの新たな価値の創出を感じたのです。常識を疑う背景には、個人の発意や情熱、勇気ある決断といった「内側の発想」があります。多様性の時代の商売は、内側の発想に共鳴してもらえることが不可欠ではないかと思うのです。



今月のいろいろ「掲示板」

【スタッフブログ】

新型コロナウイルスが世界を脅かしています。日本国内でも感染者数や死者数が増えています。毎年冬場に流行する季節性のインフルエンザも、ここ数年は年間1,500万人を超える感染者が出ており、毎年1,000人以上が亡くなっていますが、新型コロナウイルスがここまで騒がれるのは、未知のウイルスという見えない恐怖によるところが大きいのでしょうか。各所でのイベント中止や休校など、経済や社会に対する影響も計り知れません。一人一人が落ち着いて行動し、予防を心がけ、事態の一刻も早い収束を願うばかりです。

杉山会計事務所

〒731-0122

広島市安佐南区中筋 2-5-25-201

電話 : 082-877-4218

FAX : 082-877-4219

<http://www.sugiyama-kaikai.jp>

mail : office@sugiyama-kaikai.jp

