

今月の一冊



企業が成長するためのカギは戦略ではなく「人材」にこそある。その「人材ファースト」の

組織へと変革するための新鮮なノウハウが凝縮された一冊です。

中小企業においては経営者が人材の採用から育成、教育についてそのすべてを全うすることが必要です。しかし本書では、「人材ファースト」の組織をつくるために、CEO(最高経営責任者)、CFO(最高財務責任者)、CHRO(最高人事責任者)の3人のエグゼクティブグループを作る重要性を説いています。それぞれの専門知識を出し合うことで攻めの姿勢が崩れないとしています。また人事をデジタル化し、優秀な人材を最適な仕事に配置し成果をモニタリングすることなどを主張しています。



Talent Wins
(タレント・ウィンズ)
人材ファーストの企業戦略
著者:ラム・チャラン、
ドミニク・パートナー、
デニス・ケアリー 他
共著
発行:日本経済新聞出版社
サイズ:86頁 251ページ
定価:2,200円(税別)



神山有史のウェボリューションブログ



これ読んだ?

ウェブ戦略ディレクターの神山有史が毎日発信しているブログのなかで特に気になったことをリマインド。

「まだ5Gが始まっていないのに、もう6G」

2020年春から日本国内でも順次サービスが開始される5G。この「第5世代移動通信システム」によって「動画のダウンロード時間がほとんどかからない」「災害時などに回線が集中してもパンクしない」「テレビ中継で映像と音声に時間差が起きない」など、私たちの生活に大きな変化が訪れます。そんななか、2030年をめどにドコモが6Gの開発を本格化するというニュースが。

ブログでは5Gの普及によって起こるきもの専門店への影響を予測し、5つに絞ってご紹介しています。リアル店舗のあり方はこれまでと同じでは通用しなくなるかもしれないと、意識せずにはられません。



『花 saku』の読者の声には商売のヒントがいっぱい

プランナーの視点

きものをもっと気軽に着たいのに、なかなかその機会がないのが悩みです。代わりと言ってはなんです「街で見かけた きもの美人」を見て楽しんでいます。(山口県 MIさん)

毎月『花 saku』編集部には、「きもの着用機会がない」という内容のお

便りがたくさん届きます。せっかく着たい気持ちがあるのに、着る機会がないとはもったいない……。

お店で着用イベントを開催する他に、ブログやSNSできもの姿が似合う地元のイベントやお出かけ先の情報を発信していきましょう。その際、

「このイベントには小紋+〇〇の帯がおすすめ」等、コーディネートも具体的に提案すると喜ばれます。掲載許可をいただいたお客様の写真をHPやTwitter、Instagramで紹介するのも良いですね。

第55回 PR 現代 夏季セミナー

- とき/令和2年6月17日(水)
10:30 ~ 17:30 懇親会 19:00 まで
- ところ/アキバプラザ

激変する社会環境に適應する「ネクストショップ」を目指して!

テーマ

「5G時代いよいよ到来! 顧客創造戦略2020」

ご参加のお申込みは、株式会社PR現代までお問い合わせください。 Tel:03-3639-1253 メールでのお申込み: mark@pr-g.co.jp



株式会社PR現代 きものチーム

〒103-0024 東京都中央区日本橋小島町9-4 Tel.03-3639-1253 Fax.03-3639-1250

商売をする上で重要なのは
競争しながらでも
道徳を守るといふことだ。

渋沢栄一

News Next

今すぐ使える、明日のためのウェブマーケティングエッセンス

Vol.15

ほんのちょっぴりお役にたてば通信

PRG

株式会社PR現代

〒103-0024 東京都中央区日本橋小島町9-4
TEL:03-3639-1253 / FAX:03-3639-1250

NEWS NEXT Topics

5G 時代のお客さまづくり これから世の中はどのように変わるのか?

5Gがこの春スタート影響は?

ケータイキャリア3社が5GサービスのCMを展開し、新聞やテレビ、ネット上でも5Gのニュースが出ない日がないほどに、この新しい第五世代の移動通信システムに注目が集まっています。

社会を根本から変えるといわれているだけに、私たちもしっかりとこの大きな社会変化に備える必要があります。小売業にとっても、この変化は決して他人事ではなく、売上や集客に大きく影響を与えることになりま

す。国家レベルで取り組むキャッシュレス決済普及活動によって、お客さまのクレジットカード利用が顕著に増えたように、5G普及によって、商環境が激変することは間違いありません。

では具体的に、小売業にどのような影響があるのでしょうか。大きく5つあります。

- ①動画活用が加速
- ②ネットを介してのリアルタイム・コミュニケーションの普及

③AR・VRが身近に (AR:拡張現実/VR:仮想現実)

- ④ネットショッピングの更なる進化
- ⑤IoT利用の普及 (IoT=あらゆるものがネット接続)

5G 小売業への影響 5つのキーワード

- 動画活用が加速
- リアルタイムでのやり取りが拡大
- AR・VRが身近に
- ECの更なる普及
- IoT利用の普及
※IoT=Internet of Things

NEWS NEXT Topics

5G時代に適応する

ウェブリノベーションで2020年の お客さまづくり Vol.2



神山有史

小売業へ大きく影響を及ぼす5つの要素

①動画利用が加速

5Gの最大の特徴は、現在の4Gの通信規格よりも通信速度が劇的に速く大容量であることです。これによって動画の利用がますます加速するといわれています。2時間の映画が3秒でダウンロードできるほどの速度であり、フルハイビジョンはもちろんのこと4K画質の映像もストレスなく高画質のまま閲覧できるため、あらゆるところで動画利用が爆発的に広がることが予想されます。

この流れに沿うように、YouTubeやTikTokなどの動画サービスが常日頃話題になっているのはご存じのことと思います。YouTuberと呼ばれる人たちは元は一般の人が中心でしたが、今や芸能人もYouTubeを始めており、プロとアマが入り乱れてYouTubeを活用しています。

YouTube になる

そこで、提案したいのが、お店のスタッフの中からYouTuberを育成しようということです。まだまだきもの専門店では、動画を活用しているところはほとんどありません。仮にYouTubeに動画をアップしている、せっかくCM用の動画があるからそれを公開しようとか、数本の動画を公開しているというレベルです。

動画を自在に活用することができれば、YouTube上で見込客を集めることができるだけでなく、ウェブサイト上にきもの姿の動画を掲載したり、催事で上映会を開催することができたり、お客さまの着姿を限定公開でアピールしたりと、使い方は無限です。

テキストと写真以上に説得力と共感性が高いので、催事告知にも効果を発揮します。



②ネットを介してのリアルタイム・コミュニケーションの普及

動画を自在に活用するスキルを持つ必要があるのは、このリアルタイム・コミュニケーションの普及という点も重要です。パソコンやスマホを使って、SkypeやGoogle HangoutsやZoomを使って、SkypeやGoogle Hangoutsはその代表例です。iPhoneには、FaceTimeというテレビ電話機能が最初から備わっています。

しかし、これらは現在の4GやWi-Fiの通信力だと、映像が鮮明でなかったり、途中で音声途切れてしまったり、ハウリングが起きてしまうなど不具合も頻繁に起きます。しかし、5Gの大容量・超高速の通信が実現されると、こうした不具合が解消されます。

「5Gx4KxVR」で距離の壁が消える!? ③AR・VRが身近に(AR:拡張現実 / VR:仮想現実)

5Gは超高速・大容量の通信です。4Kは、フルハイビジョンの4倍の高精細な映像の美しさを指します。そしてVRはバーチャルリアリティと呼ばれ、現在ではゴーグル型のモニターを使って、仮想的に作られた世界を体験できるテクノロジーです。これらが組み合わされると、あたかも現実の世界のような別世界の中にあるような錯覚を起こしてしまいます。

自宅にいながらにして、世界中を旅するようなことも可能です。これを店舗に置き換えると、東京にいながらにして、海外のスーパーブランドショップへ行き、店内を歩き、スタッフと会話して商品を選ぶということができてしまいます。

今年発売が予想されているAppleのメガネ

NEWS NEXT Topics

型コンピュータは、こうした次世代のサービスを意識してのことではないでしょうか。

つまり、リアル店舗ならではの特性がある意味でなくなりつつあるという状況がもうすぐそこまで来ているということです。リアルなのかバーチャルなのかの境界線がどんどん曖昧になっていき、バーチャルでありながら、リアルと遜色のない体験ができてしまうのです。

④ネットショッピングの更なる進化

こうしたレベルの技術が確立されると、ネットショッピングがより一層発展していきます。画面から好みの商品を選択し、その商品説明を読んで購入をタップするというプロセスではなく、ネットを介して、あたかもその店舗にいるかのような状態で、スタッフとリアルタイムで会話をし、商品の特徴や使い方を知り、購入するというリアルでの買い物と同じプロセスが実現されるかもしれません。近い将来、相手をするスタッフがAIということになる可能性もあります。

お店ならではの強みを明文化しよう

今は、リアル店舗の価値が明確ですが、このような次世代の技術が普及するとその価値もあいまいになっていきます。だからこそ、今のうちに、自店の強みや魅力は何なのか? ということをスタッフ誰もが同じように表現できるよう明文化しておく必要があります。

品揃えや価格などの表面的な要素だけでなく、なぜお客さまが自店を選んでくれているのか、その本当の理由を全スタッフが共有できるようにすべきです。

お客さまに質問をするのもよし、社内で



自店の強みについて話し合うのもよしです。きっとそこには、ネットでは実現できない「魅力」が存在しています。その魅力を意識し、スタッフがその魅力を語ることで、ウェブサイトや広告などにいかに表現できるかが重要です。

お店には活かせる情報資産がたくさん!

⑤IoT利用の普及

今きもの専門店の多くは、紙の顧客カルテや催事アプローチリストを使っています。昔から使い続けている慣れもあり、とても使い勝手がよいものです。しかし、紙であるがゆえに、いざ分析をしようとするとなかなかできません。

売上履歴や顧客一人ひとりのコミュニケーション情報なども同様です。商品ごとの売上点数や季節ごとの売れ筋商品の変動なども、データとして活用するということは

なかなかできていません。きもの専門店は、お客さま一人ひとりの対話から得た膨大な情報を抱えています。

IoTとは、身近にあるさまざまな情報を分析し、ビジネスに活かすことがその本質です。きもの専門店は、活かすことのできる情報・データの宝庫です。新たなお客さまづくりをするためにも、お店にあるさまざまな情報をデジタル化するにはどうしたらいいかを真剣に考えましょう。

顧客のRFM分析、社員一人ひとりの担当客リストの見直し、商品別、価格帯別の売上分布、季節変動など、売上構成、利益構成を可視化することが最初のハードルです。これらの現状分析を経て、新規客獲得目標や休眠客掘り起こし目標、紹介客獲得目標などを決定していきましょう。今、来場、買上のないお客さまが本当に購入能力のない人なのかを見極めましょう。