



上田商店 ニュース

vol. 157

平成28年9月20日(火)

制作：上田商店サークル会
AM8:00送信

芸術の秋、食欲の秋…いい季節になりました

今年の夏は記録的な猛暑日が続き、相次ぐ台風に甚大な被害を被りました。地球温暖化の影響なのか異常気象(気象庁の定義では、30年に1回程度の珍しい気象)のニュースが異常に多いように感じます。

日本人選手の大活躍のうちに、リオ五輪・パラリンピックも閉幕し、東京へとバトンタッチされました。

今回も、情報を持ち寄り話し合いました。人手不足が深刻な問題ですが、短時間でも採用するなど、個々の都合に合わせた工夫も必要かと思えます。
上田サークル会 会長 上田 良堂



社 長	専 務	部 長		

—上田サークル会 例会報告—

<就活>マージャンで内定リーチ

就職活動中の学生らの採用方法の一つとして、マージャン大会を取り入れる企業が出始めている。マージャンは性格が出やすく、頭の回転の速さや勝負勘、運が必要とされ、企業側が求める能力と一致する部分が多い。大会には社員も参加し、コミュニケーション能力もみるといい、単なるユニーク採用ではない“真剣勝負”の場になっている。

情報機器販売会社の「麻雀選考」では、1位の学生はいきなり最終面接「内定リーチ」の権利を獲得。2～5位は3次面接からとなる。またコンサルティング会社は、5年前から数社合同で採用の一環としてマージャン大会を実施している。執行役員は「イメージはあまり良くないが、一つの特技とみなせる」という。

その他、最近ユニークで独自の選考方法や採用試験を取り入れている会社が増えてきた。

買い物情報サイトの活用

買い物ユーザーが広告(チラシ)を見るための「デジタル販促サービス」のサイトがある。掲載企業は、小売流通が大半だが、メーカーや各種サービスのキャンペーンなどの情報も増加。ユーザーの中心は、30代、40代の現役子育て主婦で5年で大きく拡大した。

その特徴は、4分の3が新聞非定期購読者で、約8割がスマートフォンからの利用。企業側のメリットは管理画面を活用した、日々のアクセス集計やエリアごとの閲覧分析などマーケティングに活用できる。

営業面での一つの判断材料になればと思う。

コインランドリーが進化

厚生労働省の調査では、全国のコインランドリー店舗数は毎年5%程度伸び続けている。特に郊外型大型コインランドリーは増加し続けている。

利用者の変化は【従来】単身者・学生等:73%、主婦:27%から【近年】単身者・学生等:27%、主婦:73%となっている。単身者・学生の利用が減った背景は、転勤が減った、携帯電話の普及、洗濯機を保有している。

また、年齢層では【従来】20代以下:73%、20代以上:27%から【近年】20代:25%、30代:30%、40代:25%、50代以上:20%と変化している。主婦の利用が増えた背景は、共働きの家庭の増加、時間を有効に活用する女性が多くなった。

「ターゲットは女性客。安全・清潔・明るい店づくり」が“成功のカギ!”らしい。



「ポケモンGO」を使って集客…

大阪市旭区の商店街が、7月末の2日間、「ポケモンGO」を使った集客イベントを行った。アーケード街には、ゲームを有利に進めるアイテムがもらえる「ポケストップ」が11カ所ある。IT部長が、ポケモンを30分間呼び寄せられるルアーモジュールに課金し、「ポケストップ」を巡り、2日間ポケモンを大量に出現させた。

ルアーモジュールに課金した額は28,000円で費用対効果も高かった。一番の収穫は、マスコミに取り上げられ全国に商店街の名前が知れ渡ったこと。

「ポケストップ」の有無が大きな要素だが、共同企画など面白い集客方法があるように思う。

今回も 他業種情報を含め 提案をまとめました。

「草食化」傾向が強いミレニアル世代

1980年から2000年にかけて生まれた「ミレニアル世代」は、幼少期や就職前に金融危機を経験し、資産価格の下落や経済の落ち込みを見てきた。インターネットやソーシャルメディアに慣れ親しんできた最初のデジタル世代でもある。この世代は、必需品以外の消費に消極的という「草食化」傾向が強い。家や車の所有にはあまり興味が無い反面、旅行や衣料品、友人との外食などには、惜しみなくお金を使うといった特徴がある。

このミレニアル世代は、2025年には世界の労働者全体の75%に達すると言われ、消費者・労働力として存在感が増し、今後の消費スタイルの変化に注目が集まっている。

新たな消費スタイルの変化を捉え、将来を見据えたアプローチへの取り組みが重要だと思う。

アパレル業界の状況

影響の大きいアパレル業界の状況。(四季報より)

アパレル(SPA(製造小売業)、流通)では、国内市場が飽和する中、海外勢やネット通販が台頭し、パイの取り合いに。円安進行や価格競争もあり、利益確保は難しい。一方、10代、20代を中心に衣料品をスマホで購入する層が確実に増え始めている。

(メーカー系)では、衣料品への家計支出は停滞(市場は過去10年で3分の2に)が続く。ネット販路の拡大や、売れ行き堅調な靴やバッグなど雑貨の拡充など模索するが、打開策は見えない。

ロボットの手を借りて

「旗あげゲームを始めます!」。お年寄りに呼びかけたのは、身長(高さ)約40センチの人型コミュニケーションロボット。孫と遊んでいるような感覚なのだろうか。周囲に笑顔が広がった。高度な人工知能を搭載しており、相手の顔と名前を覚えて会話するだけでなく、体操をしたり歌ったりする。高齢者施設向けに販売、レンタルされている。

デイサービスの職員は「ロボットがお年寄りの相手をしている時間を利用して、他のサービスに目を向けられる」と話す。人手不足が課題の福祉現場。ロボットは全国約400の施設で活躍しているという。(8月27日 毎日新聞)

ヒット商品は遊び心から

▶『こどもびいる』

子どものころ「シガーチョコ(煙草の形のチョコレート)」を啜って、その気になって遊んでいたあの頃の気持ちを商品化…。佐賀県小城市の飲料会社は“あったらいいな!”という遊び心から『こどもびいる』を誕生させた。

ビール特有の苦みのないリンゴ風味で喉越しのいい炭酸飲料。特にビール風の泡立ちに留意して開発した。

子どもが少し照れながら誇らしげに飲むシーンを見ることができそうな『こどもびいる』。

▶『エイリアンラーメン』

福岡県柳川市の魚介類卸問屋が、有明海の珍味と知られるワラスボを使った『エイリアンラーメン』を発売した。干し焼きにしたワラスボで出汁を取り、エイリアンの体液をイメージした緑色のスープに仕上げた。市内の土産物店や佐賀空港で販売されている。

ワラスボは、社長が「最高に受ける土産品を」と3年間構想を温め、10ヵ月かけて商品化した。

麺の原料には県産のラーメン用「ラー麦」を使用。「漁業者も農家も加工業者も、皆が笑顔になれる土産品に育てたい」と意気込んでいる。

この情報に関するお問い合わせ・ご注文は、
お気軽に右記の **上田商店** までお願いいたします。

☐電話 06(6633)4621 担当:上田
☐FAX 06(6633)4625 (24時間受付中)

☐営業時間 AM 9:30~PM 5:00(月~金)
☐URL <http://www.uedashouten.jp/>