㈱道家経営・法務事務所
〒501-6065 羽島郡笠松町門間534
Tel.058-388-8122 Fax.058-388-8127
http://www.dohke.net/

道家流「マーケティング」論　4つの視点(4p)

1 商品・サービスの内容
お客様が本当に欲しいモノやサービスなのか。あったら「うれしい」と心が動くのか？生活の中で役立つものなのか。

2 価　格
お客様となりそうな人が納得する値段か。使える機能やそれによって得られることが、価格と合っていると思えるか。

3 流　通
お客様の1日の生活の動きに合わせて接することができる場所(ネットも含む)にあるか。

4 販　促
お客様に「知ってもらう」「関心をもってもらう」「試してもらう」「期待してもらう」「楽しんでもらう」「教えてもらう」「拡げてもらう」「また利用してもらう」という視点で、いろいろな仕組みが出来ているか。

やる気になった人の、「元気」や「夢」を応援！

「ヒット」請負います！

大手広告会社にて、幅広い分野の企画・開発をプロデュース。それらの多くを成功に導き、2012年7月、独立。その後は中小企業診断士として企業・まちを「元気」にと東奔西走し、地元岐阜はもとより海外からの支援の声にも、直接現地に出向き課題解決・成功へと注力している人がいます。
まさに「ヒット請負人」と呼ばれる、道家睦明氏。その素顔にほんの少し近づいてみました。

中小企業診断士
㈱道家経営・法務事務所
代表取締役 道家睦明さん

ビジネスって、おもしろい！

中小企業診断士　道家睦明さん、51歳。笠松町に生まれ、高校までを岐阜で過ごしました。

子どもの頃から探究心や好奇心が旺盛で、描いたものを形にすることが大好きでした。なかでも「電気で走るクルマ」づくりに挑んだことは、懐かしい思い出のひとつです。

「小学生の頃、毎日片道1㎞歩いて通学しているなかで『荷物を運びながら、自分も乗れるようなものをつくれないかな』と、思いつきましてね」

道家少年はすぐに、電池とモーターと台車で「電気で走るクルマ」をつくろうと真剣に取り組み、幾度もチャレンジしました。

「結局、乾電池のモーターだけでは弱くて台車は動かせず、やむなく断念しましたが、いい思い出です」

そう、少年のような笑顔で振り返ります。

「ビジネス」に対して関心を持つようになったのは大学生の頃でした。こんなエピソードがあります。

それは、ドイツ語の授業で行った「翻訳」の『製本化』でした。

「その授業は毎回、教科書となる文学書を皆で翻訳し、ノートに手書きしていくものでした。テスト問題は、この翻訳のなかから出ていましたので、買ったばかりのパソコンを使いたかったこともあり、自分で手書きした翻訳のページを一気に入力し、読みやすくきれいなオリジナルの『翻訳本』を作ってみました」

すると、この「道家ブランド」の翻訳本はクラスメイトから「分けてほしい」との注文が殺到。その噂は他のクラスまでも広まり、発注は驚くほどの数になりました。

これぞまさに「消費者のニーズに応える」という、マーケティング。道家さんはこの出来事で「ビジネスっておもしろい」と実感し、マーケティングに大いに興味を持ちはじめました。

「マーケティング」の世界へ

いよいよ就職先を決める時期となり、「一歩外からマーケティングを見てみたい」と、大手広告代理店を選びました。

マーケティングとは、単に「売る」というだけでなく、「お客様の視点」から、提供するモノやサービスとの関係を考えること。

マーケティングは『ビジネスそのもの』だという考え方にも、行き着くのかも知れません

これが、道家流「マーケティング」の極意です。

手がけた支援はマーケティングを筆頭に、販路開拓、商品開発、まちづくり等々…。コミュニケーションに関わることすべてに携わりました。

「なかでも特に『新』のつく事業、新規事業、新製品開発、新規市場開拓、創業など、新しいことを始める際の支援が好きでした」

子どもの頃からの探求心や好奇心は、ビジネスシーンでも顕在です。

次の世代のために人を、企業を「元気」にしたい

「中小企業、社会、暮らし方、身の回りのあらゆる面で経営革新がすすめば、大きな構造変化のなかでも、人はもっと『元気』にいきていくことができると思います」

次の世代が多くの夢を描き、挑戦し、失敗しても、また挑戦できる環境ができていく―。道家さんは、そんな環境をできるだけ早くつくり、そして次世代に提供していくことが自分に課せられた課題であり、責務だと考え、独立を決意しました。

２０１２年７月、道家経営・法務事務所を設立。以来、これまでの経験を活かし、さまざまな支援に取り組み、今に至ります。なかでも２０１３年より、中小企業基盤整備機構地域支援ネットコーディネーターを務め、各地商工会議所や金融機関などの支援機関の支援にも力を注ぎます。

その中で、当所主催の「まちゼミ　おしえ店長サン」では、まちゼミ事業を通した個店・商店街のあり方等についての総合的な支援・アドバイスをいただいています。

やってはみたけどダメだったからやめた そうではなく「次にどうするか」

「まちゼミは『テストマーケティング』の絶好の場。たとえ失敗しても、チャレンジした店主は必ず一歩前に進んでいます」

道家さんは、まちゼミだからこその「よさ」を、そう断言します。

「どんな大企業でも、新しい企画を１００個投げて、1個か2個しかあたらないのが普通です。景気が悪いせいにしない。ダメだと思っても1％の可能性に突っ込んで前向きになる。取り組むことが大事なんです」

道家さんの、すべての支援の根底にある想いです。

・・・