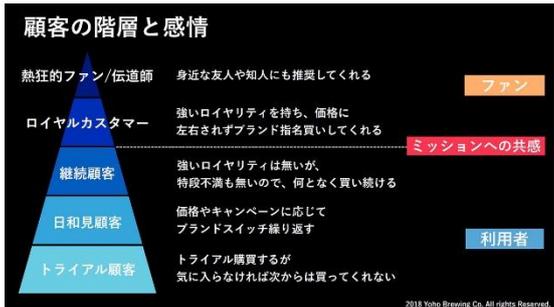


# 2023年6月フォーラム・リカレント委員会&勉強会ご報告

日時	2023年6月24日(土)10時～12時	参加者予定 29名	形式 Webex
テーマ	「好きを志事に！～自走する組織経営のススメ～」		
内容	1 参加者自己紹介 2 主催者挨拶 3 ゲスト講演 4 ブレイクアウトセッション(グループに分かれて意見交換) 5 まとめ 6 その他		
ゲスト講演者	佐々木 裕一(ささき ゆういち) 氏 有限会社ジェットストローク 代表取締役		
司会進行	渡邊明男 (一般社団法人社会人基礎力協議会リカレント委員会委員長)		
主催者挨拶 勉強会概要 説明	渡邊明男リカレント委員長 経済産業省が主催した有識者会議により、職場や地域社会で多様な人々と仕事をしていくために必要な基礎的な力を「社会人基礎力(=3つの能力・12の能力要素)」として定義。 経営者に必要な社会人基礎力とは、経営者＝リーダーであり粘り強く前に踏み出していく力である。つまり、現在の事業環境をどういう視点で見るとあり、自ら行動する姿勢を従業員に見せて共に行動することである。さらに、どういうことが求められているか、表面的な課題ではなく本質的な課題を捉え真因を解決していく＝考え抜く力が求められる。また、自分と従業員とステークホルダーとともに目標に向かってチームで協働・共創することである。		
佐々木氏 講演	(1) プロフィール 幼少期より乗り物&ブロック(玩具)が大好きで目立ちたがり屋、そしてリーダー気質。16才の頃、自分のバイクを持ち込んだ店がカスタム屋であったため、高校卒業と同時に同店に就職。造形、デザイン、塗装・営業を学ぶ。 その後渡米。現地で年齢に関係なく家族で愛車のカスタムを楽しむアメリカのカルチャーに接し全く新しい誰もが自由に車を楽しめる日本一のカーショップを作ろうと決意し命の使い方を決める。22才で独立し2002年千葉県鎌ヶ谷市にて創業。他に滋賀店、ドバイ店を置く。FC(ボランタリーチェーン)を100店舗に拡大。カスタマイズ(钣金塗装)・特殊塗料メーカー・ワインテージトレイラー販売、シーシャバー 脱毛サロン3店舗経営など。 「カンブリア宮殿」など TV 出演多数。SNS 総フォロワー16万人。現在44才。		
	(2) 講演 ①ファンマーケティングの基礎(一般論) 誰でもすぐにファンになるわけじゃない。 プロセスがある。 そのプロセスは、以下のとおり。 認知(商品・サービスを知る) ⇒興味(ニーズを感じ興味を持つ) ⇒行動(体を動かし、自分で調べる) ⇒比較(競合と比べコチラに決める) ⇒購買(お金を出して購入する) ⇒利用(実際に使ってみる)	 <p>顧客の階層と感情</p> <p>熱狂的ファン/伝道師 身近な友人や知人にも推奨してくれる <b>ファン</b></p> <p>ロイヤルカスタマー 強いロイヤリティを持ち、価格に左右されずブランド指名買ってくれる <b>ミッションへの共感</b></p> <p>継続顧客 強いロイヤリティは無いが、特段不満も無いので、何となく買い続ける</p> <p>日和見顧客 価格やキャンペーンに応じてブランドスイッチ繰り返す <b>利用者</b></p> <p>トライアル顧客 トライアル購買するが気に入らなければ次からは買ってくれない</p> <p><small>2018 Yoho Brewing Co. All rights Reserved.</small></p>	

	<p>⇒愛情(満足してファンになる)</p> <p>② どうしたらファンが増えるのか</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ ファンの意見やリクエストだけではなくファンを十分に理解し、ファンのインサイト(人を動かす隠れた心理)を探る</li> <li>➢ このインサイトを知るにはコミュニケーションを積極的に取ることで可能になる。それらをサービスに活かし新商品開発に活かす</li> </ul> <p>③ 機能価値+情緒価値=現代におけるファン創りであることを知る 自社のファンはどんなファンなのか。そのファンをどうやって生み出し、どうやって育てているのかを考える。 ファンを熱狂させる共感、唯一無二の信頼、応援したくなる愛着、ここまでやり抜くことが必要。何かに真剣に挑んでいる人=好きを仕事にしている人は、人を惹きつける魅力を放っている。</p> <p>④好きを仕事にするととは</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 自分の好きを思い出す、探すのではない</li> <li>➢ 好きに絞る、好きに拘る、好きに集中する、イメージの固定</li> <li>➢ 好きこそ最大のモチベーションであり、最大の効率化 なぜ好きなのかを明確に言えること ルーツを語れること</li> <li>➢ その好きに共感してもらう為のスキル(表現)を身に付けていること</li> <li>➢ その身に付けたスキルで共感する者を熱狂の渦の中に引き寄せること(売り込むことを辞める)</li> </ul> <p>⑤まとめ 「好き」を仕事(志事)にすること。自分の「好き」に人を巻き込むこと。 自ら考え、舵を切ること(決断して行動すること)。現在更なる事業の拡大に向けて行動中。</p>
ブレイクアウトセッション	<p>3グループに分かれて意見交換</p> <p>【グループ1】 ファンマーケティングとはユーザーの心を100%掴むことに同感。</p> <p>【グループ2】 熱狂レベルが刺激を与えることに感動した。自分で見つけることが大事。</p> <p>【グループ3】 ファン拡大は大企業も同じ考えである。ファン拡大は従業員のモチベーションをアップさせる。また、スポンサーからの資金調達のマネジメントはどうしているか聞きたい。</p>
まとめ	<p>渡邊委員長</p> <p>今回は、企業経営者としてまさに社会人基礎力を発揮し実践している方に講演いただいた。参加者各位も同じ感想を抱いたと思われる。</p>
その他	<p>次回のご案内</p> <p>リカレント委員会フォーラム</p> <p>2023年8月24日(土)10時~12時</p> <p>八木澤 智正氏 ドラッカー学会理事・事務局長</p>
ご参加のみなさま	<p>ご参加ありがとうございました。</p> 