

が一番大きな問題です。

【都議選の思い出】

都議選挙ではいろいろなことがありました。

- 7月5日の最終日には40人を超える方がボランティアで応援に来ていただきました。3月までは私1人で、4月からは2人で5月からは3人で活動してきた活動が最後には40人の方にお手伝い頂けたことは涙が出そうなほど嬉しかったです。
- たこ焼き屋のお兄ちゃんと宝くじ屋のおばちゃんからは応援してもらえるようになりました。たこ

やき、お弁当とお茶を突然いただきました。「いづかさん応援するから頑張る」と言われ本当に嬉しかった。

- 9人しかいなかった香川の小学校の同級生に偶然会うことができ、同郷出身の猪塚という人にも偶然会うことができました。どちらも商店街で名前を連呼していたら声をかけてくれた人です。人探しをする人は選挙に出ると良いかもしれません。(僕の名字が変わっているからだと思いますが...)

ホームページ：<http://jisedai.org/izuka/>

何故、失敗するのでしょうか

ー7月1日「一日の会」でご講演頂いた内容を講演者に要約して頂きましたー

（株）ジャパンインターネットワーキング代表取締役 **福島和也**

トシをとると、どうしても人とのツナガりを大事にする。これは端的に言いますと昔の村八分、これはお互いの経済（生きるという事の協力）二分は、どうしても人のツナガリの中で許せないもの。これはその村社会の中で色々あるみたいですが、例えば義理の「スキヤキ」。義理のスキヤキはネギや白タキを食べているが、本当は肉を食べたいから、白サイの間に肉をはさんで一瞬のスキに食べてしまう。何にもコミュニケーション（会話）なしに。

本当に喜んでスキヤキを食べる場合は、2人でも3人、4人でも、ナベを皆んな囲んで、色々な話をしながら（コミュニケーション）その中から、その人の見たこと、聞いたこと、感じたことを、お互いの生活の中に役立てて行く（マーケティング）ことにあるのではないのでしょうか。

これからは義理を欠く。本当に喜びや、悲しみを人と同じように思う気持ちがあるならば、世に言う義理を欠けばいい。これは無理をしないということです。それからトシをとったらオシャレをして下さい。若い時はそれ自身で美しい。オシャレ（気持）をすることは明日があるから、自由そして自分自身があるからです。これは人と人とのコミュニケーションの原点だと思います。

ビジネスはコミュニケーションとマーケティングです。マーケティングは一言で言うと商売繁盛学です。売れない時代でも多く買ってもらう戦略と戦術技法です。ただ「マーケティングイコール広告」だというのは誤解です。「コミュニケーションイコール広告」だということも誤解です。広告の役割は、例えば

- ①ブランドの認知とトライアルの促進
 - ②イメージの向上（企業と商品）
 - ③自社営業舞台へのサポート
 - ④流通（業者）取扱意欲の促進等
- だと思います。

広告はメディア（TV・新聞・ラジオ・雑誌）という基本4媒体を使って、さまざまな技法（クリエイティブ）で企業・商品等を訴えて行きます。ただ広告はお金がかかります。従って

- ①広告予算規模の確定
- ②広告時期あるいは地域の確定
- ③メディアの選択
- ④これが一番重要ですが、ターゲットの決定

メッセージの明確化

ということを頭に入れておいて下さい。でないと、失敗します。

マーケティングは、基本的にはお金がかかりません。その人の眼が今、何に動いているのか（感性）、これからどういう風にビジネスを通して、社会を構成している、子供からお年寄りまで、これから何をしたい、どういう風な物を作ったり、どういう場を作ったり出来るかと、毎日々々思えばいいことだと思います。

例えば、渋谷ハチ公前の交差点で、朝6時頃から夜の2時頃まで、1日中人の行き来を、1時間ごとに、ある一点から観測するのも、渋谷という町・人（学生・サラリーマン・OL・買い物客等のファッション・持ち物・はき物・若いママと子供の行く所など）の形態の一部が分かる筈です。

広告はお金がかかりますが、広告は約束だと思って下さい。例えば、スーパーのチラシで、商品の値段を間違ってしまうと、お客さんにはその値段で売らなければなりません。

コミュニケーションは会話です。そこからマーケティングが出てくると思います。人と人との関係、またビジネスにおいても、情報を最低3つ位は集めて、まず自分で考え思っ、改めて正しいか、正しくないか、また信じるか、信じないかを判断したら大きな失敗はないのではないのでしょうか？

ご質問がありましたら TEL 03-3749-3391 福島へ