

ワークショップ:「みんなで考えよう“お風呂”のこと」 ～「お風呂」メーカーの社員になって考えてみよう～

()は、「お風呂」に関することなら設計・施工から入浴剤・バスグッズまであらゆるものを扱う「お風呂」専門中堅メーカーです。福井営業所の売り上げが伸びないため、てこ入れのため沖縄営業所から所長が赴任してきました。所長は、「福井の方が沖縄より寒いのになぜ売り上げが伸びないのだろう？」と原因がわからずに悩んでいたところ、以下のような新聞記事が目にとまりました。

「日本人の“風呂好き派”は94.8%と大多数だ。ブロック別にみると北陸地方で“嫌い”という人が10%を超えているのを除き、どこも6%台以下だった。…」

また、こんな調査結果もありました。

「日本人で、“毎日”お風呂に入る人が77.2%と最も多かった。しかしブロック別では毎日入る人が北海道(47.2%)、北陸(48.6%)で少なく、ここでは反対に週に3～4回という人が4割近くと多くなっている。…」

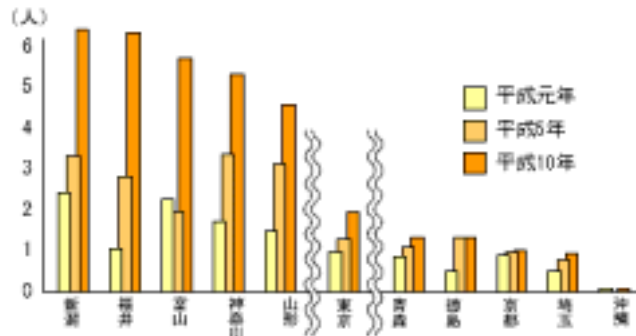
所長は思いました。

「なーんだ！福井の人はお風呂嫌いなんだ。これじゃ売り上げが伸びないのもしかたがないよな…」

「しかし、このままじゃよくないよな」と、インターネットをみていると、右のグラフが目につきました。

「風呂嫌いで、お風呂あんまり入らないのに、なんで浴槽内の溺死が多いのだろう？」

浴槽内の溺死都道府県別比較 (人口10万対)



【考えてみよう その1】

所長は、「もっと調べてみないとわからんな…」と思い、営業部と開発部それぞれに、「福井のお風呂事情を理解するためには、何がわかればいいのか、何を調べればわかるのか」リストを出すように指示しました。それぞれのセクションの立場で考えてみましょう。

【考えてみよう その2】

売り上げを伸ばすために、どんな戦略をたてますか？【考えてみよう その1】でリストアップした項目を、どのように戦略にいかしますか。

1. まずは、セクションごとに戦略をたててください。
2. 最後に、会社としての戦略をたててください。