

◆1961年 東京生まれ 慶應義塾大学経済学部卒

◆大手百貨店にて、店舗開発・大規模再開発などの店づくりや、マーケティング（調査・分析・データ解析）、デジタル事業、宣伝・販促などの業務に36年間に渡り取り組む

◆中小企業診断士として、商店街活性化、介護福祉ビジネス、まちづくり等に関わる。

- \* 東京都中小企業診断士協会 正会員 (中小企業診断士)
- \* 東京販売士協会 常任理事 (1級販売士)
- \* ファッション専門学校 非常勤講師
- \* 福祉住環境コーディネーター(3級)



【講演実績】 各地商工会議所・産業労働支援センター・社会福祉協議会等

【著書】 25冊 (以下 企画例の著作を参照)

セミナー企画例

ご要望に応じて企画・構成いたします

実践「店長力」アップ講座

6つの視点から集客と売上を確実に上げる！ 「アフターデジタル」から「アフターコロナ」へ、激変する環境の中で、もう一度自分の商売を見つめなおすための手がかりを学びます。



わかりたいあなたのための「1からのマーケティング」

“マーケティングってなあに？” 多岐に渡る考え方や手法を8つの視点でわかりやすくお伝えします。知っているか否かで、必ず明日の商売が違ってきます。

絵で見る 稼ぐマーケティング (仮称・近刊予定)

今こそ磨く、接客サービス ~アフターコロナ時代のコンタクトポイント (顧客接点) とは~

なぜディズニーランドやスターバックスのスタッフはいつも感じがいいのか、その秘密とともに、リアル&デジタル時代の接客のポイントを学びます。



令和の仕事術

~これからのワーキングコミュニティ~

「言葉が通じない」「部下が動かない」「基本的な誤解で仕事が進まない」 世代も価値観も多様化・複雑化が進む中、職場のコミュニケーションはますます難しい時代です。そんな中、人と人がどうやって一つの仕事を成し遂げるか、令和時代の働き方を実践的に学びます



実践・ストアウツングの作法

~店の見方と活かし方~

◆店舗はビジネスの宝庫です。ミセをどう見て、何を読み取るか？見る人の「眼力」によって、得られることは大きく変わります。この講座では、百貨店・SC・商店街・コンビニ等のチェーン店舗から街の「個店」まで、業種業態ごとのチェックポイントを詳しくお伝えし、自分の商売への活かし方を導きます。

◆その一環でマチの見方、ウツングの手法もお伝えします。商圏・立地の判断には、「まちあるき」が基本です。

介護保険20年とこれからの介護・福祉ビジネス

~普通のビジネスになるために~

「措置から契約へ」「施設から在宅へ」の方針でスタートした介護保険と介護ビジネス。20年を経過して、これまでの経緯と今後の展望をふまえて、これからの介護事業経営の要諦を学びます。



# ◆テーマ

# 実践「店長力」アップ講座 ～ポスト・コロナ時代の「店長力」とは～

6つの視点から集客と売上を確実に上げる！  
「アフターデジ外」から「アフターコロナ」へ、激変する環境の中で、もう一度自分の商売を見つめなおすための手がかりを学びます。

# ◆対象

テナント店長から商店街の店主まで、物販・飲食・サービス業を含めておよそ「店長」と呼ばれている方

# ◆目的・ゴール

激変する環境の中で、自らの商売を見つめなおし、未来を予測し、これからのビジネスを考えていく「手法と作法」が身につきます。

# ◆セミナー構成案

## 1. 状況認識：今ってどういう時代なの？

- ～コロナ社会が一気に引き寄せた「未来」とは～
  - ・人口減少、少子高齢、都市と地方格差、中心市街地問題・・・
  - ・世代間格差、ミレニアル世代、デジ外・IOT・AI
  - ・コロナが一気に引き寄せた「未来社会」の風景と、これからのビジネス
  - ・時代を変えた6つの小売・サービス業に共通すること
  - ・未来を予測・予知するために必要な考え方と方法

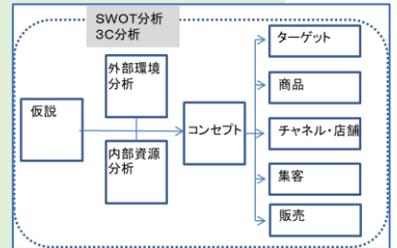
## 2. 店長が持っている6つの「武器」を知る

- ～「売上」をいろんな角度からとらえてみると、やるべきことが見えてくる～
- ①ヒト：顧客人数×購買単価 スタッフ数×販売金額
- ②モノ：商品単価×点数
- ③バショ：坪単価×面積 ←店舗ゾーニングとVMDのポイント
- ④トキ：年・月・週・日・時・分
- ⑤コト：キャンペーン売上×回数
- ⑥カネ（単位）：企業・店・カテゴリ・棚
- そしてもうひとつ・・・シゴトのカイゼン



## 3. 一生使える「考え方のフレーム」教えます

- ～迷ったらここに戻る、考え方の軸を持つだけでこれだけ違ってくる～
- ①仮説を立てる
- ②環境と自社(自店)を知る：SWOT・3C
- ③狙いを定める：コンセプト（STP）
- ④施策を展開する（4P）
- ⑤結果を評価して次につなげる



## 4. 自分の商売にあてはめてみよう（個人ワーク・グループワーク）

（ワークシートに記入、可能ならグループワークで発表・講評）

## 5. 店長のための「使える店舗視察マニュアル」

- ～視察は、何かを「気づいて」自分の商売に「活かす」ため～
- ・“ぼーっと生きてんじゃねえよ”→気づくかどうかは“自分ゴト化”次第
- ・同業種店から読み取ること、他業種の店から読み取ること
- ・大規模店（百貨店、SCモール）、商店街の見方
- ・コンビニ、ドラッグストア、ホームセンターの見方、
- ・一般小売店の見方・飲食・サービス業の見方
- ・まちの見方、立地の見方、商圈の見方

# ◆テーマ

# わかりたいあなたのための「1からのマーケティング」

“マーケティングってなあに？”  
 多岐に渡る考え方や手法を、8つの視点でわかりやすく学び、自分の商売にあてはめます。知っているか否かで、明日のビジネスが変わります！

# ◆対象

「マーケティング」について、きちんと理解して、自分の仕事やビジネスに活かしていきたい、と考える人（業種・業界・立場を問わず）

# ◆目的・ゴール

世の中で言われている様々な「マーケティング」について、基本的なことから最新のデジタルマーケティングまで概要を理解し、自分の仕事やビジネスに当てはめて考えることができるようになります。

# ◆セミナー構成案

## 1、マーケティングを「味方」にするとみえてくる

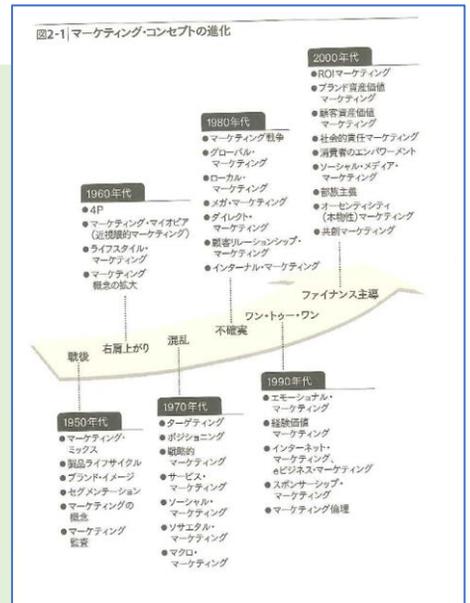
- ～○○マーケティングって、一体何？～
- ・そもそも「マーケティング」って何？
  - ・時代とともに変わる「マーケティング」の主流  
 マーケティング自体がマーケティング化されてる
  - ・マーケティング1.0/2.0/3.0/・・・そして4.0

## 2、8つの「マーケティング」を知って、正しく稼ごう

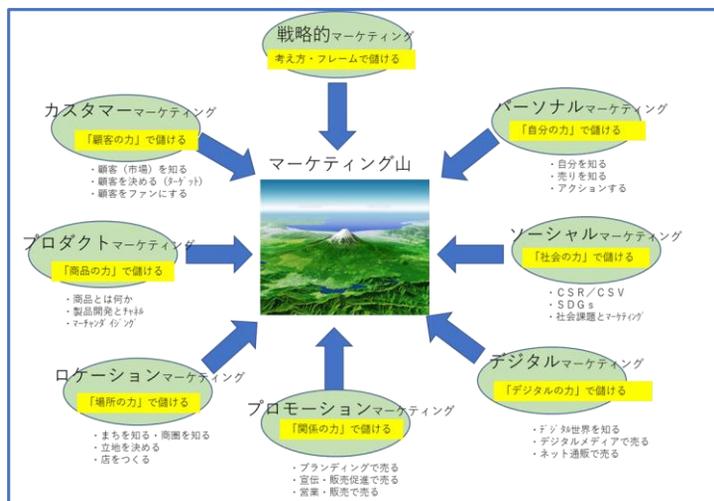
- ①戦略的マーケティング・・・考え方・フレームで稼ぐ
- ②カスタマー マーケティング・・・顧客の力で稼ぐ
- ③プロダクト マーケティング・・・商品の力で稼ぐ
- ④ロケーション マーケティング・・・場所の力で稼ぐ
- ⑤プロモーション マーケティング・・・顧客との関係力で稼ぐ
- ⑥デジタル マーケティング・・・デジタル力で稼ぐ
- ⑦ソーシャル マーケティング・・・社会の力で稼ぐ
- ⑧パーソナル マーケティング・・・自分の力で稼ぐ

## 3、自分の商売・ビジネスにあてはめる

- ・自分の業界・業種・店舗を、8つの観点から見つめなおすと・・・
- ・ワークシート演習、グループワークなど



「コトラーのマーケティング3.0」  
 Fコトラー他著 恩蔵直人他訳 朝日新聞出版



# ◆テーマ

# 今こそ磨こう、これからの接客サービス ～アフターデジタル、アフターコロナ時代の顧客接点の作り方～

なぜディズニーランドやスターバックスのスタッフの接客は優れているのか、その秘密をもとに、リアル&デジタル時代の接客の成功ポイントを学びます

# ◆対象

業種を問わず、サービスや接客の質の向上を図りたい方

# ◆目的・ゴール

- ① サービスとは何か、その本質がわかります
- ② IT・デジタル時代に求められるサービスがイメージできます
- ③ 自分のビジネスや店舗で、接客サービス向上の勘所がわかるようになります

# ◆セミナー構成案

## 1. サービスからホスピタリティへ、そしてパーソナライズの時代へ

- ・接客業＝感情労働を越えて・・・三越小僧読本にみる接客の原点・・・
- ・サービスは相対評価で決まる・・・マックが「接客」しただけでこれだけの効果
- ・サービスからホスピタリティへ、と言われた時代
- ・デジタル化で「接客」はどう変わったか？
- ・パーソナライズ化とこれからのサービス

## 2. ディズニーランドとスターバックス・・・時代を変えた2つの「接客」サービス

- ・「パークは永遠に完成しない」・・・ディズニーランドの原点とは
- ・SCSEは生きている・・・接客における原理原則
- ・ナイトホーキングが高めるモチベーションと一体感・・・全員で担っている意識
- ・スターバックス ミニストーリー・・・Hシュルツの思いと現在まで
- ・「私たちが居る理由」・・・スタッフのレベルとモチベーションを保つ思想と実践
- ・質の高いサービスは、「ワーキングコミュニティ」から
- ・創業者やオーナーが「どういう思いで」やっているのかをわかること

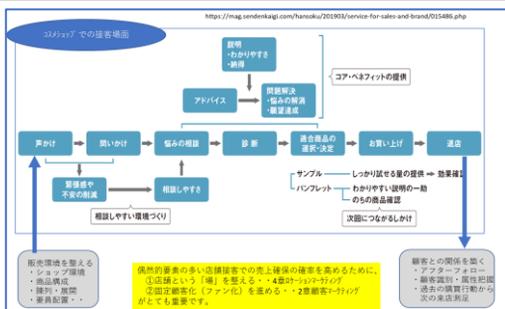
## 3. オンライン時代に求められる「接客」や「サービス」とは何か？

- ・オンラインでできること、できないこと
- ・デジタル・オンライン時代の「店舗」の役割とは
- ・マルチにみる、デジタル&リアルなビジネス
- ・営業・販売・接客・・・顧客コンタクトの違いとポイント

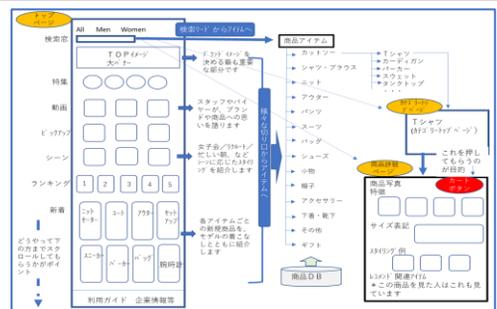
## 4. サービスの向上は、業務の見直しから

- ・若い世代の活用術・・・説明と納得からはじまる若いスタッフの育成方法
- ・その仕事、誰がやるべきこと？ いつやるべきこと？ どこまでやるべきこと？
- ・これからの「ワーキングコミュニティ」と「リーダーシップ」のあり方

店頭での接客プロセス



オンラインECサイトでの接客動線設計



## ◆テーマ

# 令和の仕事術

～これからのワーキング・コミュニティ～

「言葉が通じない」「部下が動かない」「基本的な誤解で仕事が進まない」  
世代も価値観も多様化・複雑化が進む中、職場のコミュニケーションはますます難しい時代  
です。そんな中、人と人がどうやって一つの仕事を成し遂げるか、令和時代の働  
き方を実践的に学びます

## ◆対象

- ①組織の規模や業種・業態を問わず、職場でのコミュニケーションに悩む人。
- ②仕事のやり方や進め方に悩む人（企画・調整・上程・決裁・実施）
- ③若い世代の部下や上司との関係に悩む人

## ◆目的・ゴール

ビジネスコミュニケーションやマネジメントについて、新しい発想  
や方法、切り口が見つかります。

## ◆セミナー構成案

### 1、職場に何人、言葉が通じる人が居ますか？

- ・最新デジタルベンチャーが大切にしている「直接トーク」
- ・言葉の通じ方＝スピード＝仕事の成果に直結
- ・「伝え方」の本がどうしてこんなに流行るのか？
- ・言いたいことは何なの？・言われた方の身になる訓練



### 2、世代の違いはコトバの違い

- ・価値観が違っていてもコトバは通じる
- ・育った時代背景の違いが世代の価値観を決める
- ・誰もが最初は「最近の若いやつら」だった
- ・平成～令和のミレニアル(若い)世代の動き方・動かし方



### 3、誰も教えてくれない「先読み」仕事術

- ・結果を出す人はサキヨミしてる
- ・残業しない人はサキヨミしてる
- ・失敗しない人はサキヨミしてる
- ・ゴールが見えてる人はサキヨミしてる



### 4、令和時代の「マネジメント」と「リーダーシップ」

- ・「捜査一課長」型と「9係」型、「たけし」型と「タモリ」型、
- ・マネジメントの歴史と系譜・人はどうすれば「動く」とされてきたのか
- ・仕事を通じて人を育てる・仕事は教材、会社は教育、～その上で成果を出す

### 5、令和時代のコミュニケーションは「ファシリテーション思考」が鍵になる

- ・地域創生をささえる「ファシリテーション思考」
- ・デジタルコミュニケーションと「ファシリテーション思考」
- ・デザインシンキングと「ファシリテーション思考」
- ・チームの力を引き出しきるための「自分ゴト化」とは



### 6、ワークショップ

(上司役と部下役、チームリーダーとメンバーになって、模擬報告やミーティング  
を行う)





## ◆テーマ

# 介護保険20年と これからの介護・福祉ビジネス ～普通のビジネスになるために～

「措置から契約へ」「施設から在宅へ」の方針でスタートした介護保険と介護ビジネス。施行から20年を経過して、これまでの経緯と今後の展望をふまえて、これからの介護事業経営の要諦を学びます。

## ◆対象

- ①介護事業経営者、幹部職員、リーダー職員
- ②介護事業に新規参入を考えている方
- ③介護や福祉に興味のある方

## ◆目的・ゴール

- ①介護保険の経緯と歴史、介護ビジネスの流れを知る
- ②介護事業の特性を踏まえて、経営のポイントを知る
- ③これからの介護事業について、自分の事業・サービス・施設にあてはめて考えることができる

## ◆セミナー構成案

### 1、介護保険とは何だったのか？ 何なのか？ を知っておきましょう

- ・福祉ということ、介護ということ・・・『恍惚の人』から50年
- ・社会福祉基礎構造改革から地域包括ケアまで・・・介護保険制度の変遷
- ・ケアとは何か？

### 2、介護事業という「業界」の変遷と現在

- ・介護業界・・・疑似市場の形成を振り返る
- ・M & Aの経緯と現在

### 3、介護事業経営には特有の「経営センス」が必要です～介護が普通のビジネスになるために～

- ・社会事業というセンス ・福祉というセンス ・サービス・ホスピタリティというセンス
- ・人材活用のセンス ・地域というセンス
- ・介護事業のマーケティングとは

### 4、介護事業のポイントをわかって「経営」しましょう

- ・人材：確保・採用・育成・配置・評価・処遇・外国人・中途・・・介護事業でのポイントは？
- ・財務：いくら稼げればやっていけるか？ 経費削減のポイントは？
- ・施設・設備・備品：ハードとソフトは一体です

### 5、介護事業のリスクマネジメント・・・想像力がすべてです

- ・介護事業でこそ留意すべきリスクとその対応
- ・震災・災害からコロナまで・・・日頃から何を予測し、どう対処すべきか
- ・リスクマネジメント＝想像力

### 6、介護と人生、介護と生き方・・・人の命をあずかる仕事の意味を考えましょう

- ・介護と認知症
- ・介護と看取り

## ◆主な活動 著書等

### 【資格】

- ・教員免許（中学・高校 社会科）
- ・中小企業診断士
- ・1級販売士
- ・福祉住環境コーディネーター（3級）

### 【所属・活動】

- ・東京都中小企業診断士協会  
福祉ビジネス研究会  
まちづくり研究会(副代表) 所属
- ・東京販売士協会 常任理事

### 【コンサルティング実績】

- ・S商店街振興組合 活性化事業
- ・Y県観光物産センター 店頭改革
- ・Aスーパーマーケット 店頭棚割調査・顧客調査 等

### 【研修・セミナー実績等】

- ・「マーケティング・CRM」関連セミナー  
東洋経済新報社（カスタマーサービスアクションフォーラム）  
日本テラデータ  
日本ショッピングセンター協会 等
- ・「福祉・介護ビジネス」関連セミナー  
各地商工会議所  
社会福祉協議会（東京都・立川市）  
東京都中小企業士診断士協会  
JA静岡経済連 等
- ・「定年起業」セミナー  
調布市産業労働支援センター  
NPO法人「週末起業フォーラム」
- ・「まちづくり・地域活性化」セミナー  
佐賀県太良町商工会

\*現在、青山ファッションカレッジ 非常勤講師（マーケティング）

### 【著書（ペンネーム含）】

\*出版社名のないものは ばる出版 による

#### ◆福祉ビジネス関連

- 『福祉ビジネス 見えてきた巨大マーケット』（共著）日本評論社
- 『介護ビジネス必勝法』（共著）同
- 『NPO法人で行こう』（共著）筒井書房
- 『介護とビジネスのアクセスポイント』さんが出版
- 『ホームヘルパー1級 資格の取り方』ばる出版
- 『グループホームをはじめよう』ばる出版
- 『デイサービスのつくり方』ばる出版
- 『これで失敗しない！ 介護事業の経営・運営ノウハウ』（共著）同友館(近刊予定)

#### ◆サービス・企業・モチベーション関連

- 『ディズニーランドの超人材活用術』
- 『ディズニーランドの心に響く接客サービス』
- 『オリエンタルランドに学ぶ「先を読む」企画力』
- 『ディズニーランドの人の育て方』
- 『ディズニー“おもてなし”の伝え方』
- 『なぜスターバックスは最高のスタッフを育てられるのか』
- 『なぜスターバックスは日本で成功できたのか』

#### ◆リーダーシップ・チームビルディング・組織開発関連

- 『定年起業を始め方』
- 『すぐに結果が出る人の7つのルール』
- 『笑点に学ぶ最強チームのつくり方』
- 『ファシリテーション スキル』
- 『人を動かすファシリテーション思考』
- 『できる人の時短仕事術』
- 『リーダーの人の動かし方』

#### ◆流通・サービス・マーケティング関連

- 『バカ売れ店長の仕事の秘密』
- 『日本を変えた流通企業がやってきたこと』
- 『絵で見る“稼ぐマーケティング”』（近刊予定）

## ◆専門分野・得意分野

### マーケティング

マクロ・業界データの読み込みからアンケート・インタビュー等の実調査の設計・実査を踏まえ、真に顧客起点での改革に向けた知見を提示、計画、実践します。

### 店づくり・店舗改革

新店・既存店ともに、商圈立地・商材（MD）・ターゲット・店舗構成・陳列・接客販売・運営の実態をふまえた、最適な店舗の形の提案と改善実践を行います ⇒マスタープランの提示

### 業務改革・運営改革

職場ごとの業務分析や業務調査、ヒヤリングを行い、「シゴトの課題と目指すこと」を明確にしたうえでオペレーション改革を実践します

### モチベーション・組織開発

個人別面談・ヒヤリングをベースとした「人の活性化」をもとに、小集団ベースでの「組織の活性化」の実践を行います。

### 教育・研修

従業員ごとの役割に応じた個別研修、集合研修、ワークショップによる“気づき”とスキルアップ、リーダーシップ、チームビルディングなど、必要に応じた実践的な教育・セミナーを行います

