

どうも, p o o h 二郎です。
日経流通新聞を読み, 気ままに気になる記事をフューチャーしていこうと思っ
てます, もちろん, 事例を意識しつつ, もし, 皆さんでフューチャーしたいもの
があれば, 下記のような形式で, 記事の上に追加更新して頂きたいね,

日経流通新聞M J 2006.1.11 <7面> **n e w**
常識にとられない発想

06.1.13pooch二郎

福助の靴下「シェパード・フォー・メ」は、「段階着圧」によって血行を促進し, むくみや疲れを抑えるという,

「段階着圧」は女性用ストッキングでは一般的, しかし, 企画担当者が「履き心地の良さは男性にも受けるはず」と紳士靴下への応用を提案したのがきっかけとい
う,

「男性は多少でも締め付け感を嫌う」という当時の靴下業界の常識を破った,

価格は2100~2400円と靴下ではやや高め, しかし, 04年発売以来5万足を売るヒットとなった,

この福助の「女性向けの商品を男性に売ること」は, 既存の製品を未開拓であった市場に展開したといえる, 「**アガツの成長ベクトル**」でいえば, **新市場開拓戦略**である, 今年
の事例 で使える切り口であった,

どこの業界にでも, その業界の「常識」というものがあると思う, 常識なるものが, 無意識に今までの既存の思考の枠を決めてしまっている,

新たに発想するときには, 「常識」を疑ってみることも大切だ, そして, そのような提案が提案として, 「組織」に受け入れられる土壌も大切だ,

また今回の商品価格が高めで売れているのは, ある「特定分野に非価格的な競争優位を狙う**ニッチ戦略**だから」と捉えられる,

余談だが, 自分個人的には, 「シェイプ腹」なるものが男性用にもあるとうれしいかも・・・(^^^)v

* 福助 <http://www.fukusuke.co.jp/top.html>

日経流通新聞M J 2005.12.21 <9面>
無料で地図画像提供

05.12.25pooch二郎

昭文社が「ブログなど個人のウェブサイト向けに, 無料で地図画像を提供するサービスを試験的に開始した」という, サービスを提供する専用サイト上に広告を掲載
することで収入を得る,

今までは, URL をコピーし貼れば地図を見ることができた, このサービスは見たい地域の地図を取得した個人サイトを画像の右横に一覧表示する,

このサービスは, 「**利用者参加型**」という点で, ワンランク上の付加価値を提供している, 利用者が増えればますます効用, 価値が高まる, 「**ネットワークの経済, 外部性**」
が働く事例だ, オンラインゲームも然り,

商品売って終わらず, **このように売ってからの価値を高める仕組みを考える**というのも発想のひとつとして考えたいものだ,

* ちず窓・・・<http://chizumado.jp/>

** 余談だが, 今日は, i p o d を購入した, i p o d もすごいが, 「i T u n e s」が上記の売ってからの付加価値をあげる仕組みとして, ヒットしている要因のひとつ
だと感じた,

先行者利益, ネットワーク外部性, 収穫逓増のキーワードは今後の**ビジネス**としてのキーになっていく気がする,
このw i k i もネットワーク外部性を発揮し, 参加者にとって収穫逓増となるようなものになっていければと, ふと思った次第です...