

おーびー通信

ゆうゆうけいえいじゅく

No.12

市場の未来予想図

今月のテーマ

ノスタルジックマーケティングと幸福感の関係

「幸せ」に対する価値観があまりに多様化して人それぞれになってきた結果、一定の条件を与えないと「何が幸せか」の適切な答えが得にくくなっています。そこで、行動経済学の祖と言われるダニエル・カーネマンは、二つの視点から「幸福感」をとらえる方法論を提案しています。ひとつは「経験する自己」。もうひとつは「記憶する自己」です。

「経験する自己」とは、毎日の色々な経験を通じて幸せを感じる「日々を生きる自分」。一方の「記憶する自己」は、過去を通じて幸せを感じる「人生を振り返って考える自分」。経験する自己と記憶する自己では感じる「幸福感」の種類が異なります。マーケティングでは、この二つの視点から対象顧客に提供する「幸福感」を考えると有益な結果が得られるだろうとされます。

近年、復刻デザインが市場に出回っているのはお気づきでしょう。トヨタの「86（ハチロク）」や日産の「シーマ」、ナイキの「エアマックス 95」、サントリーの「はちみつレモン」、ロッテの「ビックリマン」など、特に四十代以上の方々は懐かしいと感じるものばかりです。復刻が進む背景にあるのは「ノスタルジックマーケティング」と呼ばれる企業側の戦略です。ノスタルジック、つまり消費者の郷愁を誘ってお財布を開いてもらおうというわけです。

長らく続く景気低迷と、東日本大震災が起こった日本を象徴するキーワードのひとつは「復活」でしょう。

人間が先に向けて復活を願うとき、「楽しかったあの頃」を思い出したいという心理が働くそうです。今の日本にとっての「あの頃」と言えば、右肩上がりでありのって高度成長期やバブル景気の頃。ノスタルジックマーケティングは、社会全体が高揚感であふれていた頃の商品を復刻させて「あの頃の幸福感」にフォーカスすると同時に、当時の幸福感をよみがえらせて今の幸福感を高める二重構造で消費者を取り込んでいるようです。

企業は常に顧客満足を追求していきませんが、「満足感」は「幸福感」とも言い換えられます。ノスタルジックマーケティングはうまい具合に一定の消費者の幸福感を刺激しました。過去に評価を得ている商品なので新たなブランディングの労力がかからず、消費者の共感を得やすい戦略です。しかし裏を返せば、企業はゼロからのモノ作りに息切れしている状態で、後ろ向きの戦略だとする見方もあります。いずれにしても商品やサービスを提供する側にとって、多様化する幸福感をいかに刺激していくかが課題であることは間違いなさそうです。

NIKE AIR MAX 95 CLASSIC LE
609048-072



ナイキ エアマックス95



はちみつレモン

ビジネスHOTアイテム

持ち運びOK 壁掛けOKのじゃばら書類ケース

「エセルテA4ソーテッド」

日々、デスクの上に溜まっていく書類の山。平積みかファイリングで整理しても、最後は引き出しにしまわない限りデスクの上から書類はなくなりません。ところが引き出しの中も書類の山となれば、いつまでたってもデスクに空きスペースがでず仕事に支障を来します。

そこでおすすめのアイテムは、エセルテ社の「A4 ソーテッド」。一見よくあるマチ付きの間仕切りファイルですが、付属のフックを壁やドア、パーテーションなどに引っ掛けると、折りたたみ式のブラインドカーテンのように各ポケットファイルが下に広がって、じゃばらの書

類ケースに早替わりします。長さは約1メートル。各ポケットファイルは取り外し可能で、壁掛けの状態から必要なものだけを取り出すこともできます。

デスクの場所を取らずに書類をすっきりと整理でき、折りたたむと引き出しやブリーフケースにきちんと収まり、持ち運びも可能な万能アイテム。各ファイルはグラデーションカラーになっているので、色によるインデックス効果もあります。



じゃばらに広げて壁掛けにした状態

Android 今月のイチオシ！アプリ iPhone

【カフェしるべ】(無料)



待ち合わせまでにちょっと時間があるとき、または外で簡単な打ち合わせをしたいときなど、近くのカフェがすぐに見つかるとう便利です。「カフェしるべ」は、GPS 機能で最寄りのカフェを地図に表示してくれるアプリ。地図上のコーヒーカップアイコンをタップ



すると、店舗情報(住所、電話番号、営業時間、分煙の有無、WiFi の設置状況等)が表示され、検索ルートで道案内してくれます。空き時間を有効活用するためにもカフェを探す手間は省きたいもの。このアプリがあれば時間のロスを減らしていけそうです。

【netprint】(無料)

「netprint (ネットプリント)」は、iPhone 内に保存されている写真や文書をセブン-イレブンのマルチコピー機でプリントできる便利なアプリです。アプリから印刷予約をすると予約番号が発行され、その番号をコピー機に入力するだけで印刷が可能。価格は一般的なコピー代とほとんど変わりません。マルチコピー機は全国約 13,000 店のセブン-イレブンに設置してあり、24 時間 365 日いつでも高画質プリントが可能のため、急な場合も会社に戻ることなくドキュメントの印刷ができ、時間と場所を選ばずにビジネスを進められます。



上記のQRコードからダウンロードできます。また、Google Play や iTunes App Store からダウンロードが可能です。アプリは、アンドロイドのバージョン、iOSによってはご利用になれない場合がありますので事前にご確認ください。

「早起き」は成功者の共通点？

「忙しい」を連発している人に限って時間の使い方が下手なのは皮肉なものです。名だたる経営者は早起きの習慣を持ち、朝の時間を有効活用しているようです。時間を制する者はビジネスも制するのでしょう。

「朝は常に早く起きるように心がけねばならない。遅く起きるならば、下の者までが気持ち悪い。緩めてしまつて、公務の大切な用事にも事欠くようになる。その結果は必ず主君からも見離されてしまうものと思つて、深く慎まなくてはならない。」
〔『早雲寺殿廿一箇条』より〕
これは、室町時代の武将・北条早雲の家訓の一節です。近年は「朝活」が注目され、早起きをして仕事の前にひと仕事する人たちが増えています。時代は変わつても、「早起き」という心掛けの重要性は変わらないのかも知れません。
その証拠に、成功している人



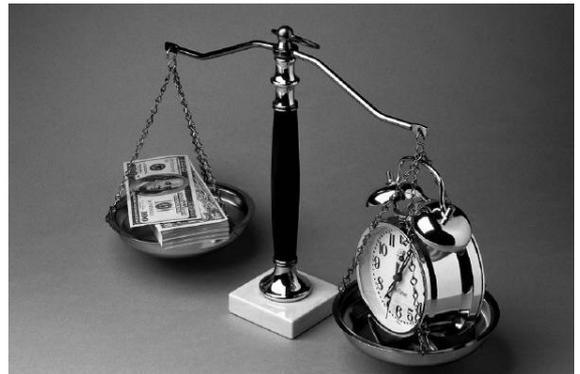
早起きの習慣は成功への第一歩？

は早起きな人が多いと言われます。ある有名な経営者いわく、「毎朝6時に起きる習慣がある人は、人生において大抵何かを成し遂げています」とのこと。実際、その経営者がよく知っているCEOたちはかなりの早起きで、3時半に起床する人もいます。ヴァージン・アメリカ航空のCEO、デビッド・クラッシュ氏の起床時間は4時15分。ジムへ行ったり新聞を読んだりする前に仕事仲間へメールをさそうそうです。デイズニーのCE

O、ロバート・アイガー氏の起床時間は4時半で、新聞やメールのチェック、運動、テレビを見るなどして過ごすそうです。アップル社のティム・クック氏は4時半に社員へメールを送るそうなので、実際はもっと早い時間に起きています。それでいて退社時間は誰よりも遅いのだとか。

日本の「早起き経営者」で有名なのは、カレーシヨップチェーン「SoSo吉番屋」を手がける吉番屋の創業者で、現在は特別顧問の宗次徳二氏です。もともとお客様からのアンケートトハガキを読むために早起きを迫られたそうですが、いまや「人生の成功は早起きに始まる」が座右の銘になるほどの早起きに。毎朝4時前に起き、90分ほどかけて名古屋の広小路通りを清掃するそうです。

早起き経営者に共通してい



成功者は「時は金なり」をよく知っている

るのは、起床後にやるのが習慣されていること。逆に言うと、毎朝やることを決めておき、それぞれの作業時間を割り振っておくことで早起きの習慣が身につくとも考えられます。漠然と早起きするのではなく、明確な目的に対する成果を出すことが重要なのでしょう。時は金なり。時間は作り出すものです。「忙しい」と言う前に起床時間を見直してみるとい

いかも知れません。

超一流に学ぶ人生訓

口から出すのは支出、
耳から入るのは収入。
収入がなく支出ばかりでは、
収支のバランスが合わなくなり、
頭の中が赤字になります。

れいせん
成沢玲川（ジャーナリスト）



明治から大正にかけて活躍したジャーナリストであり、『アサヒカメラ』と『アサヒグラフ』の初代編集長だった成沢玲川の言葉です。

「私どもの年になりますと上の方から叱ってくれる人がなくなる。毎日下の方に向かって小言ばかり言うようになる。これは経済的にいうと支出です。収入は上の方からお小言を頂戴することです。口から出すのは支出、耳から入るのは収入。収入がなく支出ばかりでは、収支のバランスが合わなくなり、頭の中が赤字になります。——適切なお小言を頂戴したいのです。それこそ金銀財宝にまさる無財の財産で、我々はそれによって頭脳の破産をまぬがれるのみでなく、さらに大いなる指針を得るのです。」

上司が部下に、年配者が若者に、小言混じりで自分の主義主張を熱く語る場面に出くわすことがあります。面と向かって反論できない目下の者に「価値観」という「押しつけ」をするのは、人生の先輩としてカッコイイ姿ではありません。自分を語りたいたい人が多い中、年齢問わず素直に他人の言葉に耳を傾けられる人は人望が厚く、器の大きさを感じさせます。

実るほど頭を垂れる稲穂かな。これこそ人格者たる姿勢でしょう。



KING OF インレー

高い透過性

高い適合精度

高い強度

審美を重視する補綴では、CAD/CAMで削り出したジルコニアフレームに専用陶材で築盛するタイザンを採用しておりますが、インレーやラミネートベニアではジルコニアの透過性の低さにより、セラミックに比べて審美的に劣ってしまいます。

そこで、審美性を重要視する患者さまのインレーやラミネートベニアには、e.maxと同じ材料の『T-プレス』をお勧めします。

『T-プレス』は、ニケイ酸リチウム結晶からなるガラスセラミックスインゴットを使用した、プレスタイプのオールセラミックスです。非常に透過性の高い材料なので、カメレオン効果が充分得られます。インゴット自体の色も20色あるので、レイヤリング（ポーセレン築盛）なしでも歯列に調和した再現が可能となっています。

また、弊社では単一素材での製作（ステイニング法）のため、通常のセラミックの4倍の400MPaという高い強度を十分に発揮できます。

今回、『T-プレス』を多くの医院さまに試していただきたいと思い、期間限定でキャンペーンをおこなうことにいたしました。この機会に是非ともご利用ください。

期間

このキャンペーンは終了しました



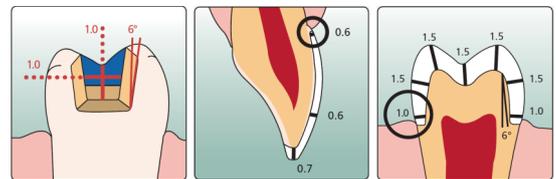
単冠のみ対応

安心の2年保証

製作日数 中4日

形成時のポイント

- 形成面を滑沢にし、アンダーカットがないようにする。
- 隅角部を曲面に仕上げ、鋭利な部分を残さない。
- ショルダー部には丸みを持たせたインナーエッジ、またはディープシャンファーを付与する。
- 小窩裂溝部のセラミックの厚みを1.0mm確保できるようにする。



・会社名：株式会社 スリービー・ラボラトリーズ

~Bring, Beauty & Brightness~

・提供できるもの：自費補綴物全般

(ジルコニア、プレスセラミック、メタルボンド、インプラント技工、
ハイブリットレジン、金属冠、ファイバーコア、TEKなど)

・会社住所：東京都新宿区大久保1-2-17 新宿サンエービル

・連絡先：電話 03-3204-8891 / Fax 03-3204-8895



T-プレ斯拉ミネートベニア形成



T-プレ斯拉ミネートベニア



T-プレスインレー