

## 生活文化産業学

(第1・3木曜日 午後14時～/成徳学舎)

2011年度後期 第7回 ケーススタディ5/超円高水準でも儲かるビジネスモデル

担当: カスター麻理、大倉 朗寛

～講義の流れ～

1. Applause Ballet Company 代表 カスター麻理さんによる講義  
(14:00～/60分)
2. 国際地域別テーマ創出について (15:00～/20分)
3. 超円高水準でも儲かるビジネスモデルについて (15:20～/20分)
4. 【情報共有】バレエ、フロリダ、インターネット通販 (15:40～/10分)
5. ディスカッション、まとめ (15:50～/10分)

～内容～

1. Applause Ballet Company 代表 カスター麻理さんによる講義  
(14:00～/60分)  
※内容は3ページ目を参照してください。
2. 国際地域別テーマ創出について (15:00～/20分)
  - ・下記の3つの視点から相互の差異や関連について理解する。
    1. 北米 (USD、CAD、MXN)
    2. 日本 (JPY)
    3. 欧州 (EUR、GBP、CHF)
  - ・生活文化について、ハード (生活必需) とソフト (付加価値) の視点から国際地域別テーマを創出する。
    1. ハード (生活必需)  
衣 (雑貨など)、食 (素材など)、住 (空間など)
    2. ソフト (付加価値)  
知 (教育など)、働 (サービスなど)、集 (イベントなど)

### 3. 超円高水準でも儲かるビジネスモデルについて（15：20～/20分）

為替市場における円相場は、ドルに対しては1ドル＝80円を、ユーロに対しては1ユーロ＝100円を割り込む超円高水準で推移している。輸出で売上を確保する企業は、特に大企業を中心に大打撃を受けており、為替市場に翻弄されている様相を呈している。

我が国は、産業構造が輸出一辺倒となってしまうため、昨今の超円高によって、軒並み大企業の売上が大幅に目減りして赤字決算に陥り、我が国の税収（歳入）にも影響する事態となっている。したがって、超円高水準でも利益を確保できる体制を整備し、日々変動する為替市場に翻弄されないビジネスモデルを確立しておくことが求められている。

そこで、まず、輸入産業について考えてみたい。これは単純に考えて、円高（ドル安、ユーロ安）という状況を生かして、安く商品を仕入れて販売することができる。予想以上に利益（為替差益）が得られる場合は、円高還元セールと称して割引などを通じて顧客に利益を還元することができ、引き続き円滑な商取引を継続してゆくことができる。

次に、海外旅行など、円を他国の通貨に両替する観光産業について考えてみる。この場合も、輸入産業と同様に、円高（ドル安、ユーロ安）という状況を生かして、より多くの海外通貨に両替することができ、商品の購入やサービスを利用することができる。

最後に、為替市場に影響を受けない独自ポイント制や物々交換といった仕組みについて考えてみる。カスタマー麻理さんは、米国フロリダ州に在住し、日本国内でまだ販売されていない入手困難な新商品を海外から調達するルートを独自に開拓し、独自のポイント制やディスカウントプログラムを用いて、レアな商品をインターネット経由で独自に通販サイトを運営して販売し、お買い得感を感じて頂く販売戦略で、独自に顧客層を広げている。

顧客とのコミュニケーション手段としては、フェイスブックなどを使いこなし、顧客との会話の中からニーズを的確にキャッチし、それに見合った商品を調達するルートを独自に開拓し続けている。メールやスカイプ（音声通話）だけでは知り得ないような情報を、フェイスブックというツールを最大限活用し、バリエーションに関する情報発信に努めながら、ファン同志の相互のつながりにも積極的にアクションしている。

このように、超円高水準だからといって、海外から安く仕入れて高く売ればよいという安易な考えでビジネスが成り立つ程、昨今の国際的な商取引は簡単ではない。しっかりと顧客との日々の細かなコミュニケーションを蓄積してゆく中で信頼関係が形成され、その延長線上に商取引があり、そこで超円高水準で推移する円相場の恩恵を受けることになる。

そのような視点で、大企業のビジネスモデルを見ると、顧客との日々の細かなコミュニケーションを蓄積してゆく中で形成される信頼関係が、社内外でしっかりと形成されていないように見受けられる。昨今の超円高を背景に、東日本大震災の影響で節電を求められたり、さらには電気料金の値上げなどを理由に、日本の大企業が海外に出てゆく限りは、当然のことながら、さらに円高に拍車がかかってゆくものと予想される。

ここで大切なことは、為替市場に翻弄されず、それぞれ独自の仕組みで価値交換できる基準あるいは仕組みづくりであり、それらを自ら創り出せる力量が、いま求められている。

4. 【情報共有】 バレエ、フロリダ、インターネット通販（15：40～／10分）

- ・ [生活文化産業学 | 市民大学院（文化政策・まちづくり大学校）](http://bunka-seisaku.org/sbsg2011.html)  
<http://bunka-seisaku.org/sbsg2011.html>

5. ディスカッション、まとめ（15：50～／10分）

6. Applause Ballet Company これまでの軌跡について

■ ビジネスを立ち上げたきっかけ

- ・ 母のガンの再発により、アメリカと日本を行き来した生活を余儀なくされたこと。
- ・ 夫の収入では、その生活スタイルが不可能だったため、今、自分ができることで収入に結びつくのは何かを考えた。

■ 起動に載るまでの経緯

- ・ アウトレットモールへ行き、レオタード一枚を購入。そして、Yahoo!オークションに出品。
- ・ 集客の第一歩として、Yahoo!オークションに、ウェブサイトのリンクを貼った。
- ・ 輸入レオタードの需要があることに、手応えを感じた。
- ・ 最初は、ショッピングカート付きのウェブサイトではなかったため、メールで受注していた。
- ・ 使いやすいショッピングカートがないかと探した結果、サリーネットと出会う。
- ・ 資金がなかったため、在庫を持つことは不可能、ではどうするか。。  
受注販売を思いつく。
- ・ 最初は、アメリカから日本に送るだけでも時間を要するのに、受注販売でも注文が入るかと危惧したが、急を要するものではないことから、お客様は待つて下さることが分かる。

- メーカーの開拓
  - ・老舗のメーカーからスタート。
  - ・取り扱いたいメーカーを決め、夫（アメリカ人）がコンタクトを取るスタイル。
  - ・各メーカーによって、取引方法が違うことを知る。
  - ・日本語サイトのみの時は、オフィスがアメリカ、販売先が日本だったため、メーカーの中には、どこの管轄に弊社を置くか困惑するところもあった。（現在もあり）
  
- ニッチ市場の開拓
  - ・2005 年頃から、同業者が日本でも増え続け、飽和状態に。
  - ・アメリカに拠点があるからこそ出来ることはなにかと模索。
  - ・待っていると、メーカーからは新商品の連絡がない場合もあるため、自ら確認を取る術を知る。
  - ・早め、早めに新商品情報を入手、そして、サイトでプリオーダーで販売を始める。
  - ・常に、ダンス関係の雑誌をチェック、他にも、関連商品で売れる物がないかチェック。
  - ・アメリカ人はイノベーションが得意な民族。彼らから学んだ方法をサイトでも実験を試みる。
  
- Facebook を利用した戦略
  - ・Facebook などの SNS を利用し、お客様との対話から新情報を入手。
  - ・営業で訪れた方には、必ず Facebook をオススメする。
  - ・アメリカにいても、日本の方のマインドシェアを確保
  
- 円高だからこそチャンスなビジネス
  - ・アメリカ在住で、日本で需要のあるものをビジネスにしたいと思っている人を探す。
  - ・信頼出来るビジネスパートナーを見つけたら、需要のあるニッチな商品を見つけて輸入する。
  - ・可能であれば、受注生産出来るものだとリスクがない。
  - ・人それぞれ「強み」が異なるので、自分が不得意とすることが得意な人と組むと、ストレスが少ない。
  - ・<http://www.linkedin.com/> に期待。  
（=ビジネスに役立つ人脈および知識が見つかる世界最大のプロフェッショナルネットワーク。）