

<セリング・ラボ 佐藤 正明 発行>

新しい営業スタイルを提案するメールマガジン

【寝て待つだけの営業活動】

～戦略的殿様商売のすすめ～

【今回のテーマ】 Vol.7

「将棋界の迷走」 ～新規開拓は基礎体力作りと同じ～

~~~~~

おはようございます。  
セリング・ラボの佐藤正明です。

2週間ほど前、将棋界で最古の伝統と最高の権威を持つ名人戦の主催者が、毎日新聞社から朝日新聞社に移動する、という出来事がありました。

この件に関しては、いろいろな立場から、様々な意見があると思います。

ただ、営業の視点から、「将棋連盟」について眺めてみると、大変興味深い示唆が隠れています。それを一言で言い表すと、「新規開拓を怠っていたツケが回って来た」、という言い方ができると思います。

それが、このようなドタバタ劇を生み、みっともない醜態を晒す結果につながったのです。

この主催者変更の理由は、協賛金などのオカネが原因です。

その背景にあるのが、将棋連盟のフトコロ事情です。

かつては150万人いたと言われる将棋人口が、現在では半分の80万人程度に減っているそうです。

ファンが少なくなれば、それまでスポンサーになっていた企業も、そこから離れて行きます。

宣伝効果がないものにコストをかけ続けるという選択は、株主に説明がつかないからです。

その結果が、将棋連盟の財政事情を悪化させていました。

聞くとところでは、年間5～6億円程度の収入減になっていたようです。

ここで、私たちが教訓とすべきことは、「新規開拓を、常に、それも継続してやり続けていなければ、組織は衰退する」という事実です。

それはプロ野球やプロレスの人気凋落にも、同じことが言えると思います。

新たなお客様やファン層を拡大する作業は、スポーツで言えば、筋トレかランニングのような、当たり前前の基礎トレーニングに相当するものです。

そこをおろそかにしたまま、既存客からのリピートオーダーだけに頼って、同じ場所であぐらをかき続けていたのでは、必ず、そのしっぺ返しがあるということです。

将棋連盟は、新たなファンの開拓を怠ったために、それが将棋離れを招き、結果としてタニマチを乗り換えるという、惨めな選択をせざるを得ず、多くの人に幻滅を与えただけでなく、自らの持つ最高の権威に大きな傷を付けたこととなります。

この醜態は、さらなる将棋離れを引き起こすかもしれません。

私たちは、この出来事を、決して他人事と思っではいけないと思います。

## 佐藤のおすすめ

私は、無料レポート配信サイトを利用して、数ページほどのレポートを公開していますが、どうも、あの無料レポートというシロモノにはハズレが多くて、いつも、「ただのキャッチセールス用の雑文じゃないか！」と怒っています。きょうは、そんな私が、多くの“石ころ”の中から「一見の価値あり」と思った数少ない“玉”の1つをご紹介します。

ただ、ダウンロードの条件として、レポート提供者のメルマガと、その他のメルマガを2つ以上、つまり最低3つ以上のメルマガの購読を了承する必要があります。

無料レポートだけ手に入れて、メルマガの方はすぐに登録を解除する人がいますが、レポート提供者のメルマガだけは、「即解除」はしないで下さい。

### 無料レポートのタイトル

ビジネスは“集客”から始まる ダイレクトレスポンスマーケティング  
「集客の仕組み作り」の How-to book

### ダウンロードはこちら

<http://mailzou.com/get.php?R=1031&M=1280>

発行元 : セリング・ラボ

編集人 : 佐藤 正明

所在地 : 〒180-0002 東京都武蔵野市吉祥寺東町 2-34-13-102

連絡先 : [magmag@brains-works.com](mailto:magmag@brains-works.com)

個人向け HP : <http://www.selling-lab.com>

企業向け HP : <http://brains-works.com>