

1. 自己紹介

・誕生～大学

- ・虚弱体質
- ・何かで一番になる
- ・新しい物好き

⇒強運

⇒FORTRANとの出会い(一浪:志学)

⇒自動車(パブリカ、サニー、カローラ、N360・・・)

皆と同じでは体力で負けるので常に「障子」を開け続けた

・就職活動

- ・超一流企業に就職して歯車(プライド)で生きるか
- ・逆転の発想で自分らしさが生きる企業で生きるか

⇒コンピュータの黎明期

悔しさをバネ

⇒「コンピュータをやりたい」と特徴づけてトヨタ系販売店に内定(3年)

⇒専攻:統計学・OR、理学部のコンピュータを活用して卒業論文

- 3つの「不」
- ・不足(量)
 - ・不満(質)
 - ・不快(感)

2. サラリーマン時代

給与計算から始まった

《不足》



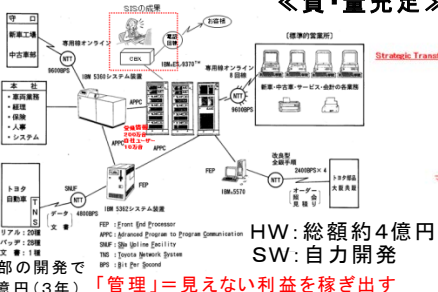
《生涯のテーマ》

クルマが売れるコンピュータ

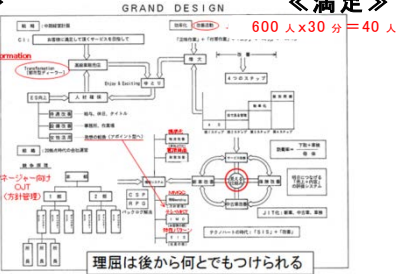
車検DM(S51年)「形は心を動かす」



現場業務～管理資料～外部発信 (而立)⇒(不惑)



システムを活用したOJT活動 トヨタ方式(4年間)



- ・故福井社長:「ポケットマネーで買ってやる」「IBMの方が羽野君の為になる」・愛語回天 S26:中古外車⇒S31:浪速日産モーター⇒S43:トヨタオート大阪と蜕变を繰り返した立志伝の人
- ・故十河専務:「営業所へ行って現実を聞いてシステムをつくれ」「2君に仕える時代」⇒公文へ FORD 日本法人⇒日産自動車⇒米国日産⇒トヨタオート大阪⇒公文 USA を設立した国際派
- ・NASA: New Aggressive Sales Actions (お客様を動かす) ・「幻の哮喘」⇒信頼感を失う

燃え尽きた!

43才(平成4年)



経験値 = Σ(経験)

福井社長はクルマの道 私はシステムの道を歩みたい 「不惑」から真の「知命」を探る

3. 船井総研で学んだ事(平成6年)

船井流1-2-3即時業績向上法

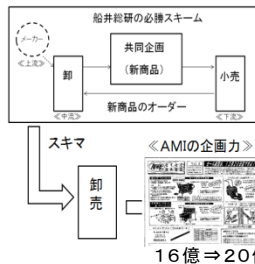
21世紀は企画の時代 《科学的な営業》

現実には「トヨタは雲の上」という反応⇒船井総研 46才(妄想)



1. 「ツキ」のない商品を処分 流行らない店は ツキのない商品が顔を利かせる
2. 「スペースを半分にして圧縮付加 売れる商品 売れる場所に 山積みする
3. リニューアル・オープン 在庫一掃セール

＜シェア・粗利率・回転率＞ 購買力で価格戦略



売上=F(m, n)

m=光る商品数 n=総商品数

売上が約1.4倍に

実はパワーポイントで作成したので、イラストレータ化で告知しました!

＜レポート品＞を訴求!



- ・「時流適応力相応一番主義」・時流適応:10年先を読む、力相応:できる事から、一番を目指す
- ・「素直プラス発想勉強好き」・素直:他人の意見を聞く、プラス発想:自分なりに、勉強:努力する
- ・「3つの「一」」・「一番化」:強い競争心、「一体化」:強いリーダーシップ、「一流化」:強い財務体質

「負けくせ」をつけない

やって見せ、言って聞かせて、させてみて、褒めてやらねば人は動かじ

実質無借金経営

「概念」をチェンジ

卸から直需へシフト

《4P》の時代

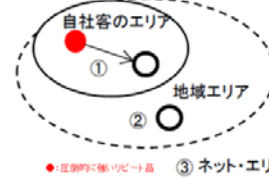
- ・商品(Product)
- ・価格(Price)
- ・販路(Place)
- ・販促(Promotion)

《4C》の時代

- ・顧客の価値(Customer Value)
- ・顧客にとっての経費(Cost)
- ・顧客の利便性(Convenience)
- ・顧客との関係(Communication)

強靱な経営体質 = $\frac{UP}{販管費} \geq 100\% + \alpha$

AMI流1-2-3即時業績向上法



- ①見込客へ横展開(成功事例づくり)
- ②気配客/モニター(コンタクト戦略)
- ③Web展開(小まめに更新)

「売りたい」=>「売れた」(実績)を横展開

百匹目の猿現象

「仲間」を増やす おとり行列 = 「華」 シェア = 陣地取り

「形の場」を形成 ブランド形成 = 〇〇の店 粗利ミックス法 = 目玉x定番

「形の共鳴」で伝播 多店舗展開・Web化

4. (有)エー・エム・アイ(平成7年7月創業:46才)の現状

始元(アルケー):「クルマが売れるコンピュータ」

信条:「形は心を動かす」「ちらしはお客様への手紙」「事実を命令する」

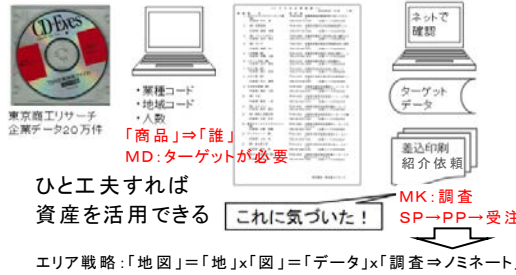
術・体でお客様を動かし
体内時計をスピードUP
「感即動」主義

心:AMI
観:Advanced Management with Information
学:Fax マーケティング
術:Fax 一斉送信,20万件のデータベース,
Web制作,システム開発
体:Fax デザイン,Web,システム

不易

流行

当社のビジネス・モデルの新たな展開



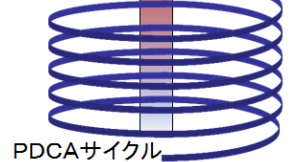
「3つの不」
お客様の「不」を聞き逃さない
「啄」:「商品」=>「お客様」=>「やる気」



会議:事実で「気づき」の場
・管理が根付く
・気配(SP)を報告する
・数字に敏感になる

管理の本質
・人づくり
・創意工夫
・儲かる体質

時間と情熱で「軸」アップ!



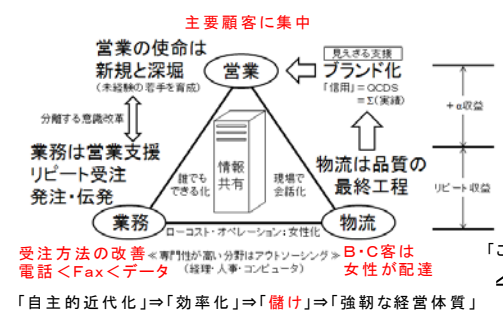
1:1.6:1.6の法則
人の心は変えられない

「この人なら」・まず話を聞いてやる
・お客様が動く仕掛け
・IT活用で業務改善
「こんな会社」・さりげなく競争心理
・社員が主役の場

販売会社の2つのエンジン

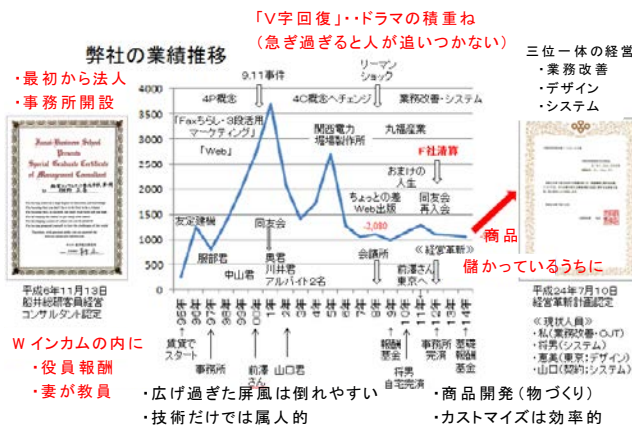


販売会社の3つ目のエンジン

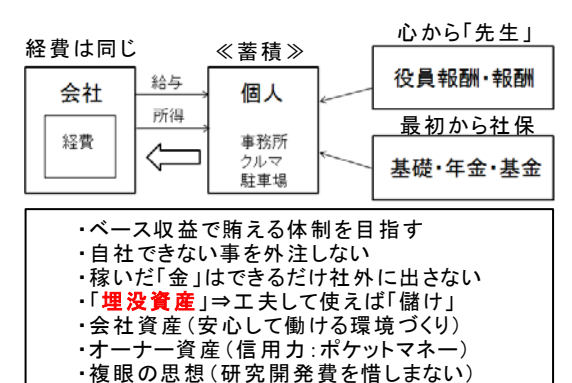


中小の3つの弱点:・変革(コンサル)・企画(デザイン)・情報(システム)

5. 業績推移と次世代に向けて

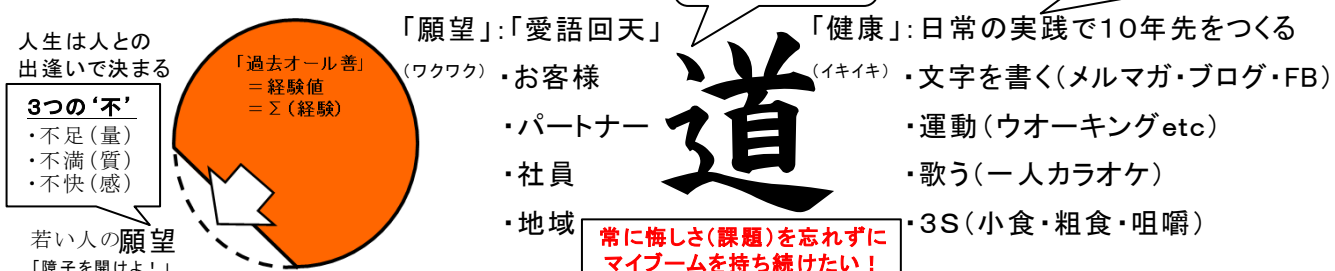


トヨタから学んだ企業繁栄の構図



- ・自主的近代化:平成24年「経営革新計画」の事業認定(オンリーワン商品)
- ・強靱な経営体質:リピーター収益で経費を賄い、蓄積した財務力で安心して働ける職場づくり

6. 明るい未来図(生涯現役:ワクワク・イキイキ)



「耳順」⇒「従心」:「心の欲する所に従えども矩を踰えず」(孔子:70才)