

『Web時代のツキの呼び方』

1. 「人間万事、塞翁が馬」

右の年表は、当社の「主な出来事」をカンタンに表したものです。平成7年7月に、資本金300万円で有限会社エー・エム・アイを創業しました。無鉄砲にも「主なお客様」がゼロの状態です。スタートしたので、資本金はアツという間に使いきってしまいました。お金という面では、第一回目の「どん底」を意外に早く経験しました。

しかし、不思議ですね。コツコツと営業をしていると第1号のコンサル案件が舞い込んで来たのです。このお客様は、経営診断から入ったので、初年度1千万円の契約でした。もちろん、得意のFaxによるレスポンス・マーケティングだったので、お客様の年商を初年度15億円から20億円に伸ばすことが出来ました。

この成功があって「資金」にゆとりを回復し、さらに、2社目の契約が出来たので、社員を採用する事にして、平成9年、自社オフィスを購入したのでした。しかし、何事も落とし穴があって、第2号コンサル契約が、お客様のトラブルで中断・中止になったので、社員に支払う給与に困るようになったのです。何とか工面して努力していると、平成10年に、船井総合研究所とコラボでセミナーをすることが出来て、営業案件が急増したのです。これが、順調だったので、平成13年、約3千5百万円の売上になり、名古屋に営業所を開設したのです。ところが、9月に起こった9.11テロ事件の影響を受けて、翌年5月に閉鎖という憂き目に逢ったのです。またまた、資金面で苦しくなったのですが、平成16年には、関電とホリバの2大プロジェクトがあって、収益が回復するのです。今度は、その反動でお客様が減少して、その後、長期の低迷期にあります。

まさに「人間万事、塞翁が馬」という格言の如くです。これらの出来事をグラフ化してみると「3年周期」で、景気の「山」がやって来ている事が分ります。平成8年～平成11年～平成14年～平成17年～次は、平成20年という事で、本年がピークに達するという循環と推測しています。

主な出来事	
H7/7	会社設立
H8/4	第1号顧客獲得
H9/7	自社事務所開設 社員雇用
H10/10	船井総研とコラボ
H13/12	名古屋営業所
H14/5	同上 閉鎖
H16/12	関電プロジェクト ホリバプロジェクト

2. 「ツキは、砂時計？」

右のイラストは、「好きな仕事」を繰り返すということを意味しているのですが、「ツキ」という概念も同じなのかも知れないと思うのです。上記で「3年周期」と書きましたが、この砂時計のように「お金」が減る事によって、当社の場合、一端「空っぽ」になってから「次の運」がやって来ると感じなのです。「人は苦境に立って、初めて磨かれる」とも言いますが、「空っぽ」・・どちらかと言うと「借金」状態になった時に、人間が磨かれて「成長」するように思います。

「砂時計」の砂の量は、当社の場合、3年分なのかも知れないのです。この「砂の量」は、会社によって、あるいは、人によって固有のサイクルをもっておられるかも知れません。例えば、新製品の開発状況で「サイクル」が決まるのかも知れないのです。当社の場合、「福の神」的存在の人が周期的に出現するのです。平成8年の第1回目のピークは、お客様の担当者であるN部長であり、平成11年の2回目は、船井総研のFさん、平成14年の3回目は、



社員のH君、平成17年の4回目は、関電のW君、そして、今回、平成20年は、お客様のNさんという具合であります。「苦境の時に人間が磨かれる」のですが、それぞれの「福の神様」は、私の成長に応じた「ツキ」を運んでくれているように思います。

また、「ツキの神様」は、「ついている人」に長く留まる傾向があります。そういう意味では、「砂時計」の砂の量を多くして「3年周期」をもっと長く伸ばしたいのです。すなわち、「金」という面で余裕を作ることなのです。もう、59才になるので「どん底」を繰り返したくないのです。幸い、来年から厚生年金の「報酬比例部分」の年金が入るようになるので、バッファが出来るので助かるのです。再来年は、妻も年金が入るようになる・・さらに、バッファが大きくなるので、「砂の量」は多くなると期待します。

3. Web時代の「福の神様」

右は、8月末にデジタル出版した「ちよつとの差」という本であります。この本は、本来は出版社に持ち込んで通常の書籍として店頭販売して頂く心算で書き始めたのです。数社に原稿を送ったのですが、どこも評価はして下さるのですが、60万円～250万円とバラツキが大きいのですが自己負担金を要求されたのです。60万円という資金は、今の当社では、なかなか勇気のいる投資です。

そんな中で「デジタル出版」というものを知ったのです。古い人間なので「本は紙の本で読む」と思っていたのですが、Web時代になって、書籍データをダウンロードしてパソコン画面で読み、気に入った箇所を印刷する時代になって来ているのです。この会社ならば、出版費用はゼロという事だったので。ともかく、まずは「カタチ」にする事が急務と思い、デジタル出版を決意したのです。まさに「Web時代の福の神様」という感じがします。結構、売れ始めています。「印税」・・価格300円なので、売れなくても知れていますが、たくさん、売れば「福の神」となります。また、幸運であれば、実際の書籍として出版になる可能性も残っています。これなどはWeb時代の「福の神様」と言えます。

参照：http://www.digbook.jp/product_info.php/products_id/10022



4. Web時代の「ツキを呼ぶ」方法

皆さん、「ネット支店」という言葉をご存じですか？ホームページを作るのは「当たり前」の状態になっているので、ネット上で販売促進するには、従来のようにホームページを作っただけではなく、小まめに対応していく体制とか覚悟が必要というような意味合いを含んだ言葉と理解しています。

この「ネット支店」をどのように実践するかを当社の「やり方」としてご紹介しますと、上は「**会わずに売る逆転のNASA戦略**」の無料メール・セミナーのバナーです。当社のホームページに貼ってあるのですが、その他にも「ブログ」の記事や「メルマガ」の記事などにも案内をしています。

「無料」でノウハウを進呈して大丈夫かと心配して下さる友人がいます。私は、経営コンサルタントだから「ノウハウ」を提供しても、さらに、「人を動かす」という面で存在感を出せるという自信があるのです。どんどん「無料」で送信して行きたいと思っています。こういう行為を「積善」と言っても



良いと思います。私の「メール・セミナー」で「気づき」があって、それをヒントにして幸せになってもらえれば良いのです。私も、いろんな人から教えて頂いて成長して来たのです。その「お返し」なのです。もちろん、少しの手間がかかりますが、メールなので、その他のコストはかからないのです。コストがかからない方法、例えば、このe-資料もPDF化して、当社のホームページにアップして、メルマガで告知してリンクして読んで頂く方法をとっているのです、殆ど「手間」だけなのです。

私は、「積善」という言葉を使っているように、必ず、返ってくると信じています。それもスピード時代なので、子孫というのではなく、自分の時代に直接・間接的に返ってくると信じているのです。Webですから、それこそ世界の人アクセスする可能性もあるのです。どんな人がWebで私とコンタクトするか分らないのです。私は、「人は満足すると他人に自慢したくなる」という性質をもっていると思っています。いわゆる、「ロコミ」の可能性もあるのです。

私を「よい」と言ってくれる人が増えることが重要なのです。そういうファン層ができれば、「本」なども安心して出版できるようになるのです。「見込める」という事で、さらに良い循環になります。出版社もドンドン企画を言ってくるようになると信じています。こういう状態をつくるのも「ツキを呼ぶ」を実践している事になるのです。

【まとめ】

1. 人生には、必ず山と谷があって、周期的にやってくる
2. 「砂時計」の砂の量を多くして周期を長くするには、「ついている」状態をつくる必要がある
3. 本は、自分を売り込んでくれる「福の神様」
4. 「積善」を信じて、見ず知らずの人にもドンドン発信する

【AMIニュースのバックログは <http://www.web-ami.com/siryo.html> でご覧になれます！】