

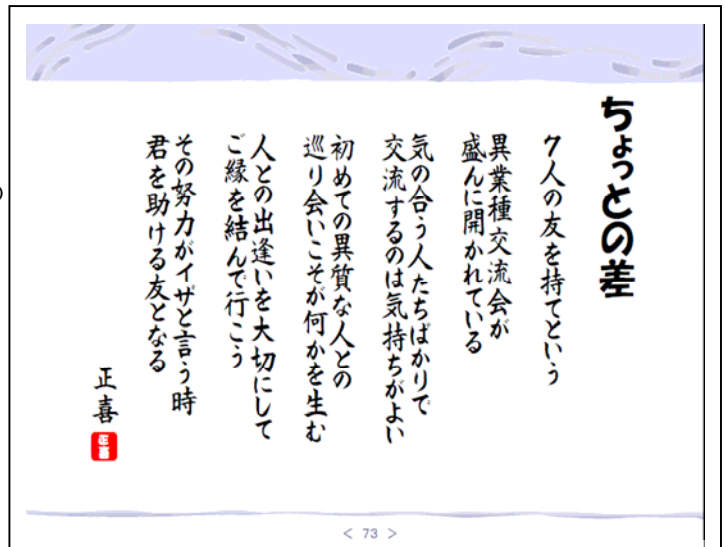
『「ちょっとの差」講座⑧：7人の友を持つという』

1. 「7人の友だち」

トヨタの世界では、「7人の友だち」という言葉がある。通常の場合、職場関係で交流するケースが多いのだが、これでは、同じ環境の人たちなので、発想が同じになりやすいのである。少なくとも、職種が違ったり、工場が違ったりする「友だち」を7人持つというのだ。それも「インフォーマル」に！

私は、サラリーマン時代に、この言葉を聞いて「友だち」を書き出してみた事がある。確かに、職場以外の友だちというと7人を書き出すのに苦労した。「こんな事なら、〇〇さんに聞いてみよう」と言う尺度を設けると、さらに、厳しくなるのだ。

船井先生は、右表のように教えて下さっているが、知人・すなわち、名前と顔が一致するようになると10倍になる、さらに、関係が進んで「気楽」に話が出来るとなると1000倍になり、相手の方から世話をやいてくれる「信者客」は、何と10万倍に跳ね上がるのだ。「7人の友達」を「友人客」とすると1,000人の人たちに囲まれているのと同じなのだ。「信者客」になると10万人分の価値になる。



一見客・・・1千円の価値とすると
知人客・・・1万円の価値
友人客・・・100万円の価値
信者客・・・1億円の価値がある

2. 異業種交流会

最近、異業種交流会に出席するようにしている。大阪商工会議所の会員になったので、天王寺・阿倍野支部という所に属しており、この支部活動として毎月「経営サロン」というものが開催されている。この前、初めて参加したが、気楽な会合のようである。こういう会合でも「友人」になるには、時間がかかるものである。まだ、名前も顔も覚えていない。これから、定期的に顔を出して、関係を深めていく事が重要である。

ところが、私は、元来、こういう会合が苦手という性格なのだ。どうしても、自分中心に考えてしまうので、「一見」→「知人」→「友人」→「信者」という関係になるまで回数を重ねて行くというのは「金と時間のムダ」と考える方なのだ。根本的にそういう考えがあるので、今までは、こういう会合には積極的ではなかったのだ。

考えてみると「今までは、大変、恵まれて来た」と思う。船井総研で勉強した時も、仲間に恵まれて、今までもお付き合いする人が3名いる。サラリーマン時代からもお付き合いしている人は、IBMを中心に10人を下らないし、その他の関係でも10人を下らないと思っている。いい人ばかりなのだが、これから現役をリタイアする人が増えるのだ。そうすると、お付き合いをするには、非常に難しくなるのが実情である。

そういう意味で、異業種交流会に参加する意義が見えてきたのだ。あまり期待すると「知人」止まりになるが、IBM関係のOBが主催する会合なども興味深いものがある。その他、お客様の関係で参加する異業種交流会も増えて来た。これからの楽しみである。

3. 「友人客」

現実に戻ると、実は、お客様が最大の「友人客」なのかも知れない。うちのお客様は、全て、お付き合いが長いのである。驚くことに、サラリーマン時代からのお付き合いというお客様が3社もある。こういう長いお付き合いは「友人客」を超えて「信者客」と言えるのかも知れない。「信者客」は、1億円というが、当社のお客様では、3千万円を超えるケースがあるのだ。なかなか、1億円という訳には程遠いが、小さなコンサル会社では、貴重なお客様である。

また、「信者客」という意味では、お客様の仕事を通じて「世界が広がる」というケースも多いのだ。お客様による「ご紹介」というケースが多いのだが、「技術」の面で、新しい展開(導入や提携)が現れて来ている。脱マンネリという視点では、「技術」という進歩は意義が大きい。「ご紹介」という面では、どうしても「押し売り」的な面があって、スポット的な契約に成りがちで、余り長く続かないケースが多いのだが、「技術」という面では、自社でも導入して磨きをかけることも可能だし、提携関係で、相手をご紹介できるのも発展性という面で大きいものがある。

4. 「ami」とは？

本来、社名は「エー・エム・アイ」であり、Advanced Management with Informaitionの略であり、「情報」という切り口を最初から意識しており、また、amiは、フランス語で仲間という意味があり、お客様の仲間という意識で「一体」となって仕事をするという願いを込めている。現実には、社員を雇って、ホームページや「ちらし」などのコンテンツづくりを社内で行っているのだから、企画したことを即コンテンツ化するということで、お客様のスピードUPに貢献している。

これからは「仲間」という意識を根底に持ちながら、「4つの般若」(布施・愛語・同事・利行)の精神を磨いて行きたい。大手のコンサル会社のように、法外なフィーを要求するのではなく、相手を思って、出来るだけ同じ目線で、直接、メリットが出るように木目細かいコンサルをして行きたいと思っている。これは、今まで、お付き合いして下さったお客様に、一番のアドバンテージを持たせて、出来るだけ「ご恩返し」が出来るように心掛けたいと思う。「ami」から「4つの般若」へシフトして行きたいと思っている。

【ポイント】

1. 「こんな事なら、〇〇さんに聞いてみよう」と言う尺度
2. 異業種交流会で「一見」→「知人」→「友人」→「信者」と関係を深めるのは難しい。
3. 「技術」面での新しい出会いは、相互に、大きなメリットを生む
4. 「ami」から「4つの般若」へシフト

★デジタルBook「ちよっとの差」は、

http://www.digbook.jp/product_info.php/products_id/10022 でお求めになれます。

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