

## 「つきの神様」

### 1. 船井先生に学ぶ「つき」

右掲は、船井幸雄先生の似顔絵です。よく「つきの神様には後ろ髪がない」と言いますが、この絵を見ると船井先生にはうっすらと後ろ髪がありますね。私は、船井先生はお客様にとって「つきの神様」と思うのですが、やはり、やさしい船井先生なので、いつでも来てもらえるように後ろ髪があるのだと思っています。



冗談はこれ位にして、私が船井先生を知ったのは、平成6年です。当時、私は大阪情報システムという大阪トヨタの子会社に勤務していました。その前は、関連のトヨタ販売店に勤務してコンピュータを担当していたのです。その事情もあって次長という役職でいたのですが、子会社という気楽な所では、毎年、赤字を出しているにも関わらず、親会社より先行して週休2日制をとり、給与体系も高い状態だったのです。赤字体質の会社には、それなりの大きな理由があるもので、なるほどと言う風土でした。私は、こんな風土では「自分が腐る」と思って、当時、流行っていたコンサル会社のスクールに応募したのです。

当時は、船井総研・日本LCA・タナベという会社が募集していたのですが、ある時、日本LCAさんの説明会に行ったのですが、ある講師の方が「船井さんは単純や。お店に行って、この店で一番売れる場所をどこか聞き、そこに一番売れる商品を山積せよと言うだけや」という船井さんを評したのです。私は、「シンプルでええやん！」とあって、迷わず船井総研で勉強することにしました。当時の船井総研の大阪事務所は、梅田の太融寺にあったのですが、4月から11月まで毎週金曜日の晩、7時頃から10時頃まで勉強して、目出度く「客員経営コンサルタント」(O-15)の資格を得たのです。(参照：<http://www.web-ami.com/profile/sikaku.html>)その後、仕事の整理をつけて翌年7月に独立創業したのです。

この間に、船井先生のメインである「即時業績向上法」を学んだのですが、この手法は、

- 1) 古い在庫(つきのない商品)を処分して換金する、
- 2) お店の売場を半分にしてスペースをつくり、その圧縮したスペースに定番商品を山積する、
- 3) 出来た資金で新規商品(旬)を仕入れて、残ったスペースへ展開してリニューアルする

という3段階法なのです。船井先生の言葉に「ついてないお店には、ついてない商品が顔を利かせている」と言うのがありますが、定期的に「クリアランス・セール」や「リニューアル・オープン」というメッセージを発信して1)、2)、3)を現場で実践するのです。「つきのある商品」=「旬の商品」という事ができるのです。

### 2. 私が考える「つきの神様」を味方にするコツ

前述は、小売店のケースなのですが、他の製造業や販売業にも通じるものがあります。私は、ビジネスでもプライベートでも「つきの神様」を味方にする共通のコツがあると思うのです。特に、個人レベルに落とし込むと「ついている人」と「ついてない人」という差がハッキリするのです。「ついている人」の特長は、「つき」=「旬」という要素をいろんな角度でもっているのです。「旬」ということは、勢いやリズム感、そして、ある程度のお金持ちというような要素があるのですが、それらを身につけ

るためには、次の3つ要素、すなわち、

#### 1. 「凡事徹底」

- .. 普段から小事(些事)を優先して処理しておく
- .. 小事はクレームの素

#### 2. 「華」

- .. 「卓越の4原則」でオーラを磨く！
- .. オーラは人を引き寄せる

#### 3. 「量」

- .. 「ビジネス・モデルの4原則」で「広く・早く・深く」を実践する。
- .. 「〇〇バカ」と呼ばれるまで〇〇をヒタスラ実践する

が重要なポイントだと考えています。

お客様のある営業マンですが、「小事」の処理が下手というか出来ない人がいるのです。常に忙しいと言っているのですが、「小事」をおろそかにしているので周囲からクレームが出るのです。どんな「小事」かと言うとカンタンな事なのです。内容物を封筒に詰めて、指定のお客様に郵送するだけの事なのですが、営業事務の女性に依頼できず、ぐずぐずしている内に期日に間に合わすことが出来ずに上司に叱られるという具合なのです。こんな状態なので、大きな案件までも十分な仕事にならずに逸注(どちらかと言うとノータッチ?)するのです。「凡事徹底」という言葉を知っていても実践が出来ないのです。

### 3. 「つき」=「旬」

「ついている」という状況を考えると「旬」という言葉を思い浮かべるケースもあります。「旬」というのは、果物では非常に鮮やかで食べて欲しいと色っぽく(華)訴求しており、かつ、そういう果物が大量に出回っているのです。こういう意味で、前項の2)「華」、3)「量」という2点がオーバーラップするのです。

「人」でも「ビジネス」でも「旬」という事が当てはまると思います。「人」の「旬」は、「売出し中」という勢いがあるという状況を思い浮かべます。「ビジネス」でも同じで「一番商品」がドンドン売れている状況にあるのを思い浮かべます。とにかく「勢い」があるのです。これが「ついている」という状態と考える理由なのです。

では、例えば、私の場合、もうすぐ還暦になるので、今のままでは「旬」と言うのではなく、逆に、「熟」という域から「朽ちる」という時期に向かっているのです。しかし、そういう私でも「旬」という事をメイクできるのです。それは、新しいことにチャレンジする事で「伸び代」を大きく出来るのです。「旬」=「伸び代」が大きいとも言えるのです。サミュエルウルマンの「青春」ではないが「心の若さ」が問題なのです。「若さ」=「伸び代」が大きいという事なのです。

新しいことへのトキメキも重要だと考えます。自分でする必要はないのです。若い人にやってもらっても良いのです。例えば、ブログを開設するには、煩雑な作業が必要ですが、その初期作業は若い人に手伝ってもらったら良いのです。出来たブログに記事を書き込む事が本当の目的なのです。これは、どんな事でも同じだと思います。新しいことへのトキメキを失わないように心掛けたい。

### 4. これからの「旬」作戦

お蔭様で「つきの神様を味方にする『ちょっとの差』」を活かす「プチCI戦略セミナー」を大阪商

工会議所で行うことが出来ました。「座学」と「戦略立案のワークショップ」という2本立てのセミナーですが、「戦略立案」のワークシート(棚卸・競合分析・SWOT・新ビジネス連係・戦略機会発見・CI戦略立案)の事例として、自社をありのままに書いてみたのです。

これを通して分ったことは、小さい頃(小2)に、母から「正喜は、晩年、なにかで有名になる」という占いの話を聞いたことが、その後、ずっと影響しているのです。例えば、サラリーマン時代には、コンピュータを担当していたのですが、IBMの機関誌IBM Reviewに2回(62号、88号)に論文を掲載されているのです。また、平成3年には、IBMの西日本地区の幹部会議でゲスト・スピーチをしているのです。このゲスト・スピーチは、ビデオに撮ってあって台湾IBMの方が、わざわざ「あなたの言う通りだ」と会いに来られた事があったのです。

とにかく、何かをするとまとめの論文を書き、それを題材にして来たのです。ある方は「ルール化力」と言って下さいましたが、この原稿もその一つの現れなのです。何かのテーマで小論文にまとめて、それをホームページに掲載しておき、メルマガで皆さんに存在を知らせているのです。こんな基礎活動でもネットサーフィンで毎日新聞の取材申込みが来たり、講演サイトから登録の誘いが来たりするのです。

母は「60を過ぎたらおまけの人生」と教えてくれたのですが、これからは「本当にしたいことを楽しむ時期」と五木寛之さんの「林住期」という本にも書いてありました。「おまけの人生」なので、金儲けに走らずに、今までの知識と経験を広く多くの方にお返しするという気持ちで生きて行くのが適切と言えます。幸い、「つきの神様を味方にする『ちょっとの差』」はネーミングも手伝って、好評のようであります。こういう軽い一言を通じて、いろんな方に「気づき」のヒントになれば幸いです。これからは「おまけの人生」を楽しみたいと思っています。

#### 【まとめ】

1. 「つきのある商品」≒「旬の商品」
2. 「凡事徹底」が基本で、その上に「華」と「量」が必要
3. 「旬」=「伸び代」が大きい
4. 「おまけの人生」で気軽にお客様に役立つ

【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！】