

「障子をあけてみよ、外は広いぞ」

1. 「障子を開ける」

右掲は、豊田自動織機の創始者である豊田佐吉翁です。自動織機の特許で財をなしたのですが、息子の喜一郎に「障子をあけてみよ 外は広いぞ」と言って、単なる事業継承ではなく、新しい分野を切り開くことを勧めて現トヨタ自動車が誕生したのです。この後、「一代一業」という主義でトヨタホームなどが誕生しているのです。



wikipedia 豊田佐吉より

私は、この「障子をあけてみよ 外は広いぞ」という言葉が大好きです。思い起すと平成4年に最初の転機、サラリーマンとしての道か自分の道を歩むかという分かれ道だったのです。それまで、入社以来、コンピューター筋の人生で、すでに全社オンライン化も終り、トヨタ自動車のモデル店として物流改善のプロジェクトも終り、IBM と SIS で起こしたテレマーケティングも稼働して、営業支援システムの展開が残るだけだったのです。しかし、この展開を営業部が嫌がって頓挫したのです。「もう、これ以上、開発する仕事はない」という気持ちが起こり、「自分の道を歩みたい」という願いで退職し、関連会社に入社したのです。

この関連会社は IBM 特約店をしていたので、コンピュータを通して多くのお客様に貢献できると思ったのですが、実は、特約店事業に転機が来ており、入社して半年ほどでお客様と社員を他社に任すというリストラが行われたのです。お客様の3分の1ほどを残したのですが、お客様の不信は、なかなか解消できるものではなかったのです。私は、AS/400というオフコンを4台販売し、システム開発も数千万円を獲得したのですが、一度、ムードが悪くなった会社を立て直すには、商品開発が必要と思い日本 LCA の DIPS というスケジュール管理の導入およびシステム商品化を提案し、自らは、自費で船井総研の客員経営コンサルタント養成学校に通ったのです。しかし、平成6年10月に船井総研の客員経営コンサルタントの資格を得たのですが、担当役員が変わっていて「資格を使うのは、栩野さんの客をつくるだけだ」という反対論が出て、担当したシステム開発が終了するのを待って退職し、独立開業したのです。平成7年7月の事でした。

このように、サラリーマン時代は、まず「コンピュータ」という事で障子を開けて、トヨタの物流改善や IBM の SIS プロジェクトを通じて視野が変わり、船井総研の客員経営コンサルタントの資格で独立開業へと進んだのです。確かに、障子を開けて別な世界に飛び出したのですが、全てが順調に展開した訳ではないので、今、62才10ヶ月になっていますが真に「運」がよかったと思っています。多くの友人に助けられ、多くのお客様に会って、今日に至ったのです。「自分の道」という意味では満足していますが、リスクな事をやってきたものだと思っています。

2. Facebookで障子を開ける

平成7年7月に独立開業して「Fax ちらし・3段活用マーケティング」というニッチな分野でお客様を獲得できて今日に至っています。この17年間でも「障子」を開けています。一つは、事務所を買って社員を雇ったことです。やはり、若い人のパワーでホームページやメルマガなどにチャレンジした事です。販売促進企画をちらし化してFax 送信&ホームページ掲載という分野をつくり、お客様の推進エンジ的な役割を果たすようになったのです。

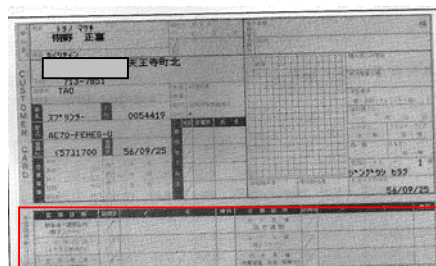
次に、平成20年にお客様の勧めで大阪商工会議所に入会し、今年、平成24年に同じくお客様の勧めで大阪府中小企業家同友会に入会しました。異業種の方々と商売抜きで交流できるようになり情報の幅が広がりました。特に、大阪府中小企業家同友会で所属した東住吉阿倍野支部は

活発な支部でメール・リストやFacebook (FB)などを活用して情報の共有化をされているので、私もFBを始めるようになったのです。まだ、2週間ほどですが、友達は140人を超えています。このFBという「障子」を開けたお蔭で、朝の習慣が変わりました。自宅にネットブックを持ち込みワイマックスで通信をしているのですが、大体、4時半頃に目が覚めてFBの書き込みとチェックという事から始まります。北は北海道から南は九州という風に散らばっているため、各地の状況も分るし、年代も性別も散らばっているため、いろんな考え方に接することが出来て刺激になっています。朝のメッセージでは「明るく元気で前向きに」をモットーとしていますと宣言していますので、自分への励みにもなっています。

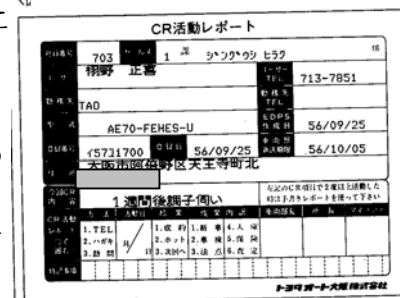
3. CRMソフトで「経営革新」

2年前に三男が入社して、お客様をモデルにシステム開発を行なっています。山口さんに相談しながら、VBA&SQLサーバーという組み合わせでクライアント・サーバー型のソフト開発を行なっています。もちろん、販売管理がメインなのですが、お客様の長に合わせたCRMソフトを開発しています。一般にCRMソフトのCRMはCustomer Relation Managementとされていますが、当社ではRelationをRetentionと置き換えています。この考え方は、約40年前にトヨタ系販売店に入社した時に、新入社員教育でCR活動のRはRelation(関係)ではなくて、Retention(離れて行こうとする者を引き戻す)という積極的な活動だと教えられたのでした。

その後、自分がシステム開発をするようになって、右掲にあるCRカードとその下のCR活動レポートというカードを作成したのです。赤の□で囲んでいる部分は、このRetentionという概念を具現化する基準を表しているのです。例えば、納車後1週間以内に調子伺いを行い、1ヶ月無料点検に入庫してもらうという風な流れの行動基準があるのです。この基準に従って「Do指示」としてCR活動レポートを出力して各営業所長を経由して営業マンに渡され、その活動結果をシステム室に回収して結果レポートをバッチ処理していたのです。



このターンアラウンド処理によって、いろんな事が分ってくるのです。例えば、1ヶ月、6ヶ月の無料点検を積極的に入庫勧誘すると「車検」の入庫率が格段に向上するなどの因果関係も見えてくるのです。営業マンの使命は「売る」だけではなく、リピートしてもらう、すなわち、車検などを自社で実施して頂くことも重要なミッションなのです。そのミッションを果たす為にも「〇〇しなさい」という「Do指示」が必要になります。さらに、その「Do指示」カードを営業所長から営業マンに手渡すことにしたのです。所長と相談して、訪問するのか、電話をするのか、ハガキを書く等と手段を選択するのです。この所長経由という点が大きな「ミソ」なのです。



私は、この概念をお客様の営業支援システムとして三男と一緒に開発導入したのです。サンプルに「当たり前基準」を設定して、お客様とのコンタクトを取る「Do指示」を出すようにしました。当然、お客様のランクという考えも入れて、例えば、SAランクは、最低週に2回以上コンタクトをとり、Aランクは週1回、Bランクは2週間で1回、Cランクは月に1回、その他は、3ヶ月に1回という基準を設定するのです。これらの基準に基づいて「Do指示」を出し、営業報告という機能を通して日報報告を兼ねるようにしています。

この概念は非常に重要なのです。CRMというソフトは数多く出ていますし、流行のクラウド型のソフトとしてセールスフォースに代表されるパッケージ型のものが出ています。使う人数によって、月

額料金が決まるタイプなので、一見、良さそうに思えます。しかし、落とし穴があるのです。それは、販売管理システムなどの他のソフトと連動するには大きな問題点があるという事と、担当者がコンピュータと睨めっこして自分で行動を決めるという点なのです。最初の他のソフトとの連動では、納品データとのリンクが出来ると「商品」を切口として「D○指示」が出せると言う点が大きいのですが困難なのです。また、後者の自分で決めるという点では、カードをベースにして上司との「報連相」という点が欠如するので現実的ではないのです。

私たちのCRMソフトは、この2点を克服している特長があり、ニッチですが「当たり前基準」という自分たちで決めるシンプルなルールでCRMを行うので中小零細企業にも受け入れやすいのです。現状を「表準」(おもての標準)と言うのですが、「当たり前基準」として設定して、これを段階的にレベルアップさせて行く事が可能なシステムなのです。この特長から大阪府に中小企業新事業活動促進法に基く「経営革新計画」として大阪商工会議所のご支援を得て申請しています。この認定を受けて新たな「障子」を開けたいと思っています。

4. 10年後に向けて「障子を開ける」

今、会社は経営コンサルティング事業が主軸ですが、この分野では事業継承が難しいのです。一昨年、三男が入社したのですが、彼が事業継承するには上項でご紹介したように、その得意分野を伸ばすという点でソフトウェアという軸での事業化が課題になったのです。

もちろん、単純にソフト会社と言うのでは数多くの同業他社に後塵をはいしますが、オリジナルな「当たり前活動」という視点を織り込んだCRMソフトという点でユニークなのです。もちろん、営業活性化という点では、このCRMソフトだけでは不十分なので、「形は心を動かす」という従来からの「Fax ちらし・3段活用マーケティング」のコンサルティングも連動して、両面でお客様にサービスして行きたいと思っています。

右掲は、三男が13年前、小学校6年生の夏合宿の際に、作ってプレゼントしてくれた楯です。予言めいたミラクルな事なのですが、それから13年経過して、三男が会社に入って、しかも自分の技術で「日本一のAMI」を目指しているのです。



また、ラッキーにも「経営革新」を目指して大阪商工会議所のご支援を得ながら申請を進めているのです。これらの幸運を確信してオンリーワン企業を目指して行きたいと思っています。

そのために、常に、自力で技術革新を図り、お客様に貢献しながらニッチな分野で「日本一」になって行きたいと願っています。10年後の世界は、私は72才なので、まだまだ支援できると思っています。これからも、ビジョンを共有して進んで行きたいと思います。

【まとめ】

1. 豊田佐吉は「障子をあけてみよ 外は広いぞ」と言って息子の道を切り開かせた
2. Facebookで新しい習慣を身につけ、全国各地の友達と情報交換をして刺激を受けている
3. 温故知新でニッチなCRMソフトを開発し、経営革新にチャレンジ
4. ユニーク性を発揮する「日本一のAMI」を目指す

【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！】