

船井総研から学んだ事・・・②

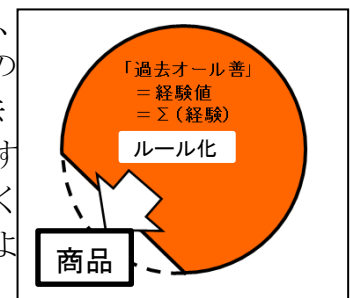
1. 「過去オール善」とルール化

私は、前号でサラリーマン時代の事や自費で通って船井総研で学んだ事を書きましたが、システムの道から外れて22年間もやり続ける事ができたのは、右掲のように、自分の「好きな事」を発見して仕事ですが楽しく砂時計を繰り返す事ができたからです。反復作業はどんな事でも長く続くと苦痛に感じるものですが、ある種の事はどんなに続いても苦痛とは感じないのです。私は、それが天性でありDNAが反応しているので長く続けれるのだと考えています。



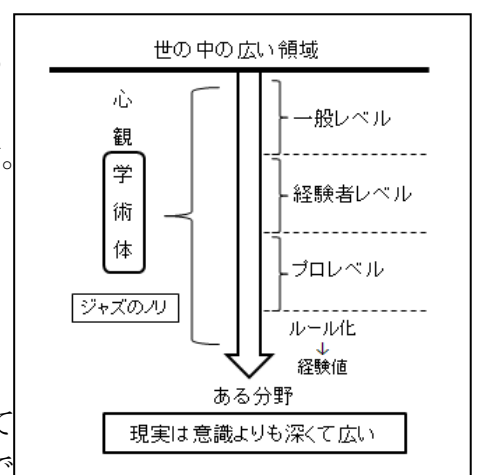
「仕事」という点では、サラリーマンの場合、なかなか選べないという事があるのです。例えば、営業が得意な方でも商品や売り方によって得手不得手があるのです。また、現場が得意な方もあれば、管理が得意という方もあります。私自身は、自分が出来る事がベースになっており、それをベースに管理するのであったら得意と言えますが、そうでない事で管理に回されると大変な苦痛になってしまうのです。これは、自分のサラリーマン時代を振り返って痛感する事で、その苦痛に陥らないように転職をし、さらに、船井総研の客員経営コンサルタントの資格をとって自分の望む「道」を歩むようにしたのです。まあ、その他にも理由は沢山ありますが、煎じ詰めれば、自分を活かせる「道」を求めたのです。

しかし、経営コンサルタントになるのは宣言するだけでも良い訳ですが、生きて行くには「人の役に立つ」という事が無ければならないのです。この「人の役に立つ」物を見つけるのが、非常に難しいのです。右掲は「過去オール善」という故船井先生の教えです。「経験値 = Σ (経験)」とありますが、まず、「経験値」が高くないと経営コンサルタントは難しいのです。多くの事柄は、お客様の中で経験している方がいらっしゃるのので、その方々より「より深い経験」が必要であり、その「深さ」を「経験値」と考えるのです。



2. 「経験値」と「ジャズのノリ」

右掲は、私たちが指導して下さった宮内先生がおっしゃっていた「心観学術体」という言葉と「経験値」の関係を表したものです。世の中には本当にいろんな分野があるのですが、経営コンサルティングを行うには、まず特化した分野で深める必要があるという事なのです。「学」は「ある分野」で、「術」は「やり方」、「体」は「実技」、いわば「やってみせ」が出来ることがベースなのです。この「やり方」や「実技」が経験値として高くないとお客様の中におられるプロレベルの方の共感を得る事が難しいのです。

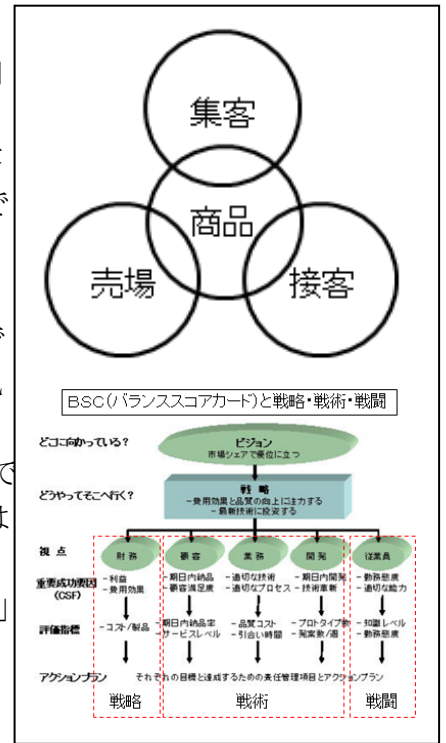


「現実には意識よりも深く広い」とありますが、実際に、お客様の中に異色な経験値の方がおられるので、ニッチな専門分野だが「深くて広い」という包み込める高い経験値で、しかも「ジャズのノリ」(即興)で応える事が必須なのです。ただ教えるだけならインストラクターだと宮内先生に教わったのです。この言葉を大切にして、「Faxちらし3段活用マーケティング」という商品を掲げて深めて来たのです。反復するには、毎回、新鮮度が必要になるのです。この「新鮮度」の打ち出し方とその具現化でプロと評価され、さらに、デザイン担当者を雇いコンテンツ(Fax、Web)をスピーディに制作してお客様の「体内時計」の回転を速めるようにしてきたのです。

3. 「基本4要素」と「戦略・戦術・戦闘」

右掲は、宮内先生から教わった販売促進の小売版概念図です。船井総研では「商品:40%、売場:30%、接客:20%、集客:10%」という比重としていたのです。一般には、「集客」にウエイトを置いて「ちらし」が重要な要素のような印象を受けるのですが、確かに、集客が出来ても、例えば、粗品だけをもらって帰るというケースもあるのです。「商品力」と呼ぶ品揃えが大切なのです。中には、ドンキホーテのように無秩序に商品陳列して客に探し回らせるという場合もありますが、通常は「単品」と考え方で「単品ライン」という棚作りを行うのです。この「単品ライン」をディスプレイで見やすくして、お客様に発見してもらい易くし、その上、POPで訴求するという流れなのです。

右下は船井総研では「戦略・戦術・戦闘」と3段階に考えているのですが、BSCと呼ばれる手法との関係を示した物です。船井総研では「戦略」:「商品」を軸にして「財務」を目論見通りに良くする事
「戦術」:戦略を達成する為の手段・手法で「商品」を軸にして「売場」を形成し「接客」の方法としてPOPを作成
「戦闘」:「集客」したお客様を満足させる「売場」づくりと「接客」訓練とシンプルに示し「現場主義」で実践するのです。



一般的に「戦略」は他人からは見えない物と定義されているように「目論見」なのです。その「目論見」を実現させる為に必要な「戦術」を示す訳です。従って、「戦術」は「商品」を軸にしっかりと手段・手法を練っておき、それを社員に教育訓練して「戦闘」の能力を高めるのです。この社員への教育訓練が重要なのですが、多くの場合、現場で行うOJTなのです。従って、現場リーダーの能力に大きく依存するのです。この「戦術」と「戦闘」の領域で、しかも「ジャズのノリ」で臨機応変に指導する能力がコンサルタントに必須なのです。実際に、船井総研の方は現場で「やってみせ」を行って、現場社員の動きをリードして流れを作っているのです。私は、「Faxちらし・3段活用マーケティング」で実際にリードしているのです。

4. マーケット・サイズ

前項のように、船井総研では「商品」を軸に「戦略・戦術・戦闘」を立てるので、右掲のマーケット・サイズ表を作っているのです。前号で船井先生は「シェア」を優先させていると書きましたが、その数値を算出する目安を示しているのです。右掲では「指輪」という単品ラインがあり、その中に「ダイヤ」という単品があり、その中に3つのグレードがあるのです。例えば、ダイヤのマリッジリングは一人当たり2400円支出するので、商圏人口が10万人なら2億4000万円の年間市場があると推定し、自社の売上でシェアを算出するのです。

このマーケット・サイズは、政府の消費動向や生産統計などを元にして船井総研が長年の経験値を加えて算出しているものです。売り方が「小売店」から「チェーン店」や「ネット販売」と変わって来ているので、この表の役目が終わりつつあるのですが、他の分野でシェアを測る際に、この考え方も一つの目安になるので参考にしたいです。

12. 宝石		13. 力・飾品	
品名	単価	品名	単価
① 1.000円未満	1,400	11 レーザー	100
② 1.000円以上	500	12 コーデジヤ	750
③ 1.000円以上	750	13 3-T-V	400
④ 1.000円以上	3,650	14 デザイナー	300
⑤ 1.000円以上	850	15 3-T-V	3,430
⑥ 1.000円以上	300	16 デザイナー	1,400
⑦ 1.000円以上	1,750	17 (香港産)	2,100
⑧ 1.000円以上	150	18 金イーム	500
⑨ 1.000円以上	400	19 金イーム	150
⑩ 1.000円以上	350	20 金イーム	100
⑪ 1.000円以上	6,300	21 金イーム	200
⑫ 1.000円以上	600	22 金イーム	100
⑬ 1.000円以上	30	23 金イーム	100
⑭ 1.000円以上	550	24 金イーム	100
⑮ 1.000円以上	200	25 金イーム	100
⑯ 1.000円以上	30	26 金イーム	100
⑰ 1.000円以上	20	27 金イーム	100
⑱ 1.000円以上	2,000	28 金イーム	100
⑲ 1.000円以上	200	29 金イーム	100
⑳ 1.000円以上	1,100	30 金イーム	100
㉑ 1.000円以上	300	31 金イーム	100
㉒ 1.000円以上	150	32 金イーム	100
㉓ 1.000円以上	300	33 金イーム	100
㉔ 1.000円以上	100	34 金イーム	100
㉕ 1.000円以上	300	35 金イーム	100
㉖ 1.000円以上	4,930	36 金イーム	100
㉗ 1.000円以上	11,230	37 金イーム	100
㉘ 1.000円以上		38 金イーム	100
㉙ 1.000円以上		39 金イーム	100
㉚ 1.000円以上		40 金イーム	100
㉛ 1.000円以上		41 金イーム	100
㉜ 1.000円以上		42 金イーム	100
㉝ 1.000円以上		43 金イーム	100
㉞ 1.000円以上		44 金イーム	100
㉟ 1.000円以上		45 金イーム	100
㊱ 1.000円以上		46 金イーム	100
㊲ 1.000円以上		47 金イーム	100
㊳ 1.000円以上		48 金イーム	100
㊴ 1.000円以上		49 金イーム	100
㊵ 1.000円以上		50 金イーム	100
㊶ 1.000円以上		51 金イーム	100
㊷ 1.000円以上		52 金イーム	100
㊸ 1.000円以上		53 金イーム	100
㊹ 1.000円以上		54 金イーム	100
㊺ 1.000円以上		55 金イーム	100
㊻ 1.000円以上		56 金イーム	100
㊼ 1.000円以上		57 金イーム	100
㊽ 1.000円以上		58 金イーム	100
㊾ 1.000円以上		59 金イーム	100
㊿ 1.000円以上		60 金イーム	100
合計		合計	9,770