

創業25周年

1. 創業25周年

昨日、7月3日は、弊社の創業25周年の記念日でした。一口に25年と言いますが、その間にいろんな事があって、やっと迎えたのです。平成7年7月3日、なぜ3日かと言えば、単純に亡き妻が自分の誕生日に合わせたらと言ったからです。普通なら1日だと思うのですが、7日にすれば平成7年7月7日とラッキー7とも思いましたが、そこは逆らわずに素直に決めました。

右掲は、日経ビジネスが算出したベンチャー企業の生存率です。20年も活躍できている企業は僅か0.3%ということで驚きます。その記事によると金儲けを目的にした企業は長続きせず、長続きしている企業は社会に役立ちたいという理念を持って、そのお役立ちの手段を時流に適合し続ける事が共通しているとの事です。

ベンチャー企業の生存率
5年後は 15.0%、
10年後は 6.3%
20年後は 0.3%
日経ビジネスより

まず、企業の財務力のバロメーターである不動産の状況は右掲のように着実に形成できています。これはトヨタ系販売店時代に学んだ稼いだ金を外部に出さない哲学に基づいています。まず、事務所は創業当初はワンルーム・マンションの1室を借りていましたが、社員を雇う事になって1DKマンションを購入して約800万円の15年ローンを組んで事務所風に改装したのです。これが真っ先に完済して、今は月1万3千円程の管理費で済むようになっていました。賃貸の2年間で約200万円支出した事を思うと頭金をねん出して家賃とほぼ同額の支払いで資産を形成できたので雲泥の差です。仮に、同じように賃貸でいたとすると、さらに2300万円も出ていたのです。自宅も完済して駐車場込みで約3万3千円の管理費なので、両方で月4万6千円で済んでいます。多分、賃貸なら4倍は必要になりますのでこの差は非常に大きいです。

25年間に得た財産
・事務所が完済
・自宅が完済
・母の家を相続してリフォームで社宅化
・自動車は18年

母の家は今年3月に母が他界して、弟が息子に住んだら良いと言ってくれてリフォームを決めたのです。何故なら、借地なので遺産相続しないなら解体更地にする費用と両隣の外壁補修が必要で見積もりで約500万円と出たのです。仮に、100万円程度だったら解体していたと思いますが、どうせならリフォームして活用しようと思ったのです。中小企業家同友会の同じ支部の方をお願いして約800万円で今回は自己資金で行います。完工は今月末の予定です。地主に月1万7千円の地代が必要ですが、十分に活用できると見込んでいます。

2. 「鄙の論理」で25年

私は、船井総研の客員経営コンサルタント養成学校に通って船井流のコンサル術を学んだのですが、それを活かす為に「21世紀は企画の時代」という信念も持って創業したのです。当時、企業なら100%普及しているFaxに着目して、「迷惑Fax」という言葉が流行っていたので大手が手を出さない分野「スキマ」にチャレンジしたのです。右掲は、第1号のお客様でFaxマーケティングを行う為に、自社でノウハウを蓄積する為に平成8年4月から月2回発行した機関誌の最終号(504号)です。「止める時は倒産」という覚悟で持続できるスタイル、例えば、テーマを決めて6回シリーズで連載形式にしたり、社員のコラムを作って参画してもらう仕組みにしました。この機関誌は20年続けて、メルマガやSNSで情報発信する方法と交代する形で終わりました。



「Faxちらし・3段活用マーケティング」と商品化して、セミナーを開催してお客様を獲得しました。3段とは、1段:Faxによるレスポンス獲得、2段:レスポンスが不十分な時は名簿を元に電話フォローするとレスポンス客数の10倍関心を持った潜在客を

発見できる、**3段**:レスポンス客と潜在客に対してクロージングという物です。クロージングには、「ツール・手順・トーク」の3要素をロールプレイングで営業知識として共有する方法を行いました。

当時、'95年はインターネット元年とも呼ばれたので、知人から「今頃、Faxかよ?」と揶揄されましたが、「自分で出来ること」を信念にFaxを活用してお客様の営業活性化に貢献して来ました。まさに、「鄙の論理」で大手が手を出さない分野だったのです。

3. 自主的近代化

右掲は「イチオシ情報」の事例ですが、ホームページ(HP)とも連携しています。「売りたい」という姿勢では長続きしないという事はFax通信でも同じです。お客様とのコミュニケーション・ツールとして営業が現場でPRしない物を告知しています。HPに掲載しているのでネット検索で注文が来る商品があると喜んで頂いています。

会社の質的向上は、実はお客様の向上がキーなのです。お客様に商品などを提案する中で、お客様が頂くイメージが今取引している商品以外に拡大して、お客様が困った時に思い出して問い合わせしてくれるというFCC (First Call Company:タナベ経営)戦略になっているのです。このお客様とは10年のお付き合いですが、この間に質的向上が著しく社長様以下が一体化して頑張っています。

弊社は、デザイナーとシステム・エンジニアを擁しており、この2つの職は中小企業のアキレス腱とも言えるもので、この課題をワンストップで解決する事が「売り」です。つまり、顧問契約が中心になりますが、コンサルで決めた事を社内でデザインしたりシステム開発する体制でタイムラグがないサービスでお客様の経営速度を高めています。また、お客様は顧問契約なので、いわゆるサブスクで相談しやすいので問題解決の速度が格段に向上されて、確実に、お客様に必要なアウトソーシングと認識されています。

工場管理をIoTで見える化!

- 設備・資産管理を徹底して
- 設備の稼働状況や稼働率をリアルタイムで把握
- 稼働データに基づいた設備の保守・点検
- 稼働データに基づいた設備の稼働率の向上
- 稼働データに基づいた設備の稼働率の向上
- 稼働データに基づいた設備の稼働率の向上

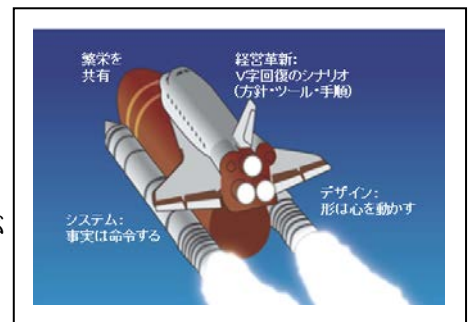
「クラウド」のご相談は実績のある弊社へ

丸福産業株式会社

4. 次の25年に向けて

右掲は、弊社の3本軸を表したものです。お客様の繁栄を願い経営コンサルティングを行いながら、時期に応じた「V字回復」のシナリオを基に「デザイン」と「システム」の両輪でパワーアップする事を描いています。つまり、「コンサル・デザイン・システム」の3本柱が弊社の「売り」なのです。

「システム」は三男が担当しており主要軸として人材を確保しながら太く伸ばして行きたい事業です。「デザイン」は、現在テレワークで次男の嫁になった方に担当して頂いていますが、子育ての真最中なので時間的余裕がないので、新しい人材が必要な分野になっています。仮に、この2分野が充足すれば、「コンサル」という役目がなくともお客様の成長に貢献できるので大きな課題になります。



2025年に事業承継すると決めて、「システム」と「デザイン」の両軸が機能するように人材育成を予定しています。その為にも「社宅」を用意して、弱小ながらも「人」を大事にする会社を訴求して採用面の課題を克服したいと考えています。中小企業家同友会理念の「自主的近代化と強靱な財務体質」を念頭において、一步ずつ着実に進めて行きたいと思えます。そして、25年後、創業50周年の時は、私は96才、三男は58才です。人間は生身なので、健康に留意した生活を送って元気に迎えたいと思えます。