

2021年の抱負

1. 2021年の初夢

右掲は、7年前に友人がコンピュータ占いをして送ってくれた物で、↓72才の箇所が今後上昇すると描かれています。これからの10年は「浪費」という事ですが、コメント欄では

《浪費》【空亡】
開墾期にまいた種が、いよいよ発芽する年です
《キーワード》
「宇宙の1度」
《リズム》
無欲で見返りを求めない自分を意識することで、周囲が力になってくれる年。

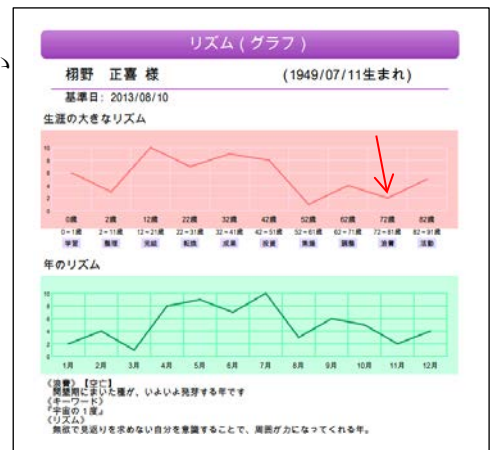
とあります。「蒔いた種が、いよいよ発芽」という言葉、「宇宙の1度」、「見返りを求めない」というキーワードがあり、これ信じて「希望」を持って生きていきたいと思えます。何度もご紹介している「若さ」＝「信念」x「実績」x「希望」

と言うサミュエル・ウルマンの「青春」から公式化して物を実践したいと思えます。「従心」世代で、お陰様で年金も頂いており、住宅も事務所も駐車場も管理費が全部で月4万円で済むという生活環境なので「無欲」とは完全になれないにしても、そこそこ実践できると思えます。そして、何よりも「希望」が持てる事です。「希望」＝「わくわく」と定義すると前号でも触れましたが「メール販促」手法で自分にストレスのない方法でお客様に貢献できるのです。急上昇ではないにしても「わくわく」感を持って業績も向上しこの勢いを「コツコツ、ジワジワ、イキイキ、タンタン」という故船井先生の教えに従って2025年事業承継時までには十分な経営環境に整えられると確信しています。

右掲は、個人的には喪中ですが会社用の年賀葉書のデザインの一部です。左が私で右が三男の将男です。2025年に事業承継と決めて環境づくりを進めています。三男の経営者マインド育成は中小企業家同友会の青年部会に参加して同世代の経営者の勢いで鍛えて頂いています。同友会の「3つの目的」

1. よい会社をつくろう・・・自主的近代化と強靱な経営体質
2. よい経営者になろう・・・総合的な資質向上
3. よい環境をつくろう・・・他者と交流して「縁・運・つき」を得て未来を切り拓く

を身に付けて欲しいと願っています。写真は2015年の商工会議所主催の勸業展でのものですが、当時よりは親子ともども少しダイエットが出来ており「健康」的にも前進しています。



2. Enjoy & Fun (従心)

人生は一度切りのものは誰もが同じ条件です。私は72才になりますが、同世代の方々は殆どが年金暮らしに入って趣味や旅行などに熱中されています。しかし、私は、昨年、母を亡くし、既に父も妻も亡くしていますので気軽な独身です。昨年の盆明けからは、同居していた三男が私が相続してリノベーションした家で寝起きするようになり、仕事と昼食・晩食を一緒にするだけで、三男の荷物が出たので広くはありませんが3LDKの自宅マンションで精神的にも物理的にも「空白感」を実感するようになりました。特に、高齢者という事を自覚するようになったので、ヒートショックなどに気を付けるようになりました。

まさに「矩を超えず」という弁えを持って生活を楽しむ事が大切になっています。一日のリズムは、朝から出社して11時に一旦昼食準備に帰宅して、1時に帰社して4時に「30分一人カラオケ」に出かけて5時に帰社し5時半に夕食の準備に帰宅という仕事をメインとした流れになっています。月曜から金曜はこんな具合で、土曜は京都のお客様と10時からZOOM会議、日曜は出社するがメールを確認する位にしています。また、日曜は三男と昼食で外食(4ヶ所)する事にして変化を楽しむようにして、「従心」世代ですが生活にメリハリがあるようにしています。

3. ライフワーク

右掲は、大恩ある故福井社長です。私は、関学商学部卒ですが、就職活動は昭和47年春であり、人並みに大手企業を目指していたのですが2年の夏に患った腎臓病が完治しておらず試験は通過できても面接や身体検査で合格しない状況下で、通学の時に白いビルの販売店がこげ茶色にリノベーションしたのが気になっていた自動車販売店に飛び込んで「コンピュータをやりたい」と言って自分を売り込んだのです。福井社長は浪速日産モーターからトヨタオート大阪に系列替えを果たした唯一の方だったのです。系列替えでビルをリノベーションされたのです。ご縁があったのですね。3度目の訪問時に面接して下さい「賢いか？」と訊かれて数分の睨めっこの後、「分かった」と言って採用して下さい大恩人です。



昭和48年3月入社ですが、昭和50年12月に導入した「IBMシステム/32」というバッチ処理のオフコンを「わしのポケットマネーで買ってやる」と言って下さり、「経理などの人員削減はいつでもよい、ヨーロッパで見たカード方式の営業管理でクルマが売れるシステムづくりをしてくれ」とおっしゃったのです。昭和50年はオイルショックで販売が半減していた時で、しかも、10月に車庫証明事件で会社ぐるみという危機だったのですが、翌年、一通りの販売統計や給与計算のシステム化が終わった時に「再建5ヵ年計画」の一つに「車検DM」を決められたのです。過去の新車注文書を引き出してディスクに住所・氏名・車両番号・車検日を打ち込み、バッチ印刷する方式でしたが、営業所から「とっちゃん、顔も見た事がない客が来る」という効果で、サービス部門が前年比150%となり、社内にコンピュータの位置づけが明確になったのです。

この「クルマが売れるコンピュータ」が始元であり、その後、全社オンラインでOJT活動、テレマーケティングと進化して、一方、「方針管理」や「物流改善」などを織り込み「質的向上」を図りました。新車販売という「量的拡大」と「方針管理」や「物流改善」などを通して不変部門の収益で販売管理費を賄う「質的向上」の両面をたいけんシステムを通して貢献したのです。

平成7年に起業したのですが、「21世紀は企画の時代」の言葉を信じて、船井総研で流通業のコンサルティングを学び「Faxちらし・3段活用マーケティング」でNASA (New Aggressive Sales Actions) を四半世紀追求して、昨年末より「メール販促」も行えるようになり、「Faxちらし」にQRコードを付けたHP連動型マーケティングにメールの開封状況が分かるソフトを活用するマーケティングが加わったのです。まさに、故福井社長から頂いた「クルマが売れるコンピュータ」が進化して、「Faxちらし」からHP連動型そして「メール販促」になったのです。私のライフワークとしてムリなく追求できるものと喜んでいきます。

4. 鄙の論理(流行を追わない)

「鄙」(ひな)はデジタル大辞林によると「都市部から離れた地。いなか。」という事ですが、都市を最先端とすると田舎は時代遅れとも言い換える事ができます。'91年に「鄙の論理」(岩国哲人、細川護熙の共著)が出て、島根県や熊本県が脚光を浴びたことがありました。私は、この「鄙の論理」が性に合っています。'95年に独立起業する際に「Faxマーケティング」を武器に選びましたが、当時はインターネット元年と呼ばれてHPなどが流行り始めた頃でした。この背景もあって、友人から「今頃、Faxかよ」と揶揄されましたが、企業なら100%普及しているFaxを活用するマーケティングで製造卸はじめ多くの流通業で営業活性化をさせる事ができました。

今回の「メール販促」は10数年前から「見える化」できるメール配信ソフトとして出ていましたが、少し高くつく感じがあったので手を出さなかったのです。しかし、メールアドレスの収集ソフトも月1万円、メール配信ソフトも月1万円という手軽になりサブスク契約が出来るのです。お客様に3ヵ月の縛りがあるが勧め易い状態になったのです。まさに「鄙の論理」で手の届く範囲に入ったのです。さらに、MAや問合せフォームなども順次活用してノウハウを蓄積したいと思います。

【AMIニュースのバックログは <http://www.web-ami.com/siryu.html> にあります！】