

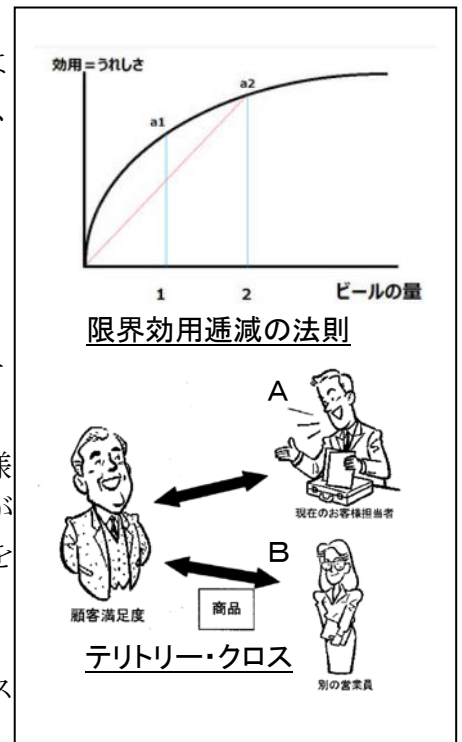
「〇〇」で脱マンネリを仕掛ける

1. 「限界効用逓減の法則」

右上は、限界効用逓減の法則を表すもので、そもそも、限界効用とは、財(モノ、およびサービス)を1単位追加して消費することによる効用(財から得られるメリット)の増加分のことであり、換言すれば、「伸び代」とも言えるのです。逓減は次第に減るといふ事です。つまり、徐々に効果がMAXに近づき飽和感が出るのです。

確かに、ビールなどを頂く時も最初の一杯は非常に美味しく感じますが、お代わりする度に美味しさは薄れて行くように実感します。料理なども同じで初めて頂いた時の感激が大きいですが、日をおいてあの感激を再び味わいたいと思っても2度目になると感激が薄れてしまうのです。

この事は、人との関係性でも起こっているのです。例えば、お客様と従業員との関係では、最初のうちは相互に新鮮味があるのですがその新鮮味が次第に薄れてマンネリ状態になるのです。この関係を改善する為に、従業員はあの手この手を考え出すのですが、場を変えるという事では展示会やセミナーなどに誘い出して、新鮮な場所で相互に新しい発見する方法があります。新しい機械やサービスで新しい発見があり、その機械を通じて関係性がよくなり効用が高まるのです。これも逓減の法則に従うので、従業員は常に新しい仕掛けをする必要があり、その仕掛けがお客様との関係性をリフレッシュしてくれるのです。



2. 人を変えてゼロ・スタート

右下のイラストは「テリトリー・クロス」と呼んでいますが、お客様との関係性をリフレッシュする究極の方法です。今まで、Aという従業員が担当していたが業績の伸び悩みが起り、ついには、消耗品などのリピート注文だけになったケースがよくある事なのですが、担当をBに思い切って替えたところ、Bさんが固定観念にとらわれずにお客様に迫って行ったので、新しい商品の注文が増えたという実例が示すイラストなのです。

実際に、このようなケースを体験しています。あるお客様では、90年を超える社歴の中で初めて女性営業を採用して、古いお客様を担当させた所、タイミングも良かったのでしようが、次々と新しい案件が来るようになったのです。それも1件や2件で済まないのです。前任者が「限界効用逓減の法則」というよりは「手抜き」(要領)で対応していたので、リピート注文も価格次第で他社に転注して状況だったのです。こんな状況にも関わらず、フレッシュな女性従業員が熱心にアプローチしたので気に入られて再度ビジネスが増大したのです。

この話は、新人担当者が女性だったという特性がありますが、男性の事例もあります。新人という時は、お客様に関しては固定観念がほぼゼロの状態なので、既存客を活性化するのにうってつけの人材なのです。「盲、蛇に怖じず」という言葉がありますが、お客様に新鮮な情報をドンドン提供して気に入ってもらったというケースがありました。しかし、お客様も暗号のような品番だらけという他社が提供している商品にサンプル見積を出して、この新人の熱意を試したのです。この方は仕様などを分析して解説して回答したのですが、この案件では花が咲かなかったのですが、以後、新規物件があれば競争入札に参加させて下さり落札できるようになったのです。本当に、固定観念がないので物凄い「伸び代」を示すと実感したのです。

3. 原点に戻る

私は、毎月、クロノロジーという記録を書く習慣をサラリーマン時代の上司から教えて頂き、年末にそれを元に棚卸を行い、次年への抱負として継続課題と新規課題を書いて来ました。この習慣は今も継続していますが、69才になって「伸び代」が薄くなってきたと実感しています。特に、新規課題は自分が中心でなくなっており、自己の新鮮度を如何に保つかを懸念しています。また、ややもすると毎月のクロノロジー記録を忘れていたりして、現状のマンネリ感を表すようになっていきます。

これは非常にピンチな状況です。他者に映る姿は、自己の内部のエネルギーが発する物に大きく影響するので、マンネリ感は情熱の薄れに繋がって行くのです。確かに、69才でも情熱的と言うのは理想ですが、現実的に自分の甘えが邪魔をして情熱の薄れに出ているのです。このAMIニュースも606号ですが、年52回ですから約12年経過しているのだから「ネタ」探しが大変になっています。「ネタ」さえあればA4で2頁程度の記事を書くのは苦にならないのですが、「ネタ」がないとかボヤっとした時は非常に苦労しています。

こんな時に「原点に戻る」を実践しています。例えば、ホームページのバックログを見に行き、その当時の「動機」を思い出しています。(参照:<http://www.web-ami.com/mailnews/main.html>) 始めた時のワクワク感といつまで続けられるかと言う不安感、そして、「止める時は倒産の時」という信念を思い出します。お蔭様で606号まで続いています。その要因には、このAMIニュースのメールが本文の時事関連とブログから最近の記事2つ、そして、このA4で2頁の記事で構成している事にあると思っています。常に思い付いたら書いているブログの存在も大きいと思いますので、この方法を流儀として継続したいと思っています。

4. 「伸び代」=「若さ」・「熱中する〇〇」

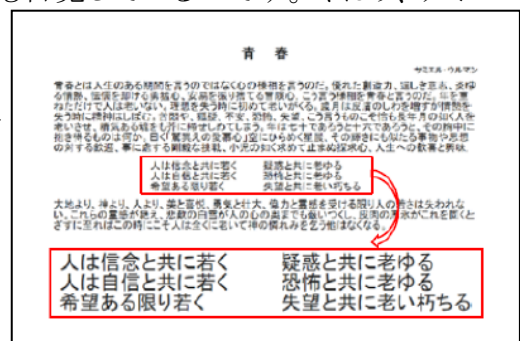
元来、哺乳類は満足している時は「怠け者」なのです。人も哺乳類ですから「保守」を好みマンネリ感の中で気楽に暮らして行きたいというのが本音の所です。しかし、マンネリにどっぷり浸かると保守的になり、それが講じて頑固になってダメになる事も自覚しているのです。やはり、サミュエル・ウルマンの「青春」(右掲)の詩から導き出した

「若さ」=「信念」x「自信」x「希望」

の公式にあると実感しています。特に、「伸び代」という事を実感する為には「希望」が大切なのです。「希望」は辞書によると「あることの実現をのぞみ願うこと。また、その願い」とあるように「〇〇をしたい」という気持ちなのです。

この「〇〇をしたい」を失わない事が大切だと思っています。昨年末にガラ携からスマホに替えた時は、メモリーを増やして写真や映像を記録し、さらに、三波春夫さんの全曲集を入れてイヤフォンで楽しむ、ついには、自分のカラオケを録音して楽しむという事に発展しました。しかし、最近飽きてしまって、スマホは単なる電話媒体化しています。

「伸び代」=「若さ」という事ですが、その為の「〇〇」が必要になります。私の「〇〇」は原点に戻って「多くの人と出逢う」という事です。創業時はゼロ・スタートだったので勉強会を開いて友人の支援を得て、次々と新しい課題を発見していたのです。この時に戻って、人の役に立つという仕掛けを増やして行きたいと思っています。中小企業家同友会・商工会議所などのお世話を通して実現できれば幸いと思っています。



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