

2020年の十大ニュース

1. 2020年の棚卸

右掲は、恒例の「十大ニュース」です。なんと言っても3月に母が亡くなった事がまず第一になります。大正13年10月生まれでしたから満95才の長寿でした。既に、父も妻も亡くなっていて私を叱る存在がなくなったのです。母は最後の4年間、介護施設で暮らしましたが、面会に行くと「お前は今が一番元気だ」と喜んでくれました。コロナ感染が拡大期だったので家族葬で済まし、その後、弟と相談して実家を相続しました。築55年の木造2階建てで借地なので評価額は少なく済みました。しかし、骨組みはシッカリしているので、中小企業家同友会の仲間をお願いしてリノベーションして三男が住むようになりました。一応、社宅としていますが、三男の独り立ちのキッカケになりました。その反動で、狭い3LDKのマンションですが一人暮らしになりました。母が亡くなり、三男が独り立ちという事で精神面と物理的空間の空白感がありますが、徐々に慣れて来ました。

コロナ危機でお客様も大きな影響を受けましたが、お陰様で皆さん対応する事が出来て、今はアフター・コロナに向けてシフト・チェンジに着手されています。例えば、京都のお客様は既存ビジネスが縮小すると読んで「役務サービス」にチャレンジされてノウハウを積み大手企業の場合内外注企業の一員に組み込まれて新規事業に育ち始めています。別のお客様では、選択と集中を徹底して事業縮小にチャレンジして黒字体質に戻し「反転攻勢」の段階に向かっておられます。おそらく、コロナ危機がなかったら思い切れずにダラダラと過ごしていたと思います。これをキッカケに新しい道を切り拓いて発展して頂きたいと思っています。

このような変化を仕掛ける為に、自社でもノウハウを蓄積する必要があり「メール販促」にチャレンジしました。従来のFaxによるDM戦術でもQRコードを付ける事によってHPに誘導して無人接客が可能でありメール問合せが来るのですが、コスト・パフォーマンスや「迷惑Fax」の苦情などを考えると頻度を上げる事ができないのが現実なのです。この弱点を補強する為に、インターネットからメール・アドレスなどを取得するソフトとメールの開封状況などが見える化できる配信ソフトを契約して、新しくメール販促を行うようにしました。開封状況が分かるので、次のステップを用意してメール販促でコミュニケーションをとる戦略で無人営業ができるようになりました。

2. 「過去オール善」

このメール販促にチャレンジした事によって、新しい貢献が出来るようになりましたが、その始元(アルケー)はトヨタ系販売店時代に故福井社長から頂いた「クルマが売れるシステムづくり」から出た「車検DMによる結果の出る営業革新」や「テレ・マーケティング」で得た経験がもたっています。この時にNASA(New Aggressive Sales Actions:新積極果敢な営業法)と体系化した「無人探客」手法で、お客様が動けば営業は結果を出せるという単純なものです。

この「売れる仕組づくり」を50年続けて、「車検DM」→「テレ・マーケティング」→「Faxちらし」→「HP」→「FaxとHPをQRコードで連携」→「メールとHPをリンクで連携」と進化したのです。ビジネスですから「結果」が全てなので、それぞれの手段で結果を出す仕掛けを考えたのですが、結論的には商品を磁石化してAIDMAのM:記憶まで持ち込み、A:行動、つまり、レスポンスを促す「ビックリ・嬉しい・待ち遠しい」をオファーするマーケティングなのです。これをベースにメールによる「見える化」が付け加わりステップ・マーケティングが可能になったのです。つまり、「21世紀は企画の時代」と信じたのですが、創業して25年経過して、さらに進化した企画でビジネスを行うようになったのです。「過去オール善」を実感しています。

2020年の十大ニュース

1. 母が亡くなり両親・妻もいなくなった
2. 実家を相続して社宅化した
3. 三男が社宅に入り独り立ち
4. コロナ危機でシフト・チェンジに着手
5. 非接触時代のマーケティング
6. 新しいHPづくりに着手
7. メール販促にチャレンジ
8. 「無人探客」「磁石商品」
9. コロナでZOOM会議が増えた
10. 脹脛の痛みが2ヵ月かかった

3. 「そおっと大切に」と「従心」

右掲は、12月に大阪府神社庁が出した「お札」です。私は、健康の為に氏神様にお参りしていますが、毎月、お札を楽しみにしています。コロナ危機で経済活動が厳しい時代で心が殺伐としがちですが、この「お札」に出会ってハッと気づきました。私は「心をつかむ」と言っていますが、それではムリで「そおっと大切に」という事が重要なんだという諭しで、71才ですが身に染みんでいます。名古屋のH商会のS社長は社内報で「自分を無にして、お客様へ役立つように」と書かれていますが、「そおっと大切に」と包み込むと言うのもS社長の言外の意図かも知れないと気づきました。また、読売新聞の編集手帳に「3つの‘かける’」（気にかける、声をかける、手をかける）がありましたが、これも「そおっと大切に」の実践手法として重要な事と思います。孔子は論語で70才は「従心」と言い「心の赴くままに生きるが矩（法）をを越えないようにわきまえる」と教えてくれています。体力の変化に気づくようになり身に染みる教えです。

このようにして71才になりましたが、遅まきながらも「そおっと大切に」や「3つの‘かける’」を通して「従心」世代としての生き方に気が付きました。お陰様で前項のように「メール販促」に巡り合いお客様への貢献の道が拓けました。過去の経験を活かして、しかも、自分を「無」にして時間を「メール販促」に集中できるので負担感も少ないのです。毎日にハリが生まれたのです。本当の意味で心の赴くままに仕事を通してお客様に貢献できる新しい道が拓けたと喜んでいました。これを通して社業に自主的近代化をもたらして強靱な財務体質構築への道筋も見えてきたのです。貢献する喜びを「お客様」「会社」「自分」の三方善しで実現できると喜んでいました。

4. 今年発生した課題

「従心」世代で満71才になったが、色んな面で老化がでています。外見上は比較的若く見えて60代ともいわれますが、体力的な老化が顕著になっています。例えば、若い人たちと飲食をともにすると深酒になり急性アルコール中毒症状になり気を失う経験や交差点で赤信号なので走って渡ろうとして右脹脛（ふくらはぎ）を痛め、その回復に2ヵ月もかかったという経験です。つい最近までは、脹脛をつった状況になってもその日のうちに回復できていましたが、今回は湿布薬を貼ってもなかなか回復せず、少し状態が良くなってもすぐに痛めるという繰り返しでした。これは、血行不良と分かりお風呂で足のマッサージをするようにして、冬場は、足元暖房で冷やさないようにしています。

しかしながら、お陰様でその他の面では順調です。これは、「運動」x「食事」x「社会」→「健康」という公式、つまり、「運動」は自宅と事務所の間を迂回ルートで2往復して6キロのウォーク習慣、「食事」は自炊でバランスを考える習慣、「社会」は仕事や異業種交流会そして喫茶店でのモーニング仲間との会話などで人との接触機会をもつ習慣の3本柱で「健康」を維持しています。サミュエル・ウルマンの「青春」という詩から「若さ」＝「実績」x「経験」x「希望」と公式化していますが、「実績」は25年の会社経営、「経験」はサラリーマン時代に故福井社長から頂いた「クルマが売れるコンピュータづくり」を始元とした「NASA」を追求して「磁石商品化」をベースにした「無人探客」を行うレスポンス・マーケティングの経験があり、「希望」は新しい手法を取り入れて若い人たちと一緒に時流適応するという事でお客様に貢献するという事です。

具体的には「メール販促」にチャレンジしています。メールの開封状況が見える配信ソフトを契約して、HPとリンクさせた内容で顧客の関心が見える化するレスポンス・マーケティングの「無人探客」です。「探客8割」という信念ですが、お客様の関心を「見える」化して高いレスポンスを得るノウハウを高めています。このノウハウを時流適応させながら進化して行きたいと思っています。

