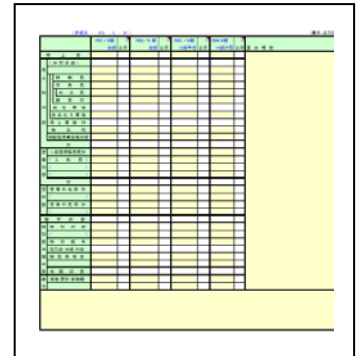


## 「利益計画」と「成長戦略」

### 1. 利益計画を立て効率化

右掲は、予想損益計算書のひな形です。左は前期、2つ目は今期の予想、3つ目は来期の予想、4つ目は再来期の予想。個人で言えば、去年の収支と今年の状況、普通は毎年家族が1才年を取りますので、例えば、幼稚園に行くなど決まった事が迫ってくる、そして、家族の成長に応じて住まいの問題も出て来るし、家電品や水回りの修理交換が待っています。その費用を予想して来年はこれ位必要と稼ぐ目標が決まります。また、貯蓄という事も重要です。進学や不意の支出に備えるという事です。



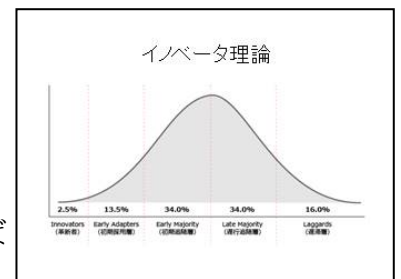
また、健康も同じです。若いうちは気づかないですが、個人差がありますが歩幅が狭くなって若い人に離されるようになります。この原因は、足の筋力の衰えです。ウォーキングやスクワットなどで筋力を維持する共に歩く姿勢にも注意して背筋を伸ばし、腕を振るように心がける事が大切です。私は、自宅と事務所は直線で500m程ですが、お宮さんにお参りするなどの目的を設けて大回りして「街ジム」を楽しむようにしています。同じところへ向かって少しルートを変えるとこんなお店があったのかと気づくのです。夏は朝早くお宮さんにお参りしても汗が出て来ますので、事務所でシャツを乾かしています。

個人的な事は自分の意思で出来ますが、会社という組織では経営計画が大切です。人件費や設備などの費用を予想して蓄えが出来る利益を計算するのです。当然、現実とのギャップが出ますから埋める策を考えることとなります。まずは、現実のムダ・ムラ・ムリを洗い出して効率化を図る事が大切です。その為には設備投資も必要になりますので、これも計上します。こうした計算で必要な売上を算出し、稼ぐ方法を考えるのです。これを利益計画と言います。まず、効率化したら余剰人員が出て来ますので、その余剰を活かす方策が重要です。次に、既存のお客様に深堀する方策、新規開拓の方策として戦略商品を描きます。商品には技術やサービスが含まれます。

### 2. イノベータ理論

マーケティングは商品をお客様に案内する事から始まります。弊社では ListA というアプリを使って新規顧客データを抽出して電話番号・Fax 番号・メールアドレスなどを利用しています。これらを使って、HPにあげた商品を告知して商品説明を行ない問合せや注文を待つこととなります。

右掲はイノベータ理論と呼ばれるグラフで全体の2.5%の方がいち早く飛びつき、次の13.5%の方は関心を持ったが行動に移らなかった方です。何等かの方法でレスポンスがあれば、その5.4倍の潜在客がいるのでテレフォローすると効率が良いのです。先ほどの余剰人員が出るなら毎日、少しずつテレフォローをして頂くのも一つの案です。このイノベータ理論は既存客にも当てはまります。既存客にFaxなどで情報を送ればイノベータから問合せが来て、新しい商品を軸に既存とは違ったビジネスが始まります。既存と新規では既存の方が10倍効果的です。



右掲は、弊社のお客様の「イチオン情報」というFaxちらしです。既存客に案内されていますが、レスポンスがゼロでしたが、営業の方がコピーを持って「これ、ご覧にならつれましたか」と切り出すと、工場火災の原因の一つに配電盤からの出火という話題になり、見積依頼を受け商談中です。設備改善ですが予防なので稟議が難しいので、別の工事か商品の際に組み込むという話で期待感をもたれています。このように、必ずアーリーアダプター層(13.5%)がいる、イノベータ層(2.5%)と合わせると6分の1の方が関心を持っているのです。商品の売上バロメーターになります。



配電盤内火災の初期対応を自動消火装置で

温度が約100℃になると1秒以内に消火液の90%以上噴射して初期消火!

・ECR水素触媒MEMOVEC1330期  
・A・B・C型対応装置 (1)  
・小型の据付火災感知器に最適  
・小容量の据付火災感知器でも対応可能なラインナップ

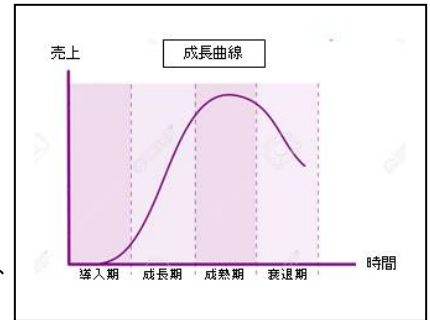
※1000V以下対応。1000V以上は別途お問い合わせください。電圧・電流・電線径・設置場所・設置方法等により対応可否が異なります。

配電盤内火災にICP対応の対応はお客様に

1000V以下対応 1000V以上は別途お問い合わせください。電圧・電流・電線径・設置場所・設置方法等により対応可否が異なります。

### 3. 成長戦略と資金

右掲は成長曲線と呼ばれるものです。導入期・成長期・成熟期・衰退期の4つとされていますが、ビジネスはR&Dから始まるので商品開発して市場に投入するまでを含めて導入期なのです。何事にもR&Dが必要なので、先行投資で利益を生み出さない赤字の期間なのです。また、商品開発は百発百中ではないので、リスクに耐えうる予算が必要になります。予算がないと良い商品を開発しても製品化に辿り着けなくなりますので、手元資金の余裕がポイントになります。



さらに、製品化できても次の導入期、すなわち、マーケティングが重要になります。画期的な新商品ならば、マスコミなどに情報提供して取材を受ける方法がありますが、マイナーチェンジ程度では取り上げて頂けません。そこで、自力でコミュニケーション戦略を図り、販路開拓を行ないます。卸売業を開拓して、販売店にPRして頂く方法や展示会でPRするなどが伝統的な手段です。最近では、SNSマーケティングでHPとリンクさせた情報発信に取り組んでいる企業が増えています。このように、商品を研究開発して製品化しても、やっと導入期に入った段階なのです。地道なコミュニケーション戦略が大切ですが、自力ばかりではなく、販路開拓には公的機関などの支援を得て行なう方法もあります。

シェア的な目途は、まず3%です。0から3%に引き上げるのに多大なエネルギーと資金が必要です。3%は非存在シェアでやっと認識された状況です。8%は存在シェアと呼び、11%を影響シェアと呼びます。8%までが成長期の初期です。この11%を超えてから急拡大するのが成長期です。71%は上限シェアと言いますが、成熟期の入り口です。ここからの伸びは低いです。何故なら、ライバルが出て来て競争優位が薄れるからです。

### 4. ポケットマネーの基準

個人でも企業でも利益計画と成長計画が重要です。何もしないと蝕むのが天地自然の理です。建物や設備はメンテが必要、個人も同じで休養やリフレッシュも重要です。こんな風に、計画しても思う通りに行かないのが常ですが、計画は「夢」につながりますので精神的エネルギー源にもなります。これを素に元気でいれば「縁・運・つき」で人生が変わって行きます。元気は楽しい、楽しいは笑顔という事です。笑顔あふれる人生を送りたいですね。右掲は、BMWディーラー会長だった田中さんの遊書をイラストを加えてデザインしたものです。「夢」と「笑」と「感動」、この3つが大切と痛感します。



この為にはお金に余裕が必要ですが、最近、金利が低いので物をリースで買ったりする時代です。仮に、月額5万円の支払いとすると250万円以上の物を手に入れることが可能です。これをポケットマネーと言える収入がポイントです。大恩ある故福井社長は「ポケットマネーで買ってやる」と言って、月給7万円時代にレンタルで30万円以上するIBMのオフコンを導入して下さいました。人によってスケールは違いますが、各自、ポケットマネーの基準を持つておく必要があります。

私は72才になりましたので、可能な限り借金ほしないように心がけていますが、今後のマーケティングに必要と思い、新しいHPを長期ローンで制作して頂きました。金額的には月4万円弱でした。こんな風に、業者も資金計画して売り込みに来る時代です。私は、騙されても構わないと思える金額だったのでお願いしたのです。ご参考になればと思います。

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