

今さら聞けない#700「縁・運・つき」

1. 「百匹目の猿」

右上は故船井先生の似顔で中は平成6年（'94年）に取得して船井総研客員コンサルタント認定証です。当時、トヨタ系販売店の子会社のIBM特約店の情報システム会社に勤務していました。バブル崩壊後でオフコンブームが下火になっており、特約店事業が低迷していました。多くの会社は一通りオフコンなどを導入しており、景気低迷と重なって先行き不透明だった頃です。この危機に対応すべくパッケージ販売ではなく、個別のシステム開発を推進すべく個人の資格で船井総研に学んだのです。当時は、タナベ経営や日本LCAが同じようなスクールを開催していましたが、迷わず流通系の船井総研にしました。その決め手となったのが、日本LCAの説明会で「船井さんは売れる場所に売れる商品を山積みせよというだけや」の一言で、私は「シンプルでええやんか」と思ったのです。

実際に船井総研で学ぶと「一番商品」がキーでした。右下の「百匹目の猿」は故船井先生の著書ですが、コンサルタントのようなサービス業は「イモ洗い」のように良い結果を出す手段を持っている事が基本であり、私の場合、「Faxちらし・3段活用マーケティング」で中小製造卸業の営業活性化が「一番商品」になったのです。当時はインターネット元年と呼ばれた頃でしたから友人から「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で「形は心を動かす」という信念で始めたのです。第一号の建機会社で年商16億から20億円に伸ばすラッキーもあって自信がついたのです。



2. 「ツキの神様」

当時は「ツキの神様に後ろ髪はない」という言葉は流行っていました。確かに、「あの時、やっておけばよかったのに」と後悔する経験がありますが、後の祭りになってしまっただけではどうしようもないのです。例えば、不動産などでは「手付金」の制度がありますが、良い物件でも他と比較する必要があるので「手付」を行ない時間かけて選択するのです。この「手付」がキーです。例えば、「情報」なら「メモ」が「手付」になります。記憶はバスタブ曲線を描くと言いますが、何もしないと2~3日で忘れてしまいます。その対策として「メモ」をタイトルだけでも残しておくことと備忘録となり手がかりとなって調べ直す事もできます。つまり、「手付」の定番はないのですが、右掲の「成功の方程式」と呼んでいる有名な「訓」ですが、1行目にあるように「心」に思ったら「行動」に移すことが大切です。「電話」をするだけでも良いと思います。

このようにして「心」⇒「行動」⇒「習慣」⇒「人格」⇒「天命」と進化するのです。習慣化して「凡事一流」となれば、「人格」、つまり他人からの見方が変わり「天命」が変わって「道」が拓けるのですが、第2

の関所は「習慣化」です。「継続は力なり」と言いますが、「限界効用逓減の法則」が働き回を増すごとに一回当たりの満足度が小さくなりドンドン「0」に近づいて行きます。従って、「継続」するモチベーションが低下して行くのです。「三日坊主」と言いますが、最初から難しい事にチャレンジすると「壁」に跳ね返されますので、「壁」を低くすることで「満足」を得て連続3回「出来た³」を行い「勢い」をつけることが大切です。例え、満足度が小さくてもこの「出来た」という喜びは「ツキの神様」であり、連続3回で勢いをつける事で「習慣化」への流れをつくるのです。故船井先生は「3回安定10回固定の法則」と呼んでおられました。

成功の方程式

心が変われば、行動が変わる
行動が変われば、習慣が変わる
習慣が変われば、人格が変わる
人格が変われば、天命が変わる

3. 「縁・運・つき」

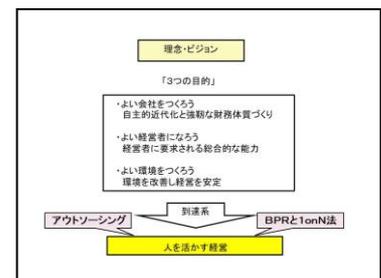
私の経験ですが、平成7年（'95年）に起業しましたが、当初はお客様ゼロでした。この状況を見て富士通系情報会社の水島さんが「PL法セミナーを手伝わないか」と呼びかけて下さり、その参加者のフォローを若い営業の方と一緒に行ったのです。そこで出会った方の名刺を頼りに「エーエムアイ・ブレティン」と名付けたA4で2頁の情報を毎月郵送したのです。その中から第一号の友定建機様と出会ったのです。このお客様で右掲の「Faxちらし・3段活用マーケティング」を行い、初年度年商16億円から20億円へ伸ばすことが出来て、ラッキーも実力のうちと自信を深めることが出来たのです。この成功体験をセミナー化して卸売業へマーケティング展開したのです。お客様を多数獲得できたのですが、その中にクリーニング業界の資材商様がおられて斜陽化しつつあったクリーニング店の活性化を行い年商4千万円超えるようになったのです。社員もパートを含めて8名になったのです。水島様とのご縁で「PL法セミナー」に参加できて友定建機様で成功体験を得る「運」があり、斜陽化するクリーニング業界で展開する「つき」があったのです。



しかし、良い事ばかりでなく平成13年（'01年）に起こった「9.11テロ事件」による景気低迷と洗剤の進化やノーアイロンなどの影響でクリーニング業界がバタッと急変したのです。この結果、4千万円から2千万円へ、そして、14百万円へと急落して初めての経営危機に遭ったのです。8名の社員も2名を残して全員が転職先を見つけて去って行きました。しかし、「人間塞翁が馬」と言いますが、平成15年（'04年）高校時代の友人から「オール電化推進プロジェクト」の声がかかり、静岡のお客様と一緒に展開できたのですが、初期の成果は3ヵ月で40件のオール電化を達成できましたが、その勢いのスキをつく勢力が出て寄せ集めの組織が崩壊して、その社員の道筋をつけるまで努力したので第2の経営危機に陥ったのです。何とか、乗り越えて来ん二日に至っていますが、本当に「難儀の連続」でした。

4. 「縁・運・つき」を活かす条件

前項でご紹介したように、創業から6年間で十分な蓄積が出来ないうちに第1回の危機が来て、少し立ち直った際にも第2回の危機に瀕したのでホントの意味で「金に困った」のです。それからは急拡大を求めずに安定したお客様に絞り経営をしたので来年創業30周年を迎えられるのです。この経験から痛感するのは右掲のスキームです。中小企業家同友会の「3つの目的」の1番目は「自主的近代化と強靱な財務体質づくり」ですが、少々の危機にも耐えられる財務力の重要性を痛感しています。お陰様で弊社は全てのローンが完済しているので運営コストが低くなっています。



「縁」を得る機会が多いですが、「運」に結びつき「つき」になる為には財務的な信用力が大きく影響します。買掛金の決済に手形割引で凌いで来た百年企業がありますが、粉飾にも限界が出て信用不安に陥る状況でした。この状況からの脱出する策を「不採算取引」の分析から始めて「粗利率」に重視する経営方針転換に変えた事で立ち直って来ていますし、別のお客様は銀行から提案のあったコロナ融資を全額受けて、資金余裕が出来た状況で大手企業とお付き合いしていると場内外注業者になり、ついには別に工場を持ち正式な外注業者になって業態変化された機械工具商様がおられます。この2つの例に共通するのは「売上」ではなく「財務」に基づく「信用」です。「縁・運・つき」を活かすには必要十分な財務力の確保が重要と実感しています。