

今さら聞けない#79・「つくように生きる」

1. 元気な「波動」

右掲は故船井幸雄先生のイラストです。先生の格言の中に「一番売れる商品を一番売れる場所に山積する」があります。このシンプルな格言を元にして船井総研のコンサルタントは「お宅の一番商品は何ですか？」と問うことから指導を始め、「売れる商品」と「売りたい商品」の違いを説いています。「売れる商品」にも「金額」と「個数」で分けることが大切です。また、「金額」でも「粗利率」が絡むと「売れた」＝「儲かった」とは限らないのです。さらに、「個数」も「頻度」という尺度で見ることが重要です。一発屋で1回の数量が多いことと多くの客が来て少数を買うのでは大きく違います。



船井先生は「粗利ミックス法」とおっしゃっていましたが、店頭の特価台を出して「安い」を訴求して注目されることが大切です。例えば、一人立ち止まれば、流れの中に滞留のポイントが出来て人が集まりやすくなるのです。船井先生は「波動」という言葉を使われましたが、ポイントが発する波動が客を呼ぶのです。その呼び込んだ客が店内に入り、関連する商品などを買ってくれると客単価が上がり「売上」＝「客単価」x「客数」の公式につながるのです。最近では商店街のピンチが叫ばれていますが、人通りがあっても立ち止まらない店が多くなっています。つまり、船井先生は「暇な波動」とおっしゃっていましたが、「売れない店は売れない商品が顔を利かしている」という状態になり、ついにはシャッターが降りたままになってしまうのです。

「元気な波動」の反対は「暇な波動」ということですが、仮に「儲かって」いても一発屋では平素は「暇」なので「小人閑居して不善をなす」という格言に繋がりやすいのです。例えば、自動車販売でも高級車は数多く売れるものではないので、「暇な波動」を出さないように高級車販売店の中には定期的にタイヤ掃除に伺うことで営業員が忙しくするようにされているケースがあります。「タイヤ掃除」ですが、伺うにはお客様とアポをとる必要があるので自然とコンタクト回数が増えます。つまり、「ザイアンスの法則」の会う回数によって相互の警戒心が薄れ、相手の人柄に接して強い関係になるという現象が起こり、紹介や代替が多くなるのです。「たかがタイヤ掃除、されどタイヤ掃除」で元気で熱心に掃除する姿に人は感動するのです。

2. 「暇」な波動

前述のように「小人閑居して不善をなす」という格言を胸にしまっておく必要があります。例えば、「タンゴは一人で踊れない」と言いますが、「雑談」も同じです。「雑談」は息抜きでリフレッシュするには良い方法ですが、度が過ぎるとリフレッシュではなくなり「良からぬこと」に繋がってしまうのです。例えば、営業のように自己管理の世界では「成績」が良ければ、余りチェックされないで「バクチ」にハマる方が出て来るのです。私はパチンコを否定するのではないですが、昼間から大勢の人でにぎわっている状況を見てもっと他の事に時間と金を使えるのではないかと思います。この方たちはやがてパチンコに飽きて別のことに手を付けるようになります。最近、オンライン・カジノで捕まる人が増えていますが、バクチが常習化するようになり、破綻に陥るのです。

つまり、「暇」の活かし方が課題なのです。シニア世代は「キョーイクとキョーヨー」が問題と言われていますが、定年退職をすると年々仕事の機会が減って行くので「今日行く所」と「今日の用事」が重要なのです。私自身は若い時から「寸暇の活かし方」を唱えていたので、この度、相談役になって責任感から解放されても「暇」の問題を解決しやすいですが、それでも、「マンネリ」という大きな課題に直面しているのは事実です。そして、年々、好奇心が薄れて行くので新しい事へのチャレンジで前向きな波動を発することが難しくなっています。

3. 波動と「縁・運・つき」

「ついている人と付き合い」と言いますが、「ついている人」は忙しいのが常なので難しいのです。例えば、「明るい人」なら数多くいらしゃいます。特に、営業系の方は明るくて人付き合いが比較的に得意です。私自身は若い時からコンピュータを担当して「買う」方だったので、お付き合いする人はコンピュータ関連の営業か同僚という

ザイアンスの法則
1. 人は、会えば会うほど好意を持つ
2. 人は、相手の人間的側面を知った時に好意を持つ
3. 人は、知らない人には、攻撃的、批判的、冷淡に対応する

狭い範囲だったのです。しかし、IBM系のユーザーがソフト開発するという団体が出来て、社外のソフト開発をした時期がありました。この時にお世話になったK社の辻氏は営業系の方でいろいろな案件を持って来て下さったので「ザイアンスの法則」のようになり懇意にしてみました。

辻氏との関係が深まったのは「技術力」だったのです。例えば、IBM系特約店が通信費を半減すると言ってパケット通信でオンラインを構築したら、逆に、専用線よりも高くなったというトラブルの解消に私たちの技術力に着目されたのです。‘85年のゴールデンウィークを利用して突貫工事で画面データの送信方法を変えて、通信費を半減とまでは改善できなかったが4割程を確保してお客様の満足を勝ち得たことが大きな分岐点になったのです。その後、異機種間通信の通信プログラムや、冷凍機メーカーの所要量計算の時間短縮などに貢献できました。

この技術的な波動で「縁」が出来たのですが、「運」を大きく変えたのはトヨタとの異機種間通信や全社オンラインシステム構築でありました。汎用機をFEPとして、営業所からのデータを従来からのオフコンに取り込む高効率なシステムに仕上げたのです。これらの実績でトヨタでの評判が高まり、トヨタは初めて販売店にJit方式を展開するプロジェクトのモデル店になることが出来て、いわゆる「トヨタ方式」の真髄を学ぶことが出来たのです。

4. つくように生きる「波動」

故船井先生は「つくように生きる」とおっしゃっていましたが、先生は「本物」が発する「波動」を捕まえることが大切とおっしゃっていました。いつの世も怪しい人が多いので警戒することが大切です。私は「騙されても構わない範囲」がポイントと考えています。例えば、「やってみなはれ」を実践するにしても、仮に「失敗」しても経営に大きく影響しない範囲がポイントです。故福井社長はコンピュータ開発の実績を評価して頂き、IBMの汎用機をFEPにした全社オンライン開発の時は総額2億円を超える予算だったので、端末を納入するIBM特約店で規模の大きさが話題(リスク)になった程でした。当時は、まだまだオンライン開発が不安定なケースが多く、失敗例が山ほどあったのです。私は安定している社内システムをそのままにして、オンライン側とデータをやり取りする通信方法でリスクを軽減したのです。

つまり、「つくように生きる」ためには**コアになる物**がポイントになります。一般の企業の「コア」に共通するのは「財務力」です。「貧すれば鈍する」という格言がありますが、「儲かっている」と少々のトラブルには対応が可能になり解消できるのです。中小企業家同友会の理念に「**自主的近代化と強靱な財務体質構築**」というモノがありますが、「自主的近代化」≒「設備投資」と解釈すれば、投資する資金力に余裕がある方が望ましいのです。余り背伸びした高額な投資では社内の人材育成が追い付かず「使いこなせない」という状況もあり得るので「人材」を視野に入れた投資がポイントになります。

しかしながら、全てが思うように展開するとは限らないので、「躓く」ことを考慮しておく必要があります。例えば、外部と連携する場合でも「うまく行かない」というリスクを考慮して余裕がある方が成功しやすいのです。**意外に「外部」はよく見えるが、中身はそうでもないケースが多い**と頭に入れておく必要があります。こういうリスクに耐えられる「懐」が重要です。「懐」に余裕があると「あせる」ことがなく「待つ」余裕が生まれるのです。つまり、個人的には「待てる余裕」が「つく」ポイントと考えています。