

「福の神様」を捕まえる！

「福の神様に後ろ髪がない」と言われています。チャンスが来た時に、即対応する事が重要です。意思表示だけでも行うべきです。しかし、それすら出来ない方が多いのです。時代は、その速度をますます速めています。気を付けたいです。 栩野

MMQCとは「もっと儲かる業務改善」で「業務改善は、人づくり、品質づくり」を実践する着実・前向き・具体的な活動です。

「ちらし」づくりのコツ③・・・創発進化

右掲は、弊社のお客様の事例です。「マルク通信」は、営業員が現場で話さない商品を紹介するというコンセプトで制作し、「イチオシ情報」は文字通り知って得する情報を詳細に紹介するコンセプトです。毎月、定期発信されて100号を超えています。まさに「継続は力なり」という事で、仕入先からも情報提供が来るようになり、情報伝達の順位が上昇した感じという副次効果が出ています。

このお客様で密かに起こっている事の 하나가「にぎり」という形態です。新規のお客様からは必ず「貴社は何が得意なのか」と聞かれるのですが、何でも出来ますでは効果がないのです。そこで、戦略ターゲットを金属加工業に工作機械を販売するとして、その戦術として消耗品である切削工具でリピート訪問してコンタクト機会を増やして、工作機械の情報でファースト・カンパニーとなって競争優位を獲得するという事です。戦闘能力を高める為に切削工具を都度購入しているが、仕入先と期間を決めて「にぎり」すなわち一定量を超えるとマージンとして還元される事で、結果的には仕入コストが下がり、ライバルとの価格競争と戦えるようになったのです。

「創発進化」という言葉がありますが、ある状態から新しい状態が生まれるという事なのですが、切削工具というリピート品で既存業者と戦えるようになり、立場が逆転して現場でのコンタクトが濃密になり機械やメンテなどの情報が訊けるようになったのです。この業界の風習として、工作機械の見積依頼を最初にした業者を優先するという仕入先やメーカーの習慣があって、徐々に、機械やメンテの商談が増加しているのです。



継続する事で意外な方向に創発進化！

創発進化には、試行錯誤を繰り返す中で、失敗から新製品が誕生したというケースが多々あります。確かに、狙った方向に進む事は有難いのですが、そういうケースよりもチャレンジを繰り返す中で失敗から意外な方向に展開した話をよく耳にします。あるレンズメーカーでは、大手からの注文で試作を繰り返していた中に、偶然、青い光を抑える配合があったのです。この配合から生まれたパソコンなどに使うメガネ・レンズが出来て、思わぬ方向で大ヒット商品となったと社長様がおっしゃっていました。弊社の事例でも、当初はオール電化推進で始めた事業が、社員さんの個性と社長の人脈が重なって農協ルートで太陽光発電やビニールハウス暖房の電化が大ヒットになり、営業員1人で年商2億円を超えると喜んでおられました。

このように、「創発進化」は当初の目論みから外れた所で開花するというケースが多いのです。この時に重要なのが「組織」という定義です。私は、「目的を共有して、メンバーは相互に貢献する雰囲気」で構成員間の会話が活発である事が組織の定義と考えています。経営者としては、こういう環境づくりが仕事であり、少なくとも構成員との会話に心掛ける事が重要です。私は、サラリーマン時代は、毎朝、部下を集めてショート・ミーティングして、全員が発言するようにリードしていました。「N分の1の権利」と言うのですが、全員が発言するように心掛けて共有化を進めていました。

新しい状況を引き出す、ある意味、ブランド化に繋がるのが創発進化です。しかしながら、社員さんが自発的に「仕掛け」を考えてチャレンジするのは珍しいのです。そういう方がいるなら大変な「人材」と言えるのです。こういう方を含めて、失敗を恐れない風土づくりがキーになります。レンズメーカーのように大手企業からの注文をこなす為に試行錯誤する場合でも、実験データをキチンと管理していないとブルーライト遮蔽レンズの配合に気づけなかったと言えます。失敗する物として常に反省して課題を見つける風土が重要です。

ワンポイント・アドバイス

今回、創発進化を書いています。実は、継続変化でもあるのです。ある時にチャンスが現れ変化するのですが、その変化も継続的に進めて行く必要があるのです。「福の神様」は、ただ待つだけでは現れないのです。何か努力する姿に感銘して来るものと思っています。

これからも、コツコツと進める中で、新しいチャンスに前向きに対応して変化して行きたいです。

