

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。

シンプルな「ドウハウ」

右上は故船井幸雄先生の似顔絵です。私は‘94年に船井総研客員経営コンサルタント養成学校で「船井流」を学びました。当時の先生は「波動」と「本物」という言葉をよく使っておられました。「波動」では脳波に触れておられましたが、「α波」は「無」になることをおっしゃっていると理解していました。「本物」は右下のように定義されていました。そして、なによりも「つくように生きる」とおっしゃっていました。

先生は「福の神様には後ろ髪がない」とチャンスをつかむコツがポイントと言って、「つき」のない人の特長はリスクを疑って行動しない人が多いと逆説的におっしゃっていました。そういう意味では、スクールが始まるとすぐに中身がないと批判の声が渦巻き、講師の宮内先生の運営に疑問視する人が出ていました。宮内先生は「船井先生はトラブルたらお金を返せ」という主義だとおっしゃり、批判的な方には返金していたようで、30名程いた同期生がアツと言う間に10名ほどに減少しました。つまり、裁判などの余計な時間を費やすよりもアッサリと返金で解決する主義のようでした。

しかし、今から思えば、現場指導の基本「売れる商品を売れる場所に山積み」はシンプルなルールであり、「流行らない店は売れない商品が顔を利かしている」とおっしゃり定期的な商品の入れ替えをする凡事徹底を示し、「即時業績回復法」で売れない商品を換金してスペースを空け、換金した資金で新商品を投入するとシンプルにおっしゃっていました。これらはノウハウではなく実践によるドウハウの世界なので、受講生には理解し難い実践的な教えだったのです。

元に戻って「波動」と「本物」ですが、よい波動を発するには「give&giveの精神」が



本物の4条件

1. シンプル
2. 卓越した効能
3. 経済性
4. 副作用レス

by 船井先生

「つくように生きる」

ポイントとおっしゃっていました。私たちは「give&take」なら納得できたのですが、「give&give」という教えに拍子抜けした印象を受けたものです。確かに近視眼的には「give&take」という「その場限り」の損得勘定が正しいように思えるのですが、昔から近江商人の「三方善し」という考えがあり、あの住友も昔は「浮利を追わず」と家訓に記しているように「儲け」を優先するばかりではなかったのです。また、原価低減に厳しいトヨタでは「1にユーザー、2にディーラー、3にメーカー」という家訓があり、この実践で、同業他社は販売店を直営化しているが、トヨタは今も地元資本の経営を最優先にして繁栄しています。これらを鑑みても「つくように生きる」には損得勘定ではない超越した視座が必要なのです。

講師の宮内先生は「価値はお客様が決める」とおっしゃり、「至誠通天」のようにヒタスラ「誠」を尽くして「奉仕」することをおっしゃいました。先生は商品は

$$\text{商品} = \frac{\text{価値}}{\text{価格}}$$

と公式化してV/P(価格分の価値)と口癖のようにおっしゃっていました。例えば、当時、船井総研の指導は1日25万円ほどと高いものでしたが、その指導で結果を出す構図をつくって、例えば、業界特化してメーカーから卸そして販売店と一気通貫したチーム体制で「売れる商品」の指導をしていましたが、私たちのような無名に近いコンサルタントは即時業績向上法をもっているも1日単価は半分以下というV/Pとのことでした。

つまり、「つくように生きる」は宮内先生の指導では、メインの即時業績向上法の他に経験から提供できるサービスがポイントなのです。これを総合化と言っていたのですが、経営に関する諸問題に適切なアドバイスや専門技術の提供が出来れば顧客満足度が高まるという教えでした。弊社はお陰様で長期契約のお客様に恵まれて30年経過して三男に事業承継が出来ました。

ワンポイント・アドバイス

「つき」は誰も望むものですが、意外に「ちよっとの差」というケースが多いのです。すなわち、「福の神様」を逃さないことです。「来る人来る人、皆、福の神様」と元BMW販売店の故田中会長は遊書に書いておられましたがシンプルで素晴らしい「つくように生きる」大きな視座です。色んな方と出会うのですが、「福の神様」と笑顔で応対すると、神様も自然と笑顔になります。シンプルですが意外に実践が難しい点があるのも事実です。

