

2008年12月26日発行

ぶろす

四季の会・ユーザーズ・サービス

252号

発行人 浅沼 邦夫

今年もユーザーズ・サービス“ぶろす”をありがとうございました。いよいよ、あと一週間、所長先生におかれましては御多忙のことと存じます。時節柄、御自愛下さいますことを心からお祈り申し上げます。

世界大恐慌だの、大不況到来だのと世の中は大騒動です。だからといって世界が無くなるわけでもない。100年に一度の天変地変のような大変化といわれているが、まさか！まさか！のその通りであり100年に一度だけかも知れない。しかし、ものは考えようで、人生元気で働けるのはせいぜい40～50年くらいなもの。その間に100年に一度の出来事に出合ったもの、学習と思えば、考えることでいいチャンスかも知れないのです。

「じっと手」を見ると、今の自分の心を揺さぶられることがある。「じっと手」を見つめよう。苦しかった時、楽しかった時もあった。手には自分の歴史が刻まれている。自分に問いかける、生き方がある。「じっと手」を見てみると、何があっても大丈夫だ。お客様と所員を守る！感謝の気持ちでいっぱいです。

明るいニュースで感動あり

消え行く運命の「湯たんぼ」も、天は時代を「じっと」見つめ、見捨てず、生かしてくれたのです。「じっと手」が教えてくれるものは、原点回帰。専門力、商品力、得意技、我が社の特徴など。「じっと」見直すことも、これから大事のようです。

日経12月20日 春秋に、湯たんぼが大人気。熱すぎず、ぬるすぎず、ほかほか優しいぬくもりが、とろけるような眠りを誘う。電気じかけの製品に押されて、消えゆく運命かと思いきや、省エネや環境ブームで復活。年百万個だった需要が、3年で3倍に増えた。

大正12年創業の老舗マルカ金属では、15人の職人さんが尼崎の町工場働く。トタン製の蛇腹は簡単な作りにみえるが、工程は10以上ある。増産に次ぐ増産で職場に笑顔があふれる。赤字転落だ人員削減

だと、冷え込む景気の話が日本列島を覆い尽くす中で、小さなヒット商品の存在に心もほっこり温まる。

湯たんぼには2つの異なる顔がある。寝入りばなには、ニコニコ温かな表情をみせる。布団の中に心地よい別世界を広げて待っていてくれる。ところが目覚めるころには打って変わって無愛想な別物に化けている。「もう布団から出る」とばかり、冷めた金属の感触が厳しい。だらだらと朝寝をする者を許さない。

睡眠の入り口だけでなく出口まで用意する。そんな湯たんぼの働きは、自然の摂理にかなっているようだ。経済という生き物を扱う政策も同じだろう。厳寒の夜には大胆な超金融緩和も財政出動も必要だが、やがて気温が上昇に転じる夜明けが来れば役割を終える。遠目であろうと、出口の場所は探しておきたい。政治家こそ、「じっと手」をみるべきと思う。本当は主権在民の私たちこそ、大事のようです。

信じたいクルマの文化

私たちが若い時、アメリカの自動車は、キャデラックに象徴され、夢、希望、あこがれだった。そのアメリカのクルマ社会の豊かさが、世界に広がり、日本も豊かな社会を作ることができたのです。正にクルマは、鉄鋼産業、電機産業、建設から運輸、サービス等々その分野は広く、働く人達から、社会や文化を作ったのです。

そのクルマ産業に世界の政治・経済・社会をゆるがしているのです。アメリカ自動車大手のピックスリーが破綻の瀬戸際に追いつめられた。「20世紀米国」の繁栄を象徴する産業を衰退させたのは誰か！「政治家と経営者。従業員！」非難合戦が続いている。

上院は、「救済法案を否決」を選択し、「無駄な融資にならない」ということを示す必要があった。上院が、こだわったのは「高コスト体質の改善」を着手することの確約だった。

例えば、従業員の給与と退職者向けの年金や医療コストは、競争力を著しく低下させていると指摘されてきた。それが、計算単位あたり71ドルという労働コストになり、日本など海外メーカーの49ドルよりも重い負担となっていた。上院は、2009年中に日本メーカーと同水準まで下げるべきだと主張したが、2011年までの賃下げを許さない、全米自動車労働組合(UAW)が最後まで譲らなかつた。経営者側も、自家用ジェット機でワシントンに乗っていき全米の非難を浴びた。

それぞれの立場がある。しかし、今こそ苦難を乗り越えるための3者1体となってやるのが大事のようです。クルマ作りに問題があった。技術者は、それを見抜いていた。「時代の変化への対応ができなかつたクルマに、大きな問題もあるようだ。世界のクルマは、共通なマーケットの中にある。日本のクルマとアメリカのクルマの品質も価値も」「省エネ」や「環境問題」などお客様の見方は大きく変化してきたのです。

ネクシンクの谷口正和氏によれば、物の価値充足の時代から、心理的価値充足の時代になってきている。心理の重要なビジョンは

「信じる」こと。良い、悪い、好き、嫌いの判断を超えて「信じる・信じない」へと、判断基準が変わっています。「信じたい」価値観の時代です。オバマ新大統領を生んだ「イエス・ウィ・キャン」の一斉同調が時代が「信じたい症候群」に入ったことを証明している。心理の時代の最大のモチベーションは「信じたい症候群」信じましょう。そこにアメリカの自動車産業にあり、そして世界に「ものの見方」が変わると思うのです。

困っていることを解決する!!

会計事務所は、正に成熟市場である。お客様(企業)が全てである。そのニーズはモノ(値段)を主体とした発想では通用しない。私たちは経理業務、つまり経理サービスである。安ければいい!安くてもいいんだ!競争、競合になってしまっている。企業の減少傾向の中で益々、値段の競争になってしまっているようです。

これから、ベースをなすのは「モノ」だけでなく、「お客様そのもの」であり、「お客様の満足」「心」「充足感」こそが、対象にほかならない。すべては、そこからスタートすることが本当の大事になるのです。

「お客様へのサービスを第一に考え、ご満足を提供していく」という、真の「お客様中心」がCS「顧客満足」が最重要である。

新規顧客開拓を考えた時、2つの層がある。1つは、全く初めての「新規顧客」3%くらいであり、もう1つは「買い替え」? 97%であり、同業者からの新しいお客様である。

今、新規はなかなかとれません。「お客様をつくり お客様をつなぎ お客様に喜ばれ固定化」する、良いサイクルをつくりあげ、ライバルのお客様を奪うくらいな力を持ち、さらに全く新しい顧客も自分のものにしていかなくてはならないのです。くれぐれも、これまでの客層の上で安住し、目先の営業にとらわれることで、「お客様が離れ」「お客様が奪われ」「お客様がいなくなる」という悪いサイクルに陥らないようにしたいものです。

良いサイクルの一番大事なことは、「困っているものを解決する」239号にも書きましたが、「決算をやらない会社はないのです」。「主力業務」である「決算業務」について、その意義は3つあるのです。

「税務署・銀行」へ提出する。決算診断を用いて、社長に「報告・解説」をする。

「経営課題」を社長と共に考える。今、大変な時代、赤字率が80%~90%くらい深刻さを増して来た中小企業にとって、振り返ってみることも大変重要になってきました。

「経営計画」は、その意味が変わってきた。わからなくなってしまった。未来のことはわからないのです。先行き不安が山積です。今が今に大事に見るのが「決算診断」です。また、「決算事前提案書」で身近な決算をよく見つめていくのです。決算書の中には、歴史と先代の汗がにじんでくるのです。魂込めた決算診断で会社を社長と共に考えることが本当に重要であります。