

経営支援ニュースレター

※※御社の成長発展に役立つ情報を、精魂込めて発信していきます！※※

Tokyo
Metropolitan
Consulting
Group



＜今月の主な内容＞

- 藤本篤志氏講演の骨子、ご紹介
- 目標設定は、人の心の問題！
- 顧問先紹介:スターサービズ株式会社
- 付録: TMスタッフ通信・今さら聞けないQ&A
- 会計をベースにした「高収益企業化」セミナー案内
- 2時間で体験できる「ビジネスコーチング」セミナー案内

東京メトロポリタン税理士法人

ティーエム・コンサルティング(株)

(株)クイック経理

代表/税理士 北岡 修一

営業マネージャーがよく働く会社は伸びる！

皆様、こんにちは。税理士の北岡修一です。

最近、非常にセミナーとか原稿執筆の依頼とか、OOTVの取材(これは1件ですが)、などが多くなりました。少しビックリです。

聞いてみると皆さん、ホームページを見て問い合わせしてくれている方が多いですね。リース会計のセミナーなどをずい分やりましたから、「リース会計」などで検索して、見つけてくれる、なんていうのが多いようです。どんな語句で検索して、うちのサイトに来てくれているのか、分析を見るだけでも本当に面白いですね。その後の役にも立ちます。

それもこれも、このホームページ作ってくれたシナゲート梅原さんのお陰です。ありがとうございます。シナゲートさんは、今年の3月1日発行第75号で顧問先紹介でも、紹介しました。セミナーを毎月載せたり、毎週更新した方がいいとか、いろいろとアドバイスをしてくれています。毎週、更新は大変ですけど、多少遅れつつも何とかやっている状況です。なにしろ、税理士法人も含め、3つのサイトがあるので、それを毎週更新するのは結構大変です。もちろん、私だけでなく、うちのスタッフもやってくれていますが、やはり私が書く部分がどうしても多くなります。最近、物書き業的になってきた感があります。4時起き物書き行を目指そう！なんて思いつつやっていますが…

■日本の大学生になっていないか？

先月も紹介しましたが、30万部の超大ヒット「御社の営業がダメな理由」(新潮社)の著者、藤本篤志氏に、東京メトロポリタン・ビジネス倶楽部(TMBC)にて講演をやっていただきました。タイトルは「営業の本質理論—凡人だけのチームでも成績が向上する方法」です。とっても良かったです。営業や販促のセミナーなんていうと、小手先のテクニックのようなことを教えるセミナーが多いようですが、藤本さんの講演は違いましたね。タイトル通り、営業の本質的な部分を、とてもシンプルにわかりやすく、話してくれました。その講演の骨子をちょっと紹介したいと思います。

- 藤本氏、冒頭、今日のキーワードをホワイトボードに書きます。 『日本の大学生』

いったい何のことやら... 皆、啞然とした感じですよ... ここから講演、スタートです。

- 営業成績の悪い営業チームには、皆、共通項があります。それは「馬なりの結果を出すのみ...」ということ。言い方を変えれば「馬なりの結果しか出せていない。」ということですね。

これは、営業マネージャーが、次の2つのことを放棄しているからです。

1. 教育 2. 手綱さばき

●売れる営業の原理原則を、解き明かす

営業力の本質理論の方程式があります。いつもセミナーでは、これに1時間をかけるそうですが、今回は20分でやるとのこと。

<営業力の本質理論:方程式>

①**営業結果 = 営業量 × 営業能力**

②営業量 = 営業時間 - (意識的怠慢時間 + 結果的怠慢時間)

③営業能力 = 営業知識量 + 営業センス + グランドデザイン力

…これは、先の本「御社の営業がダメな理由」の冒頭「まきがき」に載っています。是非、お読みください。

まず、いかに営業量(直接営業する時間)を増やすか、ということです。②のとおり営業量は、営業時間から、怠慢時間を引いたものです。意図的怠慢時間は論外ですので、ここでは、**いかに結果的怠慢時間を減らすか**、ということです。この**結果的怠慢時間とは、会議や日報を書く時間、資料作成などの時間だったりします**。いかに、部下のこれらの怠慢時間をなくし、直接営業する時間を増やすか、ということが、営業マネージャーにまずは求められているのです。

●そして、営業能力。営業センスは、高めることはできません。ましてやグランドデザイン力はそれ以上のものです。ですから、**まずできることは営業知識量を増やすこと**。基本的に自社商品の仕様やそれに関連する知識は、完璧に持ち合わせていなくてはならないのです。営業マネージャーはその支援をしなければなりません。

●営業マネージャーにやっていただきたいことは、次の2つです。

1. 日次で同行営業

2. 日次でヒアリング

同行営業は、**クロージングなどの時に部下の営業についていくのです。そして、マネージャーがやってみせます**。部下にやらせずに見せる、というのが大事だということです。部下は複数いるでしょうから、毎回同行することはできません。でも、5回に1回同行して見せてあげれば、後の4回はマネージャーのやり方を思い出しながら、自分でやることとなります。これが教育ですね。

●そして、日次でのヒアリングも大事です。

営業マンが帰ってきたら、マネージャーと1対1でヒアリングをします。部下に営業の状況を忠実に再現させ、その状況ではどうするのがいいのか、また、現在の状況をさらに進めるには何をどうしたらいいのか、チェック&アドバイスを、ということですね。日次でヒアリングをした方が、営業日報を書くよりもよほどいい、ということです。

●ここで、冒頭のキーワード『日本の大学生』に戻ります。すなわち、実績が上がらないチームの営業マネージャーは、「日本の大学生」になってしまっているのです。なるまでは頑張ったけれども、なった後は、遊んでいる…

そうなんですね。実績が上がらない営業チームの営業マネージャーは、働いていない、ってことなんですね！ずっと会社の中において、書類のチェックをして働いた気になっている(これは北岡の言葉ですが...)、これでは当然、実績が上がりません。先ほどのように、**部下の営業について回り、実地で成約&教育をする、会社に戻れば、部下の営業マン各人に十分時間をとって、ヒアリングしながらチェック&アドバイスを極め細やかにやっていく**、そういう営業マネージャーであれば、実績が上がらそうな気がしますね。藤本さんありがとうございます。(本誌を送る方はほんの限定された方々ですので、内容をある程度公開させていただきました。)

■ 目標設定は、人の心の問題！

何回か話しているのでおわかりかと思いますが、私は盛和塾に入っております。塾長は京セラ創業者の稲盛和夫氏で、現在、全国＆海外の塾も含め4,000人以上の経営者が塾生になっています。毎月いろいろな勉強会があるのですが、その中で学んだことを少し話してみたいと思います。

今回は経営目標の立て方について、「ウーン、そうかあ〜！」と唸ってしまうような気づきがありました。

それは、経営目標を決める時にトップダウンでいくべきか、ボトムアップでいくべきか、という塾生の質問に対する稲盛塾長の答えです。少し引用させていただきますと、

「経営というのは、人間の集まりをどうするか、ということなんです。ですから経営は人の心の動きを抜きにして語れませんし、また人の心を無視して経営はできません。目標設定の問題は、まさに人の心をどうするかの問題です。(後略)」・・・目標設定が、人の心の問題、ということが最初はよくわかりませんでした。そして、「・・・ですから、経営者が、会社について誰よりも真剣に考え、私心をはさむことなく、自らの意志で決断し、作っていくものが経営の目標というものです。つまり、目標が高いか低いかをどう判断するか、トップダウンで決めるかそれともボトムアップでいくか、というような発想で考えるのでは、決して優れた経営はできません。(中略)・・・まずは経営者として、あなたが『こうありたい』と思う数字を持つことです。」

「経営目標とは、経営者の意志そのものなのです。決めた目標を社員全員に「やろう」と思わせるかどうかなのです。」・・・

目標は経営者の意志そのもの、それを社員がどう受け止めるか・・・だから、「人の心をどうとらえるか」

ということが、目標設定において問題なのですね。

「経営目標という経営者の意志を、全従業員の意志に変えるには、やはりリトップダウンしかありません。」・・・やはりそれしかない、ですね。

「『当社でも、やりようによってはいけるかも知れないんだ。今までは低迷して、ちっとも伸びてくれなかったが、今年は思い切って倍ぐらいに会社を発展させようと思う。』と社長の方から働きかけ、いざ目標として『今年は倍やろう！』と言った時に、周りの者が『一緒にやりましょう！』と自然に言うような雰囲気を作ることが必要なのです。』・・・

これですね。こういう状況になれば会社は本当に強いと思います。そういう雰囲気をいかに作っていくか、これが経営者の役割ですね。

そして、人は誰でも現状を打破したいという気持ちを持っている。経営者は、この人間の持っている挑戦したいという新鮮な気持ちを、表に引っ張り出すことができなければならない、と稲盛塾長は言います。それにはやはり、「思い切った目標を立てろ」ということです。そして、ここからがまた、稲盛塾長の真骨頂です。

思い切った大きな目標を立てる場合には、そこにはやはり大きな商機というものが存在しなければなりません。これをいかに探し出すか。「目標は何か、一体何をやりたいのか、ではそのために何をどうすればいいのか、何度も何度も頭の中でシミュレーションをすれば、やがて商機のありどころが見えてきます。そこへ皆を引っ張っていくのです。そして、どれだけのものをねらうのか、それが皆に示す目標なのです。」・・・商機のありどころ、という言葉いいですね！これが見えるようにならないければ、自信をもって皆に目標を示すことはできないですから。この目標に向かって皆を燃えさせること、これが経営者の最も大事な仕事なのですね。お互い頑張りましょう！

■顧問先紹介:スターサービス(株)

9社目の顧問先紹介は、スターサービスさんです。

代表取締役社長 吉田隆雄氏



- スターサービス株式会社
- 住所: 江戸川区谷河内
- 業種: アミューズメント施設運営、コンサル等
- 社員数: 約60名
- 代表取締役 吉田 隆雄
- TEL: 03-5636-6172



座間直営店

「ゲームフィール
ドラゲーン&グリ
ッター」



神栖直営店

「スーパードリー
ム神栖店」



ボウリング場内 ゲームセンター

「埼玉スポーツ
センター」

上の社長の写真、ちょっと固い(WANTEDみたい?すみません。笑)感じですが、実はとてもパワーのある楽しい社長です。スターサービスさんは、アミューズメント施設、ゲームセンターの運営や運営受託、新たにこれらの事業を始める場合のコンサルティング、そして、機器や景品の販売などを行なってい

ます。そして、最も大きな強みは、中古の機械などを引き上げてきて、すべて自社でメンテナンス、修理、リニューアルなどができてしまうことですね。これを行うことによって、かなり付加価値を付けて、再利用することができるということです。

私どもとは、まだ2年弱のおつき合いですが、印象としては優秀な役員・社員さんが多いなという感じです。そもそも、私どもが関与するきっかけになったのは、社員の方が私のセミナーに出ていただいたからなんですね。その後、役員の方とお会いして...社長にお会いしたのは、もう契約が決まった後だったと思います。社長なしでそれだけどんどん進めていってしまう、そんな感じの会社です。会社に行っても、社長以上に皆さんが言うので、面白い会社だなと思いました。まあ、それだけ社長の度量が大きい、ということではないでしょうか。

今現在、アミューズメント業界、結構厳しい状況ですね。これはこの業界に限ったことではありませんが、不動産や建設、運送、海外旅行なんかも本当厳しいですね。そんな状況ではありますが、現在、スターサービスさんの店舗は増え続けています。様々な業種の会社と提携し、新事業部門としてアミューズメントのノウハウを活かしていく、そんなビジネスを展開しています。スペースの一部をアミューズメントとして考えてみたい会社の方などありましたら、是非お声がけください。

ということで、今回も最後までお読みいただきありがとうございます。

●ご意見、ご感想、ご質問は、下記まで。

東京メトロポリタン税理士法人 <http://www.tm-tax.com>

株式会社クイック経理 <http://www.quick-a.co.jp>

発行人: 代表/税理士 北岡修一 kitaoka@tmcg.co.jp

〒163-1304 新宿アイランドタワー4F 私書箱1653

TEL: 03-3345-8991 FAX: 03-3345-8992