

## 利益は後からついてくる!

利益は後からついてくる」と語られているが、これは一つの真理である。一度成功しても、その後が続かないという人は多い。なぜか。

アイデアが偶然に当たるときがある。タイミングよく、お客様が心から求めていた商品やサービスが、大ヒットすることで、売り上げが上がり莫大な利益が出る。

すると、ここで勘違いをする人間が出てくる。私は天才ではないかと

最初は真剣にお客様のために斬新なアイデアを考えていた人も、成功すると俺が企画したものは何でも売れるんだ」と錯覚してしまう お客様の視点でものを考えなくなり自分の視点で物事を判断し始めるようになる。

また、会社を大きくしていくと、お客様の視点を忘れがちになる。特に株式公開を目指している会社や株式公開を果たした会社の経営者は、お客様の求めているものよりも、売り上げと利益の達成を先に念頭におくようになる。

ゴールを「売り上げ 200%成長の達成」と掲げて、ひたすらその達成のみを追いかけるようになるとその達成のためにはお客様に押し売りをしたり、きついルマと過酷な労働を社員に求めたりするのである。売り上げと利益は会社の成長のためには必要であるが、それを最終目的やゴールにしてしまうのは危険である。

ビジネスとは常に一期一会である。少しでも手を抜けば、お客様からの信用を失い、リピートしてくれないばかりか、マイナスの口コミが発生して、会社は衰退してしまう。

「クロネコヤマト宅急便」で有名なヤマト運輸はお客様に喜ばれるサービスを提供するために、過疎地であろうと、どこであろうと、全国一律料金で、翌日配送という画期的なサービスを生み出した。

今では当たり前であるが、過疎地であっても翌日に配送するというのは、その地域だけで見ればかなりのコストがかかる。大都市であれば、トラックにいっぱい荷物を積めて、効率よく次々と配達できるかもしれないが、過疎地であれば、トラックに荷物を一つ積んで何時間もかけて配達に行くというのも珍しくない。それでも全国一律料金で、翌日配送にこだわったのはなぜか。

お客様にとっては料金がわかりやすく、且つ、翌朝には届くと約束してくれることは非常に価値があり、メリットがある。 文具を翌日に届けるというサービスを社名にした「アスクル」も同じように信頼が形成されて伸びたサービスである。

ヤマト運輸の元社長である小倉昌男氏の『やればわかる やればできる』には次のように記されている。

私はサービスがダントツなら、お客様の信頼を得て取扱量もダントツ、収入がダントツなら利益もダントツになると、信じて疑わない。ところでダントツのサービスというのは、口で言うほどやさしいものではないと思う。必死の努力をしないとできないだろう。でもアメリカのスペースシャトルを見てご覧なさい。やればできる。

まずは、お客様の立場になって考えることから始め、お客様を満足させるサービスを提供しなければならぬ。お客様を満足させることができれば、必ず利益は後からついてくるのだ。

もし、ご興味あれば、いつでもご連絡下さい。  
未来創造志塾  
塾長 細川栄一