

2020.6.11

No1

変化に順応し荒波を越える

6月になり、ようやく店長会が開催できます。

とは言っても、緊急事態宣言解除後に東京はすぐ感染者が増加しました。

戻さなければならぬのは変わりません。

自分が感染しても命に関わらないとなると警戒は緩み、距離確保を取っているから集まっても大丈夫。出掛けても問題無いと勝手に判断してしまうかも知れませんが、基礎疾患のある方には迷惑な話です。一度も感染したら命の危険があるからです。

私たちの会社の成員の家族だけでなく、お客様の中にも自身体力の弱方が多勢いるはずで間違ってもウイルスの運び屋にはほならぬようにしましょう。愛の欠けた行為です。

以前、「サプライズはいらない。お客様に静かな感動を届けたい」と言いました。

誰にも知られる事が無くとも、お客様に万が一でも感染させる事がないよう、週末に自粛し出掛けないように自分をコントロールする事もその一つではないかと思っています。

先日、店談の中でダスキンでは感染者が出た契約先から回収したマット・エアは洗浄して使い回さず全て焼却処分していると話しました。新品でもそうです。それを聞いた先方の方は、何故それを宣伝しないのですか？と言っていました。我々は出来る最善を誰の目にも見えない所でこそ、モチベーションを維持し続ける事で、企業としての信頼を築いていくのだと伝える所、静かな感動を覚えたいです。

ダスキンの東京地域で働いている方は未だに感染者0です。検査を受けていないだけという事もあるかもしれませんが、これだけ多くの方が働いていて0とは凄いなと思います。衛生に関してやはり徹底されている企業集団なのだとあらためて感じました。この状況をほうみが崩れたと、云われぬようにしたいものです。

さて、先日、レトール・ヘルズレトの会議に参加しました。

売り上げ影響ですがレトールは酷い状況です。5月累計、対前年比▲85.7%です。(東京南関東) 対して、ヘルズレトは4月の数字を賞状せんでしたが、東京+8.0%成長、南関東+7.3%成長と、増えています。業種による差が激しく出ています。

レトールの全国加盟店会会長は、普段元気一杯の方ですが、

年末までイベントの中止が決まっており、打開策も無い。元気の声も出せないと寂しそうに言っていました。とても他人事には思いませんでした。

5月のダスキン部門は、

東京全体で▲15.1%、4~5累計で▲11.5%です。

意外に少ないので驚いています。

2020. 6. 11

No2

多摩エリアのビジネスサービスは、僅かですがプラス成長しています。
ほごみの数字を見ますと。

全事業売上 5月 対前年 88.2% → ▲11.8%

エリア別の売上げを除くと 84.9% → ▲15.1% ▲2,300万。

全事業売上 4~5累計 対前年 89.04% → ▲10.96%

エリア別除く 4~5累計 85.55% → ▲14.45%

となっています。なんと、エリア別事業を除くと東京の平均を下回っています。

特に目立つのは、新宿店、TMX、SM、MM、で、同じエリアの他加盟店の減少率に比べて大きく落としています。

何の原因があるはずなので、これを機会に問題の根本に気づき修正したいと思えます。

今回の騒動が始まり、何もせず成り行きに任せていたら、会社は弱り、いずれ立ち行かなくなるのだからと切実に感じます。

新しく立ち上げたジアゴ事業は微力ながらも売上減少を食い止める働きをしました。でも、まだ整備しきれていない事もあり、動きながら考え決め事をしています。

「立ち止まってじっくり考えて、万全の準備をしてから始めれば良いのに」とか。

「自分の部署にまだ迷惑が掛かってくる」なんて声が聞こえて来そうですが。

事業経営とは、そんな悠長な事は言っていきません。じっくりと万全の準備するのは、時間とお金をかければ誰にでもできるのです。しかし実際時間をかける事は、特に有事の時にはかきません。

事実、ジアゴの加盟も、あと半月遅れていたら販売出来なかったのです。

経営コンサルタントの神様と呼ばれた 市倉定は。

事業経営とは、変化する市場と顧客の要求を見極め、これに合わせて会社が作りかえることである。

市場の変化は目まぐるしい。お客様の要求はどんどん変わってゆく。

そのためにわが社の事業や商品は、市場とお客様の要求に合わせてゆく。

なてゆく。次第に、あるいは急速に収益力を失ってゆく。

当然のこととして、それらの変化に対処できなければ、企業は破綻してしまう。

と言っています。

今のお客様の望んでいる事に敏感であり、これに合わせて会社は常に、時に急速に変化しなければ私たちの居場所は地域社会にはなくなるのです。

2020.6.11

NO3

この数ヶ月でうちの会社は、得意な強みに磨きをかけるよう軌道修正し、新たな一歩を踏み出しました。

店長が店の中で誰よりも前向きに変化に順応する姿を見せてくれる。「店長はこの店を働く人の為に本当によく頑張っている。自分も店長に続き、喜ばれるサービスを作り上げる手伝いをしたい!!」と感じるかもしれません。

それでも、何かを始めるときには、まずPDCAをしっかりと回して……。という方もいるかもしれませんが、一理あります。しかしPDCAはもともと営業会社向きではありません。工場や生産場を求めようとする場よりも、良質な物を効率よく生み出す為の「改善」を図る仕組みなのです。市場の変化に合わせて対応するには向きません。我々のような営業会社には「OODAループ」思考が一番しっくりくるかと思えます。今の時代はOODAループでないと変化のスピードに付いていく事は難しいでしょう。

OODAとは、

- Observe 観察

自分の立てている計画はどうか、よく見て情報を集める。(市場の動向、相手の出方)

- Orient 状況判断

何が起きているのか、理解する。集めた情報をもとに状況判断する。(データの意味を知り)

- Decide 意志決定

状況判断に応じてどう動くか決定する。

- Act 実行

動行を起す。……動きながら観察し考える……

この頭文字をとった呼び名がOODAループです。これに高速回転することで、時間をかけてプランを立て、じっくり話し合っただけで練り上げている会社よりも、荒削りながらも早く経験と実績を積み上げ、駆け上がり、他を圧倒するのです。

新規参入者の追いあげを許さない場を作り上げる事ができます。

スピードが違うのです。消費者にとっても役に立つ事です。

言葉を悪くするならば、「究極の場当たり戦術」とも言われているようですが、

思えば、穂積会長はずっと前からこれを実践していたように思います。

このスピードこそが今の時代には必要で大きなアドバンテージを築くのです。

2020. 6-11

NO 4.

また、PDCAも 消極的な考えの人が集まって回すと、出来ない言ひ訳ばかり出し合う場になりがちで良い結果にはつながらず。

大抵出来ない理由を述べる人は、何か新しい事を始める時毎回同じような反応をします。要するに今の仕事以外の新しい事を始めたくないだけなのです。

私達は町工場の下請けのようになってはいけません。

仕事の量も価格も言いなり 受注先=次第です。

もと来月から別の会社に発注すると言われたら倒産するしかない。

という相手任せの不安定な状態が

ここまでわかりやすい状況なら良いですが 私達を取り巻く環境は見えづらいし、

ゆくり変化するので、今急に困らぬのです。現状維持に走りたくなるのです。

市場任せになってしまうのです。

店を任せられている人は危機感を持ち、敏感である事が求められます。

いつも回りを観察し、次の一手を考へ決断し、行動する癖をつけるのです。

また、そのようにしてスタートしたシェアですが、次亜塩素酸水について様々な報道が飛び交い、
思ってもいなかった逆風が吹いています。コロナウイルスに有効性が認められぬとか、人体に危険だ、
などの報道です。

確かに杜撰に製造されている酷い物もあるようです。しかし報道する側も知識が無く、
深い調査もなしにまじまじと把柄一絡げにして発表しているのです。質の良い物まで影響を受けています。

シェアは問題ありません。

北海道大学などが発表したように、シェアと同様のPH、PPMのもの30秒~1分あれば
コロナウイルスは検出不能な数に減少(99.99%)させます。噴霧で届く範囲の効果も
データがあります。最も悪質な物が市場から退場して行き、風評被害があさまるまでは、
辛抱が必要かと思います。

状況は変わりましたが、本当に良いサービスを行なう会社だけが残るきっかけになるので
あれば、消費者にとって良-事です。

この先も、時代の変化に合わせてサービスや商品を導入する事があるかもしれません。

是非、今、新しい事業を立ち上げる様子を良く見て、欲しいと思います。特に「次の世代」を
担う方達にです。私が失敗する所もよく見ておいて、自分が何かを始める時に生かして下さい。

常に変化しながら、世の中になくならない存在を光輝きを放ち続けるならばこの先も大きな
荒波がやってくる来たとしても乗り越えて行ける事でしょう。

DUSKIN.
喜びのタネをまこう

沼田真樹