



元氣とタイムリーな情報を提供する

五十嵐レポート

発行:「町コン」五十嵐 勉 2018年12月03日 第897号「週刊五十嵐レポート」

隣の芝生は青くない。

労務について悩む社長が多い。これは永遠のテーマ。最近の新入社員の非常識さに驚いた社長の話。

社長、「これをコピーしてくれ」と新入社員に頼んだ。すると新入社員はコピー機の前にじっと立っていた。何をするかと思いきや、スキャンをしていた。コピーの取り方が解らなかった。

社長、「請求書を作っておいてくれ」と頼んだ。出てきたのが宅配便の着払いの伝票。請求書の作り方を知らなかった。

新入社員、「コンビニに行ってきます。何か買うもの、ありますか?」。社長、「(いつものセブンカフェ)コーヒーをお願い」。買ってきたのは、(飲まない)缶コーヒーだった。日頃の社長の姿を見ていないことにショックを受けた。

このように嘆く社長の共通点は、会社に業務規則集・手順書(マニュアル)がない。新入社員を嘆くよりも、新入社員のお陰で、業務規則集・手順書を作る機会にする。その業務規則集を使って社内研修を行う。中小企業における「いい会社作り」のはじまり。

年商30億円、経常利益5億円、従業員100人の会社の話。6年前から新卒採用はじめ、6期目に入った。人材教育に力を入れ、業績を年々伸ばしていった。昨年まで退職者は出ていなかったが、今年に入って、2期生、4期生で1人ずつ辞めた。1人は外資系企業に転職。仕事が出来、ほとんど定時で仕事が終わる。そのため残業はない。一方、ある後輩は仕事が遅く、いつも2、3時間の残業をしていた。年収で後輩の方が多くなった。これではやってられない。結婚を機に転職をした。

社長は社員の聴き取り調査をした。「5年後、10年後の自分たちはどうなるんだ。はっきりしていない。不安である」。これを機に、社員のキャリアプラン作り、賃金体系を見直し始めた。出戻り社員も認める。

「隣の芝生は青くない」と社員に思われるように、動き出す。

ちょっと
気になる出来事

日経ビジネス11月19日号の特集「熱狂顧客がなぜ冷める」の中に、カゴメの記事があった。

「カゴメの売上の3割は上位2.5%のコアなお客様によるもの。この層(カゴメ商品を愛用している中核のファン)に対して何も手を打たなければ離れてしまうという危機感を持った」。

ファンとのコミュニティサイト「&カゴメ」は無理に会員数を増やさない。2015年に開設した当初の目標は1万人。現在は増え続け、2.9万人に達している。

ある食品製造販売会社は店頭販売が1億3,000万円。プラス通販4,000万円と年々売上が増えている。会員数は約8,000人。そのうち上位400人(全体の5%)で売上全体の3割を占めている。

上位顧客をフォローアップするとともに、上位顧客への育成がポイント。「一般消費者」「好きになる」「ファン」「熱狂的ファン」「伝道師」へ。



一口メモ
知識

適量を知る

本を読むのは喜びを感じるため、楽しみのためにと理解していれば、リミットを守って依存症にはなりません。

飲まず食わず本を読みっぱなしとはなりません。結果が出たら終わります。

体を維持するために食べているのだと知っている人は、適量の栄養をとったところでやめます。

依存していることを理解していれば、リミット、適量を知ります。

「ブッダの教え一日一話」(PHP研究所/アルボムッレ・スマナサーラ)より

「戦略社長塾東京」小岩校 毎週日曜日・水曜日 午前10時～12時

「戦略社長塾東京」小岩校 土曜隔週(第2・第4) 午後2時～6時

「戦略社長塾東京」銀座校、五反田校、武蔵村山校、豊岡校 開講中。

㈱五十嵐コンサルティングオフィス 〒133-0051東京都江戸川区北小岩6-21-5

03-3659-7703 Fax03-3659-7077 i-daruma@igarashireport.com

