



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 2022年08月01日 第1079号「週刊五十嵐レポート」

## ニーズの先読み

日経新聞、7月15日付「キーエンス貫く知の共有」、29日付「キーエンス、純利益最高益」という記事。キーエンスは有数の高収益企業と知られている。

その秘密は営業にある。記事によると、営業担当者は顧客訪問の目的を明確にする。「商品購入のための訪問」「購入のタイミングを知るための訪問」「キーマンを探すための訪問」など。顧客のキーマンを把握したうえで会話の流れをシミュレーションする。外出報告書は、顧客のニーズ、デモンストレーションの有無、それに対する反応を記録する。報告書は他の企業にもあるが、単なる連絡にとどまる。キーエンスはつぶさに情報を吸い上げPDCAを回す。成功事例、失敗事例など情報(知)が共有されている。属人的や偶発的な成功より、成功を再現できる仕事の仕方を重視。

キーエンスの研究は以前から行われているが第二、第三のキーエンスが出現しないのは、この営業システムをなかなか習得できないからだろう。小さな会社が学ぶところは、顧客の声を聞き、顧客のニーズの先読みをすること。

介護事業の後継者が社長塾に通って2年目になった。当初、「顧客(エンドユーザー)の声を聞け」と言われてもピンと来なかった。「きちんとヒアリングしているし、何か問題があるの」。多くの介護事業者は保険対象サービスだけを仕事と思っている。顧客の声を聞いて、真のニーズを探っていくとプラスアルファのサービスがあることに気づく。顧客の声を集めていくと利益の源泉が見えてくる。後継者はようやくここに気がついた。「他社は知らないので、最強になれる」。

靴卸業者の話。靴メーカーが独自で作った靴と、顧客の声を反映して卸業者がメーカーに依頼して作った靴では、依頼して作った靴の方が断然売れる。中古機器販売会社は、倉庫に顧客を連れていくと商品を余計に買ってくれた。倉庫はショールームになることに気づいた。倉庫をただの商品の物置ではなく、快適なショールームに変えた。

小さな会社は、まずは顧客の声をアナログで吸い上げ、ニーズを読み取る。次にデータベース化して共有する。ここにITが絡んでくる。

ちょっと  
最近の出来事

7月25日付朝日新聞、米テスラも中国製もバラバラ」という記事。廃校になった学校の体育館(岐阜県瑞浪市)に海外メーカーの電気自動車(EV)をバラバラに解体して自動車部品を展示している(三洋貿易)。EVシフトで世界の後塵を拝する日本の自動車・部品メーカーの技術者たちが、海外EVの実力を探り、巻き返しのヒントを探ろうと、続々と足を運んでいる。こうした施設は、国内では他にないと聞く。

見学者が注目する一つは、EV世界最大手・米テスラの人気SUV。独特の構造や設計の先進性に、見学者から「日本人の発想の及ばないところ」など驚きの声が上がります。

中国製「宏光ミニEV」。日本円として50万円を切る圧倒的な低価格を武器に大ヒット。日欧米では通用しないが、中国で売れる理由がある。

提供しているのは上場企業の三洋貿易。2021年9月期、売上897億円、経常利益61億円、自己資本比率67.7%、従業員数442名。複合型専門商社。

自動車の解体を展示して、見込客の開拓ツールにする。総合商社とはひと味違う専門商社を垣間見た。



一口メモ  
知識

## 経綸(けいりん)

君子もって経綸(けいりん)す。

「経綸」は、国家の秩序をととのえ、治めること。

「経」は織物の機(はた)を織る縦糸で、横糸は緯。

「綸」は、機(はた)を織っていく最初に糸をピンと張って整えること。

国づくりだけでなく、起業にしても、新生の時は混乱する。治め整えるためには、まずは縦糸となる大綱(たいこう)、おおよその枠組みを決めなくてはいけない。

それから、横糸を細目にわたって織って整えていく。これこそシステムづくりの原点である。

「易経一日一言」(致知出版/竹村亜希子)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」銀座校、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  
TEL03-3659-7703 Fax03-3659-7077 info@igarashireport.com

