

『羅針盤』で出力した予定表をチェックすることから1日が始まる！LANでつながった5台のPCを活用し業務全体の効率アップ！！



「羅針盤」で経営力アップ——導入実践編

品性を高める経営改革と「羅針盤」

メディア・ネットワーク・ジャパン（東京都北区赤羽台3-1-19、澤田国治社長）が提案する「羅針盤」は、すべての経営シーンに対応するオールマイティな総合経営支援ソフトだ。昨年から導入した鎌田電器（京都府綾部市広小路3-55、鎌田忠昌社長）の鎌田昌司専務は「何でもできる。できないことに妥協しなくてもいいから、やりたいことを選ぶとオリジナルソフトにもなる」という。同店は平成12年から「働く人の品性を高める経営改革」に取り組んでいる。それがなければ「羅針盤」と巡り合うことはなかった。鎌田専務に聞いた。



鎌田昌司専務

■顧客情報を見て訪問

鎌田電器の朝。「羅針盤」で今日訪問する先の業務予定表を出力し、顧客データをチェックしながら若い木村社員が鎌田専務に相談する。

木村社員 ここ、テレビ、うちから入ってないですね。よし、勧めたろ。こっちのお客はだいぶ前から取引がない。そろそろ攻め時じゃないですか。

鎌田専務 ちょっと顔出してみて。

木村社員 ここはテレビ買って8年。買い替えお勧め時ですね。

鎌田専務 そうやなあ、声かけてみてよ。

■先入観持たずデータを見る

木村社員はこんな調子で「羅針盤」から抽出された業務予定表の顧客マスター情報を元に液晶テレビを月に7、8台売ってくるという。

「彼は3年前に入社して、まだお客のことがよく分からない。10年選手の先輩社員は酸いも甘いも、顧客の家の間取りからコンセントの位置まで知っているけど、『こんなことを言ったら、どう思われるだろう』と先入観が邪魔をすることがある。その点、木村君はどこからでも体当たりしていくので、結果として成果につながっている。羅針盤をフル活用していますよ」と鎌田専務。

■社員が増え、不自由に

鎌田電器がパソコンを経営に活用してからすでに20年近い。鎌田専務が他店研修から戻った平成元年、すぐにメーカーソフトを導入した。

当時、鎌田社長夫妻と専務、従業員1人。4人体制でメーカーソフト使用していた。

しかし、社員が増えるにつれ、不自由になってきた。1台しかパソコンを使えないので時間がムダ。効率アップが課題だった。さらに顧客などの問合せやサービスクールには、電話をかけてきた相手が分かるCTIシステムが必要だった。

■いつも・誰でも

現在、営業担当は6人。「羅針盤」を活用し、LANでつながった5台パソコンから各自が伝票入力をしていく。入力者が増えると、入力ミスも起きやすいが、鎌田専務が管理し、それよりも業務全体の効率アップを重視した。

以前は起票された伝票を担当の女性社員が一件ずつ入力していた。訪問予定の顧客データを見るために顧客データを画面に呼び出すには入力作業を一時中止しなければならなかった。いつでも、誰でもデータを見たり、入力できる体制をつくるためにソフト捜しが始まった。

「羅針盤」で経営力アップ

業者が見つかった。業者と打ち合わせを重ね、オリジナルソフトを作る作業が始まった。

ところが、結果は最悪だった。半年後の予定が9カ月、1年と完成は延びるばかり。最後に責任者が謝りに来た。行き詰ってしまったのだ。

■オリジナルソフトを断念

ソフト捜しは、オリジナルソフトの模索から始まった。時間効率アップのために、複数のパソコンをLANでつないだシステムを組もうと、当初のソフトを提供してくれたメーカーに相談した。既存のソフトをベイスにして700万円。とても投資できる額ではない。やがてオリジナルソフトを数百万円で作ってくれる業者が見つかった。業者と打ち合わせを重ね、オリジナルソフトを作る作業が始まった。

■今期2億2千万円見込む

鎌田電器は昭和43年、鎌田社長夫妻が創業した。今は倉庫だが、創業年の「1968」を看板に掲げた、10坪の旧店舗が道路を挟んである。5年前の平成14年に現在の3階建て店舗（売場面積43坪）を購入した。売り上げは今年6月期で2億2千万円を見込む。登録顧客数は4千件。そのうちDM配布が1900件。



カウンターの中の4台のパソコンは社員用

当時、所属する京都府電機商業組合が「羅針盤」を推薦していた。無料のモニター制度もあったが、鎌田専務には「どうせ業者の儲け話」と関心がなかった。オリジナルソフトが行き詰まったおかげで鎌田電器は「羅針盤」と出会い、導入することになる。

鎌田専務は羅針盤を使っている京都商組の仲間の店を見学させてもらい、インターネットからデモ版入手し半年ほど自分でシステムの流れや機能を真剣に勉強した。メディア・ネットワーク・ジャパンの澤田六郎氏に声をかけた時には「これなら、いけそうだ」と確信があった。

■PRO・POSへアップ

「羅針盤」が動き始めたのは昨年の10月。7月から導入作業が始まったが、移行する顧客データの一部に洩れがあり、メーカーの作業がやり直しになった。このワンクッションがあったおかげでソフトは「羅針盤PRO」から「同PRO・PSO」にグレードアップ。8月、パソコンに詳しい大倉社員が入社。商品マスターを登録し、今春からPOSの稼働で更なる業務効率化をめざしている。

■オリジナルソフト」ができる

「羅針盤」が優れているところ、他のソフトを違うところはどこか。鎌田専務は「オリジナルソフト」として活用できる」という。

「既存のソフトには妥協しなくてはならないところが沢山ある。それが当たり前。やりたくてもできないことが必ずある。その点、羅針盤は何でもできるので、やりたい部分をピックアップすると、自分に合ったソフトになる。つまりオリジナルソフトをオーダーしたのと結果は同じ。そこが羅針盤の驚くほど凄いところ」。

■見込み情報も入力

「羅針盤」は朝、専務が立ち上げて前日のチェックをする。社員は訪問予定の顧客マスターを開いて、製品の保有状況、売り上げ状況をチェックする。修理依頼なら機種を確認し、ご無沙汰客か、前回は誰が行っているのか、調べてから出かける。

1日が終わると、訪問した顧客の情報は金銭の動きを含め、すべて「羅針盤」に入る。見つけた商品の見込み情報も入る。回ったうちの7割は情報が残っていくという。



毎朝のチェックは専務の大事な仕事

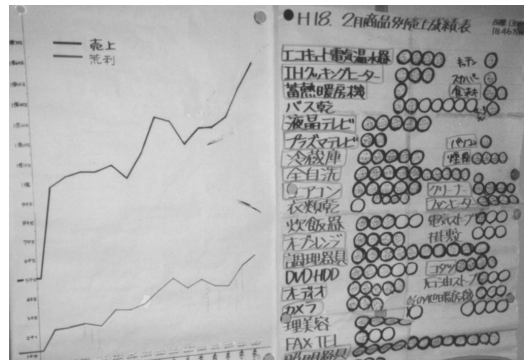
「羅針盤」で経営力アップ

「頑張っても、売り上げは伸びない。利益も取れない。港から出て次の港を目指そうとするが、同じところをぐるぐる回っているだけ。悩みましたね」。

一生懸命やることに満足していた

■家業から企業をめざす

平成元年、鎌田専務は他店修業から戻った。根は体育会系。がむしゃらに頑張った。5千万円だった年商は翌年、1億円に跳ね上がった。しかし、その後5年間は横ばい。平成7年に田中課長が入社して工事部門を立ち上げ、数年伸びたが、また反動が来た。



努力と苦勞が滲む18年間の売り上げ推移グラフ

当時は「経営ではなかった。大型冷蔵庫の1台も売れば、大喜びして今夜はすき焼き。そんな時代だった」と振り返る。「これではダメだ」と気がついて、家業から企業を目指し始めた。平成12年頃だ。

「我々は何のために働いているのか。道徳と経済は一体」をテーマに2カ月に一度、外部講師を招いて休日返上で研修を始めた。「会社のためではなく、自分のために参加して」という専務の呼びかけに、この6年間、休んだ社員はいない。

■人間は品性

「世の中で成功している人を見ると、人間の要は品性であることが見えてくる。品性を高めることを商売につなげていこう」というのが、鎌田電器の勉強会だ。

「会社は利益を上げるためにある」という考えを捨てた。「会社は何らかの形で社会に役立つことが使命であり、人間（の値打ちを決めるの）は品性であり、品性のかたまりが会社である」と道路掃除も始めた。

売ろうとするのではなく、顧客のためになることに身体を使う。ひとつでも喜んでもらえることをする。

そこから考え方は180度変わった。「何のために経営しているのか。自分たちが目指すのはどこなんだと突き詰めると、人間は品性が大切だ」という結論に行き着いた。

会社が人材育成の場をめざすと人が増えてきた。複数のパソコンがLANで結ばれていなければ業務効率化と情報の一元化はできないという結論に達した。

■ガラス張りの経営に

平成13年、家業から企業への脱皮を始めた。給与の決め方、ボーナスの出し方など社内規定を明らかにした。これまでのやり方は全部間違っているという前提に立った。

「会社も変わった。瓦屋根の10坪ほどの電気屋が3階建てのビルを買わしていただき、社員規定を変え、社員が増え、経営をガラス張りにした。隠さない経営に脱皮した。会社は自分のものではない、お客様から授かったものという考え方に

変え、企業化を目指してきた。

■品性資本力と金銭資本力

鎌田専務の夢は「この会社に勤めてよかった。自分の子どもも勤めさせたい」と、社員から言ってもらえる企業なることだ。

「そうになったら、売り上げも利益も黙ってついてくる。頑張るもの、社員が。自分の幸せのために」。

社員の品性が高まり企業の力になる。それを専務は「品性資本力」と呼ぶ。品性がいくら良くても金銭資本がなければ会社は潰れる。品性資本力と金銭資本力のバランスが取れた経営。それが鎌田電器の目標だ。



平成14年にオープンした3階建ての現店舗

「羅針盤」で経営力アップ



2011年、地上アナログ放送が終ることを告げるD-P Aのポスターがズラリと貼られた店内

■不安を解消する道

経営改革に取り組み思いを鎌田専務は次のように語る。

—改革しなければ、と思い立った理由は。

鎌田専務 毎日が不安で、どうしようもなかった。今日は売れたけど、明日は売れるのだろうか。果たして今、儲かっているのだろうか。あのお客がほかの店で買うと、またうちに戻ってきてくれるだろうかと心細くなる。10年後の目標も予測も立たない。不安と疑問。そこがスター

トです。

—どう変わったのですか。

鎌田専務 毎日を満足して、安心して過ごせる方法から勉強を始めた。やがて本当の喜びとは自分を犠牲にして人の役に立った時であり、経営とは人なんだということに気がついた。

—すべて自分を見つめ直すところから、ですか。

鎌田専務 物を買う時、『あの人は良心的だ。私の立場に立って考えてくれる』という店にいくでしょう。高い、安いは二の次。量販店が安売りするとか、DMを配っても来ないの、記念品が悪いの、会場が悪いの、そんなことは一切関係ない。景気も関係ない。人です、経営は。そうすると、自分の欲を捨てるということに行き着くんです。

■欲を捨て、品性を重んじる

—欲は人が頑張る原動力では。

鎌田専務 欲があるうちは人のことが見えません。お客さんの言うことがわからない。自分中心の店に誰が買いに来ますか。欲を捨てるのは難しいですよ。私も『欲がない者に商売なんかできるか』と思っていま



旧店舗は創業の原点

したから。でも、違うんですね。

—欲を捨て、何を支えに。

鎌田専務 品性です。自分を犠牲にして人の役に立つ。そういう品性のある人の集まりに利益がついてくる。お客のために身体を使ってタネを蒔いておく。きつと芽が出る。それを信じる方に賭けたんです。土中であって見えない根っこ鍛えよう。そうすれば、自然に幹ができて、きれいな花が咲くでしょう。

—不安は無くなりましたか。

鎌田専務 人のために尽くした喜びは安心に変わる。なんぼ売れたか、儲かったかで一喜一憂しているうちには安心も不安もある。今日100万売れて30万円儲かったと喜んでいて、1円も売れなかった日はどん底ですよ。

—商売は厳しいですね。

鎌田専務 本当に不安ですよ。でも、売れるか、どうかを心配するより、お客さんに喜んでもらえることをする。お客さんが量販店で買ったとしてもそれはそれでいい。欲で動くから不安になる。不安だから跡継ぎも来ない。

—鎌田社長は、いかがでしたか。

鎌田専務 父は決して愚痴らない。

「電気屋ほどいい商売はない」と言う。現実に量販店は来ているし、愚痴っていても仕方ないですから。

■経営改革、道半ば

「羅針盤」という強力な経営支援ツールを得たが、顧客に信頼され、喜ばれる鎌田電器の経営の改革は道半ばだ。人の育成と商売の両立にチャレンジし、品性をあげるには根気が要る。鎌田専務は「社員が幸せにならないと、お客さんに私の思いが伝わらない」という。

「彼らが羅針盤からの抽出データを元に私の考えを伝えにお客さんのところへ行ってくれる。社員はよく頑張っている。私がつとしっかりしないと、『専務の生き様見ていたら、幸せになれる』と思える手本にならなければ」。そう語っている。