

平成21年9月分

価格ではなく価値を売る。

茨城県のつくば市で野菜中心の店頭販売をしている農業法人みづほ^{の市場に}は通常の市場価格より2割高くてもお客様が毎日わきりに訪れているそうです。その理由はスーパー等より「うまい」からです。お客様はうまければ少々高くても喜んで買ってくださいます。試食すると他の店の商品との違いがはつきりわかるくらいより品質の商品を販売しています。社長の話だと「今まで農家は生産者であって経営者でなかった。作物を作って農協や市場で決められた価格で納めていた。だから味の追求してなかった。自産の市場では自分で価格を決めている。だからより商品を提供し、売価が高いうちで、契約している農家は一般の農家の1.5倍(660万円位)の収入がある」といいます。農業を長く続けるには継続ですが、継続体力ではない。進化こそが力であると言っていました。私達中小企業の経営でもこの話はとても参考にあります。

価値を高めるのは製造業は製品の価値とサービスの価値ですが、サービス業はサービスの価値が中心です。サービスの価値は現場が活性化しているにあらがけません。現場を活性化させるためには社員満足度(ES)の高い組織を作りあげることです。中小企業経営を自転車に例えると、ハンドルを握り方向を決めているのは社長です。目的地(経営ビジョン・経営理念の実現)へ到達するために社長が方向を決めるわけですが、この方向が間違っているといくら自転車を一生懸命漕いでも目的地へ着くことはできません。会社経営で一番大事なものは社長の戦略です。戦略とは、会社の将来進むべき方向を決めることです。そして社長が全力でペダルを漕ぐ自転車は前へ進みます。社長が漕ぐのは後輪です。後輪が動くことにより前輪が動きます。後輪がES(社員満足)です。社長が社員を大事にするにより社員が幸せになり、幸せな社員がお客様を幸せにするわけですから前輪がお客様満足(CS)になります。ではどういつ時に働く社員が幸せを感じるかというと、お客様より喜ぶや、感謝の言葉をいれたくことにより自分が働く喜びを感じられます。また自分の成長を実感したときであると思います。この2つは現場にあります。社長が現場を重視し、現場で働く社員一人一人が自分の頭で考える行動する組織でなければお客様を感動させるサービスを提供することはできません。サービスの価値は現場を活性化させることによりあらがります。具体的には、現場を明るく元気に楽しくすることではないでしょうか。社員が自ら考えて、明るく楽しいイベントをやる。楽しい会社にするために内装も工夫しお客様をびっくりさせる。笑顔でいっぱい社風をつくる。楽しい挨拶、楽しい清掃、楽しい朝礼にする。社員が楽しみお客様も笑顔にする。こういうサービスなすお金もかかなくて、サービスの価値を高められるのではないのでしょうか。会社は社長したいです。売上をあげるのに1年、利益体質にするのに3年、人を育てるのに10年かかります。人の差別化ができれば他社は追従できません。中小企業は人の差別化により商品の価値はあがるべきです。時局が分かり忍耐強くがまんの連続ですが、これが実現できると社長も社員もお客様もみんな満足する理想的な会社になるのではないのでしょうか。

古田土満