

私達は、お客様に高品質・高付加価値の商品を提供し、企業の成長と発展に寄与します

商売繁盛の 秘訣とは!?

※会長のご挨拶は裏面にあります。



代表取締役 社長
吉川 正明

きている所は、一度来たお客様がその後も離れていかず、商売が上向きになっていきます。

飲食店を例に挙げるとわかりやすいかもしれませんが、口コミ等が無く、初めてお店に行く時というのは、最初からものすごく何かを期待しているわけではありません。お腹が空いたから行く——その程

商 売繁盛を考えるうえで欠かせないことは、高品質のサービスや商品の提供です。高品質といっても、本当に料金や値段が高いものというわけではなく、お客様が料金以上の価値を感じられる、つまりお客様の期待を上回るという意味であり、これがで

度の場合がほとんどです。でも、そこに考えてもいなかったサービスや料理の工夫があることで、お客様は喜び、感動し、また来ようと思うようになります。そして、これは飲食店に限らずどんな業種にも当てはまります。

人を感動させるということは言うほど簡単ではありません。お客様と接する現場の社員が、本気でお客様を感動させたいと自主的に考え、行動しなければ難しいと思います。そのためには研修も必要かもしれません。しかし、その取り組みの積み重ねが最終的に繁盛している所とそうでない所の大きな差となるのではないのでしょうか。

「お客様に感動を」
目指すはそのステージ

時流に乗る経営者から学べ!

商売繁盛“あるある”談話



こんな時代だからこそ知っておきたい、事業を成功へと導く経営者の資質

仕事柄、様々な事業所に赴き会社経営についてお話を伺う機会が多い我々タイワサキ経営グループのスタッフがこれまでに見てきた事業を成功に導いている経営者の共通点をテーマにディスカッションしてみました!



参加メンバーのプロフィール

※①趣味 ②志望動機 ③特化している部分

駿河増販情報センター
マーケティングアドバイザー

宮口 巧

①キャンプ ②地域の発展に関わりたいという気持ちから ③マーケティングサポート、ビジネスプラン構築、プロジェクト運営

監査部
副部長

村田 圭

①ゴルフ、キャンプ ②経営者と直接仕事ができる職業に魅力を感じた ③創業や新規事業展開、事業承継、企業再生

監査部 推進三課
課長代理

勝間田 佳祐

①スポーツ観戦・ゴルフ ②簿記を勉強していて、会計業界に興味を抱いたから ③サービス業

監査部 推進一課
主任

渡邊 貴洋

①スポーツ ②様々な業種の経営者の方のお話を聞いて勉強したかったから ③建設業

どんなに不景気と言われている時代でも、その時の時流に合わせて成功する経営者は必ずいるものです。そんな事業を成功へと導く経営者たちが持つ、共通の資質とはいったいどんなものなのでしょう? 知りたい方や興味をお持ちになれる方も多数いると思われるこのテーマについて、今回、当グループの中でも特に経営についてお話を伺う機会が多いスタッフ4人に集まってもらい、これまで見聞してきた経営者の資質について意見交換をしてもらいました。

《参加メンバー》

宮口=以下、宮・村田=以下、村・勝間田=以下、勝・渡邊=以下、渡

勝: 総じてですが、会社のことをちゃんと考えて何とかしようと思っている経営者ほど、社員からは嫌われがちになりますよね。あれこれ考えて試しているうちに、下からは空回りしているように見えてしまうのかもしれませんが。

村: わかる、わかる。

宮: 嫌われているというよりは、煙たがられている

感じじゃない？

勝：あっ、そうです。煙たがられていると言った方が正確ですね。

宮：でも、そういう経営者って、尊敬されていないわけじゃないよね。

勝：そうですね。尊敬はされていると思います。

村：どうしても口うるさくなったりするから仕方ない部分もあると思う。でも、実際そこから2つのパターンに分かれるよね。そのまま従業員に本当の意味で嫌われてしまうタイプと、口うるさい理由を上手に伝えて、良い方向に持っていくタイプ。繁盛している経営者は後者で、嫌われたまま成功している経営者って、あんまりいないよね。

口うるさくて、煙たがられていても社員に信頼されている経営者は業績を伸ばしています

《村田》

宮：うん。それと、ちゃんと責任が取れる人ってところもポイントだと思う。

渡：僕が今まで見てきた中で、伸びている所や拡大している所は、押し並べて兄貴的な存在というか、絶対的な存在の経営者が多いような気がします。そして、その影響力は社員だけに留まらず、取引先の外注さんにまで及んでいて、「あの人には本当にお世話になって」といったような場合がほとんど。会合なんかに出席した際は、たとえそこで一番偉い立場であっても、何事も細やかに率先して行動するといったような、人間性のしっかりした人が多かったですね。だから人から慕われて、慕われるからこそ取引先が増えるといった感じでした。

宮：異業種交流会とかに出席するとわかるけど、よ



十人十色と昔から言いますが、会社の数だけ様々な経営者がいるものの、業績を伸ばす経営者にはやはり共通点が。対談中、他の人の意見に相槌を打つこともしばしば。

経営者の資質

①

情報はどん欲に聞き出す

情報の質と鮮度に敏感

②

儲かる仕事と儲からない仕事のバランスを取る

③

No.2の育成雇用

④

取引業者を大切にする

⑥

⑤

周囲の方からこの人の為ならと思われる

自分の足元を疎かにしない

⑦

人の使い方が上手い

⑧

く会う経営者には、本当に良く会うよね。そういう場でいろんな人脈を作って、たくさんの情報をかき集めようとしっかりアンテナ張ってる。

何事にも率先して行動し周囲から慕われているからこそ取引先も増えていきますね

《渡邊》

村：しかも、そういう所で得た情報を無駄にせず、何かにつなげようといつも考えてる。だけど、そういう経営者って自分の参加する場をちゃんと選別しているよね。

宮：そうそう。なかには交換した名刺の枚数が人脈だと勘違いされている方や、その場の雰囲気やそういう感じの集まりみたいのもあるけど、そんな所に

はいないかな。

村：やっぱりある一定以上の利益を上げている企業の経営者は、自分の助けになる場や集まりを選びつつ、いろんな所に顔を出して、様々な人と交流し、情報を取ってきますね。それと、伸びている企業の経営者ってワンマンの方が多い気がします。自分が思った通りにガンガンやる中で、社員を上手く動かしているかどうか、浮き沈みの分かれ目なんだと思う。基本的にはそういうワンマンな経営者って口うるさいから煙たがられているんだけど。

宮：でも、頼りになるみたいなの。

村：そう。最後の最後では、しっかり責任をとってくれるみたいなの。

宮：なかには本当にストイックな経営者もいるよね。

**業績を伸ばしている
企業の経営者は
様々な場所に出向き
交流を重ね
新しい情報に敏感**

《宮口》



村：いますね。これまでも十分過ぎる利益を上げているにもかかわらず、今までのやり方は間違っていたと、猛省し、がらりと方針転換したり。

宮：それって凄いことだね。なかなかできることじゃないよ。

渡：そういう経営者って、勉強熱心というか、常に成長を求めているってことですよ。

宮：そう！

渡：そういう方って、新しいことに目ざとく、学べるものがあれば学ぶって姿勢ですよ。

村：そうそう。僕たちが仕事で伺った時、業績が伸びている所の経営者って、会計事務所なんだからやって当たり前だろって感じじゃなくて、わからない所があれば年齢関係なしに、教えてっていうスタンスの方が実際多いよね。

宮：どこに行ってもそういうスタンスで接するから、相手も不快な思いをせず、たくさん情報が得られるんじゃないかな。

勝：また、そういう姿勢で対応されると、普段手を抜いているわけではないですけど、一層頑張らなきゃっ

て思いますよね。

村：だから経営状態も上向きになっていくんだよね。

宮：凄い経営者って、話の引き出し方も上手いよね。質問の答えを一回でも返すと、“引き出されスパイラル”みたいなものに引きずり込まれちゃうの。

村：あるある、それ。

宮：あと、情報の質にも敏感！ ネットでわかるような事は聞いてない的なプレッシャーをひしひしとを感じるもん。

村：裏の話をしてよって感じ？

宮：そう！ そうなんだよね。

渡：情報の引き出し方以外にも、上向きの経営者って何につけても先々まで考えていますよね。お金の出入りから何からいつも頭の中で把握しているみたいなの。

**現状に満足せず
常に上を目指し
考え、行動に移す
そんな経営者の
事業は上向きです**

《勝間田》

勝：常に上を目指しているから、どれだけ利益が出てても今に満足していないんですよ。現状維持でいいやって所ほど、業績が頭打ちになっていくとか。

村：今はいいけど、何年か先はダメだって自分で言うもんね。

勝：そうそう、言いますね。

村：この手の話になると、必ず同じ結論になってくるんだけど、**結局は経営計画と、それをどう行動に移せるかなんだよね。**業績を伸ばしている経営者って、次の一手、二手を頭の中で計画するだけじゃなくて、それをいつまでにどういう形でやるかもすでに決まっている。だから、どれだけ今が良くても、常にそこへ向かって動いている。

一同：そうそう！

村：そして、**一番重要なのが予算と実績をしっかりと管理すること！** 計画が絵に描いた餅にならないよう、いかにサポートしていくかも重要だね。

宮：それには、経営者と僕らがタッグを組んで取り組む必要があるよね。

一同：そうですよね。

儲かるための基本原理とは？

2つのポイントを押さえていくことが成功への鍵

商売をするにあたり、儲かるためにやらなければならないことって、実は2つしかありません。出ていくお金を最小限にすることと、入ってくるお金を最大限にすることです。当たり前だと思われるかもしれませんが、日々忙しくしていると、この基本的な部分に立ち返れないものです。

支出を最小限にするといっても、出るお金には必要な経費と無駄な経費があります。売り上げを生むための経費まで削ってしまったら本末転倒です。この見極めを上手くすることが大切です。

次に入ってくるお金を最大限にするにはどうしたらいいのでしょうか。これも基本的には2つのパターンしかありません。既存のお客様に余分にも買ってもらうか、新規のお客様を増やすかです。いっぺんに両方をこなすのは難しいので、どちらかに絞っていく方が効率が良く、既存客に余分にも買ってもらう方が達成しやすいと言えます。そして、既存客に余分にも買ってもらう方法も単純に一回の客単価を上げる方法と来店頻度を上げる方法の2つに分かれます。

ですから、商売繁盛を目指すのであれば、自分の業種、客層、スタイルに合わせてこれら2つの方法を比べ、選び、実践していくことが第一歩になります。

儲かるために行う2つのこと。

- ①出ていくお金を最小限にする
- ②入ってくるお金を最大限にする



入ってくるお金を最大限にするために行う2つのこと。

- ①既存のお客様に余分にも買ってもらう
- ②新規のお客様を増やす

既存のお客様に余分にも買ってもらうために行う2つのこと。

- ①一回の客単価を上げる
- ②来店頻度を上げる

イワサキ経営グループ 駿河増販情報センター
マーケティングアドバイザー

宮口 巧

株式会社企画塾認定 マーケティングアドバイザー
国内大手家電メーカー・大手広告代理店等のコンサルティング
や県内を中心に、商工業及び農業、コミュニティビジネス創
業・起業家育成などのセミナー講師年間200回の実績を持つ。

2010年4月よりFMみしまかんなみボイスキューにて、
毎週火曜日 朝7時40分より
「上昇!アニキのモーニングビジネスカフェ」コーナー担当



上昇アニキ 繁盛のツボ

売り上げを生むために絶対に必要な経費というものが、
がむしゃらなコストカットは
より一層の業績悪化にもつながる恐れが…。

支出を最小限にするための強力なブレーンは会計事務所であるべき
そんな想いを胸に、商売繁盛に向けて熱血アドバイス!



宮口 巧



2025年を目処に構築が急がれる新システム。従来の事業運営では通用しなくなる恐れが…

『地域包括ケアシステム』をご存知ですか？

国の方針として構築が急がれる地域包括ケアシステム。

このシステムが、今後の事業展開において

重要なポイントになることは間違いありません。

介護事業者はもちろんですが、その周辺ニーズを知ること

多くの事業者にとっても新たなビジネス展開が期待されています。



経営企画室 室長
福祉経営コンサルタント

鈴木 聡

地域包括ケアシステムという言葉をご存知でしょうか？厚生労働省が来るべき将来に備え、考えている仕組みの中の根幹にあたるものです。これは、国の方針であると共に市区町村といった自治体レベルでも重要な取り組むべき課題であるため、事業者がこれからの事業展開を考える際、**必ず押さえておきたいシステム**です。自分たちがこの地域包括ケアシステムという仕組みの中、どの役割を担っていくのか戦略的な考えを持っていないと、これからの事業運営は難しくなります。大きな視野に立ち、自分たちの強み弱みを正確に把握したうえでシステムとのマッチングを図る。これがとても大切になってきます。

では具体的に地域包括ケアシステムとはどのようなものなのでしょうか。

右ページの図にもありますが、住まいや医療、生

活支援など、日々の生活に必要なとされる様々なものを地域ごとにまとめ、そのパーツとしてそれぞれの役割を担う事業者が定められたルールにのっとり事業展開し、地域の中でほぼ全てが完結できる。そんな仕組みの総称が地域包括ケアシステムになります。

もともとこのシステムの構築のベースには、国の財政に端を発する問題も絡んでおり、今後益々増加傾向にある介護・医療費を抑えるためにも、今まで国が面倒を見てきた部分を少しでも減らし、その分民間でカバーさせようという意図も含まれています。

来年4月には、介護保険の法律が改正され、地域包括ケアシステムがより一層前に進みます。今年の12月、遅くとも1月には介護報酬の新単価が発表され、事前の情報収集や、これまでの報酬

地域包括ケアシステム「5つの構成要素」

平成25年3月 地域包括ケア研究会報告書より

【すまいとすまい方】

生活の基盤として必要な住まいが整備され、本人の希望と経済力に合った住まい方が確保されていることが地域包括ケアシステムの前提。高齢者のプライバシーと尊厳が十分に守られた住環境が必要。

【生活支援・福祉サービス】

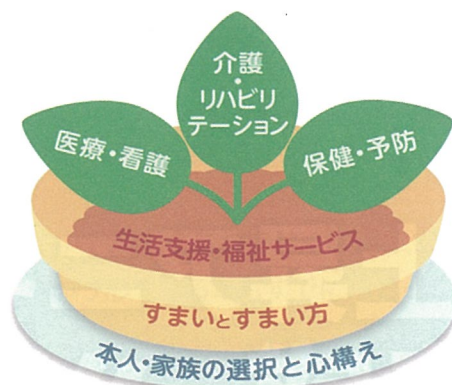
心身の能力の低下、経済的理由、家族関係の変化などでも尊厳ある生活が継続できるよう生活支援を行う。生活支援には、食事の準備など、サービス化できる支援から、近隣住民の声かけや見守りなどのインフォーマルな支援まで幅広く、担い手も多様。生活困窮者などには、福祉サービスとしての提供も。

【介護・医療・予防】

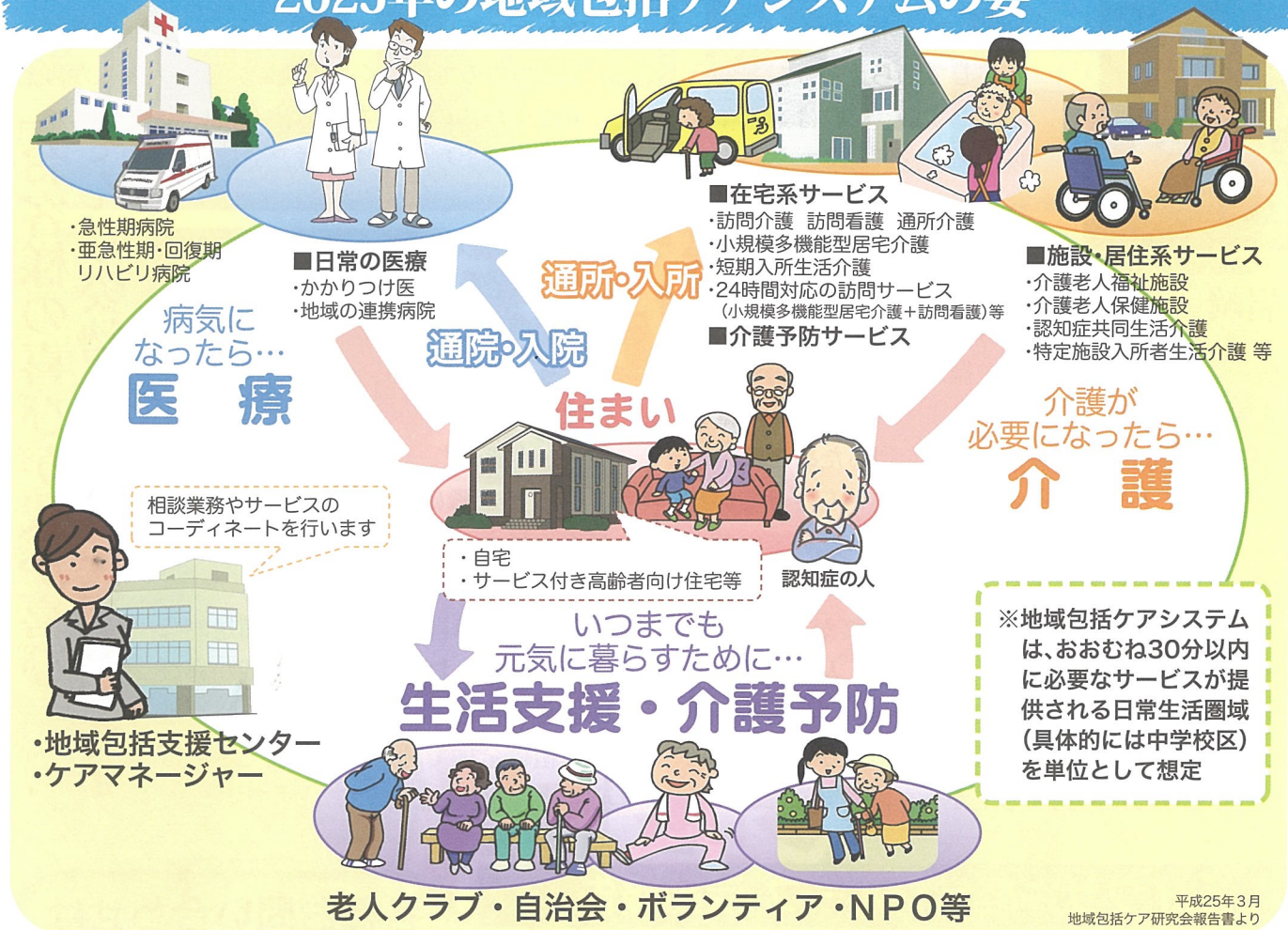
個々人の抱える課題にあわせて「介護・リハビリテーション」「医療・看護」「保健・予防」が専門職によって提供される(有機的に連携し、一体的に提供)。ケアマネジメントに基づき、必要に応じて生活支援と一体的に提供。

【本人・家族の選択と心構え】

単身・高齢者のみ世帯が主流になる中で、在宅生活を選択することの意味を、本人家族が理解し、そのための心構えを持つことが重要。



2025年の地域包括ケアシステムの姿



が減額となり、それを補う新たなサービスを開発しなければならないケースも十分に考えられます。『この先、どうやって収益をあげていくのか?』そこをしっかりと検討しておく必要があり、事業者はこの流れをしっかりと押さえて今後の事業展開を真剣に考えていかなければなりません。

逆に言えば、この地域包括ケアシステムを中心とする一連の動きは、これから新事業の展開を考えている事業者には**大きなチャンス**にもなります。

国が定める地域包括ケアシステムの地域とは、最終的には中学校区程度の日常生活圏域を想定しており、沼津市を例に挙げると、今のところ6分割されています。つまり、分割した数だけ地域包括ケアシステムを構築する事業者の数が必要になり、これまでにないほど密度の高い企業間連携や地域との密着を促し、様々なニーズを生み出すことにもつながります。

地域包括ケアシステムを構築する事業には、日常生活に関わるほぼ全てが含まれます。**今まで介護・福祉とは無縁と思われていた事業もこのシステム内に組み込まれ、食事(配食)や住まい、医療、介護、フィットネスジム、引越事業等、実に様々な事業が該当してきます。**この中で自分たちはどの役割を担っていくのか——これから先、**地域包括ケアシステムが事業を成功へと導く一つのポイント**になることは間違いありません。

すでに動き出している事業者もあります。この準備期間の差がシステムが稼働し始めた時、そのまま業績となって表れてきます。今からでもまだ遅くはありません。今後を見据え、事業をこのシステムに照らし合わせた際、どう運営していくべきなのか少しでも気になったのであれば、ぜひ一度ご相談ください。



代表取締役 会長
岩崎 一雄

商 売には鉄則がありま
す。『お客様にいか
に満足してもらえるか』とい
うことです。これは業種や規
模の大小を問わず、どの商
売にも当てはまることです。お
客様のニーズに合わせ、満足
していただくためにいかに考
え行動に移していくか——こ
の一点に尽きます。これを徹底しているか否かで商
売の結果が大きく変わってきます。

しかし、いくらお客様の満足を得るためとはいえ、
そこで働く人に無理をさせ、嫌な思いをさせていた
ら、それはそれで上手くいきません。働いている人
の理解を得る努力も当然必要になってきます。

「明朗」「愛和」「喜働」という言葉があります。
明るく朗らかに家庭や同僚をはじめ、人を大事にし、
喜んで働くということを表しており、これを実行す
ることで、会社や家庭、社会から争いが消え、気持
ちよく働けるため利益も上がり、皆が笑顔になれる

という、**商売繁盛のポイント**を集約したものです。

確かにこれは理想論かもしれませんが、理想だか
らと諦めるのではなく、組織にいる一人一人が理想
に近づくための一步を踏み出していく
ことが、何よりも大切なことではない
でしょうか。

商売というものは一時だけのものでは
なく、できれば未来永劫続いていく
ことが理想です。あまりにお金儲けに
はしり、お客様に損をさせるような商
売は長続きするわけがありません。今
現在、大きくなって二代も三代も続い
ているところは、常に理想を目指し、
商売の基本ともいえる部分を徹底して
やってきたところですよ。

先に自分が喜ぶような自己満足的な
部分を捨て、お客様の喜びを我が喜び
に変えて商売する。こういった経営理
念を組織全体で理解し、徹底できれば
必ず商売繁盛につながるはずです。

「お客様の喜びが我が喜び」
そんな姿勢で働きたいものです

イワサキ経営グループ 活動報告



第5期 次世代経営塾が開催されました！
～8月6日 in プラサヴェルデ♪ ありがとうございました♪～



各種お問い合わせは
こちらまで

TEL. **055
922-9870**

fax.055-923-9240

電話受付：平日 9:00～17:00

編集後記

もっと多くの方に「いまじん」を手にと
って読んでもらいたい、という思いからリ
ニューアルをしました。

既存のお客様だけではなく、会計事務
所という枠を超え、「なんだかおもしろ
い会社だな」とたくさんの方に感じてい
ただければ幸いです。いま
じんについて皆様の声を
お聞かせ下さい。今
後とも宜しくお願
い致します。

Iwasaki Keiei Group
イワサキ経営グループ

株式会社イワサキ経営・税理士法人イワサキ・株式会社財産ネットワークス静岡・駿河増販情報センター
相続手続支援センター静岡・TAX-House 沼津店・行政書士 岩崎一雄事務所

平成26年10月1日発行（季刊 年4回発行）
編集：広報委員会 発行所：イワサキ経営グループ
〒410-8514 静岡県沼津市大岡877-6
<http://www.tax-iwasaki.com>

Iwasaki Management Magazine

いまじん

October 2014 (Total No.158)

※「いまじん」のリニューアル及び顧客情報管理システム変更に伴い、送付先を個人様から各事業所単位にて送付させていただくことになりましたのでご了承ください。また、今後は皆様でご覧頂けると幸いです。