



法人こおりやま

2010. 2 第380号

発行所 郡山市虎丸町14番2号 社団法人郡山法人会 (024-933-7777) (FAX925-1971)
 発行人 樽川次男 編集 広報委員会 印刷所(株)ヨシダコーポレーション



音路太子堂(郡山市富田町音路)

表紙の言葉

音路太子堂 (郡山市富田町音路)

聖徳太子信仰から建立されたと伝えられていてかなり古くからある太子堂。1736年全焼したが大和田常安という人が全国からの寄付を集め1736年再建した。鎌倉時代郡山に親鸞の教えを受けた安積門徒という集団があり、その集会所といわれている。右の石造層塔と境内にある石造塔婆(鎌倉時代作)は市指定の重要文化財。

(絵と文 大山弘)

目次

カメラトピックス	8
マイゲストがお客様を生む、接客実践術	6
若手社員に再度徹底しておきたい、6つの意識	4
いろはカルタ5題で読み解く、不況克服の経営対策	2

いろはカルタ5題で読み解く 不況克服の経営対策

現代経営教育センター
代表 大塚 則弘

ひとは家族のために在る

お正月、サムライ映画を見た。

時は幕末…。飢饉続きの南部盛岡藩から、ある夜下級武士が逐電する。身重の妻と幼い兄妹を残して…。

男は京の壬生の屯所で奉公に励み、身にしたお金をせつせと国許の妻子に送り続ける。

御一新を前に、藩への忠義と家族の防衛を果たして、男はその半生を終える…。泣ける映画である。原作は浅田次郎の『壬生義士伝』。

愛する者のために生きる姿の前に、権力や名誉・藩の経営など、なんとちつぽけなものなのか。ひとは家族のために在る。

パラダイム・シフトを

見逃さない

時は移り、平成も二十二年という。

IT化は中間項をはじめ出し、B to C（企業と個人が直接結びつく）を実現させた。

平成の御代は供給過多が続き、物価下落が止まらない。やがて買う必要のない金持ちか、買いたくてもお金のない人間しか居なくなりそうだ。

デフレ・スパイラルの中で、右肩上がりを糧とする資本主義経済は、崩壊の兆を見せている。

為政者はカンフル剤として、インフルならぬインフレ注射を打ってくるだろう

が、もはやこの崩壊を止めることはできない。

すでにパラダイム・シフト（構造基盤の変革）は起きている。しつかりと家族防衛を果たしたい。

いつの時代もセオリーはある

自然の理に反し、エゴむき出しの行動をした結果が、現行制度を崩壊させた。

すでに時代の浄化は始まり、今の状態が「常態化」する。

景気予測なんて当たったためしはない。信じられるのはこれまでの経験と、おのれの勉強だけだ。（感は除外）

“Simple is Best”
組織の仕組みも仕事のやり

方もシンプルにすれば、先が見えやすくなる。

求められているのは「捨てる勇氣」だ。迷った時は基本に帰り、古人（いにしえびと）の知恵に学べばよい。

年頭に当たり、いろはカルタの教えに触れ、それを素直に実行することで経営の先は見えてこよう。さあご一緒に…！

い 犬も歩けば棒に当たる

「棒」とはチャンスなのか、脅威のことなのか。

その棒（出会い・情報・新しい動き…）をチャンスと捉えればチャンスになるし、ネックと思えば経営の脅威となろう。要はおのれの「棒の捉え方」である。

棒には積極的に当たり、そこでしか出来ないことに集中したい。

たとえば電車に乗ったら、今日は男性客が多いのか、女性客が多いのか。

不況のせいかわ、確かに出張族が減ったなあ、熟年の夫婦ものも多いし、70前後の団体

客にはいつも会うなあ。

7・3で女性の方が多いのも共通しているなあ…と、自身の「観の眼」を鍛えるには絶好の棒（＝出会い）だ。

ワゴンほどの銘柄のビールを積んでいて、それは何故なのか（売れ筋だからか、キックバックが多いからか）。誰が買っているのか。ワゴンで買わずに、持ち込む奴も増えたなあ。

車内観察ばかりではない。過ぎゆく車窓に目を転じ、雪景色の中に芽吹く新芽に春を感じるのも楽しい。

こうした車内ならではの情報の収集は、自分のビジネスにもきつと役立つはず、メールなど打っているのはもったいない。

は 花より団子

旅館の例なら、景色（花）は一度見れば十分、絵はがき通りだったなで終わり、リピートが取れるのは料理（団子）だ。「あの宿の、あの板長がつくった鯛飯がまた食べたい」

この気持ちがりピートとなって表われてくる。

通販でも取れるだろうが、わざわざ行ってあの旅先の雰囲気の中で、あの鯛飯を食うところがソフトウエアだ。

わざわざまた足を運ばせるものこそ、「ウリ」である。この例に学び、わが社のウリを何にするのか！それを「本業」としたい。

多角化・多店舗化の現状を見直し、分散させた経営資源（ひと・モノ・金・技術・情報・時間…）を手元に引き戻し、他社に引けを取らずにやっていける部分に集中投下したい。

そば屋でも旅館でも、店を建て直したり支店など出すと、味が微妙に変わりでなく、銀行のために経営をし始めるからだ。

こうして客は離れていく。さてわが社の場合「何が花で、団子は何か」、しっかりとつかみたい。

と 灯台もと暗し…

一番分らないのが自分のこと。

自分の得手・不得手がわからないから、わが社のウリも見つけられない。

その昔、チルチル・ミチル（城ミチルとはよく言った…）が探した「幸せの青い鳥」は、自分の頭の上に居るので、己には見えない。

自分では見えない頭の上も、人様からはよく見える。なら、世間様から教えてもらえばよい。

客が入らないのは、どこかが合わないという世間様からのサインだ。

とはいえ世の流れに合わせようの気持ちだけでは、「ウリの経営」には程遠い。誰にも合うものは、結局はだれにも合わないものだ。

世間に教えてもらうにしても、大元は自身が考える。せつかく生まれ出てきた一度だけの人生…自分は「本当は何をやりたかったのか」、それを形にしていこう。

その意思を貫徹する過程で、それに賛同してくれる人たちに可愛がってもらえばいい。

動物も草花も、自然界は棲み分けだ。経営も同じ、全部を取らない。

同業他社とは仲良くし、自身の得意な分野で棲み分けてやっていけばよい。

そ 損して得取れ

今の時代「親のハネマン」のような話はない。

駅前の一等地に店を借りれば、客が増えると思っていけない。

店の前を歩いているのは通行人であって、わが客と勘違いしてはいけない。

そんな新規獲得にエネルギーを割くことより、ホンマものの腕を磨くことだ。

縁あってうちの暖簾をくぐっていたいただいたお客様を、後生大事にしていく。売

るものは唯一つ、お客様にとつての得だ（わが社の得ではない。心違い召されるな）。

どんな商売屋であれ、愚直に「お客様の得」をお売りする。お客様に先に喜んでいただいで、その後で少しばかりの「お余り」を頂戴す

る、それが商売と心得たい。

す 好きこそものの上手なれ

好きなことは何時間でも続けられる。どうしたら良いか、工夫するからまた上手くなる。

嫌なことはやつても上手にならないし、長続きしない。

健康のために無理してジムに週3日通うより、週一回でもいいから、好きだと思ふことをやった方が体には良いらしい。

すべては自然の摂理（最終的に人を善へ導く神の意志）に従いたい。

そして好きなことを商売にできたら、幸せ者と思いたい。

漢詩の心を汲み取ろう

昔、高等学校のころに漢詩を習った。先生は年端もいかない輩に教えてくれたが、60年のひと暦が回る中で、その本意を理解してくれると知っていたのだろう。あの有名な杜甫さんの『春望』から…

国破山河在 城春草木深

感時花賤涙 恨別鳥驚心
烽火連三月 家書抵万金
白頭搔更短 渾欲不勝簪
讀み下し文で再び…

国破れて山河あり（障子破れてサンがあり…） 城春にして草木深し時に感じて

花にも涙を賤（そそぎ） 別れを恨んで 鳥にも心を驚

かす烽火三月に連なり 家書万金に抵（あた）る 白頭搔けば更に短く 渾（すべ）て簪（しん）に勝（た）えざらんと欲す

この詩のサビは三節目だ。内乱はすでに長く続き、前線に居る私に、たまに届く家族からの手紙は、何ものにも代え難い。

白髪頭となり、量も少なくピンも止まらない。

もう家族のもとに帰ろう（昔の官僚は聖徳太子のように、冠をピンで留めていた。そのピンが留まらない程になったのだから退官しよう）。

まさに人生は「家書万金に抵る」…である。ひとは家族のために在る。

厳しい時代だからこそ若手社員は

経営コンサルタント
石橋賢作

再度徹底しておきたい6つの意識

政府のデフレ宣言を受けての厳しい新年を迎え、経営者は気を引き締めているに違いがない。

業績を上げて、何として

も勝ち残っていく経営を肝に銘じている経営者や管理者にとつて、今、先ずもつて取り組むべきは、強い部下になるよう社員を育てていくことである。とくに現場で中核となつて働く若手社員の育成は欠かせないのだ。現に、この逆境の時であっても業績を伸ばしている会社は、まさに「現場が活気に溢れ、若手社員のモチベーション」が高い、現場の中核としてトップの方針に俊敏に反応して働いている。

羨ましい限りと経営者の声も聞こえてきそうだが、

経営者や管理者がそうした職場や現場を作り出しているのであり、強い部下を育てる責は経営者や管理者にあることを改めて肝に銘じたい。この厳しい経営環境に打ち克つていく上では、

強い部下・若手社員を育成していくことに全力を傾注していききたいものだ。そのためには、分かっていることだろうが、若手社員に次の「6つの意識」を繰り返ししっかりと植え付けるように説いていくことが大切だ。

■目的意識を

先ずは若手社員に取り組んでいる仕事の意義・目的をしっかりと持たせることだ。「この仕事は何のためにするのか」を部下に徹底

させて、仕事に取り組ませることに他ならない。

一見、社員にとつて細切れみみたいな仕事に見える仕事でも、その仕事がどう次のステップにつながり、さらに最終的にはどう帰結していくのかをきちんと教えていくことだ。

部下は仕事の一連の流れを理解すれば、「次のステップで役立つためには、今自分がしている仕事をどう進めればいいのか」「正しく早く仕事を進めるためにはどうすればいいのか」という考えも持つというものだ。そうした取り組みからは、仕事の質・付加価値を高め、顧客からの強い信頼だけなく、粗利益率を上げる仕事にもつながることに

もなるだろう。

さらに仕事の意義・目的を明確に持てば、失敗を防ぐだけでなく、業務改善の発想も生まれ出てくるだろう。

このような取り組みをした社員を率直に褒めれば、さらにモチベーションは上がり、一段と職場は活性化していく。

■時間意識を

仕事には「いつまで仕上げるか」という期限・納期がある。これを守つてこそ、顧客からの信頼を得られるということを徹底しておきたい。そして、仕事をこなす時間は次の項で述べるコストであるとの意識を持たせたいものである。

早目の時間対応で仕事をこなせば、別の仕事に振り

向ける時間が生まれるのだ。生産性を上げるにも時間意識を持たせることは欠かせないのだ。

「仕事は段取り八分」と言われてきた。仕事の成功は事前準備(段取り)が出来ていれば、仕事の80%は既に出来ていることをしっかりと伝えておきたい。

そのため、明日の仕事の段取りは前日までに、次週の仕事の段取りは今週末までに仕上げておく心構えや習慣が持つことができれば、一層生産性は増していくものだ。もっとも、時間を厳守することは職場だけでなく、社会人としてのモラルであり、いつも時間に遅れる社員がいるとすれば、正しい社会習慣を身に付けさ

せるためにも徹底しておきたいものだ。

■コスト意識を

会社の大きな目的は利益を生み出すことであり、新入社員といえども利益を生むことを期待されているのである。

利益が生み出されてこそ、社員給与が支給され、会社を運営するだけの経費が賄えることに他ならないのだ。

自分の車じゃないからといって営業車両などを粗末に乗り回したり、コピー用紙1枚やボールペン1本に至るまで無駄にしてもいいという考えは捨てて、臨まなければならないのだ。

この項で、経営コストの核ともいえる給与について敢えて付言しておきたい。

若手社員には給与を「権利」と受け取る向きもある。

しかし、給与は成果分配に基づく社員の「責任」を果たした結果であるとの意識を持ってもらうことが大切だ。

成果分配とは、企業が社

会から経営資源を借りて経営し利益を得て、その利益を社会・社員・株主・社内留保などへ還元(配分)する活動に他ならない。

したがって、全体の利益を果たすために自分の担うべき仕事・役割があり、その責任を全うしてこそその「給与」であることを徹底したい。給与を「責任」として捉えられる社員は自己本位を捨て、相手本位の高い価値観を持って仕事に取り組む姿勢が形成されていくのだ。

■品質意識を

ここで言う品質は、社員一人ひとりがする仕事の出来栄えであり、自分がこなした仕事で指示した人の要求を満たしたものに叶っているかどうかである。期待以上の仕事を完遂するためには、その期待がどこにあるのかといった要求の真意を察していかなければならない。

期待以上の仕事をこなすことは自分の能力・スキル

を一段と高めていくことでもあり、今以上に高みのあがる仕事とその社員に任せられるほどに成長していくのだと若手社員にはしっかりと伝えておきたいものである。そして、それは自分に寄せる上司や顧客からの信頼を得られることに他ならず、人間的成長も促すものへとつながるものなのだ。

■顧客意識を

ビジネスは顧客があつてこそ成立するものであり、こなす仕事は顧客があつて初めて発生するものなのだ。大事なことなのだが、ついつい上司からの指示命令だけで仕事をこなすルーチンワークに陥ったりする向きもあり、「仕事はお客様がいてこそ」ということを失念している若手社員が意外に多い。

顧客が自分の会社に期待すること、そして今自分がこなしている仕事に顧客が期待していることをしっかりと頭に入れて取り組んでいかなければならない。

直接、顧客に接することがない職制の立場にあつても、今取り組んでいる仕事で顧客に向けられた形で行われているかどうかをしっかりと植え付けておきたいものである。

■協力意識を

会社は全社員が協力し合った組織活動によつて、会社の目的が達せられていくのである。

社内の社員メンバーとともに、一致協力し合つてこそ、会社の力量は何倍にも増すのである。

自分が取り組む仕事に余裕があれば、周囲の社員の人たちがスムーズに仕事が運ぶように協力することは当然だという意識を今一度徹底しておきたいものだ。

職場風土が悪い会社ほど人間関係がギクシャクしていて、自分の仕事、自分の部門だけに終始し勝ちだ。

これではますます業績が悪くなるだけでなく、顧客に提供する品質さえも低下し、お客様からの仕事のり

ピートなども期待できなくなる。

会社の次代を担う若手社員を育てるために持たせて置きたい「6つの意識」を述べたが、これらは至極当たり前のことであるのだが、実は出来ていない会社が多いのだ。この1年間をかけて若手社員を「強い部下」を育てることに全力を尽くしていきたいものだ。きつと、3カ月、半年を経るごとに、自ずと現場は素晴らしいもの生まれ変わることだろう。

そして、当然のことながら会社の経営はより健全になつていくと確信する。

執拗だと思われても、会社を存続し、社員の安定も図り、部下の人生を豊かにするものであることを強く認識したうえで、この当たり前過ぎる「6つの意識」だけは徹底したい。

経営者、管理者が真剣に気迫をもって伝えれば、「思い」は通じ、若手社員も見違えるように強くなつていく。

“マイゲスト”が お客様を生む、 接客実践術

接客コンサルタント 村上ユカリ
(フラワーダイニング樹庭 総支配人)

お客様を深く見る目が大切

毎日お客様と向かい合っている中で、お店のコンセプトや商品、お店の持つ雰囲気、サービスマンに惹かれるお客様がリピーターとなり、いつもご利用下さる常連となり、店を支えてくれます。そんなスタイルが、私の店ではいつの間にか自然に発生するようになり、今では、来店客数の7割がリピーター、そのうちの2

割は、月に一度以上は利用下さる素晴らしい「優良顧客」となっています。

景気上昇の兆しも見えないうのに加えて、過当な価格競争が真只中。この時代にお客様が求めているものは何か、よりお客様の求めるものを供給するために、お客様の愛して下さる商品や店を守るために、何が必要なのか。こんなことを日々真摯に考え業務に取り組みねばなりません。

「お客様は何を求めているのか」。それを知るためには、まず、今来て下さっているお客様のことをもつと深く知り、もつと高い満足度を追求していくことが大事です。

ヒントは、「お客様を深く知るにはどうすればいいか?」、《お客様を大切にすることはどういうことなのか?》です。その答えは、お客様を深く知るために、深く見ることでできるお客様の「目」が必要であり、そして、お客様を大切にしたいと思う

心を持つ「ひと」が必要だということ。

「マイゲスト」の立ち上げ

このような観点から、お客様を大切にし、システムとしての「顧客作り」を行い、単なる顧客データ管理ではなく、常連のお客様を生む「システム」、「スタッフの意識」や「心」を作りたい、そんな思いから、私の店では「マイゲスト・プロジェクト」を立ち上げています。

「マイゲスト」、現場でお客様に接するスタッフ一人ひとりが「私のお客様」を作るシステムです。それをチームとしてどう取り組み、管理するか、店としてどう「おもてなし」していくか、その意識をどう継続させ、システムにしていくかです。

取り組みで最も大事にしたのは、常連ファンを作るために、商品のクオリティを上げることはもちろん、「システム」「人づくり」「環境づくり」です。

「マイゲスト」プロジェクトの前提

マイゲスト・システムを立ち上げる際には、次のことが重視されます。

1. データ管理……情報を共有し、サービスに生かせる体制作りをしましょう

まずは、お客様データの整理とリストアップが必要です。「お客様について、スタッフ全員がお客様の特徴を知る」ということです。

誕生日・記念日・嗜好・アレルギー・職業・前回来店日などの情報を、スタッフで共有できるツールを作ります。ツールは作ることに目的でなく、使うことが目的です。日々更新し、チェックする感度を身に付けることです。ここで、お客様とスタッフを結びつけるために、性格や好みの分析を行い、タイプの合うスタッフを担当に付けます。

2. 人づくり……「物を売る人でなく、提案できる人」をつくりましょう

飲食店も今や、オーバー

ストア状態にあります。こんな現在に求められるのは「あれを買ってくれ、これを買ってくれ」という販売員ではなく、「あなたの体質から考えると、更にこうされたら一層良い方向に行きますよ」という相談や提案ができる専門家に成長することです。

接客の専門家を育てる

専門家プロの接客スタッフを養成するためには、以下の5項目が必要です。スタッフ一人ひとりの共通モラル、到達目標を日々の業務の中で繰り返し、学ばせるのです。

①商品を知り愛情を持つこと
店や商品について、自信を持って案内ができることが大前提。商品について確かな商品知識を持ち、紹介できるだけでなく、お客様のニーズに合わせて、コーディネートや提案を行える力を養うことが、特に重要です。商品勉強会や、先輩の接客を観察したり、ロールプレイングをしながら経験

を積み重ねることです。

② お客様の顔を覚える

「お客様顔を覚えるのが苦手」という話を聞きますが、苦手なのではなく、興味がないから覚えられないのです。お客様のお名前を覚え、次回につなげるにはお客様を記憶に留めたり、記憶に留める関わりをする訓練が必要です。

「毎日1人」を目標でも構いません。みんなでアンケートをもとに、記録帳を付けたり、今日のお客様について話す場を設け、習慣づけを行います。

③ 観察力・想像力・会話力を豊かにする訓練

一組のお客様に対して、どれだけ観察し、想像できるかがサービスです。

お連れのお客様との関係は？ 社用か？ プライベートか？ 持ち物や会話、立ち振る舞いから判断し、それを基にケアできることは山ほどあります。大事な身内に接するように、まず目の前のお客様のひとときのため、

自分に何ができるかを考えられるスタッフを育てましょう。

④ 情報を共有する……チームでの接客意識

個人の力以上に、チームで一人のお客様に尽くすことを重視します。もし、自分の母親が知らない店で、お客様のスタンプに大事にされているとしたらとても幸せで嬉しいことだと思いますか？。そんなことが、誰に対しても当たり前にできる、それがプロのサービスマンです。担当者を中心とした「和」を作り、その中でお客様に心地良く過ごして頂くことです。

⑤ 感受性を育てる

素敵な笑顔や柔らかな表情は、柔軟な心や優しさから生まれるもの。お客様と一緒に働くスタッフに対して感謝の心を持てたり、人の心に寄りそう、美しいものに触れて感性を養うことが重要です。長いお付き合いができる信頼関係作りを目標にサービスに努めるこ

お客様がファンになるまでの流れを捉える

とです。

スタンプの取り組みにチーム性が出てきたら、現在のお客様の満足度を高め、新たなお客様を生むステップに繋げるために、潤滑に進むサイクルや働きかけの環境を整備します。次の4つは、リーダーとなるスタッフがお客様へ働きかけをする要諦をまとめたものです。

1. "2度目"の来店

1対1のコミュニケーションを充実させる……スタンプとおお客様の結びつきをつくる。

担当とお客様がどうすればもっと仲良くなれるかをみんなで考えることから始めます。

「自分のことや名前を覚えてくれる経験↓喜びへ」。次に来なくなる言葉がけを工夫し、次回の来店へと繋がる働きかけを行います。

2. "3度目"の来店

一人対多数のコミュニケーション

1 ショーンへと発展させる

……スタッフ全員(店)とお客様との結びつきをつくること。一人のスタッフだけでなく、お客様のスタンプが声をかけてくれる経験↓親しみのある、居心地の良い、なじみの空間を作る努力が欠かせません。前回のセレクトを元に、お好みに合わせた提案ができるよう努力させる。お客様とのエピソードを積極的にメンバーと共有し、フォローのできるチーム体制作りが大事です。

3. つながりを継続させる

……毎月のハガキで"こころ"を届ける
情報や企画の案内のみならず、近況やエピソードを交えた「お便り」を出します。また、お客様本人だけでなく、ハガキを目にされるご家族との結びつきへと繋がります。

手書きや絵手紙など、営業色の強く出ない方法でお送りする工夫をしましょう。いつ、どんな内容のものを

お送りしたかを記録にまとめておくことです。

4. スタッフの意識を持続させる働きかけ……月間目標、年間目標を設け、増やし育てる意識を持つ

年間に何名の顧客を作るかが目標かビジョンを描く。月に何名をマイゲストにするか月間目標を作り、みんなで頑張る目標達成するような意識を持たせる働きかけをします。さらに毎月、マイゲスト獲得人数の結果をZチャートにして分析しています。

私たちの「マイゲスト・プロジェクト」の取り組みの一例をご紹介しますが、お客様の心を動かすということは、同じ価値観、同じ方向性に向かうためにモチベーションを統一することが何よりも重要です。

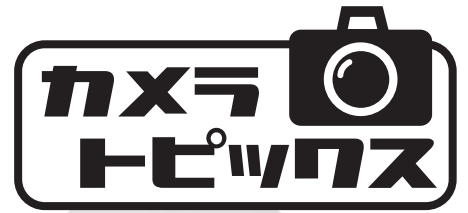
「人と人をつなぐ」コミュニケーションを深め育てることが、お客様を支える強い支えに繋がるのです。



“税金の使い途は”小池部会長



1・14 安積第二小



佐々木副部会長



1・27 理事会 樽川会長あいさつ



慎重審議する役員



12・16 石森小



1・27 新春会員賀詞交歓会



理事会に先立ち正副会長会議

税務署ニュース

会員の皆様へ

御社の社員の皆様への確定申告情報提供のお願い

～申告書の作成もできる国税庁ホームページのご案内～

国税庁ホームページ(www.nta.go.jp)には、「確定申告特集ページ」が開設されていますが、その中の「源泉徴収義務者の方へ」に給与所得者の皆様へのお知らせが掲載されています。最近では会社員の方でも確定申告をする方が増えており、そのような方に、申告書が簡単に作成できる「確定申告書等作成コーナー」のご案内をするものとなっています。

つきましては、御社の社員の皆様に次の方法で情報提供していただくようご協力をお願いいたします。

- ① 国税庁ホームページのトップページにある「確定申告特集ページ」のバナーをクリック
- ② 「源泉徴収義務者の方へ」をクリック
- ③ 給与所得者の皆様へのお知らせをダウンロード(7種類のデータの中からお選びください。)
- ④ 回覧、配付、メール配信、電子掲示板への掲載などの方法により、社員の皆様へ情報提供