

崖っぷちこそ人生を変えるチャンス

人は、悩みを抱える生き物です。常に、問題を抱え、障害と共に生きています。これは、誰でも同じでこれまで色々な問題と向き合い乗り越え、今があります。

ということは逆に言えば、乗り越えた経験のある人は、その問題の対処法や乗り越え方を知っているということです。ここから先がじつは、「ビジネス」になります。なぜなら、当時、その問題に対して「誰か解決策を教えてくれる人がいないかな」と、どれほど切望したことでしょうか。

これは今後、私たちが救うべくお客様も同じ気持ちです。おそらく、今も、この瞬間にも頭を抱えて、解決を望んでいるからです。ただ、このように言うと、「自分に教えることなど、できるかな？」と不安になる人もいるかもしれませんが、日々やっていることなので問題ありません。

例えば、エステを日々やっている人であれば、エステの技術を教え、お金に変えることもできます。余り物を活用し節約料理を得意とする人であれば、節約簡単レシピという形でお金に変えることもできます。

その他にも、犬のしつけに悩み解決してきた人であれば、犬のしつけをお金に変えることもできます。外国語を話せる人であれば、その言語を人に教えお金をすることもできます。

このように視野を広げ物事を見ればお金に換えることができるものは沢山あるわけです。

むかし話です

未だに日本の成功法則は、いい大学を出て、いい就職先に入社し、年収1000万円を目指すのが、「最高の人生」だと思われている風潮があります。ですが、私たちの中に、そんな順風満帆な人生の人っているのでしょうか。

- ・チャンスさえあれば
- ・いい会社に勤めていれば
- ・肩書さえあれば

「自分はずっとできる」と思っていないですか？

これは私自身、サラリーマン時代には、常に思っていたことです。でも、過去や境遇を憂いていても詮ないことです。私は、人生を変える一歩に、本を読みだしました。

学生の頃から、本を読むことだけは好きでした。そこで、ピータードラッカーを知り、ナ

ポレオンヒルを知り、『孫子』をはじめとする中国の古典を読み漁っていました。

20代前半の私は、四畳半にトイレと台所がただけの木造アパートに暮らしていました。お風呂は、近所の銭湯に通っていましたが、残業で遅くなると閉まって入れず、濡らしたタオルで身体を拭いて、寝ました。

部屋にはテレビなどありません。社会情勢といえ専ら、昼休みに倉庫の食堂で、誰かが読み捨てた新聞を目にするくらいでした。それでも、本は中古本屋さんで買ったり、図書館で借りたりして読んでいました。

おそらく私が、当時の自分に会ったなら、一発で嫌いになったでしょう。ネクラで、不潔、何を考えているのか不明、話すことも不明。あなたもたぶん、同じ感想を持たれるでしょう。

事業で成功する方法を学ぶには

会社で営業担当になったのを機に、お風呂のあるところに引っ越しました。洗濯機も買って、毎日、入浴と洗濯をするようになりました。まさに、人生の選択です。(ここは笑うところですよ)

仕事面ではなかなか難しい状況でした。営業という仕事分が分からず、営業のビジネス本ばかり読みました。それがまた「独学」ということで、困難の沼にハマりました。

そこから転機になったのは、よく話をするのですが、日本IBMの特約店研修というので学んだからです。実際にはSE：システムエンジニアの認可コースでした。そこで、SEとして認められてはじめて、IBMの製品を売ることができるというものでした。

物流とはおよそ関係のない世界です。それでも、ちょいちょい出てくるキーワードに、かなり刺激されました。

- ・お客さんにヒアリングする
- ・問題点を抽出する
- ・原因を究明する
- ・解決案を提示する
- ・ついでに、コンピューターのハードを買ってもらう
- ・ソフト開発を依頼される

こうした一連のプロセスが、当時のIBMでは、ハードの販売一辺倒からの脱却となる戦略でした。お客様の問題を解決していくことで、ハードとソフトを売るといふもの。つまり、フロントとバックエンドに分けていたのです。

SEにしる何にしる、コンピューターとかソフトウェアといったものには、私は知識が皆無で、最後の最後まで劣等生でしたが、とりあえず終了証を貰えました。しかしながら、このお門違いな場での学びこそ、私をひとかどの人間としてくれたのは確かです。

事業を成功させる「3つの視点」

学びの多い、IBM 研修でしたが、その後の人生にも深く影響が現れました。

1・独学で勝てるほど、営業は甘いものではないという気づき

人にはスジの通った教育が必要だということです。ひとりで本を読んだり、単発の講習や研修を受けても、知識やスキルを取得することは出来るのですが、ほんとうに「お金」を稼ぐことにはならない。体系的に組み立てられているモノを、2年3年と学ばねばならないということです。

2・営業の前にマーケティングが必要

営業行動は、フロントとバックを分けると良いということです。その内の、フロントを売ることにに関して、物流業界で着目している人は、当時はいませんでした、私の上司を除いては。ことに「マーケティング」に関して言えば、だれも先駆者がおらず、ダン・ケネディが提唱する DRM ダイレクトレスポンスマーケティングに出会うまでは、ピータードラッカーを勝手に先生と仰ぎ、その背中を追いかけていくしかありませんでした。

3・タイムマシン戦術

タイムマシンとは、海外で成功したビジネスモデルやサービスを、いち早く日本で展開し、先行者利益を得る経営手法のこと。ソフトバンク創業者の孫正義氏が命名したとされます。私はこれを物流で行いました。

- ① IBM 研修で教わった「リンクとノード理論」を中継リレー配送：現在のクロスドッキング輸送として、移し替えたことです。
- ② お困りごとのヒアリングから、提案書の作成をしたこと。当時は提案書といえば、自社の会社概要、倉庫棟数や面積、トラック台数を書いたものの最後のページに、料金見積書が添付されているものでした。つまり、ふつうの物流会社はプロダクトアウトでした。私はそれに決別し、マーケットインを標榜したのです。

以上