

今月のコラム

経営に自信を持ち、難局を乗り越えましょう

(株)E&Gアカデミー 佐藤 健一

平成21年の年賀状の発売がはじまり、今年も残すところわずか2ヶ月、年度目標の仕上げに邁進でしょうか。今年は、台風が少ない年と思いきや、米国発の暴風雨が上陸、温暖化の影響か？ 世界同時経済危機、実体経済に影響が出始めてきました。昨夜のニュースの麻生首相の記者会見については、賛否多々飛び交うところでしょうが・・・近年に見られない、トップ政治家の歯切れの良さ、ステップを明示し、数値目標を掲げた発言は、困難が容易に予想される試練の道であっても、避けないで真正面から取り組もうという姿勢に、ある一定の共感を感じました。同時に私たちも、今いる場所で、今できることから努力を開始する事が求められるのでしょうか。

日本経済は全治3年との認識とありますが、かつて田中内閣時代の、大蔵大臣に就任した福田赳夫元総理は、経済再建の見通しを訊かれて、ズバリ言い切った日本経済は全治3年。「貧乏人は麦を食え」といったのは池田勇人、10年以内に所得倍増を言い切った。実際その通りになり、ただし物価も倍になったが・・・「私は嘘を申しません」が流行語に。「猿は、木から落ちてても猿だが、代議士は選挙に落ちればもう政治家ではない」大野伴睦の言葉を思い出す。浮き足立たず、与野党ともにしっかり政治をお願いしたいものです。

このような経済危機を何度かクリアしてきた日本ですが、一に太平洋戦争、二にバブル崩壊後の欧米の金融政策では、日本は二度欧米に敗戦したと言われています。日本の経営戦略の誤りとして、藁をもつかみたい経済市況で、猫も杓子も欧米ナイズされた、経営管理手法を導入しようとしたことが挙げられます。自信の無さや、他社も導入したので遅れまいという物まねで、結局は混乱と挫折一。その後日本本来のやり方、原点に戻ろうと、我々の培った経営技術を見直そうと企業は動きだし、景気の安定確保が、つい先ごろまで続いたわけです。この裏を考えますと、80年代に成功した日本の経営技術を欧米はしっかり研究し、90年代に日本を凌駕したのです。この教訓から、日本的経営にもっと自信を持つべきでしょう。少し具体的な話になりますと、お客様満足の上昇としてのCS経営しかり、目標による管理(目標管理ではない)にしても、日本的人事管理の強み、良さを再確認し検証すべき時期にきています。

マクロ的には、為替の変動や株価変動の影響を確認できますが、足元を見れば、環境変化に関わらず、きちんと品質経営をやっている企業が生き残っているのは、普遍の原理です。例えば、[儲かる園芸店はいかに]・・・基本を忠実に、A：当たり前の事を、B：馬鹿にしないでC：ちゃんとやる。つまりABC管理を自然にやっているのです。売上の良い店と、悪い店を比較すると、景気が悪い中でも、業績を上げている店があり、必ずバラツキがあるのです。その違いを層別すると、問題(原因)が見えてきます。なぜ売れないのか、いろいろ悩みます。ゴルフで打ち損じるとなぜスライスするのか、フックするのか、グリップに問題あるのか、あれやこれやと反省します。拳句の果てに、クラブのせいしてしまいます。しかし、上手く打った時には、鼻高くしておわり、不思議となぜうまく打てたのかを分析しません。差異を比較することがとても大事です。お客様満足を向上するためには、常に改善に努め、お客様の声に耳を注視します。思い込みの判断ではなく、事実を現場・現物・現実で検証する三現主義が大切なのです。そして、重点方策を絞り込むことです。いくつか原因や方策があっても、問題に影響するのはごく一部なのです。2割で8割のウエイトを占めるならば、その2割に着手すれば、おのずとその他、8割に影響を及ぼし、効率的で結果効果大になります。これが重点指向の考え方です。売れた売れないの結果だけではなく、その仕事のやり方を管理してみる。プロセス管理とも言いますが、結果よければ全て良しではなく、仕事のやり方から、成功事例、失敗事例を整理して、やり方を標準化し、少しでも今よりは良い方向に、地道に工夫改善を重ねていく必要があります。

全て我々はお客様(顧客)の要求するものを作り出していく、顧客満足の指向がありますが、ITで加速されるお客様のプロ化(CS意識の向上)で、お客様にとって当たり前のことの水準が上がり、従来は問題の無かった事象が、問題クレームに発展して、さらに高いレベルでの感動の領域が必要になってきました。このような感動をご提供できて、紹介リピート受注が拡大できるものと確信しております。

儲かる店づくりは、決して難しいことをやるのではなく、愚直なほど基本を忠実にやることだと考えます。



※お申し込み、お問い合わせは事務局へ、またはHPより

1月20日、京都セミナー&名刺・情報交換会 参加者募集！



開催日：2009年1月20日（火）
 時間：15：00～18：00（受付14：30～）
 会場：京都パルスプラザ5階ラウンジ（京都市伏見区竹田烏羽殿町5）
 セミナー参加費：会員4,000円、一般8,000円
 名刺・情報交換会：パルスプラザ内2階レストラン（18：10～）
 名刺・情報交換会参加費：後日ご案内
 講師：15：00～16：30 「おもしろ野菜」
 藤田 智先生（恵泉女学園大学園芸文化研究所 准教授）
 16：40～18：00 「ポタジェガーデンを目指して何が変わるのか」
 深町貴子先生（有タカ・グリーン・フィールズ 取締役
 ／東京農業大学短期大学部 非常勤講師）



※15:00～16:30 「おもしろ野菜」藤田 智先生



●プロフィール

1959年、秋田県生まれ。岩手大学農学部、岩手大学大学院終了。恵泉女学園短期大学助教授を経て、現在、恵泉女学園大学人間社会学部人間環境学科准教授（専門は、野菜園芸学、農業教育学）。女子栄養大学、横浜国立大学非常勤講師。NHK趣味の園芸・やさいの時間講師、NHKラジオ夏休み子供科学電話相談回答者（植物）、日本テレビ世界一受けたい授業講師（野菜）。著書「野菜づくり大図鑑」（講談社）「キュウリのとげはなぜ消えたのか」（学研新書）「ベランダ畑」（家の光協会）など多数。

●講演趣旨

今、野菜が注目されています。園芸店やホームセンターの野菜苗の売り上げも急激な勢いで伸びています。家庭菜園の魅力とは一体何でしょうか？ 野菜には、どんな良さがあるのでしょうか。農園芸に風が吹くこの時代だからこそ、基本に立ち返り、もう一度野菜の基礎を学び、家庭菜園を、そして日本の農業を大いに振興するように私たちが立ち上がりましょう！ 今回のセミナーでは、野菜の魅力、野菜づくりの楽しみを大いに語ります。

※16:40～18:00 「ポタジェガーデンを目指して何が変わるのか」深町貴子先生



●プロフィール

神奈川県川崎市生まれ。グリーンショップ「GREEN LIFE TAKA」オーナー、大学や専門学校の講師、TVや雑誌など幅広く活躍。大学ではバイオセラピー論・園芸療法概論を担当。幼少から病弱でほとんど学校に通えなかったが、植物から「生きる」意味に気づかれ、農業短大に進学。ショップのコンセプトは「植物とともに暮らす豊かな生活」。花や緑を眺めて楽しむのではなく積極的に生活に取り入れる提案をしている。著書「はじめてでもできる！ベランダですすなり野菜」（カンゼン）、「ビギナーさんの疑問をズバリ解決！すすなり野菜の知恵袋」（カンゼン）

●講演趣旨

ポタジェガーデンは花や野菜を混雑して植える方法ですが、決まりきった形を真似するのではなく、自分のライフスタイルにあわせたポタジェガーデンを作ってほしいですね。ベランダや畑で収穫したものは、花や緑で部屋の中を演出し、野菜やハーブで食卓を豊かにすることで、他者とのコミュニケーションを深める事ができます。より豊かな人間関係を築くために、園芸でできることがたくさんあることを知ってほしい。人と園芸の関係を理解し、園芸の魅力と本当の楽しさを提案することができれば、もっと多くの園芸ファンを獲得できると思います。



● 会員コラム

庭の時代に 勝ち残るため

オーセブン(株) 七海 崇

おかげさまでオーセブンがCADの仕事始めて、今年で13年になりました。この間、オーセブンでは、外構・造園のCADソフトの開発や販売だけではなく、CAD設計(作図代行)支援サービスも行ってきました。設計支援サービスのピーク時には、月産1500物件の、作図件数をこなすなど、全国の外構造園の図面をたくさん描かせていただきました。この13年間で10万棟に及びます。描くことで日本の外構・造園の実態を見てまいりました。

思えば、住宅の新築工事の着工前打ち合わせの時に、外構も一緒に考えるようになったのが、オーセブンの創立したところと重なります。昔の図面は実に簡単でした。ブロック3段・T-6のフェンス、簡単な門扉と門袖などが工事の中心でしたから。しかし、徐々に敷地の外周部の工事から、敷地内の工事が増え、庭付き一戸建てとして、庭と建物を一体に考える「庭の時代」がやってきたと、当時は思ったものです。…そして、環境問題の意識が高まる今日、屋上庭園などにみられる緑を中心にすえたデザインを見かけるにつれ、庭は、それぞれの時代のニーズにしっかり応え、人の心に収まる「器」なのだと、思うようになりました。弊社の25名余の設計社員が日々、エクステリア造園プランをCAD作図する設計支援現場での実感です。



…さて、金融危機でこれからの景気が心配です。この危機を乗り切るには どうすればいいのでしょうか。

エクステリア市場にとって幸いなことは 庭に関心やこだわりを持つ層が顕在していることです。富裕層のみならず、新築、リフォームのいずれにも偏ることなく、不況で心が荒むときほど「庭」への期待度は高まるものです。それだけに、価格的にもデザイン的にも魅力的なエクステリア商品の提供が必要だといえます。資材や人件費は極限まで来ているのであれば、製品原価にからむ販売費・一般管理費を削減することになります。

そのためにお勧めしたいのは、顧客と「直取引」ができるホームページ営業です。特に、住宅メーカーからの外構の紹介(間接受注)受注を中心とした会社にとっては、住宅産業が新築市場からリフォーム市場へ転換し始めている今こそ、エンドユーザーとの直接受注を視野に入れ、バランスのよい経営基盤を整える時期にきていると思います。

ネット受注は一足飛びに成り立つものではありません。しかし、購入層のほぼ8割がインターネットを使う今、急速に増加する、そのネット利用率を逃す手はありません。まず、自社のホームページを立ち上げ、顧客を数年計画で囲い込む準備をすることから始まります。仕事をIT化して情報発信するホームページの準備ができた会社と、そうでない会社との差は歴然と出てくるでしょう。

オーセブンはこうした状況を踏まえ、最小の予算で最大の効果のある営業活動の支援のために、そして、だれでも簡単に「自分」でホームページの更新ができるように、オーセブンのCADソフトにインターネット・ブログへの登録ソフトを標準装備しました。どんな経済環境でも元気に頑張りたいと考えています。

kaede カエデ

ニュース・募集

第1回園芸トレードフェア2008 商談の充実で好評

来場バイヤーと出展メーカーの充実した商談を目指した「第1回園芸トレードフェア2008」が10月15～16日、東京流通センターで開催された。会場には、全国の主要量販店やガーデンセンターのバイヤーなど714名が訪れ、各社商品を手に取りながらじっくり時間をかけた商談に、出展社・来場ともに、「成果あり」の声が多数を占めた。出展48社、(株)グリーン情報主催、当会後援。

今回の出展社からは、「(新商品を単品で見るのではなく)来期の売り場計画を提案することができた」といった商談への成果のほか、「新商品のパッケージなどについて意見を聞き、微調整を検討することになった」など、小売とメーカーの情報交換の場としてフェアが役立ったという意見が聞かれた。

一方の来場者からは、「もう少し出展社数が多いと良かったが、商品の特徴についてじっくりと話を聞くことができた」と同様の答え。また、28社の協賛による特別展示では、主要品種がずらり並んだ「トマト大集合」は、実際に試食もできたことから大好評で「販売に生かしたい」との声も。「日本全国メ縄地図」も大きな注目を集めていた。

国営公園「夢プラン」募集

(財)公園緑地管理財団(東京都港区)は、国営公園で“やってみたいこと”“こんなことができればいいな”という「夢プラン」のアイデアを募集している。

全国14カ所の国営公園を対象に、市民から自由なアイデアを募集する。応募者自らがアイデアを実施する「チャレンジ部門」に加え、今回からより気軽に応募できるよう、イベント案のみを募集する「アイデア部門」も新設された。年齢、個人・団体に関係なくだれでも応募でき、公園を舞台にした試みを自由に試すチャンス。募集期間はアイデア部門が、09年4月1日～12月31日、チャレンジ部門は、通年募集で随時実施できる。

問い合わせ アイデア部門＝(財)公園緑地管理財団「夢プラン係」TEL 03(3431)4865
チャレンジ部門＝実施する各公園へ

会員紹介

有限会社 角田ナーセリー



カレンジュラ「まどか」

年間を通じて切り花コーナー作りをご提案している人気の「切り花畑」
春の重点商品である「企画野菜」
評判のオリジナル花物カレンジュラ「まどか」や
「千日小鈴」を取り揃えております

お問い合わせ
〒491-0353 愛知県一宮市萩原町萩原橋上14-1
Tel : 0586-69-6351 Fax : 0586-68-0901
<http://tnn.ne.jp>



事務局だより

ガーデンを考える会
事務局
TEL 052-571-7911
FAX 052-571-2208

東海地区会員ワークショップ
「園芸店向け、来年に向けて売り方の仕掛けを学ぶ研究会」

※お申し込みは事務局まで

2008年12月9日(火) / 花ごころ 会議室(名古屋市中川区)
時 間 : 14:00～15:00 テーマ1「売り方」について話し合う
15:10～16:10 テーマ2「新商品、トレンド商品」について話し合う
16:20～17:20 発表
参加費 : 会員2,000円、非会員5,000円
懇親会 : 18:00～(会費 : 3,000円、懇親会のみ参加4,000円)