

2007 年度

2007年6月1日～2008年5月31日

経営計画

(株) 金子商会 2007年6月1日作成

まえがき

**「みんなやっている。
そうしないと
お客が来なくなる。」**

これは自殺行為です。

高いお金を払ってくれるお客さんとあまりお金を出してくれないお客さんどちらが好きでしょうか？

当然ですが、高いお金を払ってくれるお客さんの方が好きはずです。
そうすると、そういう好きなお客さんとはいい関係が作れるに決まっています。
逆に安いお金しか出してくれないお客さんとはいい関係を作るのは難しいことでしょう。
なぜ、私たちはスグに安売りを考えてしまうのでしょうか？

「安くしないと売れないと思うから」

本当でしょうか。本当に売れないと思うからでしょうか？
それはきっと違うでしょう。

「努力する必要がないから…」

というのが本当の理由でしょう。

価格を高くすることとは、自分にストレッチをかけることです。
価格を高くしたら、まずは安い価格よりも売りづらい。
さらにお客さんの期待度も高まります。
特にこのお客さんの期待度は大変大きなファクターです。
あなたは、コンビニには不満を抱いたことはないでしょう。
でも高級レストランではあるはずで。
これは期待度がちがうのですから当然です。
誰もコンビニで平均以上のサービスなんか期待しません。
だから、店員が少しグズでも文句を言うこともない。
でも、非常に期待が高いのに、思ったサービスが得られなかったらどうでしょうか。
きっと頭にきて二度と来ないと思うはずで。
つまり、高い価格を付けることは自分自身のストレッチになるのです。
そうすると絶対にミスは許されません。

お客さんの期待度は高まるだけです。

そして、それは好循環を生み出します。

中小企業に低価格戦略は無理！

しかし、その期待を超えられたらどうでしょうか。

それは顧客満足になります。顧客満足とはそういうことです。

顧客満足とは、高いお金を出してくれたお客さんに対して、あなた自身がその期待を越えようと一生懸命に尽くしたときに生まれるものです。

中小企業が生き残るにはこの循環しかありません。

中堅企業、大企業には、低価格戦略もありますが、
中小企業では原則として低価格戦略はあり得ません。

私の月例勉強会に来ている●●さん。彼に仕事を紹介したことがあります。

彼の仕事がお客様から送られてきたのを見て、私は愕然としました。その内容が問題外なのです。そこで私は彼に電話をかけて聞きました。

「本当はいくらほしかったんだ？」

「本当は〇〇円欲しかったけれど、それでは高いと思い言えなかった。」と彼は言いました。

私はスグにお客様に電話をかけて彼の言い値にしてもらいました。

この●●さんとお客様は今いい関係にあります。

でも、もしあのとき本当に欲しい金額をもらえなかったらどうなったか。
顧客満足は生まれたでしょうか？

中小企業で顧客トラブルが起こるときのパターンは決まっています。
そして、トラブルが起きたとき、社長や担当者は必ずこう言います。

「こんな金額じゃ、ここまでしかできない」

だったら、最初からもらえばいい、これが結論です。

それができないなら ビジネスはやめた方がいい。

もう一度言います。

戦略なきままの安売りをするぐらいならビジネス自体やめればいい。

そして、自分の商品やサービスに高い根付けができないのは単に自社の提供物に自信がないことの表れでしかありません。

結局、中小企業の明暗はほとんどがここでつきます。

マーケティングのうまい下手が一番企業業績を決めているように思われがちですが、実はそうではありません。

企業業績を決めている要は価格です。そしてその価格を決めているのは社長の挑戦する姿勢の有無です。

これは10年間多くの中小企業と付き合ってきた私が思う結論です。

実は、戦略でもマーケティングでも財務リテラシーでもありません。

価格がすべてです。

フォレスト出版『会社にお金が残らない本当の理由』
税理士 岡本しろう著

もう一度理念を確認。

モットー

**「快適なくらしは、
快適な現場作業から生まれる」
お客様の現場作業を
より快適にする。**

それが金子商会の顧客サービスです。

そのための三つの柱。

いまずぐ、

やくだつ、

たよれる、

金子商会の営業活動の

一番のポイントは

「お客様がビックリ！かつウレシイ！」

「いますすぐ金子商会」

すばやい配達の徹底。

「すばやくいますすぐ配達すること自体が、
金子商会の営業活動」と考えてください。

一番速い便。

朝、7時40分に出発。

午後12時30分時に出発。

基本

受注後 5分以内に出発する。

『すばやい・いますすぐ』の定義

どういう配達のやり方がスーパーでエクセレントで、お客様から

「すごいねえ！そこまでしているなら下関で一番速い！」
と驚いてもらえるか。

「注文したら15～30分以内でやってくる、スッゲー！速い！」

「金子商会は1日に10回、配達しているそうだ、モノスゴイ！ある意味バカ！うちじゃできそうもないや」

と自然に口コミがうまれるようなことをする。継手一つでも、配達する。とにかくすばやいというイメージをお客様に伝えていく。ガソリン代は倍かかってもかまわない、というより倍にしてください。

同業者が1日2回しか行かないなら倍の4回、1日に3回なら、倍の6回現場に配達する。伝票を発行したら15分以内に出発。基本的には追加は待たない。

やくだつ金子商会 たよれる金子商会

会社の書類・データの整理。

商品データの入れ替え、書き換え。

棚卸用コードの書き換え、入れ替え、新規登録。

ものすごくやくだつすばやい回答ができるように、データベースを磨き上げる（ブラッシュアップ）

事務所内のカタログを毎日整理していく。

棚卸の年間計画。

2007年からは年次棚卸はしません。

毎月、というか月次決算を行います。

棚を18分割して、一ヶ月に3回、数を数えて、パソコンの在庫データを照合精査します。

在庫データ数と実数を99.9999パーセントマッチさせる。

（数が違うということが、年に5回以下が理想）

商品棚の整理整頓と掃除。

毎日、（ 拭き掃除 ）することが理想。 （ ）に入る言葉は、お客様がすごいと感心し、他社がまねできないとか、そこまでやるのか？というようなこと。

「ものすごくやくだつ」とは

「ものすごくすばやい」とは？

どういう掃除のやり方がスーパーでエクセレントで、企業としてお客様から

「すごいねえ！そこまでしているなら商品の管理が完璧ですね！」

と驚いてもらえるか。

「金子商会は『 継手を入れる棚 』まで拭き掃除をしているそうだ、モノスゴイ！

うちじゃできそうもないや」

と自然に口コミがうまれるようなことをする。

きれいな上等の商品。

掃除を徹底。

在庫管理が簡単な環境を作る。

「ある・ない」の回答が「ものすごくすばやい」

LP、TOTOの位置の入れ替え、LXW HTLP PLPの位置の入れ替え、マスの位置の入れ替え。ライニングや白継手65A以上の継手の処分、透明DV継手・ロクロ継手など不働在庫品の処分。

くす鉄としてすべて処分（ 6 ）月（ 15 ）日までに捨てるものをすべてリストアップ（手書きのメモでOK）

（ 6 ）月（ 30 ）日までにリストアップしたすべてのものを処分。

↓

（ 3 ）年以上根まっている（動きのない）商品はすべて廃棄処分。

仕入れ商品 TOTOなどの変更や手違いによる返品は可能限り行う。

まずは、手数料を払う。

50%-80%で折衝

返品がムリなとき、

不在庫品は半値半がけさらに半額で処分する。

定価の13%-10%でお客様に売り込む。

3ヶ月以上の場合は無料でOK。

仮に100万円の商品でも同じ処理を行う。

不在庫品用の展示スペースを作る、(200)センチX(200)センチくらい。
100円、500円、1000円、3000円程度で、叩き売る。

年に(12)回の展示会・セールを行う。

まずは、1回目(8 月 1 日)

対象は、水道工事店、設備工事店、建築会社、大工さん。

価格の設定について。

価格は2本立て、

10万円以上お買い上げの場合のご入金時の値引きおこし、

特別価格(最初から10パーセント引いた単価設定)の二本立て。

(トータルでは実は10パー引きの方がおトク)

セールの実施。

箱買い、束買いによる値引きセール之年（ ）回実施。

土曜日の営業について、

売り上げトップ30社に確認する。

質問「第二第四土曜日が休みだと困りますか？」

4社以上が「土曜日を休みにすると困る」

との回答がある場合、現状のままにします。

リストアップは（ 明 ）日まで。

質問は（ 6 ）月（ 15 ）日までに終わらせる。

3社以下の場合、第二第四土曜日は休みにします。

確認した3ヵ月後から実施。（最短なら9月から実施します）

中期計画・長期計画について

30ヵ月（2年半）2009年12月31日まで

年商10億円
突破計画

給料倍増

立つほどのボーナス。

目標100万円
一人あたり経常利益200万円/年間

一人あたり粗利 2200万円/年

年商10億円
期限2009年12月31日

年間の休暇予定を立てる。

1週間の有給休暇を設定する。

2008年の2月から、ローテーションで休むようにする。

変更は2ヶ月前に行う。
重複はしないようにする。

まずは目標を宣言する。

2012年は年商30億円。

2015年は年商100億円

2017年は年商300億円

営業総利益（粗利益）＝売上－仕入

営業利益＝営業総利益－販売費・経費

経常利益＝営業利益－金利・営業外損益

一人あたり粗利とは、粗利益を人数で割ったもの。
金子商会の場合は9人

金子商会の今現在の
一人あたり粗利
450万円

黒字企業平均
約786万円
優良企業平均
1291万円

**目標は約5倍の
2200万円**

になっています。