

連載

ビジネス的発想からの提言(8)



主にあって ピンチは チャンスに変わる



イエス・キリスト教会・家の教会伝道師
エリヤ会会員
元カネボー薬品社長

三谷 康人

のである。

私は五十才になった時、「薬専事

業部長を命ず」という辞令を貰い、部下が約三百名、取引先の薬局チェーン店約一万店の営業責任者になった。それは石油ショック後の長引く不況の時であった。営業には販売計画があった、実績が毎月役員会でチェックされ、若し毎月未達が続けば事業部長は直ぐに更迭失脚させられてしまう。販売の全く未経験な私は、どの様に部下に販売の指示を出してよいか分からず、困窮し不安で人生の最大ピンチを迎えた。このピンチを、主にあって如何にしてチャンスに変えられたかを記したい。それは丁度「八味地黄丸」という漢方薬のキャンペーンを始めたばかりの時であった。この例からキリスト教界の閉塞感打開の参考にして頂ければ幸いである。今チャンスが来ている

一、聖会で不安なピンチを

勝利の確信に
変えられる

不安な毎日、辞令を貰って二ヶ月が過ぎた頃、箱根でキリスト教の聖会(二泊三日)が連休の時であった。不安な自分は藁をも掴むつもりで参加した。終わつて山を下る時、気づいた事は、胸が勝利の確信で燃えている事だった。その時から、妻に協力してもらい、毎朝、夫婦で六時から七時迄の二時間、早天祈祷を始めた。その後、勇気ももたらう聖書の三カ所を毎朝読み、通勤の途中はウォークマンで賛美歌を聞きつつ出勤した。毎朝、聖霊の力を受け燃えて仕事を始める事が出来た。その燃える心は自然と部下に伝わり彼等も変えられた。

二、事業理念を利益追求から

顧客創造に変え、
評価基準も変える

事業の目的は利益の追求ではなく、病気で困っている人を助ける事だと。利益は目的ではなく結果だと。従つて、業績の評価基準(薬局への売り上げから消化(薬局から消費者への売り)に変えた。今迄の薬局への販売(これを「E」)中心から、薬局から消費者に売る(S.E)事に重点を変えた。これは教会が内向きから外向きに変わる事。即ち礼拝、献金、奉仕に熱心な信徒の評価から、外向きの伝道に評価を変える事に似ている。

三、販売方法を

内向き(販売)から
外向き(消化)に変える

(化粧品時代に学んでいたマーケティングの方法に切り換えた)
今迄の販売は、薬局店主との人間関係作りと、添付販売の上手い営業マンが好成績で褒められた。それが、薬局からの消費者への販売促進策(山積み、POP、のぼり、看板、チラシ、サンプル配布等)の上手な営業マンを褒め評価するようになった。即ち教会内の行事への参加よりも、外に居るノンクリスチャンへの伝道活動に重点を變えるのと同じ。

四、新たにした事:

調査、研修会、

基本動作の日報(成功例)

調査: 中高年の八味地黄丸対象

者の一般的調査、八味地黄丸の服用テスト。

グループインタビュー等で潜在市場と行動パターン、情報伝達方法の調査。その結果に基づき、消化、月一億円の目標を設定(前任者月二千万円)ノンクリスチャンの意識、行動調査をして伝道方法を知ると同じ

研修会: 課長以上(営業、本社、工場、研究所)毎月二泊三日のマーケティング研修会を二年間実施。伝道の為の継続的弟子訓練に似ている

日報: 基本動作のチェックと消化成功例等記入。全員毎日事業部長に提出。良い成功例は直ぐ全員に連絡した。伝道、証の成功例の共有化と同じ。

結び: 最大の鍵はトップが先ず主によつて変えられ、聖霊の力に満たされて変革をリードする事。そして、悩める人達を救おうとするトップの真剣で本気な姿勢を行動で示す事。変革の時は何時でも、当初ベテラン程、抵抗するもの。然しトップの姿勢と教育により次第に変わる。八味地黄丸の消化目標一億円の達成の時も、最後は全社員一丸となり、短期間で高い目標を達成し、社員は喜びと感動を味わった。そして、この時の実績が認められ、次の飛躍への道が開かれた。主によつて、ピンチはチャンスに変えられた。ハレルヤ!