

あなたの会社が 最速で変わる 7つの戦略

神田 昌典 フォレスト出版

(はじめに)

- 生き残るためには、売り上げ計画の桁を一つ増やさない！死に向かう行進から離脱せよ
2025年には年齢構成上で最も人口の多い団塊世代が全て後期高齢者になる結果、国民の5人に一人は75歳以上、3人に1人が65歳以上と人類が体験した事がない超高齢化社会だから、どうしたら生き残れるかではなく5年の内にどうしたら会社は生まれ変われるか？
 - ビジネス進化への突破口はこうして切り開かれた～本書で紹介する7社はテレビや雑誌で特集されてもおかしくないほど刺激的な事業を営んでいる。本書はベテランのビジネスライターである加藤鋳氏と共同執筆、同氏はありとあらゆる経営者と会い真質を見分ける卓越した見識眼を有して全ての会社を訪問し深い対話から読者への学び点を抽出・整理した
 - ◆会宝産業(株)～地方の自動車解体会社から静脈産業の騎手として世界80ヶ国でビジネス
 - ◆TICK-TOCK～数店舗経営の美容師が小顔になるカット技術で特許取得、美容業界を変革
 - ◆ダイタンホールディングス(株)～日本そばをフィリピン・台湾で成功、日本でも積極的出店
 - ◆(株)源麴研究所～焼酎原料の種麴メーカーが画期的な畜産飼料や自然食品開発・世界企業へ
 - ◆NTTアドバンステクノロジー(株)～社内読書会実践で社内技術シーズをビジネスモデル化
 - ◆(株)VRSサービス～設計と測量二つの専門分野習得でデベロッパー向け販促ツール分野のシェア40%を得るトップ企業に進化、業界の複雑化・専門化クオリティを底上げ
 - ◆ビジネス・ライフデザイン(株)～障害者の技術習得方法を進化、障害者事業の常識を覆す。
- 挑戦心は実に伝染するのだ、7社のビジネス根底にある「未来に向かう輝かしい物語」だ
7社の実践エネルギーを貴方自身習得する効果的な次の3つの問いに答えを探して欲しい
- ・彼等はビジネスを通じ、誰をハッピーにしようと考えたのか？
 - ・彼等はビジネスを通じ、自らの才能をどのように表現しているのか？
 - ・彼等は過去を乗り越え未来に向かうために、どんな小さな第一歩を踏み出したのか？

{ 第1のビジネス戦略 } 「プラットフォーム化」によるビジネスモデルの構築

- ◆会宝産業(株)代表取締役会長 近藤典彦 ～日本国内では毎年350万台が廃車、解体するリサイクル業者は2500社程、1969年創業の同社は2005年の自動車リサイクル法の施行時に排出される不要物や廃棄物を再利用する単なるリサイクル業に止まらず自然や地球環境にやさしい、世界のベンチマークとなる“静脈産業”を目指そうと決意。
- ～世界初の中古エンジン規格「PAS777」を取得～輸出の場合走行距離に関係なく同じエンジン型式であれば価格は同じだった近藤会長は2010年独自に中古エンジン・部品の品質を評価する規格(JRS)を開発、それをベースに中古エンジン評価規格「PAS777」が英国規格協会から正式に発行され、日本発で“世界初”の中古エンジン規格となった。
- ～中古部品を一元管理するネットワークシステムを構築～

独自に開発した廃車の査定・見積もり・車両仕入れ・部品生産・部品在庫・部品販売までの業務のプロセスを一元管理する KRA システムで海外 80 ヶ国とのビジネスがスムーズに行く、これを基盤としたネットワークシステムを内外の同業者に惜しみなく開放した。
～JAICA（独立行政法人国際協力機構）を動かした「国際リサイクル教育センター」の創設 JAICA が寄り添ってくれるので相手国はリサイクル事業の重要性を大抵納得します。
～リサイクルオイルが生んだ温室栽培ビジネス～自動車の解体で廃油が年間で 10 万キロリットル、その為光熱費は無料同然、IT 技術を駆使ハウス無農薬野菜で TPP に対抗する。
○近藤会長インタビュー要点（聞き手加藤鉦）～部品の中には白金やパラジウム等含まれてちりも積もれば非常に大きな利益、日本の解体業者にはあまり知られていないのが現状。
○神田昌典の視点～世界初中古エンジン規格は画期的発明でリサイクルは効率的になった。同社が独自開発した KRA システムで中古部品ビジネスのネットワークは 80 ヶ国に拡大。今後日本企業が世界的競争力を付けていく上で同社のプラットフォームは極めて参考に。

{ 第 2 のビジネス戦略 } 教育プログラムをプラットフォームに組み込む

◆(株)TICK-TOCK 代表取締役 牛尾早百合～60 年以上続いたヘアカット技法を革新し、女性のニーズを満たし美容師の地位向上も果たす～早百合さんのステップボーンカット技法は日本発のヘアカット技法の特許技法として認可、現在米国・フランスにも申請している。ヘアカット技法の王道はサスーンカット・世界中で定着、但し時間がかかり過ぎる弱点と西欧人の頭の形をベース。早百合さんカットは日本人を含め東洋人は平坦な骨格を綺麗に見せることで頭が小さく、首が長く見え、全体のバランスが良くなります。
～アジア各地でネットワーク化が進展～大幅な施術時間短縮（カットは約半分）でお客様の負担軽減・美容師の体力消耗軽減、又最大メリットは技術料としてカット料金（1.5 倍）にオンできる、但し 2~3 倍も持ちが良すぎてお客様の来店頻度が落ちるのが欠点と。シンガポール、インドネシア等の美容チェーンが大挙してセミナーを受けに来た。ジャカルタのサロンで雑用していた男の子が美容師になりトレーニングで習得しメキメキ頭角を現し月 180 万円売上、現地のカット料金を 10 倍に引き上げ盛況は続いていると。
～日本の美容技術は世界最高水準だと自負しなさい～今から 7 年前に雑誌連載を 1 冊の本にまとめようとして「なんか美容業界はおかしい」と天啓の様なものが閃き「日本の美容師たちへ」が刊行され、世界 6 ヶ国 13 都市で発売、特許も出願。現在、協会から認定証を授与されステップボーンカット技術を正式導入しているサロンは国内外で 550 店舗に。メイド・イン・ジャパンのヘアカット技術に立ち見続出、特許技術のニューヨークセミナーに 3 日間で 600 名が来場。早百合さんは「子弟制度があったから、日本の美容師は細やかな技術を備え、美容技術は日本の文化なのです」と。将来のニーズの最右翼とされるのは、外国人対象の医療・美容ツーリズムと予測され、その兆候は東京の有名店では顕著
ニューヨークやパリでは日本人美容師に担当してもらおうと通常料金の 30%アップは常識。
○早百合氏インタビュー（聞き手加藤鉦）西洋人の骨格をベースのカット理論を東洋人の骨格に当てはめ独学で様々な日本のカット法を研究し尽くして 5 年かけて考案した。結果として売り手良し、買い手良し、世間良し、の三方良し、の精神。

○神田昌典の視点～ステップボーンカットを導入するには特殊なローションが必需品であり、アカデミーとシザーの3点セット、美容室が発展する為の粗利収益率向上と技術向上のプラットフォームを作ったのも早百合さんでした。アジアでは特にネットワーク化進展。日本のプラットフォーム型企業の特異点は教育プログラムがしっかり組み込まれている。

{ 第3のビジネス戦略 } 数多くの試行錯誤を短期間に積む

◆ダイタンホールディングス(株) 代表取締役社長 丹 有樹～アジアでソバレストランを展開、失敗と成功を繰り返し乍ら新しい業態を模索～複数の常務に店舗経営を任す分社制経営。

「名代 富士そば」は国内外で100店以上展開5人の常務がそれぞれの事務所と個別経営するシステムで新規出店は常務同志が競争して物件を取り合う、全ては常務が責任者。

～従来の価格帯を引き上げられるビジネスを作り出す～失敗で再確認・自社ビジネスモデルの凄さ、2012年に20年ぶりの新業態店舗を渋谷・並木橋交差点にオープン「高単価で健康志向の女性ターゲット」の「つけ蕎麦・たったん」は3年後に閉店も、更なる挑戦へ。
～インドネシアでの失敗がアジア進出の足掛かりに～台湾とフィリピンで海外展開。

○神田昌典の視点～20年ぶりに新業態への挑戦は創業者から二代目への事業承継に必要で幹部社員は改めて富士そばの価格帯、神業的な出店と交渉方法、社員を大事にする文化を学んだ。富士そばは自由闊達な雰囲気を持つ愉快的なそば屋で「そば屋のソニー」なのです。

{ 第4のビジネス戦略 } 「Read For Action」による、イノベーターの育成、読書会を通じた組織学習によってイノベーションが生まれる土壌を耕す。

◆NTTアドバンステクノロジー(株)営業本部営業推進部門ビジネスモデルWEBマーケティング担当課長 宮家泰世～開発した商品売る仕組みが社内にはない～三宅さんは光コネクタクリーナに関する研究成果をベースに特許を取得、商品化に、しかしリリース寸前の2000年にITバブルが弾け、自分の責任と受け止め、ダイレクト・マーケティングとWEBの勉強、商品のWEBサイトを開設、無料の小冊子ダウンロードサービスを提供することで、引き合いが殺到して対応するビジネスモデルも作り上げた、この事業は僅か1年半で国内シェア50%以上獲得。2004年に三宅さんは事業本部から営業推進部門に異動。

～多様で多層的・多元的な知恵の共有ができる～2008年当時の社長を説き伏せて、マーケティング力をつける為の専門部署の創設を提案し社長直下の組織が与えられた。

知識共有の為に有効な「ビジネスモデル・ゼネレーション」と云う本を読書会でその素晴らしさを知った。異なるバックグラウンド、異なる専門を持つ人が1冊の本を共有し教え合ったとき何が起こるか「短時間でお互いの視点の違いが分かり多様性を体感・受け入れが一瞬にしてできる」更に「禁断のセールスコピーライティング」「ウェブマーケティング」それにプレゼンテーションとセールスレターの本を教材に3回実施した。「この本のここを2分で読んでください」或いは「3分でプレゼンテーションしてください」と時間を細切れにして参加者に求めると頑張ってくれます。発言の順番を回していくと急速に親しくチームビルディングが僅か半日ぐらいで醸成されて新しいことを作り上げる仲間になる。

～個々が抱える問題、課題、目的を共有する、管理偏重主義を打ち破るメソッド。 P 3

グローバル化で労賃の安い国に根こそぎ持っていかれるので企業側が最重要課題として取り組まなければならないのがイノベーション「Read For Action」にほかなりません。

以前ならコンサルタント業務として分厚い資料を作成し数千万円のインボイス請求価値。～次世代がイノベーションを起こす土壌を作る～最も効果が上がりそうなのは3~40代位。
○神田昌典の視点～埋もれていた宝を発掘する作業を内部からやり始めた所に際立った革新性が見て取れます、様々な技術シーズを組み合わせる為のコミュニケーションのシンプル化を図ることに成功したのです。

{ 第5のビジネス戦略 } 業界をブレークスルーする技術を開発する

◆(株)源麴研究所 代表取締役 山元 正博 ~麴菌に秘められた力を研究し養豚業の改革を進め、健康産業にも参入。世界中で大きな社会問題となっている養豚業界の悪臭を救う、「麴リキッドフィード技術」鹿児島空港の目と鼻の先に麴とチョコと焼酎のテーマパーク「バレル・バレー・プラハ&GEN」がある観光工場（隣接する通称チェコ村は日本唯一のチェコ・テーマパークでプラハ城内の黄金小路を模して設計され、屋根瓦も床板も木製のドアも全てチェコ製が使われている）山元さんが15年の歳月をかけ研究開発に成功し、祖父が発見した「河内菌黒麴」を使って発酵させた液状飼料を豚に食べさせ餌代は20~23%節約になり豚の成長は40%程早くなり、回転率が4割上がる、豚舎の臭いが激減。～酵素の働きで豚の死亡率が激減～鹿児島県内の平均死亡率は12~3%酷い所は20%が、この技術で1~1.5%に激減加えてPEDと云う病気にかからなくなる（米国で7百万頭・日本で2百万頭位死亡）更に糞尿は悪臭がなく堆肥効果が素晴らしい（周辺の茶畑では成長5割増し）肉質も断然よくなりビタミンEが大量に含まれアクが殆ど出ない。
～TPPから日本の農家を守る為に～国内では豚の餌として毎年6百万トンの配合飼料は殆どトウモロコシを使用、試算では最低でも120万トンの節約、世界では約1、2億トン節約この技術に関しての特許は米国・日本で確定、早晚欧州でも特許を取得できるでしょう。
～茶麴サプリが免疫細胞を増加させる～NK細胞（免疫細胞）が約2、5倍に増える。
メインバンクの前頭取が糖尿病で銀行を辞め商品化前の茶麴のサプリを差し上げたところ半年で血糖値が正常になり「病院に10年以上通っても治らなかった病気が治った、今は私の主治医もこれを飲んでいて、もうインスリンも注射もしていない、私も販売に協力するから商品化してほしい」そんな要請もあって2014年から茶麴サプリが世の中に登場。茶麴サプリで山本さんと女子社員の花粉症も完治、茶麴サプリの継続率は何と9割にも。
○山元正博氏インタビュー（聞き手加藤鉦）北海道の帯広の企業で飼われている乳牛は「麴リキッドフード」を食べて300頭の内、搾乳牛は110頭が今では妊娠する牛が増えて160頭になり、搾乳牛の廃棄率は年間28%が半分の14%になった麴リキッドは若返りの妙薬。今度鹿屋で8千頭の農場を立ち上げは銀行・鹿屋市・鹿児島県庁が大注目のプロジェクト、又自前で豚1万頭規模の肥育を愛知県で行う（食品工場が多く廃棄物は山と出ている）
○神田昌典の視点～同社は初代が「麴の神様」二代は「焼酎の神様」と呼ばれ日本中の焼酎メーカーの8割が種麴を仕入れ、三代目は「麴リキッドフード技術」畜産飼料分野へ参入そして「茶麴サプリメント」はB to Cの商品で

人の免疫強化・ストレス・アレルギー軽減する研究成果が次々と発表されている。

{ 第6のビジネス戦略 } 分業をパッケージ化して提供する

◆(株)VRS サービス 代表取締役 東田 昇 マンション販促ツール開発の分業体制を壊して、オールインワン・パッケージでシェア40%を獲得。マンションは着工の半年前位には、モデルルーム、着工の時に販売スタート、デベロッパーは正確で魅力的な接客及び販促ツールで様々なシミュレーションで周辺環境はもとより各戸の条件を理解できる選択肢の提供で近頃はITを屈指した画像データや動画の活用が接客の鍵で従来は測量・設計・広告各社への分業体制だったが、VRSの東田社長はリクルートコスモスで10年勤務一級建築士と土地家屋調査士の資格を取った機会に33歳で個人事務所を立ち上げた。2005年当時ゼネコンや設計事務所、広告代理店、測量事務所など様々な仕事分業でしたが、色んな相談を受ける内にパッケージで提供、VRSに聞けば何でも分かる認識が広がった

～ワンストップサービスでシェア4割獲得～同社が独自に開発した販促ツールは「日照シミュレーター」「パノラマムービー」「ソーラアイビュー」的確な販売価格を決定する為の1つの判断材料「値付け用物件データ」等のラインアップ、驚いたことにソフト技術は全て市販のソフトをブラッシュアップしたもののタワーマンションの測量はレーザーで簡単に取る。同社以外には測量・設計・広告サービスをワンストップでこなせるライバル会社はいない。

～“一人勝ち”にならないようにする～業界トップシェア独走でVRSが保有するデータを全てオープン化・無料での提供を決めた。

～宝の山の可能性を秘めた中古マンション市場～販売会社向けの販促ツールを開発準備中。インターネット・マーケット分野での勝負でニッチな分野で1時間以内に完成する必要あり

○神田昌典の視点～VRSサービスの最大の特徴は「現地測量」「日蔭計算」「眺望写真撮影」「ムービー撮影」「ツール加工」と、非常に複雑化している新築マンションの販促業務をワンストップで、しかも内製で自己完結しているだけでなくとてつもないスピードアップ又、東田社長が開発した「日照シミュレーター」は物件販売の在り方を根底から覆した。

～同社の様に旧態依然とした業界に大きな風穴を開けた生命保険で海外のOSCAR社は生命保険の適用内容と加入プロセスを極めて簡素化し加入者数を大幅に伸ばしている。又加入者が病気になったときは即、オンライン又は電話でドクターの診断を受けられる（日本では不可）次に加入者のいる地域にいるドクターの専門分野の詳細なレビュー情報を確認・健康価を保つ為に加入者に合ったエクササイズを推奨・その数値目標も提供・それをクリアすると保険の金額に反映する難しい保険約款を見直し極めてシンプルに変更・24時間365日体制電話対応で不安を一掃するサービスで急速に売り上げを伸ばしている。

{ 第7のビジネス戦略 } 秘められた人材能力の開発で組織を活性化する

◆ビジネス・ライフデザイン(株) 代表取締役 矢根 克浩 従来の福祉施設のイメージを乗り越え障がい者がサポート側に代わる時代をつくる～俺だからできる仕事から P 5

「誰でもできる仕事」へ、日本の就業者7人に一人が障がい者手帳を持っている、それほど多くの障がい者が我々の周りにいる。矢根さんは歯科医院向けのトータルインテリアデザイン専門の会社の代表でこれ迄に累計1千件以上の歯科医院の内装や改装・新築の相談を受けこの分野では右に出るものがないとの評判です。

～障がい者が自立できる環境を作る～職員3名、スタッフ20名でスタート(2014年10月)

～WEB上の商品説明をするランディングページ(LP)の書き手を養成～

売れている商品紹介を分析すると「共感」「後押し」「行動」の3つの使用方法が含まれていた、この基本の雛形で皆に文章を書いてもらい稽古の繰り返しでかなり精度は良くなる
～皆勤賞と精勤賞を設けて出勤率を意識させる～スタッフの平均出勤率は93%を維持し、最も心を砕いているのはスタッフとの地道なコミュニケーションで全員と2週間に一度20分程度話す仕組みを設けている、皆勤賞と精勤賞はスタッフに合う雑貨をプレゼント。

～驚嘆に値するのは社内のチャットワークの浸透で障害のあるプロジェクトリーダーを中心に携わるプロジェクトの進捗状況が全てチャットワークで報告されるシステムが出来上がっていて矢根さん始め3名の職員が目を通してあるのでチャットワークの威力は絶大。

～福祉施設のサポートで業績が伸びることを証明したい～リスティング広告(検索連動型)の設定・運用で稼ぎ頭になりつつある。又優れた感覚のキャッチコピーを次々に生み出すスタッフがいて信じられないような成果を上げています。あるお客さんは「本当にたった3万円で大丈夫かと思った、しかしいろいろと指摘いただき何の為にホームページを作成し、望む結果は何なのかと云う基本的なことを徹底的に見直すことが出来た」と。これは会社のスタッフがWEBデザイナー、コピーライター、イラストレーターとして各々の、プロフェッショナルな仕事をしている証左、次に狙いを定めているのがマーケティング・オートメーションで人的ミスをなくし、集客策から売り上げ・顧客管理迄に対応する全領域のマーケティングプラットフォームでこれが運用できるようになって初めて「障害者福祉×IT事業」は本物になると考えています。

○矢根さんの究極の目標は同社と顧客とのWIN-WINの関係を築く事、何より望んでいる事は福祉施設のサポートを受け入れれば一般の会社の業績が伸びる、それを先ず自身が証明し、社会に浸透させる事です。

(完)