

時  
流  
き  
読  
む

## 急増する覆面調査

ファンで賑わう千葉ロッテマリーンズ(ロッテ球団)のホーム、千葉マリンスタジアム。ここに5月中旬から、係員やショッピングの店員の対応をつぶさにチェックする調査員が紛れることになる。球場へ訪れるファンへのCS(顧客満足度)向上を狙い、ロッテ球団が調査会社へ調査を依頼したためだ。他にも、家電量販店やドラッグストア、ブランドショップや、ショッピングセンター、中には病院など、外食産業だけでなく、取り組む企業は年々増えている。顧客満足度アップを早急に行なうことが重要と考え、この不況を乗り切るための策である。

顧客満足度を上げるには、まず、ありのままの状態を把握しなければならない。そして、課題を発見して改善を行う。このくり返しなのである。

もともと、覆面調査は、潜在的なクレームを探すことを行なっていた。潜在的なクレームとは、声にならないお客様の声である。『サービス・マネジメント』(カール・アルブレヒト、ロン・ゼンケ共著、ダイヤモンド社)によれば「不満を持った顧客の96%は、企業に対して何も言わない。一般にクレームが1件あると、問題を抱えた顧客が他にも24人存在することになり、そのうち6件は深刻な問題なのである。」と言われている。顧客は、企業が失敗を感じている以上に、企業の提供物、サービスに対して不満をもっていると言えそうだ。

このように顧客の側からの視点を加えると、顧客の不満、クレームをいかに迅速に効率的に察知するということが、重大な失敗を回避するだけでなく、顧客の不満を満足に変え、顧客維持率を高める上で非常に重要なポイントだということわかる。

N F O R M A T I O N

### 行って楽しい夏祭り♪ 「かもと招魂祭」のご案内

皆さん暑い日が毎日続いているますがいかがお過ごしでしょうか。さて今回は、夏の風物詩でもありますお祭りの中でも一押しの鹿本で開催される「かもと招魂祭」をご案内します。このお祭り毎年、商工会青年部の方々が企画されているんですが、今年はお祭りをもっと活性化していく目的で商魂会という実行委員会を立ち上げ山鹿市外や青年部以外の人たちも気軽に参加できるようなスタイルに変わりました。お客様が招魂会にいたこともあり私も早速、招魂会に入り、毎月月初に開かれる会議に参加させていただきました。会に参加して感じたのは実行委員の人たちの仲の良さと、地元を盛り上げていきたいという熱い想いでした。

下を向くような話題が多い時期だからこそ、こういった皆で何かを一つの形にしていくという前向きな行動というのが大切なんだと強く感じました。当日は、私も微力ながらお手伝いをさせていただきます。皆さんもお時間がありましたら、是非「かもと招魂祭」にお越し下さい。沢山の方のお越しをお待ちしております。

お祭りの詳細は別紙のチラシをご覧下さい。

<高浜 亮>

### 元気もん交流会のご案内

今回の元気もん交流会は、夏の特別企画として熊本名物「ちんちん電車」でビアガーデン交流会を開催いたします。

交通局～健軍町～上熊本駅～交通局と熊本市内を約2時間かけて一周する電車のビアガーデンで飲むお酒はまた格別ではないでしょうか。電車の車窓から外の景色を眺めながらいいアイデアが思い浮かんだりする…かもしれません。

皆様のご参加をお待ちしております。乗車場所等のご質問はお気軽にご連絡下さい。

■日 程 8月21日(金)18:30～20:30  
集合時間／18:10

■集合場所 熊本市交通局  
熊本市大江5丁目1-40  
電話／096-361-5211

■会 費 3000円  
もち込みOKなので、差し入れ大歓迎です！！  
ビールなど用意しますが、お好きなお酒などありましたらどうぞお持ち下さい♪

■先 着 20名

暑中お見舞い申し上げます。

北部九州の梅雨明けが遅くて、むしむしした暑い日が続いている。梅雨明けが8月にずれ込むのは過去2回しかなかったとのことで、異常気象の影響なのでしょうか。昨年秋のリーマンショック以後、景気の落ち込みが激しく、消費の低迷が大きいようです。売上の増加が望みにくい今の時期は、まずは、固定費を削減して、売上高に見合う経費の支出に抑えるよう心がけることが大切です。また、売上低迷による資金繰りの悪化も出ております。金融機関に対して借入金のリスクケジュールを実行する必要も出てくるでしょう。そのためには自社の現状を正しく分析することが最も重要になります。どんなことでも私たちにご相談ください。ともにこの厳しい状況を乗り越えていきましょう。

税理士 高濱 三喜夫

## 限界を作らないモノづくりでセレブにロックオン



青森県のブナ材を独自技法で加工し、インテリア商品を開発・製造する。

ユニークなデザインと機能性で高級路線に転換、富裕層市場を開拓。

海外からの引き合いも増加し、欧米での販売拡大を見込むブナコ漆器製造。

青森県弘前市にあるブナコ漆器製造も、かつては赤字転落の寸前まできていた。

もともと、有名百貨店のトレーなどのキッチンウエアの製造が中心だった。漆器を中心に事業を行っていたが、1996年から急激に業績が悪化。日本はバブル崩壊を迎えていた。販路を全面的に百貨店に依存していて、消費のトレンドが大きく変わったことに気づくのが遅れていた。その上、不景気で記念品の受注が減少した影響が大きかった。

「何をやってもダメ。本当に倒産するとあきらめかけた」

それを立ち直らせたのは、弟の一言。「兄貴の限界は兄貴の心の中にあるんじゃないかな」。自分で限界を作っていたことに気付かされた。きれいな曲線を描き、バームクーヘンのような木目鮮やかな照明器具。オリジナルを依頼されていたが、開発資金のメドがたたず、あきらめかけていた時だった。弟の言葉に奮起して、県から助成金を得て、開発を決めた。

開発した商品「ブナコランプ」を展示会に出品し好評を得た。インテリア好きは、デザインが気に入ればゴミ箱にも1万円払う。高付加価値市場にブナコは受け入れられると確信した。売り上げの75%を占める食器用への依存からの脱却だ。社長自らが率先して県外の企

業へカタログを送り、積極的に各地の展示会に参加した。03年にオープンした六本木ヒルズの老舗、とらやカフェで照明と食器が採用された。少しずつ注文が増えた。大きな変化が起きたのは04年から05年の間。地道に続けていたカタログ送付の効果で、表参道や代官山、自由が丘などのショップの店頭に並ぶようになった。インテリア雑誌にも頻繁に取り上げられ、「ブナコ」は一躍全国区になった。06年には商品別売り上げでもインテリア用が食器用を逆転。見事に経営転換を実現した。

水を多く吸い込むブナは、建築などでの構造材として一般的に使われない。その弱点を逆手にとり、デザイン性の高いインテリア商品に着目した点が「ブナコ」の特徴とも言える。08年から積極的に海外展開を図る。

欧米のセレクトショッピングからの引き合いも増え、取引交渉も始まった。青森発の地域素材を生かした「ブナコ」は、世界に向けて歩み始めている。





# 会社を救う事前決算が「どんぶり勘定」の

昨年、税務及び事前決算の顧問契約をされた小売業のお客様の事例です。以前の税理士事務所さんは担当者のみの訪問で、訪問時に資料を預り(郵送される場合もありました)数ヶ月後に試算表が届くといった具合で、社長様は経営内容についての説明を受けておらず、送付された試算表にも目を通すことなく引き出しの中にしまい込んでいる状態でした。このような状況ですで、社長様の頭の中には感覚として儲かっているのかないのかということはありました。実際には決算を迎えるべきではない状況でした。私の第一印象は“社長かわいそうだなあ”と“よくこれで顧問料もらえるなあ”でした。

## ■ 本来の「社長の仕事」を

顧問契約を結んだのが決算直前でしたので、まずは組織形態、帳簿類の状況や担当者、資金の管理具合などを社長様への聞き取りを通して全体を把握していく決算を完了させました。その中で驚いたのが、領収証や請求書等の原資帳簿がないことでした。税理士事務所の処理が終了した原資帳簿はファイルに入れられ引き出しの中に…。後は陽の目を見ることはない。というような状況でした。話を聞くと帳簿の保存期間が7年であることを初めて聞いたということです。また、現金の管理、支払などを社長自身が行なっており、社長としての本来の仕事を行えないような状況でした。

まずは、帳簿や現金の管理を社長から事務員に委譲し、社長には社長にしかできない仕事に専念していただくために、事前決算を導入して会社の現状の分析を通しての課題の抽出と向こう1年の数値計画と一緒に立案しました。右腕の社員さんと2人で参加した社長様は、数字の理解にとまどったものの1年後の会社について真剣に考えて頂き1日かけて目標を立案されました。



## ■ ひとつずつの積み重ね

毎月の訪問時は帳簿整理をした後、計画値との予実対比と決算予測と資金繰り予測をその場で出力し、社長に説明しながら今後の状況をヒアリングしながら一緒に対策を検討していくという方法で進めてきました。また、原資帳簿の保存と整理整頓も検討していましたので、今ではきちんとファイリングされ一目瞭然で資料の閲覧やチェックができるようになっています。

最初は数字に対してちょっと難しそうな顔をしていましたが、毎月説明を繰り返していく中で今では“できたね?”と報告を催促するまでになりました。また、私の報告や指導に対しても素直に聞いて頂きとても感謝しています。

## ■ 社長のやる気が社員に伝染

初めての計画書作成でしたので、計画書どおり進まない月もありましたが、経費等の見直しと企業努力により、最終的に売上高が前年比135%、当期純利益が前年比126%を達成され、課題でもありました過去の欠損金も解消され、自己資本比率が12%まで回復しました。今期は4名参加で計画書を作成し、過去最高額の目標利益を計上されました。従業員も増員し新たな取組みにもチャレンジされています。

### コラム●「会計」思常雜学

## 「商取引」

商売とは何ぞや？面白いものなのか？

1件何十億円の大型商談も、1個200円のりんごを売るのも、商取引としては、同じ売買行為である。しかし、この商取引には、明らかに大きな違いがある。何十億円も取引のある会社は、検討要素がたくさんあって、いつかいふが儲かったのやら、損したのやら、あるいは、自分の給料と、どうつながっているのやら、感覚的に多分判らない。

一方、1個200円のりんごを売る個人商店の場合は、150円で仕入れたのなら、1個売って、50円の儲け、1日1万円儲けがないと商売やっていけないなら、1日200個売れば良いと計算できる。要は、やっていけるのかどうかということであり、飯を食つていいけるのか？ということである。

このルールを売り手が自覚し、自分で判断してるのが大事なポイントであり、最終的に儲けることである。こっちの商売で儲けておけば、あつちは経費が掛っても何とかやっていける。トータルでは、こんなに利益がでた。と、自分の感覚で考え、売りの戦術を提案する。こういう商いの感覚を養っていくなければならないと思う。

個人と企業の立場がいろいろ絡み合っている企業はたくさんある。会社など複雑な協力支援関係で、例えばA社は協力関係にあつたB社の会員権を所持していた。

すると、ある日B社の旗艦銀行であるC銀行回収を始めB社が倒産し、不良債権化する。

次に、A社の資産表をD銀行がチェックし、A社の会員権が不良資産化していることが発覚し、財務的に問題のある会社ということになる。そうすると、貸し済りどころか、資金の回収が始まると他の銀行も追随する。というわけで、あつという間に運転資金がなくなり、A社倒産となる。

これは、お互いの「信用」でつながってきた経営が、一部がコケるとみなコケ始めるという典型的な事例である。

ゆえに、理屈だけでつないでいくような仕事はしないで、商いの感覚を忘れずに養っていくかと思う。

