

大前提：納得行く人生を歩みたいという想いから始まる。 株式会社エモーションで、重きに置いて実践していること。

1. 経営で最も大切な事は、何の為に経営するのか。如何なる方法・仕組みで、維持発展させて行くのか。を自分自身は勿論のこと、社員や得意先をも納得させられるだけの哲学を持つこと。
※まず、社長自身の生きる意義目的を明らかにすることから、全てが始まる。
業務は、メーカー機能を持つ。価格戦略「高品質で、お手頃価格」。
※自分の会社は、事業の「着実性と収益性と持続性と発展性」を包括している。
と社員が実感した時、社員に希望が湧く。
2. 経営者の純粋な気持ちを文章にすることから始めるのが指針書。
3. 経営理念は、全社員の将来像でなければならない。全社員の将来像だから、理解と納得が得られ、希望が湧く。先ず、経営者自身の理想像を描くのです。そして、社員に問い掛けるのです。経営指針は、社員達の待遇を、将来どうしてあげたいのか。という「福利厚生」から考える。社員の理想像を描き、社員に提案するのです。
経営者である自分の「考え方・生き方・人生観・社会観・価値基準」を熱く語って来ました。
4. 一番大事なことは、社員の心の統一。
※全社員が相互に、心通じ合うことに全身全霊懸けて来ました。
社員一人一人の「心の服」を一枚一枚、時間を掛け、心を注ぎ脱がせて来ました。
社員一人一人の心の奥底に在る「光」を見出そうと、努力して来ました。
5. 社員の多くが心底欲しているのは、和やかな人間関係の中で、自主的に伸び伸びと働ける快適な職場環境である。
※社員は、一生面倒を見るという想い。だから求人はして来なかった。
(自分が70代後半になった時、30代(男女どちらでも良い)の「これ!」と思う人材を探し、会社を譲り、現在の社員は引退し、後継社長自身が他の6名をスカウトし経営してもらう。7名で経営できるビジネスモデルを構築している。この計画は、現在の全社員の合意有り。)
6. 採用した社員を確り人格教育しながら、経済活動をするのが、その会社に於ける社会貢献であり、本来の会社の姿である。これが「商売」から「経営」に昇華するのだと思う。
※人格教育とは「心が澄んで行き、精神性が高まりながら人間的魅力が増していること」
自分の生き様を通して、縁ある人に勇気と感動を与えるキッカケを与え続ける人生を歩む社員であってほしいという願い。だから、会社運営を通して人格教育をしている様を経営と言う。
7. 経営者は「主・師・親」でなければならない。
社員に対して給料を払う主人であり、人間としても仕事の能力としても師匠的存在であり、利害を超えた親でなければならない。

8. まともな社員はいつも「この社長に自分達の生活や将来を預けて大丈夫だろうか。」という眼で見つめていると自覚すること。そして、社員は、自分の人生の輝かしい時期を会社に委ねている。と自覚すること。
※潜望鏡を覗かせる。
※社員に、会社に対する将来の希望ありや？希望も抱かせぬのに、何が教育か！
9. 理性的納得と、感情的納得。合意と納得の経営を実践。
※お金は、血液。コミュニケーションは、息。血液は輸血出来るが、息が出来なくなると死に至る。社員との個人メールのやり取り、日報による交換日記的想いを伝達し、人間としての生き方を示唆している。
10. 中間報告の義務付け。意思表示を明確に、繰り返し言う勇気を持つこと。
11. 業務は顕微鏡の如く、緻密に。人間は海の如く、大らかに。
※経営指針に則った業務になっているか徹底的に緻密になることに尽きる。
12. 経営基本方針は「シンプルに、独自性を生み出し、深みを感じられるように。」
13. 理想を持たない限り、理想には向かわない。
理想に向かって現実の問題を対処して行くから、道が拓かれると思う。
14. 経営戦略は、経営者の性格の反映。
15. 己の納得の行く人生を歩みたい。
社員にも自分の納得行く人生を歩んでほしいという願い。
16. 世の中、役割分担で成り立っている。
※その役割分担は他人が決めるものでなく、自分が自覚するもの。
自覚のある役割分担を『らしく』と言う。
※やりたいビジネスモデルに適した規模が充実を生む。
17. 少数素人精鋭主義。
※少数の素人で、精鋭を目指すこと。
※何故、理想の零細企業を目指すのか。
18. 社員と社員の家族と、お客さんから愛され続ける会社で、あり続けたい。
19. 人生観・社会観・価値基準の確立なくして、周囲を導けない。
20. 社員全員が相互に心通じ合う環境創りに全身全霊懸けて来た。
※血の通った会社運営を経営と言う。
血が通う経営の為には、社員の人間の成長への経営者の念いの強さがあること。
あらゆる業務に人の道が説かれていること。
21. 人を導くとは、相手の心が澄んで行き、精神性が高まって行くこと。

22. 社員の安月給の上に成り立っている会社の利益は本来じゃない。

※黒字経営の中身が問題である。

正社員の人数と、その合計給料。パート社員の人数と、その合計給料を換算して、文化的な生活が出来得る額を与えながら黒字でなければならない。

※参考までにエモーションの今月の社員給与明細を添付します。

23. 心の通う通心販売をめざして。

※先ず、考え方を発信。次に「人となり」を感じてもらう為に顔を出しストーリーを語る。そして商品を販売する。その後アナログ対応のアフターフォローの徹底。

24. 厳しいから付いて来ないのではなく、信頼できないから、付いて来ないのである。

25. プロに慣れはない。プロは、いつも初心である。

※数々のウツカリミスが新たな業務の仕組みを作ってきた。

26. 経営者と社員の人間として深く関わり合う信頼関係こそが経営力を高め、経営者と社員の、より高い次元での認識の一致が、創造的な仕事を生む。

27. 信念に裏打ちされた経営指針を打ち立ててから、一人前に成れるのに30年は掛かる。という考え。

28. 儲けの根源

一、時流に乗ること。

二、儲かるような会社にシステムを創ること。

三、付加価値(粗利益)を高める創意工夫に、徹底的に挑戦すること。

四、社員のヤル気が起こってしまう社風創りに全身全霊を懸け、社員を時間で使うのではなく、能力を生かすこと。

五、社長の器を大きくし『ツキ』を付けること。※一番大事なのは、『社長のツキ』であると心すること。

次に、エモーションの価格戦略についてですが、
会場で配布しましたエモーションのカラーパンフ(冊子)を隅々まで読んでみて下さい。
広告は本来、お客さんに対して自分達が一体何を、どういう風に考えて商売しているか、という意見の表明でないといけないという考えですから、たった一商品の説明パンフレットに、16 ページも使っています。

広告には哲学が必要です。

皆さん方の商品や仕事のやり方などを、うちのように(16 ページくらいの説明パンフレット)してみて、考える題材にして頂ければ差上げた甲斐がありますから。
最後から2 ページ目に販売価格を記載しています。
これを見て、何か感じましたでしょうか？

何故、10袋単位(10か月分の量)で販売するのか。意味があるんですね。

報告でも話しましたが『家族の健康を意識する主婦の方々』を、一番多く持ちたい顧客層と、ハッキリ決めているからです。

『高品質で、お手頃価格』と定めて貫いているのは、欲するお客さんを明確にしているからです。

エモーションのルイボスティーは、10 個単位で定価の 40%OFF 価格と当初から設定しています。

何故ならば、お客さんにも『継続して飲むぞ』という意思を持ってもらう為だからです。

だから、どうしても、1 個という方には定価になりますし、送料も代引手数料も考えると高くなります。

定価 3000 円 + 税で 30 パック入商品ですから、

10 個単位ですから定価 30000 円 + 税の 40%OFF 価格は 18000 円 + 税です。

つまり、1 個当たり 1800 円 + 税ですので、1800 円 ÷ 30 パックは 1 パック当たり

60 円 + 税になります。1 パックで約 1.4%の量が採れますから、60 円 + 税で 1.4%は、高いとは言われたことはありません。

世の中には、もっともっと安価なルイボスティーが氾濫していますが、

家族の健康を意識する主婦の方々は、品質を重視されます。そして、お手頃価格ですので、リピーターになってくれる確率が、かなり高いのです。

お手頃価格とは、こう僕は定義しています。

一般的な主婦の方々が『そんなに安くはないけど、高くもないよね』と感じてもらえる価格のこと。

『信頼関係の輪を拓けながら愛用者を積み重ねる額の経営』を実践しています。

だから、いわゆる一般的な広告はしていません。

額とは、お『客』を『頁(ページ)』にするという意味です。

積み重ねて行く経営だから、アフターフォローの、し甲斐があるんです。

一家庭に、自然体で、ルイボス関連商品のサンプルセットを、注文のあった際に同梱していますから、いわゆる一般的な DM もしません。

そっと案内するスタンスがエモーションらしいと思うからです。

一家庭での客単価を上げながら、まだ見ぬお客さんが、使っている場面を想像することで新たな販売カテゴリーを創造しています。

あと別紙の、日頃から実践していることを箇条書きで列記している「語録」を添えさせてもらいますので、皆さん方の生き方に、なにがしか響くものがありましたら、
今回の例会報告に行った甲斐がありますから参考にしてみて下さい。

感謝。

株式会社エモーションの判断基準

経営基本方針「シンプルに、独自性を生み出し、深みが感じられるように。」

- 1：シンプルか？複雑になっていないか？
- 2：独自性はあるのか？
- 3：関係者から見られて、深み感じられるか？

この3点を自己チェックしている。

営業方針「信頼関係の輪を拓けながら、愛用者を積み重ねる額の経営を実践。」

- 1：大手の市場には出ない。不特定多数に広告は、打たない。
- 2：自社顧客にアフターフォローを徹底することで、信頼関係を築いて行く。

代理店方針「深掘り戦略で、代理店の販売支援を重視する。」

- 1：経営方針第12条「ご縁を大切に、これを生かすこと。」の実践事例。
- 2：販売チャネルを変えることで、代理店間の競合を作らない。

価格方針「高品質で、お手頃価格。」

- 1：お手頃価格とは、一般主婦の方々が「安くはないけど、高くもない。」と感じてもらえる価格のこと。
- 2：気に入った人は、止める要素がない。（高リピーター商品と成る）
- 3：アフターフォローのし甲斐がある。

商品方針「いつも、おいしいレイボスティーを、喜んでお求め頂くこと。」

- 1：「いつも、おいしい。」とは、品質管理の徹底。
- 2：「喜んで、お求め頂く。」とは、お客様から「ありがとう」と言って代金を支払ってくれるよう努力すること。