

月刊 コンサルタント 情報

「本物のコンサルティング」
情報だけを厳選提示



この人に訊く!

注目の コンサルタント 向川敏秀さん

今月のTOPICS

- ・ **コンサルタント豆知識** (第4回) 業績を上げたいなら、
専門コンサルタントを使うほうが有利な3つの理由
- ・ Book **経営者の本棚**
- ・ **明日使えるランキングデータTOP 10**
- ・ **データで読み解くニッポンの未来**

経営者に役立つポイントを抜粋!

人気コラムベスト10



Point of view

日本コンサルタント推進機構

JCPO 推奨

「ダイナミック・ コンサルタント」の役割

事業成長に役立つ「本物のコンサルティング」を、経営者や事業部長の方々に
ご活用いただくために設立された団体です。コンサルティングを正しく活用し、
企業が成長していくために、当機構が果たす役割は主に3つあると考えています。

- ① 事業成長に役立つ本物のコンサルタント情報を経営者に届けること
- ② 研修とコンサルティングの違いが理解され、混同が解消されること
- ③ 経営者とコンサルタントの依頼のミスマッチを無くすこと

日本企業の成長発展を願い、企業経営者を応援します。

経営者に役立つポイントを抜粋!

先月の人気コラムベスト10

JCPO日本コンサルティング推進機構サイト内「専用コラムの広場」より



中小企業に求められる「仕分け人」

ブランディング営業体制コンサルティング
H&Cブランディングマネジメント株式会社

吉澤由美子

会社を大きく発展させ社員や地域に喜ばれたい、と思うのは自然の事です。それを実現するために、会社を運営していく上で経営者が一番に考えるべき事は、効率よく売上を上げ、効率よく利益を残すための仕組み化です。時に経営者は、その実現のために少々身の回りの整理をする必要があります。私のもとに来る経営者の中には、熱心に経営努力をしているが空回りして何一つ成果が出ない……という方も多くいらっしゃいます。そんな経営者の方には、“仕分け”の大切さを伝えます。「必要か、必要でないか」「今やるべきか、誰がやるべきか」などを仕分けしていくのです。多くの事を詰め込むだけでは、かえって効率を落とし、社員のモチベーションダウンにもつながります。少ない資本（人員）で、より多く

の利益を生み出すためには「今何が必要で、どうすべきか」のシンプルな仕組みづくりが必要なのです。

最近、あれこれ努力が過ぎてお腹いっぱい！と感じている経営者の皆さま。一度立ち止まり、少しスッキリと仕分けを試してみるのも良いかもしれませんね。

金言

**経営者は効率よく売上げを上げ
利益を残すことに全力を傾ける。
時には“仕分け”でスッキリすべし。**

□ Profile

保険営業コンサルティング歴12年を経てH&Cブランディングマネジメント株式会社を設立。製造業等の営業コンサルティング、経営者・上級管理力への経営指導等も行なう。

顧客視点でムダを無くす
チェーン経営とは

個店力最大化コンサルティング
株式会社レイブコンサルティング

伊藤 稔

「混雑時なのに全部のレジが開局されていない」「売場の商品が品切れでも、倉庫から出す人間がない」。これらは、教育や人事異動で何とかできる問題ではなく、店舗ごとに自律的に解決できる仕組みがなければできません。それには利益に結びつく業務と結びつかない業務を区分けする事から始めましょう。それにより必要な人員が見えてきます。大事なことは、本部の視点ではなく、顧客視点に必要な時に必要な人事を動かせる仕組みを持つことです。

金言

**利益に結びつく業務と
結びつかない業務の
区分けから始めてみて**

□ Profile

1959年生まれ。明星大学人文学部心理教育卒。これまで数百のプロジェクトに携わり、店舗の強みと特長を最大限に見出して再生させてきた第一級の総合プロデューサー。

【感性を高める】
飽きが来る融合、
飽きられない融合

「一流ビジネス」感性構築コンサルティング
茶人（ちゃびと）

小早川宗護

「コレとコレを足せば、新しい商品が出来る!」と考えている方——そのような物づくりは危険だ。ただ掛け合わせただけの商品は不思議と廃るのが早い。その反面、世の中で長く愛され続けている製品は、足し算だけでなく必ず引き算の要素が組み込まれている。足して足して足しまくった上でどのような引き算を行うのかは、経営者のセンス次第。「足せば新しいものが出来る」と思い込んでいる物づくりや企画は、三流以下の物しか生まれないのでご注意を。

金言

**足した後どのような
引き算を行なうのが
経営者の腕の見せ所**

□ Profile

茶人。1977年生まれ。茶道の門下生として、接客にまつわるコンサルティング。茶道裏千家の師範として70名の直弟子を指導しつつ、茶事をビジネスとして展開。



親子経営 繁盛と繁栄の秘策 子供がすべき7つのこと③

オーナーシップ強化経営コンサルティング
ビジネス・イノベーション・サービス株式会社

大石吉成

テーマは「社員との距離感を考える」。後継者は社員との距離を感じて当たり前。初めから互いの役割が違い、責任の大きさも違うのです。社員は将来、後継者が経営者となり自分たちの会社を素晴らしい職場にしてくれる事を一番に望んでいます。

金言

無理に距離を縮めることはせず、お互いの立場を理解しよう

Profile

社外顧問をしながらオーナー企業経営者の経営コンサルタントとして活躍。著書「親から子へ失敗しない事業継承5×7つのポイント」(ギャラクシーブック刊)



飲食店で儲けたければ スタッフを使うな!の本当のワケ

個別飲食店コンサルティング
株式会社オーナー飲食店コンサルティング

佐藤伸一

単にスタッフを使うなというわけではない。佐藤氏はオーナーがお店を回る仕組みを考えることが重要と説く。例えば、店舗レイアウトを見直せば作業導線が短くなりスタッフも以前より少ない人数で回せる。これは現営業店舗にて実証済だという。

金言

経営者が顧客・スタッフ・オーナーの視点で判断を!

Profile

日本で唯一「個別飲食店」に特化したコンサルティング会社。「お金と時間を豊かにする」をコンセプトに、個人や法人の飲食事業部門立ち上げなどのアドバイスをこなす。



新規事業を成功させる 大切な視点とは

波及営業導入コンサルティング
有限会社日本アイ・オー・シー

藤富雅則

その視点とは営業目線によるゴールからの逆算思考。営業現場からモノゴトを見ると、その事業計画が成功するか、または実現不可能かがハッキリと見えてくる。特に「価格」という視点から見つめ直すとおのずと答えが明確になるという。

金言

営業目線によるゴールからの逆算思考を忘れてはいけない

Profile

20年に及ぶマーケティング・営業・通販事業の実務経験の集大成として一気に新市場の開拓を加速させる「波及営業」を開発。経営者や後継者を実践的な成功策を指導する。



リピート顧客とロイヤル顧客の違い

会員制・ロイヤル顧客づくりコンサルティング
コーギー・マーケティング株式会社

向川敏秀

消費者がリピートする要因は、地理的・経済的・人的・心理的の4つがあります。ロイヤル顧客は、商品や企業に対して「好き」という心理的要因が働いて、継続購入してくれる顧客のこと。似ているようで実はまったく別モノなのだ。

Profile

慶応義塾大学商学部卒業。2011年にコーギー・マーケティング株式会社を設立。2015年株式会社シナプスにコンサルティング業務を移管。



「うちの商品をどう売ればいい?」

圧倒的黑字・事業再生コンサルティング
KRB コンサルタンツ株式会社

梶原浩一

「何を売るか」と「商品」にフォーカスを当てている時点では売れない。商品は次々と新しいモノが生まれる。何を売るかではなく、「誰に」売るのが大事なのだ。商品はあくまで顧客獲得のツールで、市場や顧客が何を欲しているのか考えて。

Profile

2014年現在、再建社数は330社超え。相談件数3400社以上、指導件数も940社以上。セミナーも勢力的に行ない、参加者の満足率99.5%と高評価を得ている。



お客様の期待に応える [お客様のニーズを察知するには]

ホスピタリティビジネスコンサルティング
ザ・ホスピタリティチーム株式会社

船坂光弘

ニーズを察知するには「日頃から接客・サービスに興味を持ち、感性のアンテナを立て、その経験を接客・サービに生かすこと」。まずは自分が嬉しかったサービス、不快なサービスを書き出し共有してみてください。自社に足りないものが見えてくるはず。

Profile

担当した婚礼施行組数は500組以上。現在はフリーのウェディングプランナーとして活動しながらホスピタリティを通じたコンサルティング指導を全国で展開。



会社の成長は お金と時間のせめぎ合いから

成長支援部づくりコンサルティング
ヒーズ株式会社

岩井徹朗

会社の成長が続いている時期こそ、次の成長に向けて布石を打つべき時期。新しい収益の柱を作るのに3年かかるとした場合、あなたの会社ではどのくらいのお金が必要なのか。概算でも良いので、ぜひ一度算出してみましょう。

Profile

中小企業の社内体制の構築、投資会社における審査体制整備を行なうと共に、CIAを取得し上場企業の内部統制システム構築業務にも積極的に取り組んでいる。