

「原理原則通りに実行すればお客が増える!」……弱者の戦略事例で勉強しましょう!

何を、どこに、誰に、どうやって販売するか。一度買ってくださったお客に好かれ、気に入られ、忘れられないようにするには? さあ、事例で勉強です!

No.	タイトル	社名	こんな内容
No.1	事例① 0.5%のニッチ客層に絞って 売上2倍、利益8倍! 進学留学に懸けた社長の決断	SEA国際教育研究所 (エス・イー・イー)	絞ることで客数は一時大幅減。しかし、その決断が逆転の利益向上を実証しました。正規留学を目指す人を支援する専門機関として、北海道の市場占有率1位を続ける奮戦レポートです。インタビューをしながら、そんなにターゲットを絞ったら儲からないのでは? と心配になりましたが、事実はまったく逆だったのです。
	事例② ※2社の事例レポート ※PDFファイル+動画 (音声CDなし) ¥10,000 (税別)	フィロソフィア	恵まれたスタート切った経営は3年で大赤字に転落。訪問介護と介護タクシーを事業とするフィロソフィアの深谷和彦社長は一念発起して勉強に取り組みます。営業エリアの最大範囲と重点地域を定めたことにより利益構造は大きく改善。38万人都市の豊橋市において介護タクシーの純利益1位を獲得したV字回復レポートです。
No.2	事例① 手間をかけた野菜の下ごしらえで 日本一。売り込まずに2年で 顧客数2倍、粗利1.4倍	有限会社創和 (そうわ)	忙しさのあまり、納品途中に居眠り運転の追加事故を起こします。もうだめだ、と思った吉岡和之社長に被害者、納品先、警察までもが応援してくれました。人の役に立ちたい一心で顧客の声に耳を傾け続けた結果、名だたるホテルや旅館の料理長から絶大な支持を受けるまでになりました。
	事例② ※2社の事例レポート ※PDFファイル+動画 (音声CDなし) ¥10,000 (税別)	株式会社カネマツ	建設不況でも「一生懸命売っていればいいんじゃないの?」と思っていた建築金物販売・カネマツの松本則夫社長。親しい社長とのアメリカ視察で「お客さまのお役に立ちたい!」へ考えが変わりました。ライバルのいない商品を輸入できるように業績は改善。在庫を減らすより多く持つ逆発想でも支持される、2代目社長の奮戦レポート。
No.3	事例① 4店舗を1店に縮小。 創業原点に戻り前年同月比 2年連続アップのヘアサロン	にこにこワクワク有限会社 (ヘアブティック24)	理美容室を3店舗持ちたい。創業7年目にその夢を実現した田中等社長は4店目に乗り出します。これが失敗。大赤字の末、3店を閉鎖します。2005年、負債を抱えての再スタートを支えたのはメニューも地域も客層も絞る戦略でした。1カ月に1000通以上のハガキを書き続ける行動がお客を再び呼び寄せました。
	事例② ※2社の事例レポート ※PDFファイル+動画 (音声CDなし) ¥10,000 (税別)	株式会社鹿光電業 (ろっこうでんぎょう)	大坂桂一社長の妻・優子氏が見つけたニュースレターが、鹿光電業のその後に変化をもたらしました。「街の電器屋さん」といっても以前は電器・設備の下請け工事屋。それを捨て、家電販売に集中しました。「価格が高くて手厚くサポートしてほしい」という価値観を持ったお客が増え続けています。
No.4	事例① ハガキの力で 紹介率98パーセント。 3年で顧客1.48倍、 純利益1人100万の整体院	株式会社りきゅあ	父親だけが持っている技術を途絶えさせてはいけない。世界中の人が心喜ぶ健康を提供したい。その思いで初めての地、東京で開業。「せはねじれ」を親指で正常に戻すという仕事を広めるためにひたすらハガキを書き続け、初年度の患者数を3年目には2倍に増やし、経常利益も同業者平均の2倍に高めた若き経営者のレポートです。
	事例② ※2社の事例レポート ※PDFファイル+動画 (音声CDなし) ¥10,000 (税別)	株式会社NFL (ノーピアノーピオ)	大手取引先が相次ぎ倒産。手形商売が常識の礼服メーカーに残されたのは、8000万円の手形でした。製造卸という業態に限界を感じた3代目の川辺友之社長は、粗利がとれるネット通販事業へとシフト。製造小売への転換が利益を大幅に改善させました。ネット通販と実店舗販売で勝機を見いだす、礼服専門店の1位づくりレポートです。
No.5	事例① 「変える、絞る、捨てる」ことで 赤字から経常470万、 売上1.5倍の 「わたりがに」専門店	有限会社松屋(割烹松屋)	夕張市と並んで全国ワースト6にはいる財政難の泉佐野市。企業の際際費が激減したこの町で、一人1万5000円もの「わたりがに」専門の割烹料理屋がなぜ赤字から脱却できたのか。仕出しをやめ、ランチをやめ、送迎をやめ、メニューを減らし、しかも大幅に値上げ…。あらゆることを断ち、創業の原点に戻ることであったのです。
	事例② ※2社の事例レポート ※PDFファイル+動画 (音声CDなし) ¥10,000 (税別)	株式会社マツザワ瓦店	安定した大手ハウスメーカーの下請け工事は、ずっと安定のままだろうか? 瓦屋根を施工するマツザワ瓦店の松澤考宏社長は、自社の規模に合った地区に限定してチラシを配布。専門性が反響をよび、直接受注でお客を増やしました。絞った地域に自社の強みを集中させることで、利益性を向上させたレポートです。
No.6	事例① 廃業寸前のダメ社労士から 豊橋1位のコンサルタントへ。 2年で粗利2.6倍の逆転人生劇	ランチエスター経営豊橋	社会保険労務士として晴れて独立! とところがFAXDMを何社流しても自慢の営業力で訪問してもお客ゼロ。そんなとんだ状態であった「ランチエスター弱者の戦略」により、愛知1位の講演実績を誇るまでに成長。過去の自分を赤裸々に語ってくれた山口高弘氏は、「やればできる」という勇気を与えてくれます。
	事例② ※2社の事例レポート ※PDFファイル+動画 (音声CDなし) ¥10,000 (税別)	有限会社プンダミリア	「お客さまが増えたら路面店」という思いを胸に経営資源を極力使わず創業。生花なのに枯れない「魔法の花」に絞り、地道な関係づくりだけでお客を増やし続けました。服の一枚も買わず仕入に使い、月商の10倍もの在庫を持つ経営を進めています。迷ったら聞く、勉強する。その素直さが社長の実力を高め、秘めた思いを実現させたのです。

No.	タイトル	社名	こんな内容
No.7 <small>※2社の事例レポート ※PDFファイル+動画 (音声CDなし) ¥10,000 (税別)</small>	事例① 「悩める地元農家」に 「安定した将来」を。 造園業から転換した 自己資本比率60%の建設会社	創園建設株式会社	「あなたの代でつぶさんよにな」と言われ、悔しい思いもしたことでしよう。実際、造園業から建設業への転換は無謀な挑戦だったかもしれませんが、しかしお客様の声を聞き逃すわけにはいきませんでした。規模より中身を追求した北尾謙一社長の戦略は、中小建設業ではまれなほど財務体質の優れた会社に育てたのです。
	事例② 必死に勉強。 ぐうたら社長から戦略社長へ。 沖縄・うるま市で売上3倍、 驚異的純利益の不動産業	有限会社ハート住宅	このままならつぶれる……。そこそこ利益が出ていたことが過信と慢心を招いてしまいました。小さな会社の行く末を知ってしまった長浜豊社長は生活を一変。飲み歩きの夜型社長から受験生のような朝型必勝態勢へ変身し、2年で「社長業に合格」しました。社長が変われば会社が変わる。それを実感した取材でした。
No.8 <small>※2社の事例レポート ※PDFファイル+動画 (音声CDなし) ¥10,000 (税別)</small>	事例① 生活習慣病予防のための 食事を宅配。 大手参入も予防し、 身の丈経営で沖縄1位	有限会社 パーソナルフードサービス	カロリーや塩分をひかえた食事を毎日、高齢者がつくるのは困難。健康で長寿の沖縄を維持するために精一杯お役に立ちたい。その想いで創業した「制限食」は当初、一日10食。エリア拡大は慎み市町村ごとに各個撃破、身の丈にあった経営で今や一日1200食。独自の経営を振り返ってみれば、すべて弱者の戦略ルールどおりでした。
	事例② 苦難を乗り越え 地域戦略で開眼。 1年でお客2倍、粗利3倍。 お客の98%が福岡駅南2 丁目のエステサロン	エステサロンEXE (エグゼ)	150万円もの高額ローンを組ませる店に疑問を感じ、独立。福岡から遠く離れた京都に出店して3カ月で撤退。ワンルームマンションでお客を増やした腕を見込まれ雇われ店長に。業績不振のその店を受け継ぎ、数千万円もの負債まで返済。心機一転、メンズエステに挑戦するも赤字。しかし戦略が窮地を救いました。波瀾万丈の物語です。
No.9 <small>※2社の事例レポート ※PDFファイル+動画 (音声CDなし) ¥10,000 (税別)</small>	事例① 12年連続 顧客増加率10%以上、 市場占有率1位の ポストカード通販会社	ホワイトベース	エンドユーザに出すべきものは「金持ってこい」のダイレクトメールではなく、感謝とお礼のメッセージ。その一点に絞り、自らも「売らない」ポストカード専門会社、ホワイトベース。小串広己社長による失客ゼロの経営は、お客をつくり維持する企業すべてに通用する原理原則そのものです。ミニセミナーともいえる動画は必見!
	事例② 他社にまねできない 製品づくりで 1人当たり経常利益は 業界平均2.7倍。 「会社は家族」の超優良製造業	株式会社ニッセイエコ	兄と2人ではじめた、ベンチの取っ手を塩ビで赤く附着させる仕事で21億円の企業に育ちました。社長は親、社員は子ども。愛情は深く、しかし自分の子どもだからこそ厳しく教育する「スパルタ的な大家族主義」に支えられ、原材料から差別化をはかる商品戦略はニッセイエコを利益性の高い会社に成長させました。
No.10 <small>※2社の事例レポート ※PDFファイル+動画 (音声CDなし) ¥10,000 (税別)</small>	事例① きめ細かな顧客フォローにより 6年で顧客3倍。 「歩いて健康 元気で100歳」の実現を目指す ウォーキングシューズ&インソール専門店	有限会社フットクリエイト	「靴に足を合わせるのをおかしい。足に靴を合わせなければ」。その思いで夫婦二人三脚の経営を貫いてきました。「足の健康を考える店」という日本に浸透していないサービスゆえ、創業後6年は赤字続き。2人でアルバイトを続けながらも志は変わらず。顧客対策を実行し、6年間で3000名から9000名へと3倍に増やしました。
	事例② 3年で売上1.5倍、 大阪300店舗で見事1位。 顧客の家を訪問し、 好かれ気に入られる 持ち帰り弁当店	有限会社山田中商会	人通りの多い繁華街でもなくオフィス街でもない私鉄駅がある町で、小さな店が大坂一の成績を上げました。FCチェーンの看板を掲げる以上、販売商品で差別化をはかることは不可能。それならと来店客に名前と住所を聞き出し、訪問営業をはじめたところ3年間で6000万円から9000万円へと躍進。ドラマチックなルボです。
No.11 <small>※2社の事例レポート ※PDFファイル+動画 (音声CDなし) ¥10,000 (税別)</small>	事例① 古い業界に新風を 吹き込む3代目。 商品3分に売り7分の経営で シェア30%を突破した 法衣店	株式会社鈴木法衣店	入社間もなく創業者が亡くなり、その数年後に2代目の父親も他界。29歳で3代目となった鈴木教之氏は、業界ではめずらしい営業手法を推進。真言宗と天台宗の僧尼が着用する法衣販売で顧客拡大をはかります。一度低迷した業績を立て直すために「お客が喜ぶこと」に徹した結果、後発企業ながらシェア1位をとることができました。
	事例② 「秩父のお葬式」にこだわり 他社がやらないことに 果敢に挑戦。 市場占有率1位の葬儀会社	株式会社むさしの	埼玉県秩父市で初の葬儀専用式場をつくり、年々利用客が増えました。ところが、他社が同様の式場をつくったことで業績は下降。「むさしのでお葬式ができてよかったと言ってもらいたい」。経営をまかされた高橋賢司常務は勉強と革新に乗り出します。思いを形に変え、秩父の住民に伝わった結果、占有率は再び上昇をはじめました。
No.12 <small>※2社の事例レポート ※PDFファイル+動画 (音声CDなし) ¥10,000 (税別)</small>	事例① 平均70代のおばあちゃんたちで 2億6000万円。 市場占有率8割を可能にした 「働く喜び」と 「人が動き、儲かる仕組み」	株式会社いりどり	どこにでもある葉っぱを出荷するという、だれもがまねできる葉っぱビジネスで市場占有率8割を占めるに至ったのはなぜか。おばあちゃんやる気をつながすものは何か。株式会社いりどりの社長、横石知二氏による人の動かし方、やる気の高め方は規模や業種を問わずすべての企業に見てほしい仕組みです。
	事例② 「平成生まれの京町家」を つくる職人集団 あえて間口を狭くする 堅実経営で占有率1位	株式会社アラキ工務店	建築は素人同然の3代目は、減りつつある建物に目を向けました。京町家や古民家のリフォームです。あまりに絞りに込んだ市場ゆえ大手の参入は皆無。大きくなることを望まず、一定の利益を出し続けることができればよい。あえて弱者の立場を貫くことで戦わずして勝つことができるのです。

お申込みは別紙「お客が増える!事例CD申込書」にご記入の上、FAXにてお願いします。
お客が増える★プロダクションのホームページからもお申込みいただけます(お客が増える と検索してください)