

「どんな価値観で経営を行うか」が 問われる時代となってきた

Photo/山田真哉

— 永続的にお客さんから選ばれる会社をつくるために

今回のゲストは(株)アルマック代表取締役の神田昌典氏です。ヘカリスマ経営コンサルタントとして、多くの経営者からの支持され、現在は精力的に講演や執筆活動を行っている氏から、今号と次号の2回に分けてお話を伺います。

聞き手/山口哲史(株)プロアクティブ代表

(株)アルマック代表取締役

神田昌典

先見
トップ・インタビュー

TOP
先見
inter view



きつかけは 1本の電話から

山口 神田さんと出会って、もう8年になりますね。

神田 初めて会ったのが1998年の5月です。

山口 忘れもしない、神田さんが出した日経新聞夕刊の突き出し広告を見て、僕から連絡したんですよ。

神田 あの時30〜40社ほど、広告を見て連絡してきたのですが、山口さんが一番早かったです。

不況のどん底である、98年3月に独立し、5月からコンサルティング営業を開始しました。勝算があつてコンサルティング業界に参入したのですが、クライアントさんがいない。そこで、日経新聞の夕刊に、初めて突き出し広告を出してみたんです。その広告料が30万円。独立した当初にその額は大きかったです。

山口 めちゃめちゃ大きいですよ。

神田 しかし反応がない。私が掲載したのは「電話とFAXによる、年

間契約の会員制コンサルティングサービス」。通常、コンサルタントのアプローチは、月に1〜2回訪問し、顧問料を20〜30万円などと設定して契約しますが、私は「年間19万6000円」と、コンサル料を設定しました。そこへ、山口さんが電話をかけてきて、なんと「会いたい」と言うのです。しかし、僕は会いたくなかった（笑）。

というのも普通、訪問しても初回はお金が取れないじゃないですか。そうすると時間の無駄になる。でも、独立した直後でお金ありませんでした。「お金ないんです」と言うのと、足下を見られてしまう。だから「今、忙しいんです。当社は会員制コンサルティングしかやっていません。価格も年間会費制で、月々電話とFAXで販促資料やチラシを見させていただきますから。まずは、会員になっていただいで、必要であればお伺いします」と伝えました。それに対して山口さんは「考えておきますわ」と言ったきり連絡がない。「このビジネスモデルは失敗したかな」と思っていました。しかし、

忘れた頃に「その会員制に入りますわ」と山口さんから電話が……。そこで思わず「では、私が会いに伺います」と言っていました（笑）。

山口 実践会第1号の誕生ですね。

神田 それまで私は、売上高1兆円の米国家電メーカーにいました。その中で、CEOに対してプレゼンを行う立場だったので、日本の中小企業の経営者と一対一で顧問契約を結ぶことには経験がなかった。それで、山口さんの会社を訪問したところ、自分も知らないような、健康商品を販売しているのです。さらに「いいものがあるんだよ」と山口さんが、いきなりそんな私にチラシを貼って来たのでしよう。「いやー、こんな会社に対してはコンサルティングをしなきゃいけないのか」と、その時に腹を括りました。

山口 災難やったな（笑）。

神田 その後は、おかげさまで一気にブレイクして、多くの中小企業オーナーの方に直接、売上に関するアドバイスをやっていきました。

山口 神田さんのよいところは、コンサルタントでありながら、理論だけでなく、泥臭い実業の経験ももちろんとあることですよ。

神田 私は先の家電メーカーも含め、大企業やお役所でも勤務していました。しかも幹部職ではなく、家電メーカーにおいては、日本市場のゼロからの開拓を命じられ、数年間で13億円の売上にしましたが、その

知識が蓄積するビジネスモデルが欲しかったんです