

みるみる！結果を出して、どんどん！成長する科学的方法
はやぶさ2・515号 2021年09月10日(金)

※ グロース・ハック・マーケティング用。
KPI（重要業績評価指標）設定マニュアルを、
【完全無料】で差し上げています。
以下の URL よりお申し込みください。

<https://kazuzohan.clickfunnels.com/optin3id2imon>

※末尾に Captain 平本著作の「理念経営実戦のすすめ」を
無料（送料 100 円だけご負担ください）でプレゼント！しています。
<https://rinenkeieishi.net/contact/form.php>

__cO__ 様

将棋の藤井聡太 九段、強いですね～まさに異次元。
通常は 2 冠とか 3 冠とかの肩書（称号？）で呼ぶのでしょうか、
弱冠 19 歳にして、今期 5 冠の可能性もあるとか。
後日読まれる可能性のあるメルマガでは下手に書けないですね。

ここのところ、SNS を研究していて、
あ～でもない、こ～でもないとテストを繰り返している、
はやぶさ2の編集長兼 MRC の岩下一智です！

前回では、
お客様に「どうしても売ってくれ！」「ぜひあなたから買いたい」と言わせる方法
と題しまして、

お客様の囲い込みの方法についてお伝えしました。

今回は
会社をどんどん成長させる方法、についてお伝えしていきます。
どうぞ楽しんでお読みください。

第 1 章「悩める中小企業のための売れるしくみづくり CSA 講座基礎編」

第 1 回 コロナに勝つ！中小企業が生き残るための、ただ一つの戦略とは？

第 2 回 アプリで自社の未来をつくる！お客様との永続的関係性の構築法

第 3 回 お客様に「どうしても売ってくれ！」「ぜひあなたから買いたい」と言わせる方法

★第 4 回 みるみる！結果を出して、どんどん！成長する科学的方法

■会社をどんどん成長させる 3 つの段階

誰しも企業を経営しているのであれば、自社の拡大繁栄
（戦略的な縮小繁栄もありえますが、とりあえず繁栄）
を願わずにはいられないでしょう。

会社をどんどん成長させるためには、以下の 3 つの段階を踏む必要があります。

- 1) 機能する経営計画の策定
- 2) 仮説実証のスピードアップを図り、日々業務改善を図る
- 3) 最終的に成果が出ているか、金額で正確に把握できる仕組みをつくる

ではそれぞれ具体的に確認してみましょう。

■ 1) 機能する経営計画の策定

物事を成功させるには、目的から導き出した目標が必須です。
それをより具体的にイメージし、全関係者が共有できるようにしたのが
経営計画になります。

2009 年マツダは、リーマンショックの影響により赤字経営に転落し
それが 4 年も続いていた時

組織横断的に有能な若手社員を集め「10 年後の商品カタログ」

という具体的な「物」として経営目標（計画）を策定させました。

その結果、役員も含めその案に乗っかり
ビジョンを見据えた「一括企画」として機能したことによって

マツダの SKYACTIV は、世間の極めて高い評価を得て
第1弾の「デミオ」が日本カー・オブ・ザ・イヤー実行委員会特別賞を受賞
その後も次々と「革新的」言われる車を次々にリリースしV字回復しました。

このように、まずは「存在理念」から導き出された
「経営理念」を骨格に据えた経営計画を設定することによって
劇的な効果を出すことも可能です。

経営計画は長期（10年）中期（5年）短期（2,3年）を立てますが

長期経営計画は「存在理念」に基づいているのですから
むやみやたらに変更してはいけません。

これに対し中期経営計画、短期経営計画は
経済環境変化に柔軟に対応するために変更することも可能で

それどころか途中のマイルストーンとなる経営目標を次々にクリアし
頻繁に高く設定し直すように努力しましょう。

■2) 仮説実証のスピードアップを図り、日々業務カイゼンを図る

私は7年間、Amazon のサイトを独自に研究していたのですが
Amazon のサイトは日々変わっています。

それだけ仮説実証を繰り返しているということですが、
気になったので

わかる範囲で世界で成長企業と言われている企業サイトの
1年間のテストの回数を調べてみた所

2016年のDataで

- NETFLIX 1000回
- Amazon 1976回
- Google 7000回
- P & G 10000回

となっていました！ 何と、1年間で！

それから5年たった今では、どれくらいテストを繰り返しているのでしょうか！

これらの企業は「グロース・ハック（成長の技）」と言われる施策を導入して

1. 見込み客の獲得
2. 見込み客の活性化
3. 収益化（販売・成約）
4. 顧客の維持・継続
5. 顧客からの紹介の促進（1.へ）

というサイクルの各段階において

- A/Bテスト（施策の対照実験）
- コホート（同じ属性を持つ顧客の集まり）分析
- ファネル（営業プロセス）分析

をData（事実）を基に、
商品の改善まで含めて組織横断的に
少予算で繰り返し行い、
小さな改善を積み重ねて大きな成果につなげる

ということを徹底的に実践しているのです。

その施策の成果判定のベースとなるDataが「KPI」と言われる
「重要業績評価指標」です。

企業の最大のデータポイントは現場にあります。
日々Data を基に仮説実証を行える仕組みをぜひ構築してください。

そのためには、合理化のためにツール、ITS の導入
すなわち DX の推進を考慮すべきでしょう。

※ グロース・ハック・マーケティング用。
KPI（重要業績評価指標）設定マニュアルを、
【完全無料】で差し上げています。
以下の URL よりお申し込みください。
<https://kazuzohan.clickfunnels.com/optin3id2imon>

■3) 最終的に成果が出ているか、金額で正確に把握できる仕組みをつくる

経営にはキャッシュが必要です。
日々の活動に対する対価を支払い、仕入を行い、スタッフに給料を支給し
申告して税金を払い、配当を払います。

ゆえに金銭で施策の成果を把握し、測定・判定することは必然です。

出来るだけリアルタイムで、財務状況が把握できるように
資金繰りの予測シミュレーションも事前に行えるようにしておくことは
とても重要なことです。

そのためには、単なる申告のための会計から
経営を把握しコントロールするための会計、
すなわち管理会計と言われる「経営会計」の仕組みを構築すべきです。

もちろん、経営の合理化のためにも、スピードアップのためにも
申告のための経理と経営会計を別々に作成する

といった非合理はゆめゆめなさないようにお願いいたします。

今回のテーマは以上となります。
お読みいただき、ありがとうございました。

もしご質問等がありましたら kazu_zohan@hosbiz.net までお願いいたします。

※ グロース・ハック・マーケティング用。
KPI（重要業績評価指標）設定マニュアルを、
【完全無料】で差し上げています。
以下の URL よりお申し込みください。
<https://kazuzohan.clickfunnels.com/optin3id2imon>

岩下の4回シリーズ
「悩める中小企業のための売れるしくみづくり CSA 講座基礎編」
は、今回を持ちまして終了となります。

次回からは、弊社取締役の井上 敬裕 による

5回シリーズ コロナ時代と理念経営
第1回 コロナ時代にこそ必要な理念経営

を、お届けいたします。どうぞご期待ください！

*お問合せ・「理念経営実戦のすすめ」特価（100 円）で販売
<https://rinenkeieishi.net/contact/form.php>

ご愛読ありがとうございます。

著者：(株)I&C・HosBiz センター

Captain 平本 靖夫

プロフィールは

<http://rinenkeieishi.net/corporate/index.html#hiramoto>

~~~~~

バックナンバーは下記の URL を確認してください。

【1】 #514 号・・・21・09・03(金)・・・バックナンバー

[https://rinenkeieishi.net/mail\\_magazine/hayabusa.php](https://rinenkeieishi.net/mail_magazine/hayabusa.php)・・・【要】確認

※ グロース・ハック・マーケティング用。

KPI（重要業績評価指標）設定マニュアルを、

【完全無料】で差し上げています。

以下の URL よりお申し込みください。

<https://kazuzohan.clickfunnels.com/optin3id2imon>

~~~~~ 次回予告 ~~~~~

皆様のコメントを励みにして、航海を持続いたしますので、重ねてご支援ご鞭撻を
よろしくお願いします。

◆次号 第515号 21・09・17（金）は、
弊社取締役である、中小企業診断士・社会保険労務士
井上 敬裕（いのうえ たかひろ）
の執筆で

5回シリーズ コロナ時代と理念経営

第1回 コロナ時代にこそ必要な理念経営

を、お届けいたします。どうぞお楽しみに！

プロフィール

<https://rinenkeieishi.net/corporate/index.html#inoue>

最後までお読みいただき感謝いたします。本当にありがとうございます。

では、また次号で元気にお会いしましょう！

◆発信日・・・・・・・・毎週・金曜日

◆発行責任者・・・・・・・・Captain 平本 靖夫

◆編集長・・・・・・・・岩下一智・(株) I&C・HosBiz センター 執行役員

マーケット・クリエーター(MRC)・・・CSA 開発推進責任者

プロフィール

<https://rinenkeieishi.net/corporate/index.html#inoue>

Facebook

<https://www.facebook.com/MRCkazu/>

◆お問い合わせ・質問は

メールアドレス：kazu_zohan@hosbiz.net

発行責任者：Captain 平本 靖夫、 編集長：岩下 一智 MRC

*配信解除URL：配信停止をご希望の際は、以下のアドレスをクリックしてください。

[__stop__](#)