

新年あけましておめでとうございます。

皆様のビジョンが達成させますように、心より祈念しております。

◆創客とは「個客の信頼を得てリピーターに育て、ファンを創出すること」◆

経営者の悩み・お困りごとを、全て解決！

期間限定！ Zoom 無料経営相談：「経営・かかりつけ医」 問合せコーナー！

<https://kazuzohan.clickfunnels.com/copy-of-stm5jwovh8f>

__c0__ 様

7回シリーズ

「48才以下の経営者の方で、チャンスを掴めない！

先行きに希望を持って取組みたいあなたへ」

*著者： (株)I&C・HosBiz センター Captain 平本 靖夫

・中小企業経営支援歴 50 年。「伴走型・創客理念経営」で 500 社の支援で倒産「ゼロ」の実績を持つ。経営計画策定運動のパイオニアで、唯一の現役。理念経営の提唱者で推進にクルー全員で邁進している。

・主な著書は「経営計画実践教本」「理念経営実践のすすめ」「理念経営と SDGs」「非常時の経営計画の立て方」「もっと良い会社にする経営手順の本」等多数

第 1 回 ・来年こそはビジョン実現のチャンスを掴みたいあなたへ

21・12・17 *発展持続する企業には 3 つの共通点がある

第 2 回 ・チャンスには弱点があった

21・12・24 *経営環境の激変と 22 年の展望と対策

第 3 回 ・新発想・チャンスの弱点克服術

21・12・31 *コロナ禍時代の生活者の価値意識の変化

◆第 4 回 ・チャンスのウイークポイントを克服する術

22・01・07 *創客できる NO.1 商材の開発と個客づくり

第 5 回 ・運に左右されないオポチュニティ

22・01・14 *機能組織を考える *OneTeam を創るポイントは

第 6 回 ・オポチュニティ。確実に実現するための決め手は

22・01・21 *経営会計 10 原則 *その後、試算表（速報ベース）は社長に届くか？
*日時決算ができていないか？（売上・仕入・在庫・労働時間・入出金）

第7回 ・未来像をアリアリと描くオポチュニティ。

22・01・28 ＊人時生産性をNO.1にするには

＊資金調達を金融機関に断られたら・・・HosBiz が敗者復活戦を引き受けます

=====

第4回 チャンスのウイークポイントを克服する術

＊創客できるNO.1 商材の開発と個客づくり

著者： (株)I&C・HosBiz センター
Captain 平本 靖夫

＊＊第4回 チャンスのウイークポイントを克服する術

・「チャンス」は、「運」を待つ受動的で、
科学的な必然性に欠けることを、お話しました。

また「運」に期待しないで「転んでもただ起きない」気概で
「機会を創出」することとも、お話しました。

チャンスのウイークポイントは
計算して結果に織り込むことができないので、
確実に成果を求める経営やスポーツ等では
「運」相手のミスを当てにしては勝てないのです。

・神頼み・人頼みの頼る気持ちをふり捨てて、
「努力はウソをつかない」との、強い気持ちで、
事に当たるのが勝利の方程式なのです。

多くの、オリンピックやパラピックでの
Z世代中心にした若い人たちの活躍が、証明しておりますね。
古い概念・価値観は時代精神に合わなくなっているのです。

◆来月、オポチュニティの関するセミナーを開催予定ですので、
セミナー名を含めてご案内します。
希望に満ちた新年にいたしましょう！！

＊＊＊＊創客できるNO.1 商材の開発と個客づくり

・ここで、「NO.1」について定義をしたいと思います。
「NO.1」にもイロイロありますが

- (1) 売上規模・・・市場占有率（地域・品目）
- (2) 成長力・・・マーケットの変化に対応する適応力
- (3) 収益力・・・1人当り営業利益・・・「人時生産性」といいます。
- (4) 財務力・・・健全性・自己資本比率・・・ピンチを乗り越える蓄えがある
- (5) 企業文化・・・後継者を育てる”しくみ”がある。社歴もモノサシの基準の一つ

- ・(1) から(4) は有機的にかかわりあっており、
単独で実現できることではないのですが、
今までの考えを替えて、市場を無理のない範囲に選択して、
ゆらぎの時代の生じる産業構造のスキマ
(従来のニッチとは少し違う視点で・・・)に、
ビジネス・チャンスを見出す情報を全神経を集中してゲットするのです。

事業計画として新しいビジネスモデルを創出して、
種を蒔き「根をおろす」をして、反映して、NO.1 部門をつくり出すのです。

ビジネスモデルを成功させるには、
「強い願望と決して諦めない熱意とそして直感」が、あれば実現いたします。

- ・具体的な経営目標は、(3) の収益力を表す
「1人当り営業利益・人時生産性」をNO.1 にすることです。

具体的にはターゲットとするマーケット・サイズ
(全国・地域ブロック・県・市・町・商店街等)で、
流通形態は、ネット販売か、店頭販売か、配達等で
「人時生産性」を一番にします。

- ・例えば、商店街とその周囲1kmの近隣地域で
配達方式でファン数NO.1になる。等です。
結果的に、人時生産性もNO.1になります。

* 「人時生産性」については、次号で詳しく解説します。

◆創客とは「個客の信頼を得てリピーターに育て、ファンを創出すること」◆

■創客のレベルが、全ての指標((1)～(2))の総合的に代用特性として反映し、
また影響するのです。

- [1] ファン創りをNO.1にするには、「顧客の信頼」が獲得できるように、
（5）企業文化を地道に企業努力を続けるのです。
- [2] 創客の文化が社風になれば、自ずと（1）（2）（3）（4）は
実現するのは確実な事であります。

****この具体的な展開は、前号・521～524号で、
CSTとして・岩下編集長著でお話しましたので、
マーケティングの一例として参考にいただければと存じます。

はやぶさ2のバックナンバーは下記を参照していただければ幸いです。
https://rinenkeieishi.net/mail_magazine/hayabusa.php

経営者の悩み・お困りごとを、全て解決！
期間限定！ Zoom 無料経営相談：「経営・かかりつけ医」 問合せコーナー！
<https://kazuzohan.clickfunnels.com/copy-of-stm5jwovh8f>

~~~~~

バックナンバーは下記のURLを確認してください。

- #531号・・・21・12・31(金)・・・バックナンバー  
[https://rinenkeieishi.net/mail\\_magazine/hayabusa.php](https://rinenkeieishi.net/mail_magazine/hayabusa.php)

~~~~~ 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
よろしく願います。

- ◆次号 第533号 22・01・14(金)は、
7回シリーズ 第5回 ・運に左右されないオポチュニティ
*機能組織を考える *OneTeam を創るポイントは

著者：(株)I&C・HosBiz センター Captain 平本 靖夫

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

プロフィール

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

Facebook

<https://www.facebook.com/yasuo.hiramoto>

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

*「理念営実戦のすすめ」特価（888円税込）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>

◆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__](#)