勁草塾＃6・・愛語回天①

「勁草塾」を連載する目的は
もちろん、勁草のように凛とした人を育成することですが、
これが意外に難しいのです。

私は＃1でエピソードを紹介していますが、
大抵の方は社長の言葉に同調する中で一旦はシーンとなる発言をした人
が現代の「勁草」モデルと思っています。

この方は‘73年に「コンピュータをやりたい」と言って入社した方で
当時、「コンピューターは金喰い虫」と言われた時代で
トヨタは販売店が導入する事に反対する背景がありましたが
社長に人件費は年々高くなるがコンピューターはレンタルで変わらない
と主張した方です。

‘75年にIBMが世界初のオフィス・コンピューターとしてS/32を発表したので
「これならポケット・マネーで買ってやる」
と右掲の故福井社長が決断されたのです。

そして、「クルマが売れるコンピューター」という大きな課題を与えられ
たのです。

「愛語回天」と言いますが、
「愛語」は相手を思ってかける言葉
「回天」は人生が変わる
という事です。

「愛語」:「これならポケット・マネーで買ってやる」
「回天」:「クルマが売れるコンピューター」という大きな課題

S/32はバッチ方式で3742という「キーto ディスケット」の方式で
新車の原価計算や各種伝票の集計、給与計算
などを処理しました。

転機は‘77年に訪れました。

オイル・ショックで新車販売が前年比3割減という背景で
会社再建5カ年計画の中で「車検ハガキ」を送る方針を打ち出されたのです。

トヨタから市場データを購入するには磁気テープしかなかったので、
経理から新車伝票を借りてデータ入力したのです。

効果はテキメンで
営業所から「顔も知らない客がやってくる」

という嬉しい悲鳴が出たとのことです。

サービス部門は不変部門と分類されますが、
現実的には新車販売と連動していた時代です。

新車が前年比で7割になっていたが、
サービス部門は15割と増えたのです。

この成功事例で「形は心を動かす」という信念が生まれたそうです。

「形」: 車検ハガキ
「心」: お客様が入庫

「愛語回天」は、受けた人の人生に関わりますが、
「そう言えば、・・」と思い当たる節のある方は幸せです。

皆さまも一度「愛語回天」について思い当たる節を探されては如何でしょうか？

きっと、感謝の気持ちが深くなると思います。

【勁草塾のバックログはホームページにあります！】