

RAYMAC PRESS



レイマックプレス 2012年10月号 Vol.50

インタビュー 前田眞澄（アフリカ工房 代表）

アフリカには日本人が忘れてしまったものがある。

小さい頃からなぜか「違うもの」に惹かれた少女は、肌の黒い人たちが住むアフリカに強い興味を持っていた。「あの人たちと分かり合えるのだろうか？」そんな思いを抱きながら、少女は念願だったガーナ大学に進む。大学卒業後は青年海外協力隊に参加し、ガーナに関わり続ける。数年後、ガーナで出会ったシアバター製品の事業化を決意し、日本で起業。販売する天然の保湿クリームと石鹸は、ナチュラル志向の女性から大きな反響を得た。自分の肌の色を忘れるくらいアフリカに溶け込み、アフリカの路上でボロボロの服を着た人たちとも心を通わせたアフリカ工房代表の前田眞澄さんに、アフリカへの思いと自らの起業家人生について聞いた。



前田眞澄（まえだますみ）
アフリカ工房 代表
山形県鶴岡市 生まれ

日本海と山に囲まれた自然豊かな土地で幼少時代を過ごす。自由学園卒業後、1997年にガーナ大学に入学。卒業後は青年海外協力隊に参加し、ガーナのズオ村でシアバターに出会う。結婚後、「日本とアフリカを笑顔で繋ぐ」を理念とし、アフリカ工房を立ち上げる。シアバターの保湿クリームと石鹸を販売し、ナチュラル志向の女性の間で話題になっている。

—小さいころはどんな子どもだったんですか？

本を読んでいる子供でした。父の方針で家にテレビが無くて、もっぱら読書少女でした。父は山形大学農学部で教官だったので、父と一緒に大学内の畑で遊んだりもしました。

—中学は？

小6のときに東京の祖母の家に遊びに行ったとき、祖母の家の隣の子が自由学園に行っているのを知り、すごく興味を持ったんです。自由学園は全寮制で、食事洗濯もすべて自分たちでやる学校です。母も私を自由学園に高校から行かせたいと思っていたらしいのですが、私が「中学から行きたい！」と言い出して、それで急遽行くことに（笑）。

—中学から親元を離れて？

そうです。自由学園は中1から短大まで8年間の一貫教育で、全校生徒が600人います。その600人分の昼食を生徒達が当番制で作るんです。しかも薪でご飯を炊いて（笑）。朝と晩の食事もある寮の部屋ごとに当番制になっており、自分たちで作ります。中1から短大1年生までが1つの部屋で生活しますから、リーダーは大変です。一部屋にひとりとは問題児がいますからね（笑）。そんな生活なので、コミュニケーション力や人との関わり方については鍛えられましたし、当時の友達との結束はいまだに固いです。まさに「同じ釜の飯を食べた仲間」ですから（笑）。

—部活動とかはあるんですか？

ないですね。学校から帰ったら、農業やったり、料理作ったり、裁縫したりとか（笑）。

—あ、家事をするわけですね（笑）。

そうなんです。その割りに今、家事は得意じゃないんですけどね（笑）。そんな感じで団体生活を送って、短大からは寮を出られるので、1人暮らしをはじめました。さすがに息苦しくなっていました。

—卒業後の進路についてはどう考えていたんですか？

夏休みに帰郷したとき、父の仕事の関係で、ガーナやバングラ

Index

●起業家インタビュー

アフリカ工房 代表 前田眞澄 さん

●経営コラム なぜ18年間赤字だったハウステンボスはV字回復できたのか？

●ベストセラー解説 「特定の人としかうまく付き合えないのは、結局、あなたの心が冷めているからだ」

●メルマガバックナンバー ●人事労務相談室



アフリカの美しい風景に魅せられた

ディシュの人たちが家に遊びに来ていたんです。バングラディシュ人は大学の先生で、卒業後はバングラディシュの大学に来たらどう？って私に言いました。それを聞いていたガーナ人が「ガーナにも大学あるよー♪」とすっごく軽く言うんです。バングラディシュの先生は真面目な人なんですけど、ガーナ人はすっごくノリが軽くて（笑）。でもなぜか、ガーナの方が面白そうに感じたんです。もともとアフリカには興味があって、板垣真理子さんが撮った西アフリカの写真集を見てきれいだなと思ったり。小さい頃から「違うもの」に興味があって、肌の色が黒いアフリカの人たちはどんなことを考えているんだろう、みたいなことをずーっと考えていました。

—軽いノリのガーナ人（笑）。

ですね（笑）。そのガーナ人の弟さんを通じて、ガーナ大学の情報が載っている本をもらいました。実はその弟とは以前、東京のYMCAで行なわれたボランティア活動のときに会っていたという不思議な縁で。

—アフリカに引き寄せられている（笑）。

そうですね（笑）。でもそのガーナ人もいい加減な人で、知らない間にアメリカに行ってしまいました。それで私はもらった本に書いてあるガーナ大学宛に手紙を書きました。「入りたいんです」って。でも待てども待てども返事は来なくて、あきらめかけていた時に、ガーナにいる日本人から手紙が来たんです。その人はガーナ大学に留学している日本人学生だったのですが、ガーナ大学の学長から「日本人からこんな手紙が来ているんだけど、どうしよう？」と相談されたみたいなんです。すごくいい人で、「もしあなたが本当に来たいのなら、私が手伝います」と言ってくれました。保護者のようなその人を頼りにガーナに行くことになりました。

—行っちゃいましたか。ガーナ大学の何学部ですか？

まず3ヶ月間は語学学校に入って英語（ガーナの公用語は英語）を学び、その後宗教と演劇を学ぶ学部に入りました。もともと口承文学（記載文学の発生前、口承によって語

り継ぎ歌い継がれてきた文学）を学びたかったのですが、英語力の制約によって叶いませんでした。でも宗教はすごく面白かったです。ガーナは南がキリスト教の信仰が強く、北はイスラム教です。私は高校がクリスチャン系の学校だったのでキリスト教にはなじみがあったのですが、ガーナのキリスト教は同じキリスト教でも土着の宗教と結びついて独特なものになっています。ガーナでは魔女の存在が本気で信じられていて、何か悪いことが起こると「あの女は魔女だ」と言って魔女のせいにします。大学の先生からしてそういう感じなのです（笑）。メインはイスラム教を学んでいたのですが、イスラム教も土着の宗教と結びついて独特なものになっていました。クラスの中で私以外は全員イスラム教信者という中で、勉強していました。勉強はすごく面白かったですね。

—ガーナ大学は国立大学ですよ。入るのに試験は無いんですか？

高校時の成績で判断されますね。外国人は比較的に入りやすいようです。入ってみると学生はみんなすっごく勉強していて、試験前になるとみんなで集って、試験に出そうな問題について熱心にディスカッションします。しかもすっごく頭が良くて、説明をしたり自分の意見を言うのが上手なんですね。卒業後はみんな海外に出て活躍しています。就職先を見ると、やはりみんな優秀だったんだと改めて思いますね。

—ガーナではどんなところに住んでいたんですか？想像もつかないんですけど。

寮は集合団地みたいなところで、とりあえず電気は通っています（笑）。ガスは来てなくて、キャンプの時に使う灯油を入れて燃やすコンロみたいなもので料理をしてました。「毎日がキャンプみたいだね！」って遊びにきた友達に言われました（笑）。部屋は3人部屋で、ライベリア人とガーナ人と同部屋でした。この生活はすごく面白かったですね。学費、寮費、日本への往復旅費などを合わせて年間100万円くらいかかっていたと思います。生活費は寮費は別として



ガーナのズオ村でシアバター石鹸づくりに取り組んだ

月3～4万円あれば十分ですが、留学生の学費は割高になっていたと思います。

—現地に行ってみて何を感じましたか？

やはり貧しくて、特に北のイスラム地域は深刻ですね。少女たちが結婚するときに持参する鍋や服を買うために、街に出稼ぎに行ったりするという問題があります。彼女たちは首都の市場で重い荷物を頭に載せて運ぶ低賃金で過酷な仕事をしています。

—なるほど。やはり貧困が大きな問題なんですね。大学を卒業してからはどうしたんですか？

日本に戻って就職しようかとも思ったんですが、ガーナにいる時に知り合った日本人の中に青年海外協力隊のOBの人がいて、協力隊に誘われました。それで一旦帰国して手続きをして、再びガーナに渡りました。当時の私は「自分は何でもできる！」と本気で思っている超ポジティブな日本人でしたね（笑）。

—（笑）。青年海外協力隊は給料はもらえるんですか？

はい。だいたい月12万円でうち4万円を現地での生活費にあてて、残りを積み立てて、日本に帰国したときの生活費として貯めておくという制度になっています。

—協力隊として再びガーナへ行って、どんな仕事をしたんですか？

北部のいくつかの村を回って生活改善を支援するという仕事です。私はこちら側のやり方を押し付けるのではなく、現地の人がもともと持っているものを生かした支援がしたいと思っていました。ワークショップのような形で参加型の話し合いをしながら、まず現地でどんな問題があるのかを聞き出しました。水がないとか病気になっても薬が買えないとか、少女たちが出稼ぎに行つてエイズに感染して帰ってくるとか、さまざまな問題がありました。それとやっぱりお金が無いという問題は大きいです。現金収入をいかに増やすか、そしていかに手に職をつけさせるか。もともと私はアフリカが好きという気持ちから始まっているので、アフリカのいい所をいっぱい知っていて、それらを生かした仕事で現金収入を増やすことができればいいなと思っていました。現地の女性たちに何が得意かと尋ねてみると、シアバター作りが得意だと言います。シアバターについて調べてみると、ヨーロッパでも注目されている素材だということが分かりました。じゃあこのシアバターで石鹸を作ろう！と。今までも自分たちで作っていた石鹸があったのですが、もっとちゃんとした、泡がしっかりとつ石鹸を作ろうということになったんです。

—石鹸事業はうまくいったのですか？

ばちばちですね。ホテルやお土産屋に置いてもらったり、日本人の観光会社を営んでいる人が定期的を買ってくれ

くれたりはしました。でも私が帰国した後にいろいろあって……。当時の協力隊で私の同僚だったガーナ人が会社を興し、協力隊で覚えた石鹸の作り方を利用してシアバター石鹸を作り、ホテルに納入し始めたんです。そんなこともあって、色々なことが簡単にはいかないなと思いましたね。

—そうなんですか。それで、協力隊の任期が終わって日本に帰ってきた、と。

そうです。ガーナで「シアバターで石鹸作って、売ってみたら？事業化してみたら？」とガーナの人たちに言っていたんですが、日本に帰ってきて、「そういう自分は何ができるのだろうか？」と悶々と考えていました。いろいろ考えて、ひとつ、やっぱり農業は大切だ、農業をやろうと思いました。それで有機栽培の農業研修に参加したんですけど、これが半端じゃないくらいきつくて、ちょうど体調が悪かったことも重なって1週間で挫折してしまいました。私が来るところではなかったと思いました。

—農業をやるにはまず体力がいるんですね。

そうですね。同期では私以外にも女性はいましたが、その人、元ボディビルダーでしたから（笑）。その後はペンションでアルバイトしたりした後、協力隊のOBで通販会社をやっている方がいて、その会社に就職しました。その会社ではものづくりの現場取材して、そこで作られた商品を販売する仕事に関わりました。北は青森から南は沖縄まで、全国の職人さんを訪ねて取材しました。現場を見て思ったのは、日本もガーナも、ものづくりの現場には通じるものがあるということですね。

—なるほど。農業やったり通販会社に入ったり、いろんな仕事をしながら、自分の生き方を探していた時期ですか？

まあ、そうですね（笑）。それでまたまた3ヶ月の短期でアフリカの石鹸に関わる仕事があるよと協力隊から言われて、それに行こうと（笑）。それを機に通販の会社も辞めることにしました。3ヶ月間アフリカに行き、仕事をして、日本に戻ってきて。で、そのころ以前の協力隊のときに知



事務所の販売スペースでもシアバターを販売しています。

り合った男性とお付き合いしていて、遠距離恋愛も大変なので、その人がいる名古屋に行くことにしました。名古屋で飲食店のアルバイトをしたり英語の先生をやりながら、いろいろと必死になって頑張っていた時、またまたアフリカへのあの思いが湧きあがってきました。ガーナのおばちゃんたちに「シアバター石鹸作って売ちなさい」って言うておいて、売り先が無くて困っているあの人たちを放り出して帰ってきた私は、いったい何をやっているんだろう？という思いです。

ーアフリカへの思いは強烈なんですね。

そうですね。とにかくアフリカの文化を伝えたいという思いが強く、それで結婚して夫ともにシアバターを輸入販売する「アフリカ工房」を立ち上げました。事業を立ち上げてからも、アフリカの思いが強すぎて、肝心のシアバターの良さが伝えきれず、販売面で苦労しました。「思いが重すぎる」とまわりの人からよく言われました（笑）。今は商品のこととアフリカのことをバランスよく伝えることを心がけています。アフリカへの思いだけでパーっと走り始めたんですけど、事業全体を俯瞰して見て、いろんなことをやらなくちゃいけないなと思って、現在に至る、という感じです（笑）。

ー本当にいろんなことしてきましたね（笑）。

もうやりたいことだらけでしたね。よく「何がやりたいのか分からない」と悩む若者の話を聞くのですが、その気持ちが全然分からなかったですね。何でやりたいことが無いの？と不思議でした。私の場合、次から次へとやりたいことが出てきますから（笑）。でも30歳を越えたときに、ふとやりたいことが無くなったんです。無くなったと言うか・・・絞られたんです。アフリカ行ったり農業やったり英語の先生やったりいろいろと思うがままにやってきましたが、ある時からふと「もっと地に足をつけて生きよう」と思ったんですね。それで結婚して、その人と一緒にアフリカのシアバターを日本で事業化して。そしてガーナの人たちともう一度きちんと仕事をして、アフリカの文化や歴史を伝えながら、事業として成り立たせようと思ったんです。それが私たちの使命だと思いました。現在はシアバターの保湿クリームをメインに販売し、最近シアバター石鹸も商品化して販売しています。ホームページ（販売サイト）もリニューアル中で、完成後はどんどん販売していきたいと思っています。シアバターが売ればガーナの人たちのモチベーションもどんどん上がっていくので、これからがすごく楽しみです。

ーアフリカのいいところを日本に伝えたい？

そうですね。アフリカは経済的には貧しいですが、日本が失ったものがたくさんあります。例えば、核家族化が進み子育ての負担が母親一人に集中して「育児ノイローゼ」が社会問題化する日本に対して、アフリカでは母親が赤ちゃん

んをおんぶしながら仕事をしていたり、近所ぐるみでおおらかに子育てしています。日本でも昔はそうだったと思いますが、今では地域のつながりが希薄になっていると感じます。子育てひとつとっても、アフリカから日本が学ぶものたくさんあると思います。ガーナの少女たちは「シアバターなんて古臭い。外国製のきれいな箱に入った石鹸の方がいいに決まっている」と思い込んでいてその価値に気づいていないのですが、日本人のお客様がシアバターを良いと思ってくれて、継続的に購入してくれれば、ガーナの人たちの大きな自信になると思います。

ーアフリカ工房はシアバターを介して日本とアフリカをつなぐ存在ですね。

そうですね。アフリカに行く前は、全く人種が異なる人たちと分かり合えるのだろうかと不安でしたが、ガーナ大学に通い出してから自分の肌の色を忘れるくらい溶け込んでいました。協力隊として関わりだしてからは、ガーナの路上でボロボロの服を着てモノを売っている人たちとも心を通わせることができました。ガーナ人は貧しいけれど、生きていく上ですごく大切なことを知っている人たちです。学歴とか、何が出来るのかとか、本から得た価値観とかではなく、人間として大切なこと、人への優しさを知っている人たちです。そういう人たちとつながって、少しずつですが、前に進んでいきたいと思っています。

ー本日は楽しいお話、ありがとうございました！🍵



洗顔用シアバター石鹸 チボ



びゅあシアバターナチュラル(上)、
ラベンダー(下)

【会社プロフィール】

会社名: アフリカ工房

所在地: 名古屋市中川区助光2丁目1001丸晶ビル1F

TEL: 052-304-1018

URL: <http://africakobo.com/>



日本とアフリカを笑顔でつなぐ
アフリカ工房
AFRICA KOB0



なぜ18年間赤字だったハウステンボスはV字回復できたのか？

開業以来18年間赤字だったハウステンボスが、2011年9月に営業黒字に転換しました。その立役者は社長として陣頭指揮をとったエイチ・アイ・エス会長の澤田秀雄氏です。澤田氏が社長に就任する以前、ハウステンボスは長い間低迷していました。みずほグループの管理下に入り金融のプロが再建に取り組んだものの業績は回復せず、2003年に経営破綻しました。その後、野村プリンシパル・ファイナンスによる更正計画に沿って再建が図られましたが、これも上手くいきません。金融や経営のプロたちでさえ再建できなかったこのテーマパークを、いったい澤田氏はどのように立て直したのか。今回はその真髓に迫りたいと思います。

■再建が見通せない案件を引き受けた

一流の経営のプロたちでさえ手に負えなかったハウステンボス。澤田氏も当初は社長就任を断わったそうです。エイチ・アイ・エスの社内にも猛反対。なぜなら再建できる見込みはなさそうに見えたとし、失敗したらエイチ・アイ・エスのブランドに傷がつく。折りしもエイチ・アイ・エスはグローバル展開を強化しようとしていた時期で、会長に退いたとはいえ創業者であり影響力も強い澤田会長の力は大いに必要とされていたのです。エイチ・アイ・エス的に言えば「それどころじゃない」時期だったそうです。しかし、2回断っても相手はあきらめません。結局、3回目に頼まれた時、依頼主である佐世保市の朝長市長の覚悟と誠意を感じた澤田氏は、社長就任を受ける決意をします。ビジネスに義理人情を持ち込むのは良くないと一般的には言われていますが、この「礼を尽くして頼ってくださった方々の気持ちを意気に感じ」（澤田社長）で引き受けてしまう澤田社長の人間性ゆえに、この難案件を成功させることができたのではないかと私は見えています。

■トップの人間性と熱意が人の心を動かす

澤田社長の人間性は、明るく、元気に、楽しく仕事することを最重要視するというスタンスにも表れています。一方で、ハウステンボスの従業員たちは、「負け癖」がついてしまっており、明るさも元気さのかけらもない。お客様が楽しさや感動を求めてやってくるテーマパークの従業員に元気がなければ、お客様を楽しませることなんてできるはずがない。澤田社長はまず、「本当は大変でも、嘘でもいいから無理やり明るく元気に楽しく振舞い、あいさつを欠かさないようにしてほしい」と従業員たちに説きました。そして自らも率先垂範を心がけました。広い園内を時間さ



澤田社長の経営手腕は高く評価されている

さえあれば自転車で駆け回り、従業員に声をかけ、お客様の表情を観察し、施設の状態をチェックします。経営者自ら現場に入り、従業員とともに汗をかく姿を見せることは、沈滞ムードが漂う組織にとって非常に重要なことです。なぜなら「どんな社長が来ても、何をやっても状況は変わらない」という考え方に染まっている従業員の気持ちを変えるのは、論理ではなく、トップに立つ人間の熱意だからです。経営者が明るく、元気で、熱意を持って仕事に取り組む人でなければ、従業員の気持ちを動かすことはできない。澤田社長はまさにうってつけの人だったのです。佐世保市の朝長市長は、この澤田社長の明るさと元気さこそが、誰が経営しても赤字だったハウステンボスを救うために「絶対に必要なもの」だと睨んでいたのだと思います。

■人々の気持ちを立て直したい

明るさと元気さで率先垂範する。そうすることで従業員の気持ちを前向きにし、行動を促す。この状態をいかに早く作るかが、再建の成否を左右します。経営コンサルティングをしていると痛感しますが、外から来た者が、いくら理にかなった提案やアイデアを出したとしても、そこにいる従業員たちの気持ちをつかむことが出来なければ、成果を生むことはできません。良いアイデアを行動に結びつけ、成果を出させるためには、トップに立つ人間の人間性と熱意が欠かせません。澤田社長はそのことをまさに実践して証明して見せました。澤田社長は、明るさと元気さで従業員と対話しながら、自らも率先して行動し、従業員たちの前向きな行動を引き出しました。「私が本当に立て直したかったのは、ハウステンボスそのものよりも、ハウステン

ボスをめぐる人々の心持ちだと思っている」という言葉からは澤田社長の暖かい人間性がにじみ出ています。ハウステンボスにきたお客様に楽しんでもらい、喜んでもらい、感動してもらうことこそ、従業員の使命であり、最大の喜びであることを、従業員に再認識してもらいたかったのです。それこそ、澤田社長がやりたかったことなのです。

■本気の目標が社内ベクトルを一つにする

その上で澤田改革は進みます。まず、清掃を徹底すること。朝礼前に毎朝掃除をすることを義務付け、澤田社長も参加します。そして、経費削減。赤字が出ている以上、まずは無駄な経費を削減することは避けられません。全社に向けて、経費の2割カットを呼びかけました。例えば園内の花の仕入れ価格を交渉し、1億円のコストカットに成功しました。どうしても削れない案件や部署については、「1.2倍速く動く」ことを従業員に求めました。1時間かけていた仕事が45分でやれば、それはコスト削減につながります。さらに澤田社長は、従業員のベクトルを合わせるために、大きな目標やコンセプトを掲げます。就任して3ヶ月たったころ、従業員全体を集めた席で「ディズニーランドを超えよう」と宣言します。多くの社員はそんなの無理だ、馬鹿馬鹿しいと思ったはずですが、しかし大切なことは、負

けっぱなしだったハウステンボスがディズニーという巨人を本気で目標としたことだ、と澤田社長は言います。今は無理かもしれないが、皆がワクワクするような、やりがいを持てる明確な目標を設定することは、リーダーの重要な役割です。さらに、澤田社長はハウステンボスを単なるテーマパークではなく、ひとつの観光ビジネス都市にするというコンセプトも打ち出しています。園内のフリーゾーンにベンチャー企業を誘致し、そこでお客さんと触れ合い、ビジネスを発展させる試みです。外部の力を借りて地域の新たなニーズを掘り起こし、テーマパーク以外の付加価値を生み出すことができれば、観光ビジネス都市としてハウステンボスの価値が増すというのが澤田社長の考えです。

このように、ハウステンボスは優秀な経営者としての澤田社長のアイデアを軸にして、どん底から這い上がり、2012年度決算では30億円以上の経常利益を見込みます。澤田社長の経営手腕はもはや疑う余地はありませんが、その根柢にある、明るく、元気に、逆境の中でも笑顔でチャレンジしていくことの大切さを私たちは学ぶべきだと思います。苦しくても笑顔で頑張りましょう。応援しています。

参考：運をつかむ技術 澤田秀雄著



あなたの読書時間を大幅短縮

ベストセラー1分解説

巷で話題のベストセラーを豊田礼人が読み、その要点をズバツとお伝えします

『特定のひとしかうまく付き合えないのは、結局、あなたの心が冷めているからだ』 五百田達成、堀田秀吾 著

オススメ度★★★★ 読むべき人 新入社員、部下を指導する立場の管理者

ポイント1

冷めた心は温めればいい

情報過多の現代では情報を処理しきれず、処理するのが面倒になり、コミュニケーションも必要最低限になってしまう。この度が過ぎると冷めた人間になる。冷めた心を温めるには、相手の立場に立って物事を考えるクセ付けが重要である。

ポイント2

淡蒼球(たんそうきゅう)がやる気の素

人がやる気を出しているとき、脳の中の淡蒼球という場所から「モチベーション上がれ～」という信号が出ていく。この信号を出すためには、①体を動かす、②いつもと違うことをする、③ご褒美を与える、④なり切る、の4つのうちのどれかを行なうと良い。著者は特に①の体を動かすを薦めている。

ポイント3

ブラックエンジンとホワイトエンジン

ブラックエンジンとは「失敗したら家族が路頭に迷うから頑張ろう」という恐れやプレッシャーによる動機のこと。ホワイトエンジンは「家族を幸せにするために頑張ろう」というプラスの動機。ブラックエンジンだけではどこかでつまずく。周りへの感謝や誰かのためというホワイトエンジンで動いてこそ、成果が出る。

社会に出たばかりの若手社員が、上司や同僚との人間関係で悩まないように、心理学の切り口からいろいろなヒントを与えてくれる本。また彼らを指導する立場にある管理者も参考になる。著者の一人は日頃学生と接している大学教授。とっつきにくい心理学の話合コンや漫画などを題材にして解説することで、分かりやすさと親しみを出すことに成功している。実生活に役立つ心理学の基本を学ぶ入門書として参考にしたい一冊。

結論

- ★★★★★ 読まないで損をする
- ★★★★★ 読み応えたっぷり、お薦め
- ★★★★ 読み応えあり
- ★★★ 価格の価値はあり
- ★ 人気作だがピンとこなかった



メルマガ
バックナンバー

連続380週間以上、毎週金曜日に発行しているメールマガジン「愛される会社の法則」のバックナンバーから、特に好評だったものをピックアップしてお届けします。

大切な人のために何を見せるか (2010年11月5日発行第290号)

■大切な人のために大切に作られたものを

人は、大切な人のために使うものは、大切に作られたものを選びたいと思っている。いくら安くても、適当に作られたものは嫌なのです。

例えば大切な人にプレゼントを贈るとき、その商品自体も大切に、こだわって作られたものであって欲しいと思います。そこには予算の制限はあるものの、「安ければいい」というものではありません。相手が喜ぶものであるかどうか？が選ぶポイントになるはずです。

大切なお客様に持っていくお菓子は、近所のコンビニで買ったものではなく、こだわって丁寧に作られた名店のものにしたいと思うものです。

そうですね？

■プロセスをくっつけて売る

ベビー用品で急成長する株式会社サンデシカの石田社長に会いました。

(サンデシカHP→ <http://www.sandesica.co.jp/>)

石田社長に商品開発について尋ねたところ、商品そのものが持つ付加価値が高いことは当然だが、その商品をどのようなコンセプト、どのような思いで作ったかというプロセスを見せられるようにすることが重要である、と言われました。

ただ商品を売るのではなく、理念や開発プロセスのストーリーを商品にくっつけて売ることです。そのためには、語るに足る理念としっかりとしたプロセスを経ると言うことが非常に重要になります。



赤ちゃんという大切な人のためにママが買う商品ですから、大切に作られていることが求められます。価格だけでは決められない、企業の姿勢までも問われるのです。

正しい理念のもと、赤ちゃんのために、ママのために、何がベストかを常に考え、ベストを実現するためのプロセスを経て、かつそのプロセスを見せていくことで、本当に支持される商品ができ、結果として売れていくのです。

■大切なお金を大切なことのために使う

僕たちは自分が稼いだ大切なお金を大切に使いたいという思いを持っています。

僕たちが災害にあった地域に義捐金を送ったり、親を亡くした子供たちにプレゼントを贈ったり、発展途上国の人たちが作ったフェアトレード商品を買ったりするのは、自分のお金を社会的に役に立つことに使いたいと思うからです。

大切な自分の大切なお金を、大切なことのために使いたい。ですから、お金を払う対象に関してはしっかりとした理念があるか、それがきちんとしたプロセスで運営されているかどうかを知りたいと思っているのです。

■自分レベルの視点で

自分レベルではどうでしょうか？

あなたは自分の仕事に対して、どんなこだわりを持っているか？またどんな理念を持っているか？

そのこだわっているプロセスや理念をお客さんに見せることで、あなたの商品やサービスが特別なものになります。

大切なお客様を喜ばせるために、プロとして理念を持ち、考え抜かれた意味あるプロセスを経て仕事を行なう。これがしっかりと見えたとき、お客様は大切な自分のために、大切なお金を使います。さて、あなたは大切な人のために、何を見せますか？ 🍀

無料メルマガ「愛される会社の法則」は毎週金曜日の朝8時に配信しています。配信希望の方はレイマックのホームページから配信の申し込みをしてくださるようお願い申し上げます。

後藤剛のいまさら聞けない人事労務 秘密の相談室

企業の発展に欠かせない人事労務の知識。特に近年その重要性が日に日に増してきています。しかし、分かっているようでも結構勘違いをされていることが多い分野でもあります。そこで、今さら人に聞くこともできない人事労務に関するトピックを毎回取り上げ、わかりやすく解説します。



「労働契約法」の改正、企業の対応策は？

労働契約法が今年8月に改正公布され、一部施行済の規定を除き来年4月に施行される見込みです。様々なメディアでも取り上げられてはいるものの、「今一つピンとこない」、「何が変わるのが分かりにくい」と言った声を良く聞きます。そこで、今回から数回にわたり、この改正労働契約法についてお話ししたいと思います。

■そもそも労働契約法とはどんな法律か

就業形態の多様化や労働者の権利意識の増大等により、個別の労働紛争が増加しています。例えば、解雇された労働者が会社を訴え、解雇の有効・無効が裁判所で争われたりしています。

労働関係の基本法である「労働基準法」では、解雇予告（解雇するためには30日前に予告しなければならない）などの定めはあるものの、行われた解雇が不当かどうかについては、実は労働基準法では判断できず、あくまでも民事上の紛争として最終的には裁判で争っている、というのが実状です。このような労働紛争の解決を容易にするため、労働契約についての民事的なルールをまとめ、平成20年3月から施行されているのが「労働契約法」です。

■労働契約法改正のポイント

さて、そんな労働契約法ですが、今年の8月にその改正法が公布されました。一部を除き施行日は来年4月となりそうです。皆さんに是非ご理解いただきたい改正ポイントについて、これからご説明したいと思います。

今回の法改正で何が変わるのか、といいますと、6か月や1年、といった有期契約が何度も更新され、累計の勤続期間が5年を超えると、その有期労働契約の社員（契約社員・アルバイト・パート等）が会社に対して「有期ではなく、無期労働契

約にして下さい」と申し出た場合は、会社は有期労働契約から無期労働契約に切り替えなければならない、ということです。

■法改正への会社の対応ポイント

それでは、今回の法改正に対して、私たち会社側はどのように対応すれば良いのでしょうか。私は、そのポイントは3つあると考えています。

①契約更新手続きの厳格化

契約更新の基準の明確化や、契約更新手続きしっかりと行うこと、そして更新への期待を過度に抱かせないことに加え、無期雇用 に 値する人材か否かの見極めも重要です。

②有期雇用者に対し会社の姿勢をアナウンスする

採用時、有期雇用者に対して、①のような会社の姿勢を明確に伝えておき、同意を得ておくことがベターであると考えます。

③多様化した雇用形態に対応する人事制度構築と能力開発機会の提供

パート社員の無期雇用化によって「短時間正社員」等の新たな雇用形態の定義が必要となり、その雇用形態に対応する労働条件の設定や人事制度の構築が重要です。加えて、無期雇用を希望する有期雇用社員を対象とする能力開発の機会も必要となってくると考えます。

それでは、次回以降のコラムで、改正労働契約法へのポイントの一つ一つを取り上げ、ご説明したいと思います。

後藤剛 人事コンサルタント会社に活躍中。採用・労務管理に特に強く、多くの企業で相談に応じ、会社と従業員との労使関係の向上を果たしてきた。今年から新たに介護・医療系の転職・就職支援並びに採用支援を行っている。9月に遅まきながらもフェイスブックを開始し、何やら怪しげな投稿を繰り返しているというウサ。家族は妻・子2人。日進市在住。10月に45歳になる。血液型O型。

【愛される会社プロジェクト セミナーのお知らせ】

22回目となるセミナーは、「絶対に理解しておきたい顧客満足の仕組み」と題して事業を長期安定的に成長させるために絶対に必要な「顧客満足」を、いかに事業の中に埋め込むのかについて解説いたします。

「絶対に理解しておきたい顧客満足の仕組み」セミナー

日時：2012年10月24日（水） 19:00～20:45

場所：ウインクあいち1004会議室 定員：30名

料金：3000円 愛P会員は割引または無料 講師：レイマック 代表 豊田礼人（中小企業診断士）

【友割】お友達をお誘い頂きますと、本人様・お友達様とも1000円割引いたします。



定期購読をご希望の方は、愛される会社プロジェクトにご入会ください。詳細は当方のHP（レイマックで検索）にアクセスして頂き、ご確認ください。

■A1会員 525円
■A2会員 980円
■B会員 4200円
■C会員 12600円
(すべて月額)

RAYMACK PRESS