

RAYMAC PRESS



レイマックプレス 2012年9月号 Vol.49

インタビュー 佐野貴英 (株式会社Bunny's 代表取締役)

夢を実現したいと願う人が集まる店に、お客様は集まってくる

大学には行かずに美容師になる。そう決意したとき、父親に猛反対された。学歴社会の厳しさを知る父親だからこそ、息子の身を案じたのだ。しかし夢を実現するために美容師になり、経営者として美容院3店舗を経営する今、父親に感謝している。父親が反対してくれたからこそ、負けない気持ちで育ち、大きく成長できたからだ。夢を持つ仲間とも夢を追いかける会社、パニーズの代表である佐野貴英とのインタビューは、静かに熱く燃える男の秘密をひも解く、貴重な時間となった。



佐野貴英(さの たかひで)
株式会社Bunny's 代表取締役
1976年 愛知県刈谷市生まれ

高校卒業後に美容師の世界に入り、28歳のときに名古屋市緑区にBunny'sの1号店を出す。スタッフが相次ぎ辞めるといふ苦難に直面したことをきっかけに、スタッフが夢を持って働ける会社にしようと決意。経営指針書を作成し、指針を元にブレない経営を実践している。2012年に3店舗目をオープンさせるなど着実に事業を拡大させている。

—小さいころはどんな子どもだったんですか？

姉が2人いる末っ子の長男で、親からも姉からも可愛がられ、甘やかされて育ちました。わんぱくでしたがガキ大将ではなく、ガキ大将の横にいる2番手タイプでした。

—勉強はどうだったんですか？

小学生の頃はわりと出来ました。要領がよくてテストの前だけ少し勉強するといった点が取れて、成績は上位の方でした。中学に入ってからそんな感じで、野球部でも要領よくやっていた。今日はダルいからサボろうかな、みたいな感じで(笑)。

—(笑)。反抗期とかはあったのですか？

ありましたね。何かあると親に怒られて、怒られると無視して(笑)。でも父親は「無視するのはいいけど、あいさつだけはしろ」という方針だったので、無視しつつも「おはよう」とか「いってきます」だけは言っていました。そういう厳しい面もある親でしたが、基本的には私がやりたいことは自由にやらせてくれる親でした。

—高校進学についてはどう考えていたんですか？

特に行きたい高校はなかったので、通いやすい公立高校へ進みました。高校では何か武術を身に着けたいという思いもあって柔道部に入りました。黒帯を取るところまでは一生懸命にやりましたが、取ってからは熱が冷めちゃって、あまり部活に行かなくなりました。その代わりアルバイトに精を出すようになりました。

—アルバイトは何を？

ガソリンスタンドです。車が好きだったので。稼いだお金で原付の免許を取って、友達と山に走りに行ったりしていました。でも高2の冬に、たまたま高校の先生がそのガソリンスタンドの前を通りがかって、バイトをしていることとバイクに乗っていることがセットでバレてしまいました。それで2週間の停学になりました(笑)。奇しくも3年時のコースを選択する時期です。先生が家に来て、国公立コースか私学コースか、どのコースにするかを決めると迫ります。それで私は「学校を辞めるコース

Index

●起業家インタビュー

株式会社Bunny's 佐野貴英 さん

●経営コラム 「なぜセブン銀行は経常利益率が33%もあるのか？」

●ベストセラー解説 「なぜ、あの会社は儲かるのか？」

●メルマガバックナンバー ●人事労務相談室



お願いします」と答えたんです。

—(笑)。つまり、中退します、と。

そうです。もともと大学に行くつもりは無いので、これ以上勉強をするのも嫌でした。将来は、何か自分の力でトップになれる職業がいいなと思っていたので、大工、バーテン、車屋、美容師・・・のいずれか、と考えていました。最終的にはその中から美容師を選び、先生に「僕は美容師になりたいので、大学に行くつもりもありません。その道で早くスタートを切りたいので、学校も辞めます」と言ったのです。当然、先生はびっくりしてましたね。

—親はどんな反応でしたか？

今まで、私のやることに特に何も言わず、自由にやらせてくれていた父親が、このときは猛反対しました。「絶対に大学は行け」と言うのです。父親は5人兄弟の下から2番目の子供で、学力はあったのにもかかわらず経済的な理由で大学に行けなかった人です。高卒で一般企業に入ったのですが、そこは学歴社会が根強く残っていて、自分より後から入ってきた大卒組にどんどん抜かされる。父はそれが悔しくて、自分と同じ思いを息子の私にさせたくないと思っていたんですね。だから美容師をやるにしても大学を出た後にやればいいと言うんです。でも私は、やりたい道がはっきりしているのに、意味もなく大学になんか行きたくない。そこで父親と衝突したんです。最終的には「勝手にしろ。でも今後お前に協力は一切しない」と言われました。

—学校は辞めたんですか？

いえ、辞めませんでした。その頃、年上の人たちと出入りしている居酒屋がありまして(笑)、ある日その居酒屋に1人で行ったんです。その店の大将に将来のことを相談してみました。するとその大将も高校を中退していて、そのことを後悔していると言います。大将も当時は自分の判断は絶対に正しいと思っていたそうなんですが、やはり高校は出ておいたほうがいざとアドバイスしてくれました。就職するにしても、結婚するにしても、中卒と高卒では相手の反応が随分と違うんだよ、と。それと、父親とモメているとき、「お前は、ただ勉強がしたくないから、学校を辞

めたいのだろう」と言われたことが自分の中で引っかかっていました。実は図星で(笑)。でも勉強から逃げたいから美容師になるって思われたくないんで、卒業するまでに440人中400番台だった成績を100番以内にしようと思いました。まわりに公言すると、それは無理だと友達にからかわれて、「佐野は100番以内を達成できるか無理か」という賭けが始まる始末(笑)。クラスの30人ぐらいが全員「無理」に賭けるんですよ(笑)。それで燃えて勉強したんですが、結局自己最高順位ではあったのですが、100番以内は達成できず、120番(笑)。

—ふふふ(笑)。賭けで負けて、支払ったんですか？(笑)。

全部で3万円くらい払いましたよ(笑)。でも100番以内は達成できませんでした。300番くらい上がったその成績表を父親に見せて「勉強から逃げているわけじゃない」と言いました。それでも父親は応援してくれませんでした。自分の中ではやり切った感がありましたね。その後、卒業までの数ヶ月でバイトをしてお金を貯めて、高校卒業後はそのお金で美容の専門学校に進みました。専門学校に1年通った後、地元の理髪店に就職しました。

—就職のとき、お父様は何か言いましたか？

何も。それどころか就職して2年間くらいは、私の仕事について一切何も聞きませんでした。こちらからも何も言わないし。2年くらい経ったとき、自宅でカットの練習をしようと思ってハサミを持って帰って来たのですが、玄関に置きっぱなしにしたまま寝てしまったのです。それを見た父と「このハサミ自分で買ったのか。高いんだろ?」「うん。でもローンで買ったから大丈夫」というやりとりをしたのが、私の仕事について交わした初めての会話でした。その2ヵ月後くらいに父が突然、「おい、俺の髪を切ってくれ」と言ってきたんです。急な会議で人前で話すことになったとかで。ハサミは店に置いてあるので、取りに帰って、自宅で父の髪を切ったんです。その時も私は、ふてくされた態度で髪を切りました。「なんで俺が親父の髪を切らなくちゃいけないんだ。めんどくせーな」みたいな態度をわざとしていたんです。切り終えて、「はい、終わったよ」とぶっきらぼうに言って、自分の部屋に戻りました。そうしたら涙がダーーと出てきたんです。

—その涙は？

何でしょうね。たぶん嬉しさというか、父が多少は私のことを認めてくれたんじゃないかと思ったんでしょうね。父には何も聞いてないから、分からないんですけどね。でもその時から、少しずつ話すようになりました。

—なるほど。ところで仕事の方は順調だったのですか？

いえ、入社して1週間で辞めたくまりました(笑)。家族経営している地元の理髪店で、店主は「技術は見て覚えろ」という職人氣質な人で何も教えてくれない。お客様を担当させてくれるわけでもないんで、何もせずボーっと突っ立って見ているだけの毎日に、早々と嫌気がさしたんです。

でもあれだけ父の反対を押し切ってこの道に進んだので、簡単には辞められません。その後も何度か辞めたいと思いましたが、その度に「親父が生きている間は辞めねーぞ」と自分に言い聞かせて続けました。やっているうちに段々と仕事が楽しくなってきて、逆にもっとやりたいと思うようになりました。その店では物足りなくなってきたので、3店舗を展開している別の店に移りました。そこで5年くらいやって、そろそろ独立しようかと考えているとき、ある知り合いの美容室経営者から店を手伝って欲しいと頼まれました。聞くとスタッフ3人に一度に辞められて困っているのだそうです。お世話になった人でしたので、1年間に期限に働くことにしました。結果的にはスタッフの教育に時間がかかったので2年間弱、その店で働いて、ようやく独立することにしました。

—いよいよ独立ですね。

父を早く見返してやりたいくて、焦りがあったんです。父は、私が高校を停学になった時に心筋梗塞をやって、たぶん私のせいだと思うんですが、その後も再度心筋梗塞になって大きな手術もしました。他にも糖尿病や肺がんも患っていたので、そんなに長くはないという思いがありました。生きている間に独立した姿を見せたいと思っていました。そんな焦りもあって、28歳のときに前のめり気味に1店舗目を出しました。

—開業資金はあったのですか？

ありません。貯金も無いし、私一人の信用では銀行も貸してくれません。しょうがないので父親に頭を下げて、500万円出してもらいました。プラス、保証人にもなってもらい、かつ実家を担保に入れて銀行から1800万円借りました。父から「お前には一切協力しない」と言われていたので頭を下げるのは嫌だったのですが、しょうがありません。その資金を元手に、1号店の物件を決めました。その物件は広くて、席数が11席もありました。母親は2〜3席の店から小さく始めなさい、というのですが、小さく始めると小さくまとまってしまうので嫌だったんです。席がたくさんあれば、お客様もたくさん入れなければならないし、スタッフもたくさん必要です。最初は大変だけど、若いうちは苦労しなくちゃと思い、この物件に決めました。借りたお金だけでは足りないのを、内装は自分たちでやりましたね。壁の漆喰（しっくい）を自分たちで塗ったり（笑）。

—オープンしてお客様は来てくれたんですか？

予定通りには来てくれませんでしたね。ですから最初は苦労しました。でもそれが返って良かったと思います。立地が悪い店だったからこそ、頭を使って工夫することを学んだし、中身を良くすればお客様は絶対にリピートしてくれるはずだと信じて、スキルを上げる努力もしました。お金が足りなくて自分たちで内装をやりましたが、それがスタッフの店に対する愛着を高めてくれるという効果もありました。もっと言えば、父親が反対してくれたことも、今

振り返れば良かったと思っています。それが原動力になって頑張れました。もし賛成してくれたら1週間で辞めて、「オヤジ、俺やっぱり大学行くよ」と言ってオシマイだったかもしれません。

—2号店、3号店も、自分たちで内装や外装を手がけているんですね。

そうですね。私はもともと大工になりたいと思ったくらいだから、そういうこと好きなんですけど、スタッフ達も喜んでやってくれます。プロの施工業者が使うようなプロ道具を駆使して、何でも作ります。それをやることで「自分たちの店だ」という意識が高まるし、お客様に「この壁、私が塗ったんですよ」とネタに出来たりします。そうするとお客様もビックリして、会話が弾みますね（笑）。美容だけじゃなくて、いろんなことが出来たほうが、人間の幅も会話の幅も広がります。

—スタッフさんの出入りにも苦労されたと聞きました。

席が11席あるのに、スタッフが5人しかいないのでは話にならないので、お客様が増える前に、スタッフを10人揃えました。でも売上に人件費が見合っていないので、経営はすぐに苦しくなります。苦しさから来る私の焦りやイライラがスタッフに伝わり、辞められてしまう。でもとりあえず頭数は揃えなくちゃいけないと思い、どんな人物かもよく見ずに採用し、しばらくすると辞める・・・そんなことを繰り返していました。結局、強いスタッフは残り、弱い人は辞めていくので、粒ぞろいのスタッフが揃い、売上と人件費のバランスが上手く取れるようになってきました。その時はスタッフ5人で、売上も上々、経営的にも安定してきました。でもまた「自分を追い込みたい自分」が頭をもたげてきて（笑）、9人一気に採用したんです。それでまた経営が苦しくなって、「何で俺ってこうなんだろう」と思いながら（笑）、それでも頑張って経営し、結局9人のうち4人が辞めて、元の5人と合わせて10人体制になったところで落ち着きました。元の5人は成長して一人前になったので、2号店を出し、さらに成長する人が増えたので3号店を出し、という感じで出店を重ねました。業績が安定して来たところで出店するので、経営は苦しいままなんですけど、まあ



40歳まではこんな感じでいこうと思っています（笑）。

—今後もお店を増やしていく計画ですか？

10店までは行くつもりです。そのためにはその店を任せられる経営者を何人か育てる必要があります。単なる店長ではなく、経営者として、お金のことや、人の採用・教育、仕入れや在庫管理のこと、それらを計画立てて行動できるスキルを身に着けた人材を育てなければなりません。私の夢は年に2回は世界を旅行することなんです。そのためにはお金と時間が必要で、そのためには任せられる経営者を育てないといけない。私は、その経営者たちと一緒に経営をし、いつかは一緒に世界を旅行できればいいなと思っています。店のスタッフたちにも夢を聞くんですが、だいたいお金と時間があれば叶う夢が多いんです。じゃあ私は、スタッフたちがお金と時間が得られるような環境を整えて、サポートしていこうと思います。そのために、「今何をすべきか」について本人たちにも考えてもらいたいし、自分も考えています。

—スタッフさんたちと夢を共有できる経営をしているんですね。

そうですね。自分自身が雇われていたとき、その店の将来や目標が分からなくて不安だったんです。この店にいても夢は叶わないし、歳を重ねた時の自分の姿がまったくイメージできませんでした。だったら自分で夢を描けるようなお店を作り、夢を追いかけてい人が集まる店を作りたいと思いました。だから面接時には、私と会社の夢や目標を伝えまじし、応募してきた人の夢も話してもらいます。入社した後もそのスタッフの夢から逆算して、今年何をすべきかを一緒に考えて、行動をサポートしています。夢までの計画を見えるようにしてあげると、「あ、できそうだ」と思うんです。夢のために努力して、努力で得た報酬を貯金していこうよ、というアドバイスもします。3年目からは歩合制になるので、お客様を担当した分に応じて給料が決まります。店長になれば店全体の売上に給料が連動しますので、自分のことだけでなく、後輩を育てることも求められます。

—日々の仕事が夢につながるようにしているんですね。話題を変えますが、毎年経営計画書を作られているんですね。

そうです。人の出入りが多いながらも何とか安定してきて、スタッフに仕事を任せられるようにもなりました。思い切って週の半分は経営者の仕事に専念する体制にしました。その時間を使って、きちんとした計画書を作ろうと思ったことがきっかけです。以前からの思いや方針がズレてきていることも気になっていたの、一度みんな前で、自分の考えていることを語ろうと思い、場を設定しました。やるからには、ただ話すだけでなく、紙に残したいし、ただ夢を語るだけでなく、そこへ至るための方法も具体的に示したいと思いました。とにかく人が辞めない会社にしたいので、人が辞める理由をひとつずつ潰していくと

いうやり方で、紙に書いていきました。例えば、「給料が少ない」という不満に対しては、「能力と成果に合った給料システム」を導入したり、「先がわからない」という不満に対しては、「会社方針と照らし合わせた自分方針を作る」というプランを盛り込みました。こうやって作っているうちに、自然に経営指針書が出来たという感じですね。

—経営指針の発表会は毎年やっているんですか？

はい。銀行や取引先の方など外部からも参加して頂いています。銀行の支店長からは、この取り組みについてお褒め頂きました。銀行向けに取り繕った数字ではなく、本当の中身と思いを伝えたことが良かったみたいです。その後すぐにプロパーで融資の話が来ましたから（笑）。その後、指針書にはスタッフたち自身が書いた目標も入れて、皆で作る形に進化してきています。

—入社式には、新入社員の親御さんも参加されるそうですね。

そうです。社会人になるまで育ててもらった親へ感謝する気持ちを持ってもらいたいという思いから始めました。私も以前は、自分ひとりの力で生きてきた、と思っていましたが、決してそうではなく、親がきちんと育ててくれたからこそ今の自分があるのだと思えるようになりました。入社式に親が来ることは本人たちには内緒にしておいて、事前に書かせた親への手紙を、親の前で読ませます。親への思いを、恥ずかしいけど、皆の前で読むと感極まって泣いてしまう子もいます。でもこれを機に、突っ張っていた子も角が取れて、鎧を脱いで、みんな素直になりますね。親たちも、スタッフや社長がどんな人で、どんな思いで会社をやっているのかがわかるので、すごく安心してくれます。

—感動的な入社式ですね。さて最後になりますが、起業家に向けてメッセージを頂けますか？

そうですね。シンプルですけど「やればできる」ですかね。これは今年の弊社のスローガンでもあるんです。つまり挑戦こそが重要だということです。挑戦の先には成功か学びしかない、何かで読みましたが、まさにその通りだと思います。挑戦してみても上手くいかなくても、その結果をもって再挑戦すれば成功に近づきます。頭の中に「やってみようかな」という思いがあるということは、少しは可能性があるということです。だったら迷わず挑戦すべきです。何も行動しないことこそが最大の失敗だと思います。

—本当にそうですね。本日はありがとうございました！

【会社プロフィール】
会社名：株式会社Bunny's
本店：名古屋市緑区左京山560
TEL：052-624-6699
Bonita店：緑区平手南1-613
TEL：052-893-8213
Flatto店：天白区境根町82FH相生1F
TEL：052-838-8239



佐野社長と記念撮影



なぜセブン銀行は 経常利益率が33%もあるのか？

ドラッカーは、顧客によって事業は定義されると言いました。つまり、誰を顧客にするかによって、事業の内容やスタイルは変わるということです。顧客を満足させることでしか事業は継続できないので、事業を長期安定的に成長させたいのであれば、顧客の関心や欲求を具体的に知り、それらを満たしていくことが重要になります。だから「誰が顧客か？」との問いこそ、企業の使命を定義するうえで最も重要な問いだ、とドラッカーは説くのです。さて、あなたの顧客は誰ですか？今回は「誰を顧客にするのか」というテーマを取り上げたいと思います。

■セブン銀行の顧客は誰だ？

セブン銀行の主たる顧客は、銀行です。我々がセブン銀行のATMで入出金や振込みをすると、1回の取引につき100円から150円の手数料収入が、我々が口座を開設しているメイン銀行からセブン銀行に支払われます。例えば自分のメイン銀行がみずほ銀行である場合、セブンイレブンに設置されたセブン銀行のATMでお金を引き出したとき、みずほ銀行からセブン銀行に手数料が支払われます。この手数料がセブン銀行の収益になります。一般的な銀行のビジネスモデルは、個人から預金を集め、それを法人に貸し出して利ざやで儲け、さらに余った資金は国債などを買って運用益を得る、というものでした。ですので銀行の主たる顧客は誰かと言えば、お金を借りてくれる法人企業だったということになります。セブン銀行は、この伝統的なビジネスモデルには最初から目もくれず、提携銀行を顧客にするという新しいビジネスモデルで稼いでいるわけです。

■顧客に十分なメリットを与える

セブン銀行の顧客である提携銀行は、自らの預金者がセブン銀行のATMを使用できることで、より幅広い地域・時間帯でサービスを提供できることになり、顧客満足の向上が図れます。提携銀行は預金者がATMを利用する都度、手数料をセブン銀行に支払わなければなりませんが、自前でATM網を全国に張り巡らすコストと比較すれば、十分にメリットがあります。ATMを大量に投入することはセブン銀行にとってもコスト負担は大きいはずですが、ATMに必要な機能を思い切って絞り込み、低コスト化をはかることでATM1台当たりの平均的な装置代を一般的な金融機関の3分の1に削減し、ATMの機械コストを半年



ATMの機能は絞り、低コスト化している

から1年で回収できるようにしたそうです。セブン銀行に口座を持っている預金者もありますが、この預金者がセブン銀行のATMを利用しても、セブン銀行に他行手数料は入りません（当然ですが）。ですから、セブン銀行にとって、自社の口座開設者が増えることは、顧客管理費が増えることはあるにしろ、収益が増えることにはつながらないため、あまり積極的ではないと言われています。そもそも法人融資を前提にしていないので、個人からお金を集める必要性もありません。このビジネスモデルが大成功し、2012年3月期で売上高883億円、経常利益295億円を計上しています。経常利益率は実に33%です。先日、コンビニエンスストアのセブンイレブンが2013年春をめどに未進出だった四国地方にも進出すると発表しましたが、コンビニ店舗が増えれば、セブン銀行のATMを使用する顧客も増え、セブン銀行の手数料収入も増えていくという構図になっています。

■伝統的ビジネスが捨てていた顧客に注目

主たる顧客を変えることで成長している銀行として、スルガ銀行も話題になりました。スルガ銀行は静岡県を地盤とする地方銀行で、以前は個人から預金を集めて法人に貸すという伝統的なビジネスを行なっていましたが、近年の金融状況の中ではあまり儲からなくなってきたそうです。そこでスルガ銀行では、「法人と個人」の両方を顧客とするのではなく、「個人」に重点を置き、「個人金融サービス・カンパニー」というコンセプトを打ち立てました。個人から集めた預金を法人に貸すことで利ざやを稼ぐのではなく、対個人サービスだけで利益の上がるビジネスモデル

の構築を目指したのです。具体的には、他行が敬遠しているニッチ・セグメント向けの個人ローンの強化です。例えば、働く女性、中小企業に勤務するビジネスマン、転職の多いSE・プログラマー、外資系社員、外国人などに対して、住宅ローンを提供するのです。これらの人たちは伝統的な銀行では簡単にローンが借りられず、消費者金融でしかローンが組めないセグメントでした。しかしこういったセグメントであっても、信用リスクをきちんと分析すれば、十分ビジネスとして成り立つ層があることをスルガ銀行は発見し、開拓したのです。中でもユニークなのは「銀行員向け限定カードローン」という融資対象を他行の行員限定にした商品です。銀行員というのは、記録が残ってしまう自行からは借りたくないのだそうです。しかし消費者金融からも借りたくないの、スルガ銀行のこのサービスが支持されているのです。担当者とは顔を合わせず、すべてネットで取引できることも、他行の行員に配慮したものなのだそうです。

■顧客を変えることが、新しい事業を生む

既存の商品を既存の市場で販売する方向性に限界を感じたとき、「顧客を変える」という選択肢を検討してみるこ

で、新しいアイデアが生まれることがあります。それも今まで全く関与することの無かった「見ず知らずの誰か」ではなく、従来のビジネスで何らかの形で関わってきた「サブ顧客」を「メイン顧客」にしたらどうなるか、という視点で発想してみることが大切です。これだけでもかなり斬新なアイデアが生まれる可能性があります。あるいは、セブン銀行のように、今まではアライアンスパートナーだった相手を主たる顧客に設定するという方法もあります（平たく言えば、同業を顧客にすることです）。スルガ銀行は、今まで捨てていた「捨て客」をメイン顧客に据える方法で業績を伸ばしています。新しい顧客を求めて知らない市場に出て行くよりも、土地勘の利く近くの市場にスライドして進出していくことでリスクを低減することができます。リスクを低減しながらも新しい顧客の開拓をコツコツと進めていくことが、不況下でも成長していける企業の重要な条件になっていくのではないかと、思います。



参考：なぜ、あの会社は儲かるのか？ビジネスモデル編 山田英夫著



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

『なぜ、あの会社は儲かるのか？ (ビジネスモデル編)』

山田英夫 著

オススメ度★★★★★

読むべき人 経営者、起業家、コンサルタント

ポイント1

イノベーションのヒントは異業種にある

異業種の成功企業のビジネスモデルを取入れることで飛躍するケースがある。例えば、ホテルの空室を閑散期に安く、繁忙期に高く売る戦略をレベニューマネジメントと言うが、楽天パスはこの手法をバス事業に導入して成功した。

ポイント2

「売り切らない」ビジネスモデル

商品を売り切らないことにより、顧客と長期的に関係を築くことができる。現在コンピュータ業界では、サーバーを売り切るのではなく、クラウドサービスで比較的低価格で長期的に収益を得ていくモデルが勢力を増している。

ポイント3

ステークホルダー(利害関係者)とのwin-win

永続的なモデルであるためには、一社の利益極大化ではなく、ステークホルダーズとのウィンウインの関係構築が重要。中古車買取大手のガリバーは、中古車業者と戦うのではなく、仕入れ・販売関係でパートナーとして協力し合っている。

結論

著者は早稲田大学ビジネススクールの教授。ビジネスモデルを解説した堅い内容、地味な表紙とタイトルではあるが、この種の本としては珍しく売れている。内容は、世の中にあまり知られていない事例、知られていても今ひとつ全貌が見えなかった事例などについても、分かりやすく整理してくれている。これを読むと、色々な事業アイデアが湧いてきてワクワクする読者も多いのではないと思う。巻頭の事例がややとつきにくい点があった気もするが、中盤から後半にかけて面白い事例がこれでもかというくらい出てくる。良い本が正しく評価され、販売面でも好調であるということは喜ばしい。オススメの一冊。1400円。

- ★★★★★ 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。

頭の中にバケツをつくれ (2010年10月15日発行第287号)

■お客さんは自分のことだけ考えている

お客さんは、あなたの商品のことなど全く気にしていない。そう、全く、です。

お客さんが考えていることは自分自身についてです。他人のことなど考えている暇はない。ましてや、買わせようと近づいてくる営業マンの言うことなど全く聞く気は無いでしょう。

フンフンと聞いているフリをしながら、心の中では「どうやって断るか」ということだけを考えている。あなたもそうではないですか？

■頭の中にメッセージを入れるバケツを作る

お客さんに商品を薦める前にまずすべきことは、

「なぜあなたはこの商品に注意を払うべきなのか？」

を明快に伝えることです。お客様の頭の中に、あなたのメッセージを受け入れるためのバケツを作る、ということです。スペースを確保するのです。さもなくば、自分のことを考えるのに頭がいっぱいで、あなたのメッセージが入る場所などありません。

人が考えていることは、「自分、自分、自分、自分、自分」。自分のことばかり！あなたもそうではないですか？

この商品は、自分の役に立つか？自分の仕事にプラスになるか？自分が儲かるか？自分が幸せになれるか？

興味があるのは、自分の問題を解決することだけなのです。僕も、ほうっておくと、自分のことばかり考えています。だからこそ、この商品はあなたの問題を解決しますよ、と伝えなければならないのです。

■スペックを説明する人は永遠に売れない

クライアントである自動車ディーラーの社長は、営業の達人です。車を売るときにお客さんに何を話すのですか？と聞くと、

「お客さんがその車を買うと、どんな風に暮らしが変わるのかを具体的にイメージできるようにして差し上げます」

と言います。なぜ、この車があなたに必要なのか？これを手に入れることで、あなた自身の生活にどんな変化が生まれるのか、をお客様に教えるのです。ハンドリングがどうか、燃費がどうしたとか、車のスペックばかりを「説明」する営業マンは売れないそうです。

お客さまの頭の中に、「なぜこの車が必要なのか」ということを考えるためのバケツを作り、この車とともに暮らす日々をイメージさせることが大切なのです。

■自分レベルの視点で

自分レベルではどうでしょうか？会社の社員やスタッフに仕事を依頼するときも、なぜこの仕事をするのか？をまず理解させる必要があります。仕事の意味を理解させることができれば、おのずと品質は向上します。

忙しい中、そんなことをいちいち説明している時間などないという人も多いと思いますが、これがきっちり出来る会社は、パート社員でさえ強力な戦力に変えることができます。

自分がやっている仕事の意味がわからない人が、精度高く、効率的に仕事をする可能性は低い。

最初は時間がかかりますが、「なぜ」を説明するための時間的投資は、後に大きな利益となってリターンされるはずです。

この仕事をやることは、自分にとってどんな意味があるのか？どんなメリットがあるのか？本当にお客さんは喜ぶのか？

儲かるのか？

スタッフに、そして自分自身に対しても、突きつけてみてください。👉

※参考「スティーブジョブズ驚異のプレゼン」日経BP社

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、分かっているように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。



従業員の心の病 ～「ひとりにしてほしい」にどう対応するか？～

最近、メンタルヘルス関係のご相談がますます増加しています。どのご相談も深刻な状況であり、簡単に解決できない事例ばかりです。私は、各企業や法人様から、そのようなご相談を受け、解決策を提示する役目なのですが、実を言うと今、わが社においてもメンタル面で心配な状態になった従業員がおり、解決に向けて奔走している状況です。

今回は、そんなわが社の事例をみなさんにお伝えし、従業員のメンタルヘルスに対する会社の対応について少し考えて頂きたいと思います。

■ジョークの大好きな40代前半男性

さて、今回お話をさせて頂く方は、Hさんという男性で、奥様に先立たれ、愛知県の西部に一人暮らしをしている40代前半の男性です。とても礼儀正しく、サービス精神旺盛で、ジョークの大好きな素敵な方です。Hさんは、今年の4月より某老人ホームにて介護職員として仕事をしていました。しかし、7月中旬に腰と左足に痛みとしびれを訴え、それ以降は仕事をずっと休んでいます。その間、私は整形外科や鍼灸院での診療に同行したり、電話で話したりしていました。順調に回復傾向にあり、あと1か月くらい静養しきちんと治療すれば、働けるようになるのではないかと考えていました。

■連絡を突然絶った

そんなある日、Hさんとの連絡が突然途絶えたのです。丸3日間も、私からの電話連絡に応えず、メールへの返信も全くない状態。私は、いてもたってもいられなくなり、彼の住んでいるアパートへ行き、何度もチャイムを鳴らし、ドアをノックしましたが全く反応ありません。反応がないということは、外出しているのか？外出していて連絡が取れないということは、何らかの事故に遭ったのかもしれない・・・。しかし、彼の車が駐車場にあり、エアコンの室外機も動いている。だとすれば、部屋にいないのかもしれない・・・。しかし、部屋にいても出てこないということは、もしかしたら意識を失っているのかもしれない。つまり、最悪、『自殺』しているのかもしれない・・・。数年前、同様のケースで最悪の状況を経験している私は、気が気ではありません。そこで、彼のアパ

ートを管理している不動産屋に電話を掛け、スペアキーで鍵を開けてもらいました。「どうか部屋にいませんように」祈るような気持ちでした。ドアが開きました。何と、ドアにチェーンが掛かっているではありませんか！チェーンが掛かっているということは、確実に家にいるということです。ということは・・・。私は、『最悪』を覚悟しておそろそろ部屋の中へ入りました。彼は・・・うつ伏せの状態であぐさくまのように横になっていました。生きていました。「良かったあ・・・」でも、私の顔を見るなり、「ひとりにしてください後藤さん！誰だってひとりになりたい時があるんです！」「もう早く帰ってください！」と、普段の彼からは想像もつかぬ言葉が。私は狼狽しやむなく彼の部屋を出ました。

■「ひとりにしてほしい」にどう対応するか？

正直、私はHさんに対して「連絡くらいしてくれよ！」「メールの一本でも返してよ！」「どれだけ心配したと思っているんだ！」そう叫びたい気持ちでした。だってそうでしょう。たとえ何かがあったとしても、どんな心の状態だったとしても、「連絡くらいできるだろう！」と思いますよね。でも、頭をかきむしりながら呻くように「ひとりにして下さい！ひとりにして下さい！」そうつぶやく彼を見て私は、「ごめん。勝手に部屋に入ってごめんよHさん。とにかく心配だったんだ。」そう言うのが精一杯でした。現時点では、彼に何が起きたのかは分かりません。もしかすると親しい誰かの訃報かも知れませんが、ほかにショッキングな出来事があったのかも知れません。どちらにせよ彼は深い心の傷を負い、誰とも話したくないほどの心の状態で苦しんでいるのです。こんなときは、やさしく『見守ってあげる』ことが必要なのかもしれない・・・。そう考えた私は、電話は避け、「困ったらいっつも声を掛けて。待ってるよ」という内容のメールをときどき送って、彼からの連絡を待っているところです。この号が皆さんのお手元に届けられるころには彼の状態も少しは良くなってきていると思いますが・・・また、機会がありましたら、話しの続きをさせていただければと思います。

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。家族は妻・子2人。日進市在住。44歳。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)

RAYMAC PRESS