

RAYMAC PRESS



レイマックプレス 2011年2月号 Vol.30

インタビュー **遠藤基平** (株式会社イーヤス 代表取締役)

私たちは、顧客企業の「保健室の先生」のような存在です。

数千万円のホテル会員権販売でトップセールスとして活躍した後、整体師に転身。6年半の修行中に構想した「企業向け出張リラクゼーションサービス」で起業する。最初は苦戦したものの、会員権営業で培った営業力と「中小企業を元気にしたい」という思いを武器に顧客を拡大、成長の足がかりをつかんだ。誠実さがにじみ出る語り口で、時おり笑いを交えながらのインタビュー。その溢れんばかりの情熱をお伝えしたい――。(文＝豊田礼人)



株式会社イーヤス
代表取締役 遠藤基平 (えんどうもとひら)

1972年 福岡県生まれ

愛知教育大学卒業後、リゾートトラストで会員権の営業としてトップの成績をおさめる。その後、整体の専門学校に通い資格を取得。6年半の修行生活を経て株式会社イーヤスを設立。企業への出張リラクゼーションサービス『オフィスdeリラックス(通称オフィスデリ)』を開始し、注目される。

—**イーヤス**さんは、顧客企業の職場に定期訪問して、社員さんの肩こりや腰痛などを改善する「オフィスdeリラックス」というサービスを提供されています。中部圏はもちろん関東圏にも顧客を持つなど、社員の疲労回復を期待する企業などから人気を集めています。今日は、そのユニークなサービスを展開するイーヤスの遠藤社長にお話が聞けるということで楽しみにしています。よろしくお願いします。

こちらこそ、よろしくお願いします。

—さて、このインタビューでは経営者の幼少の頃のお話から聞かせて頂いています。遠藤社長は小さい頃はどんな子供だったんですか？

泣き虫で甘えん坊で人見知りする子供でしたね。人見知りは社会に出てからも治らなくて、営業マンのくせに人見知り(笑)。今でも初対面の人と会うのは緊張します(笑)。

—そんな風には見えませんがね(笑)。仲間の間ではどんなポジションだったんですか？

わりとみんなをまとめていました。人見知りのくせにね(笑)。基本は真面目なのですが、イタズラ好きな部分もあって。子供っぽいイタズラをちょこちょこしていました。座りかけている人の椅子を引いたりとか。でも根は真面目なので相手がころぶまではやらなくて、ちょっとビックリさせる程度におさめるのが得意と言うか(笑)。

—勉強は？

負けず嫌いだったので、やるときはやりました。秀才ではなかったですが、できないというわけでもなくて。成績は中の上くらい。スポーツでも負けず嫌い、やりだしたら一生懸命にやるタイプですね。

—高校進学についてはどう考えていたんですか？

私は負けず嫌いかつ天の邪鬼な性格なんですね。だからみんなが行く高校には行きたくなくて、当時住んでいた愛知県大府市から南へ下った半田高校というところへ進みました。名古屋や刈谷方面へ進学する生徒が多い中で異色でした。

—半田高校は優秀な学校ですね。

そうですね。でも高校ではほとんど勉強はせず、部活(テニス)ばかりしていました。あとは彼女とデート(笑)。田舎の学校で、自由な校風で、悪いことする生徒もいなくて、いい学校でした。地元では半田高校のブランド力は高く、社会に出

Index

● 起業家インタビュー	1-4
● メルマガバックナンバー	5
● 経営コラム1/ベストセラー解説	6-7
● 人事労務相談室	8

てからも営業面で役に立ちました。「おお！キミ、半田高校出身か！」と言われて、商談が上手くいったこともありました（笑）。

—大学は国立の愛知教育大学（愛教大）に進んだんですね。教員になろうと思ったのですか？

いえ、それが全く違いまして、ただ単に当時付き合っていた彼女がその大学に進むというので、私もそれに追随したというだけなのです。それなのに、私だけ受かって彼女は不合格。彼女との関係が微妙な感じになっちゃって（笑）。

—あらら（笑）。

受験時の状況を振り返ると、ちょっと劇的だったんです。滑り止めに受けていた私大は全部落ちました。滑り止めに受けた私大に落ちるヤツが、国立大学に受かるわけないだろう、と親とも話してしまっていて（笑）。完全にあきらめムードが漂っていましたね。

—（笑）。普通はそう思いますよね。

浪人するにもお金がかかるので、何かのスペシャリストになろうと思って、観光の専門学校の願書まで準備していたんです。そしたら、国立大学が2つ受かったんです。愛教大と静岡大学です。まさに大逆転勝利でした。周りもビックリです。親もお金がかからない国立に受かったので「孝行息子だ！」と喜んでくれました。

—静岡大学も受かっていたのに、なぜ愛教大を選んだのですか？

当時、静岡に東海大地震が数年以内に来ると言われていたんです。そんな所に行って、一人で死ぬのは嫌だ！と思ったんです（笑）。

—ハハハ（笑）。選択の仕方がいちいち面白いですね。彼女がらみだったり、地震がらみだったり（笑）。

そうですね。怒られますよね（笑）。で、愛教大に進むことにしたのですが、先生になる気は最初から無かったので、教員コースではなく民間企業志望コースに入りました。大学時代は、テニス部とひたすらアルバイトという生活です。アルバイトは中華料理店のコックの仕事で4年間やりました。小さなお店でしたが、私にどんどん任せてくれましたから、面白かったです。中華料理の腕前も相当上がりました。ホールでの接客も楽しくて、接客業とかサービス業って面白いよなと思ったのもこの頃ですね。

—遠藤さんのお話を聞いていると、とても前向きな人なんだなというのが伝わってきます。

超前向きなんです。もちろん失敗することや凹むことは多々ありますが、反省はするけど、絶対に後悔しないです。全てのことは必要があって起きているのだと思っています。その経験が将来何かの糧になる。だから、失敗させてくれてありがたうと思うようにしています。たぶんこれは、いつも明るく私を育ててくれた両親のアイデンティティを受け継いだのだと思います。

—卒業後の就職についてはどのように考えていたんですか？

父親が営業マンで、転勤族で、家族は大変な思いをしてきたので、営業だけはやりたくないと思っていましたが、文系で営業以外の職種の募集はほとんどなく、営業志望で就職活動をせざるを得ませんでした。どうせ営業やるのであれば、お客さんの人生を左右するような大きいものを売りたいと思い、住宅の会社を中心に活動しました。その活動中に、リゾートトラストというリゾートホテルの会員権を売る会社に出会ったんです。会員権は1000万から何千万円



もします。他からも何社か内定をもらう中で、リゾートトラストが最も高く私を評価してくれたので、そこに決めました。親は反対しましたね（笑）。当時は会社の知名度も低かったし、ホテルの会員権を売る商売って、怪しく感じたんでしょうね（笑）。

—今でこそ東証一部の大企業ですけどね。会員権を売る営業をやってみて、いかがでしたか？

想像を絶するほど大変でした。ノルマは無いのですが、「強烈な目標」があるわけです。そこで目標達成の必要性を嫌というほど叩き込まれました。夜の11時前に家に帰れることはほぼ無くて、徹夜も当たりまえ。休日も月に2日か3日という感じです。その分、見返りは大きくて、20代半ばで年収が1000万円を超えていました。でも、友達との付き合いはほとんど無くなり、寂しい思いもしました。お金も仕事も大事だけど、友達や家族も大事です。その葛藤をずっと引きずりながらやっていましたね。会社の同期はみんな外車に乗って、時計はロレックス、スーツはアルマーニ、という感じでしたが、私はあまりそういうものには興味がなく、ホンダのアコードワゴンを買ってウキウキしているタイプ。お金は大事だと思っていましたが、それが強烈なモチベーションになることは無かったんですね。

—なるほど、それで悩みましたんですか？

そうですね。悩みながらも、負けず嫌いだったので頑張って営業をして、常にトップで昇進していました。年収も高かったです。でも入社して5年経ったときに、自分の中で「5年で一区切り」という意識が芽生えて、「オレ、5年間よくがんばったな。実績も残せたし、この仕事はこれで終わりにしよう」と思ったんです。次にやることも決まっていなかったのに、会社を辞めました。辞めてから、さて何をしようかなと考えたのです。それで、「健康」に関わる仕事をしたいなという思いが湧き上がってきました。私は小学生の頃に大きな病気をして1学期間学校を休んだことがあるんです。学校は好きだったので、行けないことがとても残念でした。その頃から「健康が一番大事なんだ」と思うようになり、その思いはずっと持ち続けていました。それで健康に関わる仕事をあれこれ調べました。薬局とか、健康機器の販売とか。その頃、私のまわりに肩こりとか腰痛で困っている人がたくさんいて、「手に職をつけて、そういう人たちの役に立とう」と思い立ち、整体の専門学校に通うことにしました。

—急転しましたね。

そうですね。数千万円の会員権を扱うビジネスから数千円のビジネスへ挑むことにしたんです。前の会社の同僚からは相当驚かれましたね。「お前、何やってんだ？」と（笑）。

でも、私はやりたかったし、健康産業の将来性は明るいと思っていました。専門学校に通って資格を取って、それから6年半の間、いくつかのお店で修行させてもらいました。入ってみて分かったのが、給与水準が低い業界だということ。先輩達は独立して開業するのですが、結局、ビジネスとして成り立たなくて困っているという事実も見えてきました。すごく不安になりましたね。「オレ、この業界にいて大丈夫かな?」と。不安を抱えながらも、この技術を使った別の形のビジネスはないのかと、ずっと考えていました。6年半の修行期間中、4年間は考えていました(笑)。

—(笑)。それで、企業に入り込んでボディケアなどのリラクゼーション施術をする今の形にたどり着いたんですね。

そうです。欧米で企業内で施術するビジネスがあることを知り、それをヒントにしました。企業向けの営業なら、会員権営業の経験も活かせると思いました。それから2年くらい業態や仕組みを色々検討しました。考えれば考えるほど、この仕事は自分にしかできないと思えてきました(笑)。それで起業しました。

—株式会社イーヤスとしてスタートを切ったわけですね。

そうです。とはいっても、こういう、企業に出張して体のケアをするというサービスは全く認知されていません。大企業や外資系企業では社内にマッサージルームを作って社員の健康管理に力を入れる動きが見られましたが、中小企業では全く行われていませんでした。中小企業こそ社員一人ひとりにかかる仕事の負担は大きいはずなので、このサービスが必要なのはなんですけどね。でも中小企業に営業に行くと「え?なぜ会社でやるの?」という反応です。社員さんのために、会社で、会社が費用を負担して、健康管理するということの必要性を理解してもらうのがとても難しいのです。幸いにも、リゾートトラストで営業していたときに知り合った社長さんたちからお取引を始めてもらい、なんとかスタートしたと言う感じでしたね。でもそれだけでは食べていけないので、お店も作って、地域の個人のお客様にサービスを提供することも始めました。これは後付でしたね。

—4年間考えたけど、当初の構想どおりには進まなかったんですね。

そうですね(笑)。私の話を聞いた人は「面白いサービスだね」とか「いつか、大ブレイクするんじゃないの?」とか、いろいろと嬉しいことは言ってくれるのですが、いざ契約となると難しい。やはり世の中の的にまだ認知されていないことがネックになっているようです。それで、マスコミに働きかけて、テレビや新聞でサービスを紹介してもら



うようにしました。今までも何回か取り上げて頂いて、徐々に認知度は高まっていると思います。あと、私の会社だけではなく、同業者で興味のある人たちを巻き込んで、業界ごと持ち上げ、活性化させたいと思っています。私は、このサービスを導入した企業の社員さんが喜び、元気になってくれることを第一に考えています。同時に、この業界にいる技術者たちに新たな仕事や働き方を提供したい。それで業界全体が発展すれば、私もずっとこの仕事を続けられます。まさに三方良しの精神です。みんながこのサービスのことを知って、このサービスを利用したいと思ったり、このサービスを提供する側になりたいと思ってくれたら最高ですね。

—自分が構想したビジネスを、同業者にもオープンにして一緒に盛り上げようという姿勢が、遠藤社長の特徴的なところかなと思うのですが。

う〜ん。もっとこの業態が認知されて、同業者も増えたら、競争していくうえで排他的な行動もするかもしれませんが、現在は認知度が低すぎて、競争すら起きないのです。だから、まずは同業者と一いっしょになってこの業態を認知させたいと思います。それで、最近、この業態のサービスを「マッ社ージ」と名づけて活動しています。会社でマッサージするからマッ社ージです(笑)。これで流行語大賞狙っています(笑)。このネーミングは、同業者にも開放して、どんどん使ってもらって、サービスを認知させてもらいたいと思います。

—(笑)マッ社ージ!ハハハ!ダジャレですね〜。でも、誰かに言いたくなるネーミングですね。

そうなんです(笑)。このネーミングを考えている時、他にもっとおしゃれな感じのものや洗練されたイメージの候補があったのですが、この「マッ社ージ」がどうしても気になって(笑)、これに決めました。これを人に話すと、必ず「ぶつぶつ」と笑ってもらえるんです。この効果はすごいなと思っています(笑)。このネーミングがきっかけでテレビや新聞にも取り上げてもらいました。

—この出張リラクゼーションサービスを導入している企業は、このサービスのどこが気に入っているのですか?

社員さんの喜ぶ顔が目に見えることだと思います。施術をさせて頂いた後、社員さんは必ずニコニコした顔になってくれます。そして元気になって、仕事に前向きに取り組むようになってくれます。社長様は社員さんたちが喜んでい

アして差し上げることができます。体のことはもちろん、社員さんたちは仕事のことや家庭のことで悩みを持っていたり、不安を抱えながら仕事をしています。定期的に訪問する過程で社員さんと我々の間に信頼関係が生まれますので、そういう悩みや不安の相談相手になることもあります。ウチのスタッフは、顧客企業様の中の「保健室の先生」のような存在になっています。実はこういう部分に社長様たちはすごく喜んでくれています。契約して頂いた企業様のほとんどが、ずっと契約を継続してくれています。

—お客様のところへ出向いてサービスを提供するわけですから、スタッフさんの役割は重大だと思えますが、スタッフさんの教育はどのようにしているのですか？

まず、採用のハードルをかなり高く設定してあります。私の目の届かないところで、お客様にサービスを提供するわけですから、技術力はもちろん人間力の部分も非常に重要になります。ですから採用時には人間力を測る色々なテストをしています。やはりお客様から好かれる人でないと務まりませんので、ここには力を入れています。技術に関しても、現場経験5年以上を要求しています。採用した後も、5回〜7回の研修をしっかりとやります。経験を積んできて自信を持っている人は嫌がる場合もありますが、ウチのサービスを理解してもらうために、妥協せずやってもらっています。この過程を経ることで、安心してお客様のところに送り出せる技術者に育っていきます。あとは、ミーティングと称した飲み会を定期的に開いて、仕事上の悩みなどを聞いてあげるようにしています。

—スタッフさんは社員ではなく、契約スタッフのような関係なんですね。

そうです。みんな自分の仕事を持っている個人事業主などですね。自分たちの店でやる仕事はいわば「ホーム」の仕事です。ウチの仕事で企業様に入り込んでやる時は「アウェイ」ですね。企業様の会議室などをお借りしてやるわけですから、おおよそリラックスできない特殊な環境の中で、リラクゼーションサービスをするようになります。そしてたくさんの社員さんを次から次へと施術しなければなりません。この経験が、自分のホームに帰ったときにも非常に役立って喜んでくれています。

—アウェイで戦うと、強くなる、ということなのですね。遠藤社長は仕事を取ってくる役割も担っているわけですが、会員権販売でトップセールスだった時も含めて、営業のコツって何だと考えていますか？

「売り込まない」ことですね。前職の会社の上司は「売りつけろ！」と言うんですけどね（笑）。だからクーリングオフも多い会社でしたが、「その時はその時で対処すれば良い」という感じでした。とにかく「初回訪問で決めて来い」が会社の方針でしたから。私はそんな売り方は出来ないししたくなかったので、説明し尽くして、納得して頂いてから買ってもらるようにしていました。そういうスタンスだと時間がかかるので、成績を残すために細かいことをやって、人一倍時間を使って努力していましたね。

—具体的に、どんなことをやっていたのですか？

手紙を書いたり。あとは御用聞き営業ではないですが、とにかく通って、「何かお役に立てることはないですか？」というスタンスでいましたね。特別なことをやっていたわけではないですが、押しの弱い営業マンが結果を出すためには、お客様に寄り添って、信頼関係を作ってから売る、ということをお事にしていました。それは今の仕事でも全く同じですね。私と、ウチのスタッフと、ウチのサービスを全てわかってもらって、好きになってもらってから契約して欲しいと思っています。

—最後に、これから起業したいと思っている人にメッセージを頂けますか？

自分が選んだ仕事に最大級の思いと志を持ってやって欲しいなと思います。やっぱり起業すると大変なことが多いし、特にお金のことには大変です。私はこの事業を全国に広げたいと思って、夢を持って取り組んでいます。広げるためにはやっぱりお金が必要で、その面で悩むこともありますね。

でもそういう時に、情熱と言うか、「これがやりたいんだ」という気持ちが無いと、折れてしまいます。「思い」ってなかなか見つからないかもしれませんが、見つけたときが、起業のタイミングだと思います。心配事も多いけど、毎日楽しんでやっています。

—本日はありがとうございました。



インタビューを終えて

新しい業態を普及させようと頑張る遠藤社長は常に前向きで、お会いするいつも元気を頂きます。高収入の大企業勤務を捨てて起業の道でチャレンジし続ける遠藤社長のお話は、共感する部分も多く、私自身にとっても大きな学びの機会となりました。

さて、最後に、遠藤社長の軌跡を振り返ってみましょう。

- * 負けず嫌いの少年時代。
- * 大学受験でまさかの大逆転。
- * 中華料理屋のアルバイトで客商売の面白さに気づく。
- * リゾートホテル会員権の営業職で、トップの成績を修める。
- * お金以上のやりがい求め、健康産業へ転身。
- * 6年間の修行後、出張リラクゼーションサービスを提供する株式会社イーヤスを立ち上げる。
- * 新業態の先駆者として、走り続ける。

とても楽しいインタビューでした。ありがとうございました！
今後の更なるご活躍を期待しています。（豊田）

【会社プロフィール】

会社名：株式会社イーヤス

所在地：愛知県名古屋市中区川名本町1-58-2

電話：052-759-5455

URL：<http://www.e-yasu.jp>



メルマガ
バックナンバー

連続300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。

家計簿とスケジュール帳。(2009年7月17日発行第222号)

■価値感が同じ人は楽しい

「**あの人**とは価値感が合うから、話していて楽しい」とか「価値感の合う人と結婚したい」という話を良く聞きます。

価値感とは、人それぞれの心の底に植え付けられた物の見方というものです。この感情的な習性が僕たちの振る舞いや態度、考え方を支配しているのです。

物の見方が同じ人と一緒にいれば自分に無理をせず、精神的にリラックスできるので、上記のような意見を多くの人が持ちます。

価値感が同じということは、自分の考え方や存在が認められたのと同じことを意味するので、そういう相手に出会えたときは本当に嬉しく思うのです。

■二つの証拠から価値感が分かる

あなたの価値感を知ろうと思ったら、まず二つのものを見せてもらえば分かると思います。家計簿とスケジュール帳です。

すなわち、お金と時間の使い方を見れば、あなたが何を大切にしているかが良く分かると思います。

趣味にお金と時間を使っているのか、家族との旅行に使っているのか、友達との飲み会に使っているのか、それとも自分の勉強のために使っているのか。そこにあなたの価値感がくっきりと浮かび上がると思います。(参考:『破天荒!』K・フライバーグ他著)

■会社の価値感と矛盾

会社でも同じです。経営者がどのように会社の時間とお金を使うのかを見て、社員達は会社の価値感を知ることができます。

会社の価値感とは、理念です。どんな理念のもとに行動していくのかは、お金と時間の使い方をみれば分かります。

いくら立派な理念を掲げていたとしても、その理念と反するようなお金と時間の使い方をしていたら、社員さんたちはすぐにその矛盾を感じ取ります。お客さんにも伝わりません。

例えば、「社員の成長を願う」という理念を掲げているとしたら、その会社は「人こそが最も大事な資源」という価値感を持っていることになります。にもかかわらず、社員の教育にほとんど投資していなかったり、社員の挑戦の結果やむを得ず発生した失敗を頭ごなしに叱責しているような会社があります。

こういうことが起きている会社では、社員がその矛盾に気づき、シラケた雰囲気の会社になってしまう恐れがあります。多くの会社を見てきて思うのですが、会社の中に矛盾がある会社は、やはり上手くいっていません。

ですから経営者は自社の理念や価値感と、会社のお金や時間の使い方のバランスがしっかりと取れているかを絶えずチェックしていかなければなりません。

■自分レベルの視点で

あなたはどんな価値感をもっているのでしょうか？生きるためには仕事が最も大事で、そのためには家族と過ごす時間がある程度犠牲にしなければならない、と考えているのか？

それとも、最近流行の「ワークライフバランス」を実践して、仕事とプライベートの時間をきっちりと分けて、どちらもほどほどに時間を配分するべきだ、と考えるのか？

またお金の使い方と言えば、将来が不安なので、しっかりと貯蓄をしたり、株式などに投資してお金を増やさなければいけない、と考えるのか？それとも、自分や家族の「教育」に投資して、能力をアップさせることで将来の収入を増やそうと考えるのか？

これらは全て、僕たちそれぞれの価値感で決まります。絶対的な正解はありません。

価値感をどう持つか。その実践のためにどのようにお金と時間を使うのか。

全ては、あなたの家計簿とスケジュール表に現われてきます。



なぜ弁護士ドットコムは成功しているのか？



豊田礼人(とよたあやと)
コンサルティング事務所レイマック代表
「クライアントの成功が私の成功である」
がモットー。

■敷居が高い弁護士への相談

「売掛金

を回収できずに相手が音信不通になった」とか、「取引先との契約で関係がこじれた」、などの理由から「弁護士に相談したい!」と感じたことはないでしょうか。私生活においても離婚や相続などで、法的な知識が必要となるケースは我々の周りにたくさんあります。

しかし、弁護士に相談するとなると、少しばかり勇気が必要です。弁護士報酬は高額(大体、30分あたり5000円という相談料金が多い。)とのイメージがあり、資金面での不安から依頼を躊躇する人も多いのが現状です。また日本司法支援センター(法テラス)などの公的機関で費用的な援助をしてもらえる制度もあるようですが、“気軽に”利用するには、まだまだ敷居が高いように感じます。

■「気軽に相談したい」ニーズを汲み取ったビジネス

我々が

持つ「もっと気軽に、弁護士に相談したい。」というニーズを汲み取って成功しているのが、『弁護士ドットコム』というサイトです。

このサイトには2500人以上の弁護士が登録しており、相談案件数は月間6500件を越え、日本最大級の法律相談ポータルサイトとなっています。相談者は無料登録するだけで、Q&A型の法律相談(サービス名『みんなの法律相談』)に参加できます。解答する側の弁護士も登録する必要がありますが、こちらも無料です。この『みんなの法律相談』は身近な法律問題に触れることができ、読んでいてとても勉強になります。他人の悩みを面白がって読むというのはいささか悪趣味ですが、多くの人を引き寄せるコンテンツとなっていることは間違いありません。

Q&A型の法律相談では解決できないやや複雑な問題は、個別の弁護士を指定して相談できる『インターネット法律相談』というサービスもあります。これは、気に入った弁護士を指名してメールで相談できるサービスです。メール2往復までで、3150円で相談できるそうです。サイト側は仲介料などは一切取らず、3150円は全額弁護士に支払われます。

また、もう少し複雑な問題を解決して欲しい場合は、サイトを使って登録弁護士に見積もり依頼をする「弁護士一括見積もり」というサービスもあります。これもサイト側は仲介料は一切取らず、相談者と弁護士が金額・弁護方針で合意した後は、本人達が直接やりとりし契約を交わします。

この弁護士ドットコムは登録料も仲介料も徴収せず、サイ



トに貼られる広告掲載料で稼ぐビジネスモデルになっているようです。(モバイル用のサービスで一部有料会員制度があるようですが、これはサイトのコンテンツを並べ替えたり検索できる機能が使えるようになるサービスです。)

相談者がサイトにアップした相談に対して99%は弁護士によって何らかの回答がなされています。弁護士は良い回答をするとサイト上で評価が上がり、有料の相談や指名での契約に持ち込める可能性が高まりますので、良い回答することにインセンティブが働きます。相談者側は、みんなの評価を見ることができるので、それをもとに実力がありそうな弁護士を見極めることができます。

■経営者自身の体験が事業のヒントに

このサイト

を運営しているのは、弁護士でもある元榮太郎氏が率いるオーセンスグループ株式会社という会社です。

同社のホームページによると、創業の原点は、社長の元榮氏が学生時代に交通事故を起こした時に「弁護士に相談したいけど、どうやって弁護士を探せばいいのかわからない」という経験をしたことに遡るそうです。その後自ら弁護士になった元榮氏は、インターネットで引越会社の比較見積サイトに出会い、「弁護士にもこのようなサイトがあれば、一般市民の方々にとってより身近に相談しやすい存在になるのでは」と考え、弁護士ドットコムを立ち上げたそうです。同サイトは前述したとおり、かなりの成功を収めているようです(経営コンサルティングの大御所、大前研一氏も誉めています)。同社は次いで税理士ドットコム、社労士ドットコム、司法書士ドットコムという姉妹サイトも運営し始めているようです。

■マッチングビジネスの成功のポイント

解決して欲しい悩みを持った人とその悩みを解決できる人

が引き合わせるビジネスをマッチングビジネスと言いますが、その走りはリクルートです。リクルートは求人企業と求職者をマッチングさせるビジネスで大成功を収め、その分野を住宅、中古車、ウェディングプラン、旅行などに拡大してきました。リクルートは主に紙の情報誌でマッチングビジネスを展開してきましたが、インターネットが登場してからは、紙よりも割安でマッチングビジネスができるようになったため、リクルート以外の企業も多数参入しあらゆる業種でマッチングサイトが生まれています。弁護士ドットコムは2005年に誕生し、6年余りで累計80,000件の相談が寄せられるサイトになりました。

この弁護士ドットコムの成功のポイントは、経営者自身が弁護士であり、サービスの細かい部分まで専門家としての知見を組み込むことに成功していることだと思います。ただ単にビジネスとしてこれを思いついただけの人では、相談者と弁護士双方が持つ繊細な気持ちを汲み取ったコンテンツや仕組み作りはできないはずです。これは、「得意分野で勝負せよ」という教訓を我々に示唆してくれます。

さらに、登録料や仲介料を徴収せず、あくまで良質な情報と人がたくさん集まるサイトに育てることを優先しているスタンスが、多くの人の支持を得たのだと思います。マッチングサイトの成功の鍵は、どれだけ多くの案件依頼が集るにかかっています。案件さえ集れば、仕事が欲しい人（この場合、弁護士）はいくらでも集ります。多くの案件

を集めるために、登録の無料化、Q&A型相談（みんなの法律相談）の無料化、有料相談の低額化と明朗化、クチコミ評価の充実化にこだわり、力をいれたのだと思います。

逆に言うと、マッチングビジネスで上手くいっていないところは、登録料を徴収したりして拙速にキャッシュ化に走ったり、評価機能などネットの特性である双方向性が考慮されていない場合が多いです。

まずは入り口の敷居はなるべく低くして入りやすくし、多くの人を集める。集った人たちでコミュニティを形成して意見を出し合ったり交流してもらったりすることによって、商品やサービスのブラッシュアップにつなげる。コミュニティの拡大とともにコンテンツを充実させ、ファン化を促進する。この流れが重要なのだと思います。

是非一度このサイトを見て頂き、人が集る仕組みについて考えるきっかけにしてもらえればと思います。🙏



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、その要約をズバツとお伝えします

『ストーリーとしての競争戦略』

楠木 建（一橋大学院教授）

オススメ度★★★★★ 読むべき人 戦略を考える立場の人

ポイント1

持続的な競争優位のために戦略ストーリーが必要

今日の企業を取り巻く環境を考えると、ポジショニングや組織能力の向上だけでは限界がある。優れたコンセプトのもとに、一貫性があり、強く・太く・長いストーリーを描くことが、これからの企業の利益の源泉となる。

ポイント2

誰をどのように喜ばせるか？なぜそうなるのか？

良いストーリーの核はコンセプトの秀逸さである。コンセプトを構想するためには、誰をどのように喜ばせるのかをはっきりさせる必要がある。八方美人ではいけない。そのために、誰に嫌われるかを決めることも大切である。

ポイント3

一見して非合理的な要素をストーリーに組み込む。

競合他社から見て非合理だと思える要素を組み込んでおくと、模倣されることを防げるので、競争優位が持続できる。例えば、スタバはFC方式ではなく直営店方式で運営するという「非合理性」を採用している。これは、リラックスした「第3の場所」というコンセプトを演出するための重要な要素となっている。

この種のテーマとしては、今、異常に売れている本。アマゾン、スタバ、デルなどの有名企業の成功要因を「ストーリー」という視点で切り込んで解説している。大学教授らしく、詳細な調査と分析から書かれているため、分かりやすく読みやすい。また、語り口も非常に丁寧なので好感が持てる。売れる本に対してはヤッカミから批判めいた意見もあるが、競争戦略についてここまで分かりやすく噛み砕いて書いたところは賞賛に値すると思う。ただ、500ページというボリュームは、読みきるのにかなりエネルギーを要する点は注意。

結 論

- ★★★★★読まないと損をする
- ★★★★ 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

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。



名ばかり事業主問題を考える

【名ばかり事業主問題】

労働者を個人事業主として扱い、賃金の支払いや雇用・労災・社会保険等の加入を免れようとする、いわゆる「名ばかり事業主」の問題が今後大きくクローズアップされるかもしれません。今回はその話題を取り上げます。

■「労働契約」と「業務委託契約」

『家庭用』ミシン大手の「蛇の目ミシン工業」

（東京都八王子市）が委任販売員に労働基準法に基づく賃金を支給していないとして、八王子労働基準監督署は31日、申告者3人の未払い賃金を払うよう是正勧告を出した。同社は「委任販売員は個人事業主で労働者ではなく、雇用関係もない」と主張していたが、労基署は労働者と認め、同社に全社的な調査を促した。同様の販売手法が広がる中、他の業界にも影響しそうだ。（平成23年2月1日毎日新聞）

「業務委託契約」と称して労働者を「個人事業主」として扱い、残業代の支払いや雇用・労災・社会保険等の加入を免れようとしている会社も多いかと思えます。

労働者として雇用する場合、民法上の「雇用契約」（労働法上の労働契約）に該当し、使用者には労働基準法等の各労働法を遵守する義務があり、労働者側は各労働法により保護されることになります。

一方、「業務委託契約」の場合は、民法上の請負契約もしくは委任契約（正確には準委任契約）に位置づけられることになります。つまり、会社はあくまで「発注者」であり、労働法という「使用者」にはあらず、また働く側はあくまで「受注者＝個人事業主」にあたるため、労働法上の「労働者」には該当しません。

「労働者」に該当しないため、雇用保険や社会保険の加入が必要なく、残業や有給休暇という概念すら存在しません、つまり、労働基準法をはじめとする労働各法は、労働者保護のためさまざまな義務を使用者側に課していますが、それらのほぼ全てを逃れることができることになります。これは、会社側にとっては非常に大きなメリットです。

しかし、（当然ですが）「労働者」に該当しない（「個人事業主」にあたる）と認められるためには、かなり高いハードルが存在します。

■あくまでも、「実態」により判断されます！

ここで問題

となるのは「実態がどうか？」です。契約書の形式等は関係ありません。

つまり、仮に形式的には「業務委託契約」や「請負契約」を交わしていたとしても、「実態として」会社が仕事の内容や方法の具体的指示を与え、業務報告を本人から受けている場合や、勤務時間が定められており会社がそれを管理している場合などは、「労働者」とされる可能性が高い、ということです。そうすると当然、各労働法が適用されることになります。

前述の「蛇の目ミシン工業」の記事は正にこのケースですが、今回の報道をきっかけとして、全国的にこの問題が表面化する可能性が高いと考えますので、「名ばかり業務委託」に該当する可能性のある会社は、早急に契約の見直しを行うべきでしょう。

★後藤剛（株）アクア・ブレイン シニアコンサルタント。その豊かな経験と視野で、多くの顧問先にて会社と従業員との労使関係の向上を果たしている。正月早々、妻が我が愛車をガードレールに擦り、ドアと後フェンダーが少し凹んだのだが、その修理代がなんと70万円！車両保険に加入していたから事なきを得たが、もし入っていなかったら…。家族は妻・子2人。日進市在住。43歳。血液型O型。

【愛される会社プロジェクト 勉強会のお知らせ】

12回目となる勉強会のテーマは、「“物語”でライバルと差別化する！」です。他社との差別化が困難な時代、自分が持っている物語を武器にしてマーケティングしよう！という内容です。特別企画として全国的に著名なコンサルタントである早川周作さんをお招きし、コラボセミナーという形でを行います。是非、ご参加ください。申込みはHP、FAX、メールでどうぞ。早川さんの話は超必聴です！

第76回ベンチャーマッチング交流会in名古屋×愛される会社プロジェクト 合同セミナー

～“物語”でライバルと差別化&夢実現～

日時：2011年2月23日（水） 18:30～20:30 場所：ウインクあいち903会議室 定員：80名
料金：4000円 愛P会員は一律2000円 講師：早川周作、豊田礼人



早川さんの、熱く、面白く、学び満載のお話が聞けると思います。

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