

RAYMAC PRESS



レイマックプレス 2012年2月号 Vol.42

インタビュー 田中慎也 (MYCAFE 代表)

周りの人に宣言すれば、いつか目標に辿りつける

お店をやりたいと友人に宣言したものの、なかなか計画が進まない。計画が進まないで恥ずかしくて友人に会えなくなる。そんな自分が嫌だから少しずつ行動し、情報を集め、ついに会員制の電源カフェ「MYCAFE」を名古屋の伏見にオープンした。コワーキングスペースという言葉が認知される何ヶ月も前の話である。事業は順調に推移し、2店舗、3店舗目の出店も具体化するほどに。そんなMYCAFEを率いる田中慎也氏にレイマックの豊田が起業までの経緯について直撃インタビューした。



田中慎也 (たなかしんや)
MYCAFE 代表
1984年 愛知県生まれ

ホテル、居酒屋、不動産会社、霊柩車会社勤務などを経て、2011年に会員制電源カフェ『MYCAFE』を名古屋の伏見にオープン。会員は順調に増え、2012年2月に栄店をオープンする予定。

—小さいころはどんな子供だったんですか？

勉強が嫌いで、飽きっぽい子供ですね。でも一旦何かに興味を持つとそれをとことん突き詰めるところもありました。例えば、釣りに興味を持ったときは毎日釣りに行き、道具にもとことんこだわりました。周りの仲間が釣りをやり始めたとき、彼らよりも多くの釣り情報を持ち、多くの武器を持っていないと気がすまないタイプ(笑)。ただその期間が短くて、短期間でガツと掘り下げて、仲間がやり始めたときには既に少し冷めているという。スノーボードなんかもそんな感じでした。

—好奇心が旺盛な子供？

そうですね。とりあえず何かを突っきたいというのはありますね。全然興味ないことでも、深く掘り下げたら面白いんじゃないかな、っていつも考えています。

—家庭環境はどんな感じだったんですか？

父親は銀行員で母親は看護師。経済的には普通だったと思います。父は硬い人で、趣味が貯金みたいな人(笑)。私が釣りをやるにしても、やりたければ自分でお金をためて、自分で道具を買って、自分で行って来いという感じでした。

—それはお父様の教育方針で？

教育方針だと思いたいんですけど、単なる出不精。私に釣り道具を買うよりも、貯金したかったんじゃないでしょうか(笑)。私は3人きょうだいの末っ子で、一番上の兄はそんな硬い家庭に育った反動でちょっとグレて、それを見た姉は一転、真面目に勉強して母と同じく看護師になりました。そして末っ子の私は自由奔放で気ままに生きていたという感じです(笑)

—(笑)。中学校時代はどうだったんですか？

女の子を追いかけてばかりいるマセガキ(笑)。部活は剣道部。みんなが野球部かサッカー部かに入中、そういう主流派には全然興味がなくて、誰もやらない剣道がいいんじゃないか、と思って。とにかくまわりが目をにつけないところに目をつけて、それにのめり込んで、熱く語ってみんなを巻き込んでいく。そういう子供でした。一方で自分はさっと冷めちゃって、次の面

Index

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

白いことを探しているみたい。剣道部では部長になって、部を完全掌握した後、サボりまくって、遊びまくっていました（笑）。

—そんな感じで高校へと進むわけですね。

そうですね。高校ではさらに遊びまくりました。私の場合、高校デビューですね。中学の頃、みんなが音楽に興味を持ち始めて、ギターとかをやり始めました。でも私はみんながやりたがらないドラムをやり始めました。高校にはバンド部みたいなのがあって、そこに入ってバンドをやっていましたね。ヤンキーの掃きだめみたいな部でしたけど（笑）。基本的には帰宅部で、まあバンドをやるときはやる、みたいな感じでしたね。勉強はほぼやっていないです。もう楽しいことしかやらないという生活でした。

—高校3年になって、進学についてはどう考えていたんですか？

勉強はまったくやっていなかったから、大学に行くのは無理です。行けたとしても、頭の悪い大学にしか行けないので、そういうところに行っても将来はたかがしれている。周りの仲間はバイクとか乗り回していて、車の整備士になるとか言っていました。私はみんなと同じことをやるのが嫌なので、「オレは趣味を仕事にはしない」とか言って（笑）、別の道を考えていました。ちょっと遡りますけど、中学の3年間ですごく短く感じたので、高校の3年間で早めに将来の仕事のことを考えようと思いました。そのころ、自分がどんな仕事をしたいのか分からなくて、本屋で職業に関する本をパラパラと読んだのですが、何が書いてあるのかよく分からない。そもそも漢字が読めない（笑）。じゃあ本を読むよりも、実際にアルバイトでいろんな仕事を経験して、自分に合う仕事は何かを探そうと思ったんです。本で読むよりも実際にやってみた方が早いだろうと思って。それで次から次へとアルバイトをやっては辞め、やっては辞め、ということを繰り返しました。アルバイトだからこそ許される無責任さをフル活用して（笑）、社会を垣間見ながら、小遣いを稼ぎながら、自分に合った仕事って何だろうと考えていましたね。

—何だったんですか？

サービス業ですね。色んなバイトをやって、行くのが嫌じゃなかった業種は、すべてサービス業だったんです。居酒屋、カフェ、バーなどですね。たぶん自分に合っているのは接客業、サービス業だろうと思いました。サービス業が一番きついところはどこ？ ホテルだ。じゃあ、ホテルに就職しようと思いました。でもホテルは高卒だと入れないので、観光系の専門学校に行くことにしました。専門学校に入ると、自分が就職したいホテルにバイトに行かされます。平日の昼間は授業などやらずにホテルにバイトしに行くんです。それで人間関係と実績を作っておいて、卒業と同時にそのホテルに就職するという流れができていますですね。だから内定率が高いんですよ。バイトに行かず



にフラフラしている学生は学校側から圧力をかけられて辞めさせられるんです。それで内定率を高めるんですよ。

—はははは（笑）。すごいシステムですね。

そうなんです。それで私はTホテルでバイトをして、卒業と同時にTホテルに就職しました。でも半年くらいで辞めました。専門学生時代、ホテルでバイトしているうちに社員さんとも仲良くなって待遇のことなど色々聞いていました。始発で出勤して終電で帰る毎日、休みは週1日、それで給料が十数万円。バイトよりも悪い。サービス業は好きだったけど、ホテルに行くのはつまらないなと思いました。仕事もむちゃくちゃきつい。でもきついことを理由に辞めたくなかったので、我慢してバイトは続け、学校も出ました。でも、この世界でやり続ける気持ちは無くなってしまったので、父親に頭を下げて、専門学校に行ったけど、ホテルの道からは降りることにしました。就職しないと卒業させてもらえない学校だったので、一応就職はしましたが、半年で辞めました。

—なるほど。専門学校にいる間に、軌道修正を決めていたんですね。ホテルじゃなくて、何をやりようと思っていたんですか？

居酒屋をやりたいと思っていました。専門学校の卒業論文もお店の開業計画について書いたぐらい、居酒屋で独立開業しようという思いを強くしていました。ホテルを辞めるぐらいの時期に、郊外の更地に居酒屋を立ててオープンさせるという話があって、そのスタッフとして関われるというチャンスが来ました。私は学生時代から居酒屋やりたいとか店やりたいとか周りにワーワー言っていたので、声がかかったんですね。更地に建物を建てて、どんな風にオープンさせるのかというプロセスにすごく興味があったので、すぐに飛びつきました。バイトという立場だったのですが、私を引っ張ってくれた人が力を持っている人だったので、社員と変わらない立ち位置で仕事することができました。オープン準備から、オープン直後の運営まで貴重な体験をすることができました。

—やりたいて公言していたらチャンスが来たんですね。

そうですね。でも体験して気が付いたんです。更地に建物

立てて居酒屋をオープンさせるなんて、個人の資金力じゃ絶対に無理だって。それをやるためにお金を貯めていたらおじいちゃんになっちゃうぞ、と。だからビルのテナントに入る方が現実的だろう、しかも郊外ではなく都心でやりたいと思っていたので、それなりの不動産知識が必要だろうなと思っていました。それで本屋さんに行って不動産に関する本を読むと、漢字ばかりでサッパリ意味がわからない。だから、不動産屋で働けば自然に身につくだろうと思い、不動産会社の営業マンとして働き始めました。

—一本で勉強するよりも、実際にやった方が早いだろうと。

そうです、そうです。いつもこのパターンなんですね、私は。不動産屋で働けば、テナントのオーナーさんとのつながりも出来るし、自分の店舗物件も探せるよな、と。難しい漢字が読めなくても、現場でやっていれば読めるようになるだろうと思いました。甲乙丙とか。実際に理解できるようになりましたね。その会社でガンガンにしごかれまして。

—不動産の知識が必要だと感じて、すぐに転職してしまうところがすごい(笑)。

私、高校の頃から面接で落ちたことが1回も無いんですよ。面接慣れしていたし、専門学校の時、授業で面接のやり方だけは徹底的に訓練させられるんですよ。面接官をだませちゃうくらいの演技力を身に着けました(笑)。「落ちるかも」なんてこれっぽっちも考えていないですよ。受からないわけがないと思っていましたね。

—営業成績はどうだったんですか？

基本は店舗で待っている営業形態だったんですが、できる営業マンがどうやって成績を上げているかを調べたら、ガンガンに外回りをやっているんですよ。それで、私もどんどん外に出ていきましたね。土地のオーナーさんにマンション立ててもらって、そのマンションに法人の社宅として全部借り上げてもらったりとか。そうするとマンション建築の手数料と賃貸契約の手数料が双方から入ってくるので、ドンと成績が上がります。そういう営業をどんどん仕掛けて、トップセールスマンになりましたね。でも動けが動くほど仕事が膨らんで、土日祝日関係なく出勤しなくちゃいけません。休むと先輩や同僚に自分のお客さんをとられてしまいますから。休んだお前が悪いと言われて(笑)。それに夜も夜中も関係なく電話かかってきます。不動産の知識はしっかりついたんですが、肝心の自分の店舗の事業計画を練る時間が全くない。それで、3年くらい経った時、「オレ何やってんだ？」とハタと思ったんです。

—(笑)。別に不動産屋をやりたいわけじゃないんだぞ、と。

そうです。自分の店を持つために、不動産知識を得るために不動産会社に入りました。知識は得たのですが、忙しすぎて事業計画を立てる時間が全く無い。しかも給料もそれ

ほど良くて、お金も貯まらない。どうしようかなと思ってた時、霊柩車会社の就職口があると友人が教えてくれたのです。聞くと、仕事は夕方の4時に終わるし、給料も倍以上もらえる。時間も作れるしお金も貯まる。これはやるしかない。仏様を扱うこの仕事は精神的にも肉体的にもきつくて、20人採用して1人残るかどうかなという世界ですが、私は店が持ちたいがためにこの仕事をするわけで、全然関係ないですよ。店をやりたい願望満載でしたからね。

—結婚はしていたんですか？

不動産会社にいるときに結婚しました。妻は私に霊柩車会社でずっと勤めて欲しいと思っていたんです。給料はいいし、早く帰ってくるし。だから起業することについては反対していたんです。でも起業しなかったら、今まで自分がやってきたことは何だったんだ？ということになります。コンコンと説得しました。その一方で、お店を開業するための事業計画を、喫茶店、カフェ、漫画喫茶なんかでやっていたんです。職場ではできないし、家にいると家事を手伝わされますからね(笑)。でも喫茶店には電源ないし、漫画喫茶に行けば漫画を読んじゃう(笑)。計画の内容についても店舗デザインや厨房機器関係については素人だから全く分からない。誰かに聞きたくても、知り合いがいない。全然前に進まなくて、悶々としていましたね。

—時間はあるにもかかわらず、計画立案が進まない。

そうですね。あと、居酒屋での起業を考えていたんですが、自分は料理人ではないから、こだわりの料理を作ることはできない。予算も少ないから店舗づくりにお金もかけられない。しかも居酒屋の客単価がどんどん落ちている世の中。平凡な料理を平凡なお店で出す事業をやったら、速攻で失敗してしまうと気付いたんです。これは一か八かのギャンブルになってしまう。それでどうしようかと、その日も喫茶店で計画を練っていたんです。すると、隣の席でサラリーマン風の人がパソコンで作業をしているんです。電卓叩きながら頭をひねっているの、私と同じように事業計画を立てているんじゃないかな、と思いました。もしそうなら、色々分からないことを聞きたいし、逆に私の不動産知識を提供したいとも思うのですが、知り合いじゃない



から話しかけられない。そこでふと思ったんです。気軽に情報交換できるカフェみたいなのがあったらいいなと。それで調べてみたんですが、レンタルオフィスとか図書館とかインキュベーション施設とか、そういうものしかないんです。でもそういうものではなくて、カフェのようなリラックスした感じがあり、交流もできるようなスペース。微妙なニュアンスなのですが、私が調べた限りそういうものは無かったんです。

—そこにビジネスチャンスがあると思ったのですね？

というよりも、単純に私が欲しいと思ったのです。だから作ろうと。そのほうが早い（笑）。実際にお客さんが来るのかどうかは分かりません。同じ業態が無いわけだからデータも無いし、計算しようがない。でも自信はありました。これだけスタバなどのカフェでパソコンで仕事している人がいるわけですからね。妻を説得し、いよいよこの業態でやることに決めました。その時の妻が出した条件が「貯めたお金は使うな」でした。せっかく貯めたのに、でも仕方がない（笑）。それで金融機関から融資を受けてこの場所でスタートしたんです。

—お店のコンセプトはどんなものだったんですか？

接客業からは外れたくなかったんです。だからレンタルオフィスのような場所貸し業はやりたくなかった。収益性はそれほど高くなくても、人と話したり、人と人をつないだりできる場所がやりたかったんです。相談できる人が誰もいない会社員が事業計画を立てようと思ったとき、ここに来れば全部解決できて創業できる、という場所にしたいなと思って。過去の自分にこの店を使って欲しい、と思います。ターゲット層は誰かといえば、昔の自分です。創業したいという人がここに来れば、税理士も弁護士も店舗デザイナーも施工業者もweb制作会社も、全部無料で紹介できますよ。そういう場所です。

—コンセプトも決まり、いよいよ開業へと向かうわけですね。

そうですね。仕掛けてやるぞ、という気持ちでした。計画通りには進みませんでしたけど、売上も含めて総じて順調でした。

—フェイスブックを始め、ウェブをうまく使っているように見えます。

そうですね。SNSをそれほど重要視しているわけではありませんが、想定するお客様たちに近づけるし、広告宣伝費をそれほどかけずに集客できるひとつのツールとして活用しています。でも釣り道具に凝った話とリンクしますが、どうせ使うならとことんまで使い倒してやるという気持ちですね。フェイスブックもツイッターもブログもホームページも全部使っています。

—今後の展開はどんな予定なんですか？

来月（2月）中までに栄地区に1店舗出して、再来月に名駅に1店、さらに年内にもう1店舗出して、4店舗か5店舗

くらいにする予定です。あまり性急な拡大はしないつもりです。このお店の会員さんというのは、ここのコミュニティを買ってくれているんです。他の会員さんとここで会えるから来てくれるんですね。経営していく中では苦しいこともあります。私がこの事業をやめたらそのコミュニティをつぶしてしまうことになる。それはできないので、プレッシャーを感じながらも頑張っています（笑）。

—仕事を成功させるためのコツってありますか？

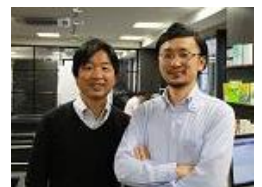
自分がやりたいことを周りの人に言うことです。人間の気分って浮き沈みがあります。成功した経営者の話などを聞けばモチベーションが高まりますが、普段の生活をしているときはモチベーションは下がっていく。家庭に入って子供が出来たりすると、やりたいことからどんどん離れていってしまいます。そういう浮き沈みを自分だけで解決しようとする、言い訳ばかりになってしまうんです。忙しいからとか、疲れているからとかね。だから周りに宣言することが大事だと思います。私は学生の時から「店をオープンする、店をオープンする」って仲間に言っていました。卒論でも書いたら、卒業アルバムにも書いてある。そうすると同窓会で友達に会ったとき「店はどうなったの？」って聞かれるんです。聞かれたときに計画が進んでいないと恥ずかしい。だから行動していないと同窓会に行けなくなってくるんです。気が付いたら誰にも会えなくなっていた（笑）。言うだけで何もやらない自分はオオカミ少年だな、って思って。忙しいとか言い訳して何もやっていないと、人に会えない。だけど少しでも進めれば、会える。「少し進めて会う、少し進めて会う」、を繰り返すわけです。結局自分で自分を追い込んで、行動させるということですね。私みたいな意思が弱くて計画性のない人は、周りの人に言いまくれば、こうやっていつかは目標にたどり着けると思います。フットワークを軽くして、分からないことは歩いて調べにいく。出来ない言い訳よりも、どうしたらできるのかを考えて行動に移していけばいいと思います。とにかく1日でも早くやることですね。成功すれば儲かる日が1日早く来るし、失敗してもどん底から抜け出す日が1日早くなる。何をやりたいのか分からない人は、いろんな仕事を経験してみることが大事だし、ここに来れば色々な職業の人がいるのでアドバイスも聞けると思います。最後に宣伝したいになってすみません（笑）。

—いえいえ（笑）。楽しいお話を聞かせて頂きました。本日はありがとうございました。🙏

【店プロフィール】

店名：MYCAFE（マイカフェ）
所在地：名古屋市中区錦2-17-28
CK15伏見ビル3階
TEL：052-229-0075

URL：<http://nagoya-mycafe.com/>



なぜリブセンスは急成長しているのか？



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。

求人情報サイト「ジョブセンス」を運営するリブセンスが昨年の12月に東証マザーズに上場しました。代表取締役の村上太一氏は25歳で、国内史上最年少社長の上場ということで話題になりました。今回はこのリブセンスのビジネスモデルについて考えてみようと思います。

■営業利益率45%、前年比138%増

リブセンスが運営する求人情報サイトの『ジョブセンス』は、求人企業（店舗）とアルバイト求職者をマッチングさせるサイトです。月間で300万人が利用し、5万件以上の求人情報が掲載されています。リブセンスの会社全体の売上は、23年12月期で11億3千万円（前年比78%増）。なかでも驚くのは営業利益率の高さで、なんと約45%（額で5億1千万円）を誇ります。しかも前年比138%増ということですから、いままさに赤丸急成長中の企業なんですね。

求人サイト『ジョブセンス』の最大の特長は、成功報酬型のビジネスモデルであること。求人企業側は、アルバイトの採用を決定しその人物が初出勤した時点で課金されます。採用しなければ、料金は一切発生しません。さらに特長的なのは、採用が決定した際、求職者に対し『祝い金』がジョブセンスから支払われるシステムです。求職者は採用された後、祝い金の申請を行い、支払いを受けます。この申請によってジョブセンス側は求職者が間違いなく求人企業に採用されたことを確認できます。成功報酬型の人材紹介事業をする際に問題となるのは、求人企業と求職者が面接後に口裏を合わせ、実際は採用したにも関わらず人材会社に「採用しなかった」と虚偽の報告をし成功報酬を支払わないケースがあることです。ジョブセンスは求職者に「祝い金」を申請させることで、このリスクを回避しています。

■マルチサイドプラットフォームで成功する

人材マッチングビジネスのように、求人企業と求職者という2つの顧客グループをつなぎ合わせるビジネスをマルチサイドプラットフォームと呼びます。プラットフォーム上に他の顧客グループが同時に存在することで価値が生まれるビジネスの形態です。例えばグーグルのAdwords。このサービスは、広告主と消費者（閲覧者）という2つの顧客グループをつなぐものです。このモデルは多くの人がグーグルの検索エンジンを使わなければ機能しません。多くの人がグーグルというプラットフォームを利用するからこそ、広告主は広告を出稿しようと思うのです。ゆえにグーグルは



リブセンス社長の村上太一氏は25歳の若さで上場を果たした

消費者がたくさん集まるように、強力な検索エンジンに加え、Gメールやグーグルマップなどのツールを無料提供しているのです。

人材マッチングビジネスでいえば、求人企業側と求職者の双方の顧客グループの量と質を充実させればさせるほど、サイトの価値は高まります。求職者がたくさん訪れるサイトであれば、求人企業側はタイムリーに良い人材を採用することができるし、逆にたくさんの求人情報が掲載されているサイトであれば、求職者は自分の条件にあったいい仕事を探すことができます。この良いスパイラルでサイトは価値を増すのです。この際、どちらのグループをまず充実させるのか。資金に限りがあるスタートアップ企業はもちろん、大企業にとっても悩ましい問題です。マルチサイドプラットフォームのビジネスでは、このようなニワトリが先か卵が先かのジレンマに直面します。『ビジネスモデル・ジェネレーション』という本によると、まず一方の顧客グループに低価格ないしは無料のオファーをすることでまず惹きつけなさいと説きます。それからもう一方を惹きつけなさいと。当たり前と言えば当たり前ですが、ジョブセンスは、双方の顧客グループに対し、魅力的なオファーを出すことで、おそらく同時進行的に量を増やしたのだと思います。つまり、企業側にはリスクなしの成功報酬型料金体系。掲載や応募の時点では無料です。そして求職者に対しては祝い金と出すというオファー。これは無料どころかお金がもらえちゃう。この2つのグループへの魅力的なアプローチが噛み合い、リブセンスは急成長したのだと思われます。

■成功報酬も祝い金も求人企業が決める

このシステムをさらに詳しく調べてみると、いろいろと面白い仕組みが分かりました。まず求人企業側がジョブセンスに払う成功報酬は、1人につき3万円以上10万円以下、求職者に払う祝い金は、1人につき千円以上2万円以下となっています。この2つの金額は両方とも求人企業が決めるそうです。成功報酬を高く設定すれば、サイト内で検索され時に上位表示されるため、閲覧者の目に付きやすくなるというメリットがあります。また祝い金を高く設定することで求人者を引寄せることができます。但し成功報酬が3万円のときは、祝い金は2千円までというように段階的に祝い金額の上限は決められているようです（そうしないとジョブセンスの利益がなくなりますからね）。この2つの金額のバランスをコントロールすることで、求人企業は最適な求人広告活動ができるわけです。

■小さい頃から起業家志望

国内で史上最年少上場社長となった村上社長は、両祖父が経営者だったこともあり、小さい頃から起業することを夢見ていた人だそうです。早稲田大学在学中から色んなビジネスアイデアを考え、2006年にリブセンスを設立しました。その後業績が不安定な時期を乗り越えて、わずか5年で上場を果たしました。リブセンスはアルバイト求人サイトのジョブセンスの他、正社員の転職サイトである「ジョブセ

ンスLink」、派遣サイトである「ジョブセンス派遣」も展開しています。さらにマッチングサイトの横展開ということで、不動産、中古車といったところもそれぞれサイトを作って運用しています。いずれも成功報酬型ビジネスモデルを採用しており、若き経営陣の活力やウェブマーケティングの秀逸さなどとともに、同社の大きな強みになっているようです。

リブセンスはマルチサイドプラットフォームというビジネスにおいて、「成功報酬」と「祝い金」というアイデアをうまく融合させて成功しました。これは、後から聞くと「なるほど」と納得するわけですが、このアイデアを発想し具現化し、高収益モデルに成長させたところがすごいですね。しかしそのプロセスでは、顧客は何を求めているか、どうすれば引寄せられるかについて、絶え間なくリサーチし行動するという努力があったのだと思います。とても勇気づけられる事例ですし、色々と参考になる点はたくさんあると思います。是非一度ジョブセンスのサイトを見てみて研究してみてくださいね。🍷

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

『100円のコーラを1000円で売る方法』

永井孝尚 著

オススメ度 ★★★★★

読むべき人 営業担当者、マーケティングを指導する立場の人

ポイント1

顧客絶対主義だと売れない

顧客の言うとおりの商品を提供しても顧客は満足しない。なぜなら顧客満足は、「顧客が感じた価値-事前期待値」だからである。左辺を右辺よりも大きくしなければならぬ。顧客自身が気付いていない価値を提供することも必要である。

ポイント2

バリュープロポジションを明確にせよ

バリュープロポジションとは、「顧客が望んでいて」競合他社が提供できない「自社が提供できる」価値のこと。この価値を明確にして、そこに経営資源を集中投下、プロモーション上のアピールポイントにすることが重要である。

ポイント3

モノを売るな、価値を売れ

商品そのものを売ろうとしてもコモディティ化した社会では他社商品との違いが分かりにくい。だから価格を下げる競争になってしまい、消耗戦が繰り広げられる。モノを売るのではなく、顧客が求める価値を提供することで価格競争から脱出できる。

結論

元氣な美人OLが、上司であるマーケティングの指導を受けながら自社商品のマーケティング戦略を実行していくストーリー。登場人物を親しみやすくしながら、ビジネスノウハウを盛り込んでいくという手法は、「夢をかなえるソウ」や「もしドラ」の成功からの流れ。内容はありきたりで新鮮味は薄いですが、マーケティングのおさらいをするという意味では可。題名はリッツ・カールトンではコーラが1000円でも売れるのはなぜか、という話。

100円の
コーラを
1000円で
売る方法

永井孝尚
TAKAHISAKA NAGAO



新人商品プランナー 豊田礼人が
売ったのは、「Apple」にきて
日本企業にできない「策」だった。
彼女は日本が誇る「策」から
「高品質・多機能、でも低価格」から
脱却できるのか？

コトラーからブルー・オーシャン
戦略まで1冊でつかめる！

- ★★★★★ 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350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。

問題解決！のその前に

(2009年11月20日発行第240号)

■問題解決のステップ

会社の中にも、家庭の中にも、いろいろな問題が発生しています。売上の問題、コストの問題、社員のモチベーションの問題・・・子供の成績の問題、住宅ローンの問題、親の介護の問題・・・。

問題とは厄介で困惑させられる事柄とか、障害になるものと定義されます。厄介で困惑させられるものから開放されるために、問題はなんとしても解決しなければなりません。

問題解決のステップとしては、現状の把握 → 原因の特定 → 打ち手の決定 → 実行となります。この各ステップのそれぞれについて適切に対処することができれば、問題はおのずと解決に向かうことになります。当たり前ですけれど、今一度振りかえてみてくださいね。

■問題は存在しているのか

しかし、このステップに移る前に、関係者が問題を問題として共通的に認識しているか、という重要な「問題」があります。自分は問題だと思っていることでも、同僚などの相手がそれを問題と思っていなければ、問題を解決することはできません。そこには問題の存在が認識されていないのです。問題が存在していなければ解決のしようがありません。

例えば国際社会で、領土問題について交渉したいと一方の国が申し入れても、もう一方の国が「領土問題など存在しない。ここはもともと俺たちの領土だ」と主張すれば、交渉のしようがありません。

北朝鮮がミサイルを飛ばしたことについて日本が「問題だ！」と叫んでも、相手は「ただの実験です。問題ではない」という態度では、議論が全くかみ合いません。問題は、当事者や関係者が「問題である」と認識するからこそ存在し、存在して初めて解決のステップに入ることが出来るのです。

■基盤と目標

会社の中で、メンバーが問題を問題として捉えるために、目標の設定が重要になります。皆が目標を共有していれば、

その目標達成の障害となっているものを問題として共通認識することができます。また経営理念などの会社としての基本的なスタンスや考え方を社員が基盤として持っていることも、問題を問題として共有するために必要なことです。

入社時にしっかりと経営理念や基本方針などを理解させ、目標を常に明確に掲げている企業では、問題が発見されやすくなります。問題が発見され、共有されれば、後は解決のステップに入ればよい。

経営理念を共有するとか、目標を共有するといった基本的なことを軽視する企業では、問題が問題として認識されないため、いつまでたっても状況は改善されず、経営は悪化していくことになります。

■自分レベルの視点で

自分レベルではどうでしょう？

親は、子供の算数の成績が悪いことが問題だと思っているとします。なんとか成績が上がるように打ち手を考えるのですが、なかなか上手くいきません。

なぜなら、多くの場合、子供は算数が出来ないことを問題だとは思っていないからです。

子供にとって「問題」は存在していない！

まず、このギャップを埋めないと、問題解決のステップに進めません。算数が出来ないことが問題であると、どうやって子供に理解させるか？算数ができないことは「ヤバイ」とどう気づかせるか？

これ、結構大変な作業だと思います。しかしここに手をつけず、ただ単に「勉強しろ」と強要するだけでは、本当の解決はできないでしょう。

問題をいかに共有するか。

ゆっくり考えてみましょう。👉

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。

『叱る』とはどういうことか？

皆さん、ご機嫌いかがですか。1月も終わり、もう2月中旬。皆さんの1年の計画の達成状況はいかがでしょう。かぜやインフルエンザも流行しています。ぜひ、手洗い・うがいを忘れず、人ごみではマスク着用と、ウィルスなどからぜひ身を守るようにしてください。

■効果的な叱り方を考える

皆さん、突然ですが、部下や自分の子供を上手に叱れますか？これが結構難しいです。自分は「叱って」いるつもりでも、相手の態度にイライラし、感情に任せてガミガミと言葉をぶつけているだけだったり、こちらの怒りが収まらず、くどくどと説教を垂れているだけだったり……。なかなか上手に叱れないものですよ。皆さんはいかがでしょう。

■「叱る」ということ

「報告を怠った部下を叱りつける」「嘘をついた息子を叱った」等……。『叱る』という言葉はこんな感じで使われますが、この、「叱る」という行為を少し考えてみましょう。「叱る」とは、『目下の者の言動の良くない点などを指摘して、強くとがめること』、とあります（デジタル大辞泉）。つまり、部下や目下の者が誤った道に進まないように導くための方法のひとつであると言えます。相手に間違いを気づかせ、反省を促し、望ましい言動を取るように仕向けることである、とも言えます。……。さて、こう考えてくると、私たちが「叱って」いると思っている行為の中には、実は「叱って」いるのではなく、単に部下や子供の態度や反応の鈍さなどに腹を立て、「怒って」いるだけのことが多いのではないか、と思わざるをえません（泣）。

■なぜ難しいのか

「叱る」ということは、なぜこれほど難しいのでしょうか？私は、次の2つの理由があると考えています。まず、「叱る」ことが成功するか否かは、「叱る」時の言動そのものではなく、実は日頃の信頼関係が決定的に重要である、ということです。つまり、そ

もそも部下や子供からの信頼を勝ち取っていないとすると、どれだけ「上手く」「叱った」としても、あまり意味はなく、かえって逆効果にすらなるのは明らかですね。もしも、部下や子供との関係が壊れているのなら、まずこれを取り戻すことから始めなくてはなりません。2つ目の理由としては、相手に「間違いであることに気づかせる」ことが難しいのです。相手に気づきを与えることが、「叱る」ことの大きな目的の一つですが、この「気づきを与える」というのも、とても難しい行為であると思います。

■「叱る」トレーニングをしよう

よくよく考えてみますと、この「叱り方」というのは、実は私たちが最もトレーニングしてこなかった分野の一つではないでしょうか。大手企業の管理者の中には、会社から訓練を受けた方もいらっしゃるかも知れませんが、一般的には、何の訓練も受けてこなかった、という方が大半だと思います。トレーニングしてこなかったのですから、上手くできなくて当然だと考えましょう（開き直り）。そうです。上手く叱ることがができるためには、それなりの訓練が必要なのです！このテーマに関しては、現在様々な書籍が出版されており、またセミナーなどでも色々な講師によりノウハウが紹介されていますよね。ノウハウはもちろん大切ですし、学ぶ必要があるのですが、根本的な目的から外れてしまうと、やはり効果のないものになってしまうのではないのでしょうか。

「叱る」目的は何でしょうか？この問いに対する答えは、シンクロナイズドスイミングの元日本代表コーチ、井村 雅代氏がその著書の中で述べている次の言葉に要約されています。

『叱ることとは、「あなたは、素晴らしい人間だ」と教えることです。』

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 勉強会のお知らせ】

18回目となる勉強会は、「リーダーシップとモチベーション」と題して行ないます。先が見通しにくい現在において成果を出し続けるリーダーのあり方とは？また、社員のやる気を継続的に上げ続けるためにはどうすればいいのか？について考えます。

「リーダーシップとモチベーションを考える」勉強会

日時：2012年2月22日（水）19:00～20:45

場所：ウインクあいち904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：豊田礼人

【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