

# RAYMAC PRESS



レイマックプレス 2012年4月号 Vol.44

インタビュー 齋藤直美 (株式会社ミュゼ 代表取締役)

## 大きなものを手放せば、もっと大きなチャンスがつかめる

アルバイトのカラオケ店で人材育成担当に大抜擢。そのノウハウをもとに研修会社を立ち上げた。しかし思うように仕事がとれず、会社の貯金は減るばかり。一念発起して「叱り方」を本にして出版、新聞・テレビなどへの露出も増加させた。この戦略が功を奏し「叱りの女王」としてのブランドを築くことに成功、全国から来る講演依頼で多忙な日々を過ごすまでに。そんな叱りの女王・齋藤直美の成長の秘密を、レイマックの豊田が詳しく聞いた――。



著書も好評



齋藤直美(さいとう なおみ)  
株式会社ミュゼ 代表取締役  
1974年 愛知県生まれ

大学卒業後、シダックスコミュニティを経て、社員研修を行なう株式会社ミュゼの設立に参加。2010年に同社の代表取締役に就任。近年は「叱り方」の研修・講演で全国を飛び回る。著書「叱り方ハンドブック」は台湾や中国でも翻訳出版される。

—小さいころはどんな子供だったんですか？

勉強はあまり好きではなかったかな(笑)。母は「しっかり勉強やりなさい」というタイプでしたが、父は反対で「好きなことをやれ」という人でした。小さい頃、父は私の手相を見て毎日のように「お前は天才だ、お前は天才だ」と言うんです(笑)。どうやら経営者や政治家に多い手相みたいで。父は毎日、プラスの言葉をかけてくれて、どんなに学校の成績が悪くても、絶対的に私を信頼してくれます。それで自然に、自分はきっと何かができる人間なんだろうと思うようになりました。そういう親のもとで、結構好き勝手にやっていました。

—活発な子供だったんですか？

そうですね。中学1年のとき家出をしまして(笑)、1人で東京の叔母の家に向かったんです。思春期なので学校で色々あったんだと思います。豊橋から新幹線で東京まで行ったところまではいいのですが、そこからどの電車に乗ればいいのか分からない。グルグル迷ったあげく、最後はタクシーの運転手さんに「〇〇まで」と叔母の最寄駅名を告げて行ってもらいました。事情を察知した運転手さんが叔母の家に電話してくれて、叔母が駅まで迎えに来てくれました。

—ハハハ、叔母さんびっくりしたでしょうね。それに優しい運転手さん(笑)。

そうですね。叔母から連絡を受けた親もびっくりして、その夜、高速をぶっ飛ばして東京まで来ました。でもその時も父は全然怒らなくて、家出をした理由も聞きませんでした。信じていてくれたんでしょうね。翌日はケロッとして、東京見物して帰ってきました(笑)。

—(笑)。学校での勉強はどうだったんですか？

まあ人並みに(笑)。小学校の5年のとき衝撃的な先生がいます。児童を全員教室の後ろに立たせて、先生が出した問題に手を挙げて答えないと席に座れないという、とんでもないことをやり始めたんです。ただ手を挙げただけでは先生に当ててもらえないので、みんなすごい目ヂカラで前のめりで手を挙げます。当ててもらえないと1日中座れないのでみんな必死(笑)。

### 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

私は最初のうちは、別に1日中立っていてもいいや、と思っていたのですが、周りの友達が頑張り出しちゃって、気付いたら私も頑張っていました(笑)。6年生のころには成績も上がって、オールAをとりました。

—その先生、すご過ぎますね(笑)。

今、これをやったら間違いなく問題になると思います(笑)。でも、勉強が面白いと感じるようになったことは確かです。それで中学に入ったんですが、中学は一学年だけで500人もいるマンモス学校で、私は埋もれてしまいましたね。成績も微妙な感じで(笑)。でもなんとか頑張って、高校は進学校に入ることができました。

—高校生活はどんな感じだったんですか？

高校に入ったら勉強しなくなっていました。1年生の時点で大学は行けないくらいの成績になってしまっただけで、音楽が好きで、バンドやったり週末は朝までクラブで騒ぐ、みたいな(笑)。体育の先生には目を付けられていて、朝、校門に入った瞬間に怒られる、という生徒でした。身なりとか態度とか、気に入らなかつたんでしょね(笑)。

—斎藤さん、ヤンキーだった、ということですか？

ヤンキーではないです！(笑)。クラブが好きな、クラブっ子ですね。勉強よりも、遊ぶことが楽しくて、出席日数もギリギリ。母親はそんな私をいつも心配していました。そんな風だから、ほぼ全員が大学に行くという進学校の中で、クラスで私1人だけ行かないって言っていました。でも高校2年のときの先生がすごくいい先生で、その先生に出会ったことがきっかけで勉強するようになりました。「この先生みたいな先生になりたい」という目標が出来たんです。

—どんな先生だったんですか？

何をやっても何も言わないのですが、どこかで私を信頼してくれているような人でした。父親みたいな人ですね。「大学には行かなくてもいいけど、もったいないよね。お前、すごく能力あるのに」って言ってくれました。認めてくれて、信じてくれる人の存在って大きいんですよね。それで大学に行くことと決めたのが2年生の秋。遅いスタートですが、先生と約束したし、体育の先生をギャフンと言わせてやろうと思って(笑)、頑張ることにしました。友達も理解してくれて、遊びも一切やめました。それで校内の試験で1番をとったんです。その勢いで受験に挑んだのですが、志望大学は全部落ちてしまって、本意ではない大学に進むことになりました。そこで燃え尽きちゃって、また大学は遊んじゃいましたね(笑)。

—志望大学には入れなかったとはいえ、大学には進むことになったんですね。

そうですね。体育の先生は、不服そうでしたけどね(笑)。



大学なんか行けるはずないと思われていたので。でも暖かい先生たちのおかげで、何とか踏み外さずに、高校を終えられました。振り返ると激動の高校時代でしたね。最下位から1番になるなんて(笑)。

—そうですね。いい先生に出会うかどうかって、10代にとって大きいんですよね。にもかかわらず、大学は遊んじやった？

はい(笑)。英語の先生になろうと思って、最初の1年間は教職の授業をとっていたんです。でも教職の授業って、通常の授業が終わってからなので、夜遅いんです。だからバイトにも行けないし、遊びにもいけない。それで2年目からはその授業をとらなくなっていました。先生じゃなくても英語を生かした仕事はあるだろうということで(笑)。それでまた友達との遊びに夢中になってしまっていて。なんか私、遊んでばかりいる人生になってませんか(笑)？

—大丈夫です(笑)。進路についてはどうしようと考えていたんですか？

世の中はどんどん不景気になっていって、新卒採用は超氷河期と呼ばれる状況でした。友人たちは就職活動をしていましたが、書類選考すら通らず、面接しても面接官に冷たく扱われ、みんな人間不信に陥って行って・・・どんどんマイナスの空気が蔓延してくるのです。それを見ていて、私はもう就職はしないと決めました。こんな時に活動しても上手くいくはずがないと思ったのです。それで海外にワーキングホリデーに行こうと。そう決めた後はバイトを5つくらい掛け持ちしてお金を貯めました。もう寝る時間がないスケジュールを組んで。カナダに行くことが決まって、ビザも取れて、お金も貯まって、準備万端。さあ行くぞ！と思っていたら、突然父親が心臓を悪くして倒れてしまったんです。心配した母親は、今回のカナダ行きはあきらめて欲しいと私に言いました。本当に残念でしたが、仕方ありません。泣く泣くあきらめました。そのまま大学を卒業して、友人たちは何とか就職して働き始めたのに、私だけ宙ぶらりんのフリーターになっちゃったんです。

—せっかくお金を貯めたのに。でもお父様が病気では仕方がない。

そうです。燃え尽きちゃって、その頃近くにできたカラオケのシダックスでアルバイトをしていたのですが、「大学卒業してカラオケ屋で時給800円のアルバイトしている私って、どうなの？」と自己嫌悪に陥りました。その後1～2年くらい燃え尽き症候群のまま、何か資格をとろうか、どうしようかと迷って、最終結論として選んだのが結婚だったんです。

—(笑)。永久就職というやつですね。

はい(笑)。24歳になってすぐ、大学の頃から付き合い合っていた彼と結婚しました。適当に主婦やって、子供生んで、パートでもすればいいやと思ったんです。まあ、逃げの選択ですね。そうしたら、アルバイト先のカラオケ店から、店長にならないかとお誘いを受けたんです。それが大きな転機になりました。時給800円のアルバイトから、正社員になり、30人のスタッフをまとめる店長になってしまったのです。びっくりでしたが、その後過去最高の売上を記録して、またまたびっくり。その仕事が好きで、店の仲間も大好きで、自分なりに一生懸命やっていたら、そういう結果がついてきたんです。すると今度は、東京の本部から、人材育成の仕事をしなさいと言われて、会社が新設した人材育成部門に配属されることになったんです。新しい部署でしたので、人材育成マニュアルのようなものは何もなく、「好きなようにやっていい」と言われました。本当に大きなチャンスで、自らセミナーに出たり、本を読んだりして勉強して、それを社内のスタッフにフィードバックして。全国を飛び回って研修をして、3週間家に帰らないこともザラでした。もう仕事が面白くなってしょうがなかったです。

—アルバイトから、一気に人材育成担当にまで出世してしまっただんですね。

そうですね。仕事は本当に面白かったし、会社も大好きでした。でも一方で、3週間も家に帰れない仕事をこのまま続けてもいいのか？という思いも出てきました。家族にも迷惑かけていましたし。そんな時、コーチングの勉強で

知り合った谷さんという女性と意気投合し、彼女を代表者として社員研修の会社をいっしょに立ち上げることになったんです。それで会社を辞めて、金なし、人脈なしでの起業という荒波に突っ込んでいったわけです。周りからの「会社を作るのは簡単だけど、育てるのが大変なんだよ」という忠告を振り切って(笑)。最初の1年は2人とも給料なしで頑張ろうと誓ってスタートしました。

—お客様のめどはあったんですか。

ないです(キッパリ)。だから最初はお客さんを獲得するために、あれやこれや試行錯誤しました。広告を出してみたり、名簿を買ってダイレクトメールを出してみたり・・・。名簿も10万円以上したんですが、名簿屋さんが「社員研修を1件受注すれば、すぐペイですよ」とか言って、私たちも「あ、そうですよね！」という感じで。でもふたを開けてみると、1件も受注できなくて(笑)。そうこうするうちに出資金もどんどん減って行って、お金を借りたのですが、それも減って行って、悲壮感が漂っていましたね。なんとかしなくちゃと思うのですが、何をやってもうまくいかない。それで、本を出版すればお客さんが取れるはずだと思い、色々動いて、出版にこぎつけたのです。

—それが1冊目の『「20代男子」戦力化マニュアル「ほめる・しかる」で部下を劇的に伸ばす!』ですね。出版後、事業は好転したんですか？

はい。やはり取材の申し込みがあったり、HPや電話からの問い合わせが増えました。それと今まで「コーチング」とか「社内コミュニケーション」という分野で事業をしていたのですが、この分野って同業者がいっぱいいるんです。その中から選ばれるための独自性が不明確だったことも事業が低迷していた大きな理由でした。本を出すときに「叱り方」というキーワードが出てきて、それを事業の軸にしていこうという方向性が決まったことが大きかったですね。

—谷さんも喜んだのでしょうか。



セミナーで参加者の気持ちをグッとつかむスキルには定評がある斎藤さん

そうですね。でも、その頃お互いの進みたい方向にも違いが出てきました。私は「叱り方」を軸にした社員研修をやりたいのですが、谷さんは子育てを軸にママさん向けの教育事業をやりたいと思っていました。じゃあ、お互いのためにもお客様のためにも別々の会社でやった方がいい、ということになり、彼女は別の会社を作り、私はこの会社の代表に就任することになったんです。お互いに自立しあう道を選んだのです。これを機に会社の業績は上向きしました。より会社の方向性が際立って、明確になったからだと思います。それに加えて、2冊目、3冊目の出版が決まって、メディアからの取材も増え、良い方向へ回りだしたという感じですね。プレスリリースも、商工会議所の記者クラブを活用して、どんどん出していきました。

### —際立てるということは大切なんですね。

そうですね。それから「手放す」ということも大切です。前職の会社を辞めるときも、スパッと辞めたから、新しい会社に対して真剣になれたと思うし、谷さんと分かれる時も、甘えあっていた関係を断ち切ったことでお互い良い方向に進むことができたと思っています。執着しないで、手放していくことって、本当に大切だと思います。ずーっと同じことをやっているとお水が濁るんですよ。最近スタッフも入れ替わったりして、今「手放しシーズン」なんです。大きなものを手放せば、より大きなチャンスがめぐってくるのだと思います。

—なるほど。成長していくためには、今あるものを手放す勇気も必要だということですね。話題を変えますが、仕事を上手いかにせるために、心がけていることってありますか。

う〜ん、何だろうな？そうですね、「人に聞く」ということは大事だと思いますね。自分で自分のことってなかなか分からないですからね。1冊目の本を出すときも、頑張って書いた原稿を編集担当者にこっぴどくダメ出しされたんです。一生懸命書いたのに！（笑）。編集さんは、「こんなの斎藤さんらしくない」というんです。それで困って、カラオケの時の後輩や同僚など20人くらいに連絡して、「私の指導ってどうだった？」って聞いてみたんです。そうしたら、「すごく叱られたけど、それが良かった」ということをたくさん言われたんです。それで、ああそうか、私って叱るのが上手だったんだと気付いて、「ほめる、叱る」というキーワードが出てきたんです。それで編集さんと話して、これで行こう！ということになり、書き直して、出版したんです。自分の強みって何なのか分からなかったんですが、みんなに聞いてみたら、スーッと出てきたんです。

—斎藤さんには、「叱りの女王」というキャッチコピーがあります。これも後輩が言っていたことです。教えてもらったんですね、私の強みを。それで「叱り方」を教えるミュゼ・斎藤ということで際立って、2冊目は「叱り方ハンドブック」で



叱り方、褒め方の研修は全国の企業から引き合いがある

よりその方向性を強調しました。今は研修の引き合いはほとんど「叱り方」で来ています。叱り方と言えば、斎藤直美というブランドが出来たのは、本当にありがたいですね。それも、「手放したこと」と、「人に聞いたこと」から始まっています。

### —今、叱り方について、悩んでいる人が多いのでしょうか。

そうですね。新入社員にちょっと叱ると、すぐに辞められてしまうと恐れている人は多いですね。今の日本のマネジメント層にはそういうことに慣れていないのだと思います。経済が成長していた時代では叱られても、頑張れば明るい未来があると思えたから良かったのですが、成長していない現代では、頑張ったところで将来が見えず、そういう中で叱り方を間違えると大変なことになってしまいます。さらに最近はパワーハラスメントの問題があって、上司が叱り方に敏感になっているという背景もありますね。叱り方を間違えると訴えられてしまいますから。私の事業はこういう社会情勢にうまく乗れたのだと思います。

—なるほど。自分の強みを明らかにして、それを時代にマッチした形で打ち出していくことが重要なんですね。

そうですね。最近は叱り方のパイオニアって呼ばれます（笑）。ありがたいですよ。 「叱り方」という軸が決まるまでは大変でしたけど、決まってからは、いい流れが続いています。何かを始めるときって、最初は重たくてなかなか進まないんですけど、少しでも動き出すとあとは勢いに乗ってどんどん回りだします。だから、大変そうに見えても、少しずつチャレンジしていくことがすごく大切だなと思います。

—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：株式会社ミュゼ  
事業内容：法人向け教育コンサルティング  
所在地：名古屋市中村区名駅3-24-8 三立ビル3階  
TEL：052-589-6318  
URL：<http://www.musee-inc.com/>

# 低価格販売は悪なのか？



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。

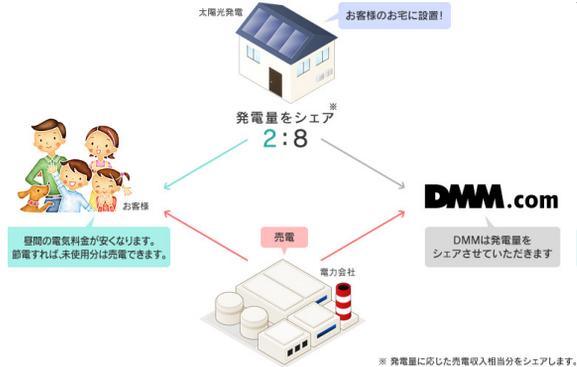
## ■8万円で太陽光発電システムが手に入る！

DVD販売やレンタルを手がけるDMM.comが、8万円で太陽光発電システムを設置できるサービスを2月から開始し、大きな話題となっています。普通なら一般的な戸建て住宅でシステム一式150万~200万円ほどかかるにもかかわらずこの価格。その理由は今年(2012年)の7月から始まる再生エネルギーの固定価格買取制度を活用したそのビジネスモデルに秘密があります。

申込者は10年間の契約を結ぶことが条件で、ソーラーパネルで発電した発電量を申込者とDMMで2:8でシェアします。申込者は2割の電力を自ら消費してもいいし、余剰電力として売電収入を得ることもできます。11年目からは発電した電力は全量が申込者のものになります。DMMは発電量の8割を固定価格買取制度で売電することで収益を得て、発電システムの設置費用を6年で回収できると試算しています。つまりDMMは残りの4年分がまるまる利益になり、ここで儲けるというビジネスです。

## ■3つの競争優位

ビジネスで競争優位性を築くためには3つのパターンがあります(楠木健『ストーリーとしての競争戦略』より)。まず一つ目がWTP(Willingness To Pay:顧客が支払いたいと思う価値)を上げるパターン。つまり付加価値を上げて、相対的に高い価格設定をするもので、高付加価値戦略と呼ばれる場合もあります。2つ目が低コスト戦略。低コストでモノやサービスを提供できる仕組みを作り、低価格で販売するパターンです。重要なのは低コストであることであり、低コストなくして低価格で販売することはできません。そして最後がニッチ戦略。競争がない状態にすれば、そもそも競争する必要がありません。そういう状態に自分たちを置くために、競合が誰もいない分野に特化してビジネスを行なうパターンです。以上の3つの競争優位パターンを自動車業界に当てはめると、WTPに軸足を置いているのがメルセデス・ベンツやBMW、低コスト&低価格に軸足を置いているのがトヨタ、そしてニッチに軸足を置いているのがフェラーリ、ということになります。冒頭で紹介したDMM.comの「8万円太陽光発電システム」のビジネスモデルは、固定価格買取制度を活用した低コスト&低価格のパターンです。このパターンは、「低価格」を武器にするだけに、幅広い範囲から多くのユーザーを引きつけることができます。



DMM.comソーラー8万円設置モデル

## ■中小企業は低価格販売をやっちゃダメ？

中小企業の戦略を語るによく言われることが「安売りはしてはダメ」ということです。大企業に比べて資金力が劣る中小企業が低価格で勝負しても勝てっこない、また、お客様は必ずしも安さを求めているのではない、さらに、価格を下げることは最も安易な方法で創意工夫のかけらもない、と批判されることさえあります。その代替案として提案されるのが、高付加価値化、つまりここで言うWTPを上げるパターンか、あるいはニッチを狙うパターンです。時には中小企業こそブランド戦略が大切で、ブランド力を上げて利益をしっかりと取れる価格にしましょうと叫ばれることもあります。危険なのは、ブランド力さえ強くなれば、高収益なビジネスが出来ると思い込んでしまうことです。確かに強いブランドが築ければ高い利益率で販売できるかもしれませんが、そもそもブランド力という目に見えないものを高めること自体が非常に難しい。百歩譲って強いブランドが手に入ったとしても、低コスト化への努力をしないで良いということにはなりません。高付加価値戦略、ニッチ戦略をとるにしろ、低コスト化に取り組むことは会社の財務基盤を強くするためにはとても重要です。そして、少しでも安く提供できれば、当然お客様は喜びます。

## ■イケアの強みとは？

スウェーデン発祥で世界最大の家具チェーンであるイケア。現在日本国内には5店舗があり、昨年(2011年)の来店者数は5店舗で2200万人に達しました。6店舗目が4月11日に福岡でオープンし、2020年までには全国で10~12店舗を展開するそうです(日経ビジネス2012.3.26より)。

イケアの強みは何かと言えば、その安さ。おしゃれなデザイン家具が、多くの人々が手の届く価格に設定されています。商品開発における最優先事項は低コストの実現であり、デザインはその手段の一つに過ぎません。毎年価格を2〜3%引き下げ続けることが経営目標になっていて、デザイナーは輸送から生産まで無駄なコストを省くために、パレットの大きさから生産ラインの知識まで求められるそうです。また、コストを下げるためにデザインだけでなく、調達の合理化に取り組んでいます。調達先を10年前の半分に絞り込み、かつ長期契約を結ぶことで量を追い、調達コストを下げています。さらに輸送コストを下げるために考案されたのが、家具を折りたたみ、一度に大量に輸送できるようにした「フラットパック」と呼ばれるもの。これが顧客が自ら倉庫に行って家具を回収し、持ち帰り、そして組み立てるというイケアのビジネスモデルの原形にもなっています。

## ■低コスト化への努力を止めてはいけない

イケアやDMM. comの事例を見て、その低コスト化への企業努力やアイデアのひねり方には感心させられます。

低コスト戦略に裏付けられた低価格販売は、買う側にとって嬉しいことはもちろん、ビジネスに携る者としてその努力に拍手を送りたい気持ちになります。私がここで言いたいのは、高付加価値（WTP）戦略やニッチ戦略を否定することではなく、またことさら低価格戦略を推奨することでもありません。どんな戦略をとるにしろ、より安く提供するために、低コスト化への努力をし続けることの重要性を説きたいのです。材料は極限まで安く仕入れられる努力をしているか、営業マンに高い人件費を払っているにもかかわらず“運転手化”させていないか、遊休スペースに無駄な家賃を払っていないか・・・お客様は必ずしも安さを求めているわけではありません。しかし、企業の努力不足による高価格を許してくれることもありません。低コスト戦略は中小企業には無理だ、とあきらめないで欲しい。昨年10000円で売っていた商品を、利益を減らすことなく9800円で売る努力を放棄しないで欲しい、と思うのです。イケアも最初はスウェーデンの貧しい村の小さな雑貨店だったそうです。中小の我々に出来ない理由はどこにもない、と思うのですがいかがでしょうか。🍷



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

### 『私、社長ではなくなりました』

安田佳生 著

オススメ度 ★★★ 読むべき人 起業して間もない人(かつ事業が好調な人)

#### ポイント1

#### 給料を上げてても社員のパフォーマンスは変わらない

年収500万円欲しいという26歳の社員に700万円出した。社員を優遇すればやる気が上がると思ったからだが、現実にはパフォーマンスは変わらなかった。むしろもっと欲しがる始末。こうして採算は悪化し、会社は破綻した。

#### ポイント2

#### 広告で売上を買うことはできない

ブッシュ営業したくない安田社長は、広告に莫大な予算を使い、お客からの問い合わせを増やすプル営業に傾倒した。それを「広告で売上を買う」と表現した。タクシー広告やDMで一旦は増えた売上も、次第に減り、会社は破綻した。

#### ポイント3

#### “欲”が強い経営者が、会社を成長させることは事実

安田さんは色々なコンプレックスや「やりたくないこと」がたくさんあり、それらを乗り越えて成功したいという強い欲求を持っていた。最終的には失敗したが、強い欲求があったからこそ常識人では考えられないアイデアを実行し、会社を急成長させた。常識的な考えを持っていればと悔やむが、それはトレードオフである。

#### 結論

新卒採用コンサルティング「ワイキューブ」の社長として、またビジネス書の著者としても有名人だった安田さん。著書やマスメディアで語る内容はエッジが効いていて、なるほどと思うこともたくさんあった。しかしアンチ派もいて、今回の破綻劇を「ざまあみろ」という思いで見ている人も多い。破綻劇を本にして出版することでさらに批判する向きもあるが、赤裸々に、正直に語るその内容は引き付けられるものがある。結局、文章が上手い人なので、経営者よりも、作家とか評論家タイプなのかも。

- ★★★★★ 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



メルマガ  
バックナンバー

連続360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。

## 3者が勝つ方法を探せ (2010年3月5日発行第255号)

### ■イランとアメリカと日本の関係

イランはウラン濃縮施設を新たに建設しているそうです。本人たちは平和利用を主張していますが、これを持つと核兵器を製造することができるため、アメリカは神経質になっています。イランは「イラク戦争でイラクがアメリカに攻撃されたのは、核兵器を持っていなかったからだ。核兵器を持っていれば報復を恐れて攻撃されない」と思っているのだそうです。

この問題でイランとアメリカはピリピリしているそうですが、一方で日本はイランとはもともと仲が良かったそうです。今でも日本は輸入している原油の15%はイランからの輸入なのだとか。日本はイランとも、アメリカとも仲良くしたい。でもイランとアメリカはピリピリした関係・・・この三角関係をどうやってコントロールするか、という外交問題を日本は抱えているそうです。(参考:池上彰 知らない恥をかく世界の大問題)

### ■「中抜き」問題

下請け的な取引をしている会社も、三角関係に悩むことがあります。

例えば、エンドユーザーに広告代理店を通して印刷物を納めている印刷会社。代理店から安定的に仕事に来ていたときは良いのですが、代理店側の都合で仕事量が減ってきたとき、直接エンドユーザーに営業をかけたくなります。またエンドユーザーも、直接印刷会社と取引できればコストを抑えられるので、自ら印刷会社に働きかける場合もあります。しかし、「中抜き」される広告代理店は面白くないので、印刷会社に圧力をかけてきます。「エンドユーザーと直接取引したら、今後は仕事を出しませんよ」と。

こういった三角関係に悩む中小企業、結構多いのではないのでしょうか。カモフラージュするために別会社を設立するという方法などもあるでしょうが、全てをスッキリ解決できる方法というのは正直思いつきません。

### ■Win-Win-WinまたはNo Deal

国際政治の問題と企業間取引を同列に論じることはできま

できませんが、3者の利害を調整し、全員が納得できる方向でバランスを取るべき、という点については同じだと思います。つまり、Win-Win-Win の関係を目指す、ということです。だれかLose 負ける場合、必ずどこかで歪みが出て、長期的に見ればマイナスになってしまおうと思います。もし自分だけが負けたとすれば、勝った2者を妬み、足を引っ張りたくなるかもしれません。こういうことって、社会的損失ですよ。こうならないためには3者の意見や主張を聞きだし、全員が納得できる道を探し出す努力が必要となります。

これは忍耐力が必要とされる難しい仕事です。しかし、誰か一人を無視して排除することは避けねばなりません。正直に自分たちの状況を話し、相手の主張を聞く。このステップは絶対に必要です。それでも解決出来ない場合は、「どちらとも取引しない (No Deal)」という選択もあります。(7つの習慣より)

Win-Win-Winが無理ならNo Deal。つまり、誰かが負けるのであれば、誰とも取引しないということ。現実社会ではなかなか選択しにくいですが、選択肢の一つとして頭の片隅においておくべきことだと思います。

### ■自分レベルの視点で

さて、自分レベルではどうでしょう？AさんからBさんを紹介されて、Bさんと意気投合し、Aさんをほったらかしにして仕事の話を進め、結果としてAさんの気分を害してしまう。こういう経験、誰しもあるのではないのでしょうか。

「Aさんは、大人気ないよ」と思うかもしれませんが、社会人として、Aさんにきちんと報告をしておくということは、最低限のルールとして必要です。できれば、Aさんも巻き込んで、3者でWin-Win-Winになれば、尚良いですよ。人間は、無視されることを最も嫌います。無視して突き進む前に、ちょっとした配慮があるかどうか。それが、後の展開に大きく影響してくるのだと思いますが、いかがでしょうか。🙏

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。



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。

## 秋葉原無差別殺傷事件と派遣法改正

皆さんは、「秋葉原無差別殺傷事件」を覚えていますか。今から4年ほど前の、2008年6月初旬、当時、自動車関連工場に勤務していた「派遣社員」が、毎日の不満を鬱積させたあげく、日曜日の白昼、秋葉原の歩行者天国にトラックで突っ込み、次々と人をはね、さらにトラックから降りて今度はナイフで殺傷するという、正に悪夢のような事件です。

今回、審議が続いていた改正派遣法が3月28日ようやく成立しましたが、「派遣」というシステムが、それまでの規制「緩和」から一気に規制「強化」に向かったきっかけは、実はこの事件だったのです。さらに、この事件と前後して、派遣社員による凶悪な事件が頻発したり、その後のリーマンショックを発端とする「派遣切り」～「年越し派遣村」などの影響もあり、「派遣は悪である」という風潮が、またたく間に形成されていきました。

### ■ 真の問題点はなにか

確かに、リーマンショック後の派遣切りはつらいものがありました。これも派遣の問題というより非正規雇用という「雇用形態」の問題と言えますし、冒頭の事件に至っては、乱暴な言い方ですが、事件を起こしたのが「たまたま派遣社員だった」というだけです。従って、本当に解決しなければならない問題は派遣のシステムにあるわけではありません。アルバイトやパートなどの6か月とか、1年とかに区切った雇用契約（有期雇用契約）のありかた、その契約更新の方法、さらには雇用契約の終了に伴うルールの不徹底こそ、真の問題なのです。その理由は、突然雇用契約を打ち切られて無収入の状態になってしまうことが一番のリスクであり、それを避けるための改善こそ、早急に議論し対策すべき事柄だからです。当然、この点については国も気づいていて、現在も盛んに有識者を含めた議論がなされていますので、近いうちになんらかの指針が示されることになると思います。

### ■ 短期派遣の禁止の影響は

派遣法の改正に話しを戻します。今回の改正内容のポイントは、「短期派遣の禁止」です。短期派遣とは、例えば、

引越し会社などの、季節によって繁閑の差が激しい業界などで良く使われている派遣のことであり、自社で対応が困難な一時的・大人数の人材確保を、求人企業が派遣会社に依頼し、派遣会社が登録スタッフを短期的に求人企業に派遣するシステムの事です。今回の改正は、「30日以内」の期間を区切って行われる派遣を禁止するという内容です。短期派遣に特化した派遣会社もあるので、このような会社にとっては、正に大問題です。しかし、短期の「派遣」が禁止されるだけであって、短期の「雇用」が禁止される訳ではないので、派遣ではなく直接雇用にするなどの抜け道はあると思います。従って、それほど大きな影響や混乱は生じないのではないかと私は見えています（この点についての詳述は避けまます）。

### ■ 派遣の意義

以前、当コラムにも書きましたが（2010年1月）、私は、派遣というシステムには一種のセーフティネットという側面があると考えています。つまり、ほとんどの読者には想像もつかないかもしれませんが、正規雇用など求めるべくもない環境や諸事情のある者にとっては、派遣（特に製造派遣ですが）というシステムは、正に仕事と収入の機会をもたらしてくれる素晴らしいシステムなのです。以前、製造派遣に携わっていたときも、ある派遣社員から、「（どこも雇ってくれない）私のような者を雇ってくれて本当に感謝してるんです」という声をよく聞きました。良心のある企業や働く者にとっては、求人企業も、働く者も、派遣会社も誰も損をしないという、かなり高次元でバランスされた絶妙なシステムであるとも感じています。今後も、派遣というシステムが日本でどのように発展・変化していくのか、見守りたいと思います。

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務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。花粉症で、毎年この季節を忍み嫌っているが、今年は花粉の量が少ないのか、耳鼻科の薬を飲んでいるためか、ティッシュの使用量も激減しているらしい。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】

**19回目**となるセミナーは、「ビジネスモデルを磨いて成長する」と題して行ないます。儲かる会社は儲かるビジネスモデルを持っている。成功しているビジネスモデルとはどんなものか？事例を紹介しながら分かりやすく解説いたします。

### 「ビジネスモデルを磨いて成長する」セミナー

日時：2012年4月26日（木） 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：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）