

RAYMAC PRESS



レイマックプレス 2012年6月号 Vol.46

インタビュー 水谷 昇（株式会社スタートランプ 代表取締役）

ちゃんと、真剣に仕事をすれば、必ず誰かが助けてくれる

絵やものづくりが好きで芸大に進んだものの、自分のセンスのなさに気がついて方向転換。卒業後はデイトレーダーとして稼ぐ毎日。カフェに投資して成功するなど順風満帆だったが、ある挫折をきっかけにまたまた方向転換。以前から大好きだったマジックを軸にした会社を立ち上げ、ようやく自分が真剣になれる仕事を手に入れた。「マジックですべての人を笑顔にしたい」という思いを胸に走るマジシャンであり起業家でもあるスタートランプの水谷昇社長に、レイマックの豊田礼人がインタビューした。



水谷 昇（みずたに のぼる）
株式会社スタートランプ 代表取締役
1983年 愛知県名古屋生まれ

大学卒業後、デイトレーダーを経てマジック会社スタートランプを設立。マジック教室、マジシャン派遣、二次会プロデュースなどを手がける事業で成長。2012年には名古屋の起業家の祭典N-1グランプリで優勝。

Index

- 起業家インタビュー
株式会社スタートランプ 水谷昇 さん
- 経営コラム 「ハーレーというライフスタイルを売る」
- ベストセラー解説 「有名人になるということ」
- メルマガバックナンバー
- 人事労務相談室

—小さいころはどんな子供だったんですか？

「カワイイ、カワイイ」と言われていました。相当可愛いかったんでしょね（笑）。だからということなのか、女の子とばかり遊んでいました。縄跳びやったりして（笑）。父親が恐かったので、あまり目立たずに、おとなしくしてる子供でした。

—勉強は？

やっていたのかな？。小さい頃のことはあまり覚えていないんです。覚えていることと言えば、父親が恐かったことだけ（笑）。

—（笑）。相当恐かったんですね。

そうですね。しつけが厳しかったし、ボコボコに殴られることもありました。父親が恐すぎて、男の人がイヤになり、優しい女の子たちと遊ぶようになったのだと思います（笑）。後に成人した時、父親から「お前は体が小さいから、いじめっ子に負けない強い気持ちを持たせるために、厳しくしていた」と聞かされて、極度の厳しさの謎が解けました（笑）。中学に入っても、絵を描いたりするのが好きで、振り返ると、男の友達と青春時代を過ごした記憶がほとんど無いんですよ。常に女の子と日々を過ごしていたというか（笑）。でもそのおかげで、女性とのコミュニケーションのとり方を自然に学んで、今の仕事に役立っている部分は大きいです。今、保育士さんとお仕事することも多いですから。

—高校生活はどんな感じだったんですか？

絵を描くことが好きだったので、美術系の高校に進みました。そこは女子ばかりで、男子はほとんどいない。女の世界の表と裏をじっくり学ばせてもらいました（笑）。テニス部に入っていました。2年間で辞めて、3年生は画塾（絵を学ぶ塾）に通って、受験に備えました。勉強するよりも絵を描いたりモノを作ったりするほうが好きだったので、美術系の方向へ進みたいと思っていました。デザイナーってカッコいいなとか思ったりして。大学もその方向で受験でして、芸大に入りました。

—じゃあ大学時代はやりたかった美術にどっぷりと？

いえ、それが大学1年の終わりごろに、つくづく自分のセンスの無さに気がつきまして（笑）、美術とかデザインへの情熱が一気に冷めてしまいました。私は、既にあるものを組み合わせて何かを作り出すことは得意だったのですが、ゼロから新しいものを生み出すのは苦手。でもクリエイターとして生きていくためにはそれが出来ないとダメだということが分かったんです。センスのいい友達は私が思いつかないようなものを何も無いところから考え出します。成績が良いとか悪いとかではなく、ゼロから生み出せるか生み出せないか。私は生み出せなかったので、この道を進んでもいつか行き詰るだろうなと思ったんです。

—それに気付いたときはショックだったですか？

ショックでしたね。この道で行こうと思ったのに、自分に才能が無いことに気付いてしまったわけですから。でもそこで学校を辞めようとも思わず、とにかく授業だけは真面目に出席して、2年生の終わりには卒業に必要な単位はほぼ取得しました。芸大の場合、3年生からは作品作りに入るんですね。ですから単位を取り終わっていると何もやることなくなまして（笑）。その辺りから、この先の自分のために何かを始めなくちゃと思い始めました。何をしようかと考えながら本屋に行くと、当時はホリエモンブームで、投資関連の本がたくさん並んでいました。『あなたもこれで年収1億円』とか『毎日が給料日』みたいな本が積まれていて、「すごい！これだ！」と思いまして（笑）。株式投資を始めようと決意した瞬間です（笑）。

—（笑）。そりやまた急ハンドルを切りましたね（笑）。

デザイナー志望から投資家（笑）。それに先立ってヤフオク（ヤフーオークション）にはまっていまして。バイト先のカラオケ店で、お酒を業者さんに発注すると景品がもらえるんです。例えばジーマ（ZIMA）というお酒のネオン管とか、栓抜きとか、あとJINROのグラスとか。お店ではゴミとして捨てていたのですが、持ち帰ってヤフオクで売ってました。結構売れて、月20万円くらい稼げるようになっていたんです。しかも仕入れはタダ（笑）。それにバイト代を合わせてお金を作り、デイトレ（株式のデイトレード）を始めたんです。大学3年からは、芸大在籍のデイトレーダーです（笑）。

—デイトレの成績はどうだったんですか？

最初200万円でスタートして、すぐに100万円を切るぐらいまで減って、そこからめちゃくちゃ勉強して、少しずつ勝てるようになり、卒業するころまでには300万円まで増やしたんです。それで「あ、オレ、デイトレで食っていける」と思っちゃったんです（笑）。世の中もITバブルで、ライブドアとか楽天とかサイバーエージェントとかがイケイケ状態で。もう何を買っても上がるぞ！という雰囲気だったんです。それで卒業後も就職しないでデイトレで行くぞ！と（笑）。



—恐いお父さんはそれについて何と？

父にはさすがに「デイトレーダーになります」とは言えなくて（笑）。就職せずにしばらく自由にやってみたい的なことを言いました。父もその辺は分かってくれて、「25歳までに何とかすればいい」と言って許してくれました。父も25くらいまではフラフラしていたみたいで、その点については理解がありました。但し、家は出て自立せよということで、1人暮らしを始めました。それで、朝起きてテレビをチェックして、9時から12時まで株式の取引をして、昼寝をして、午後からはマジックの練習をするという生活が始まったんです。

—あ、マジックもやり始めていたんですね？

そうです。大学3年くらいから合コンでモテるためのネタとしてやり始めていました。マジックを披露すると、それがきっかけで女の子としゃべれることに気がつきまして（笑）。

—これはいいぞ、と（笑）。

はい（笑）。そんな感じで最初は本やDVDでマジックを勉強していたんです。本気でやろうと思ったきっかけは、バイトのカラオケ屋での出来事です。そのカラオケ店のパティールームで、あるお客様が自分の友達を集めてパーティを開き、マジックを披露していたんです。そこで生まれて初めて鳩を出すマジックを見てビックリしたんです。この人はすごいぞ、と（笑）。それでパーティが終わってからその人に「マジックを教えてください」とお願いしたんです。快く応じてくれまして、仕事が終わった後、毎週ファミリーレストランで教えてもらうことになりました。その人はサラリーマンなんですけど、実はマジックの世界大会で優勝したこともあるすごい人だったんです。その先生が毎回課題を出してくれて、それを一生懸命練習するという生活を大学3年くらいから続けていたんです。卒業してデイトレをやり始めてからも、土日は株の取引が無いので先生のカバン持ちでついて行って、ショーのお手伝いをしていました。

—その時は、マジシャンになりたいと思っていたんですか？

いえいえ全然思っていないです。ただモテたいだけ（笑）。

でも、マジックがめっちゃめっちゃ好きになっていましたね。あと、なぜ世の中のマジシャンたちはもっと表に出てきて、もっと気軽にマジックを見せないのだろうと思っていました。だから自分がマジックをもっと上達すれば、マジックを広められるかもしれない、というようなことは漠然と考えていました。

—じゃあ、稼ぎはもっぱらデイトレで？

そうですね。残高は最高で1000万円くらいまでは行きました。ただ1年半くらいデイトレを中心にした生活を送り、そろそろ限界だな、とも感じていました。そんな頃、パーティに呼ばれてマジックを披露していたら、あるお金持ちと知り合いになり、「猫カフェ」に投資しないか？と持ちかけられたんです。東京や大阪の猫カフェを視察してみると、どこもすごく繁盛しています。これはいけるかな、と思ったのでお金を出すことにしました。カフェの実務を仕切る店長さんは用意されていて、私は基本にお金を出すだけです。オープンしてみると、予想どおり繁盛して、収入として一定のお金が入るようになりました。そうこうするうちに、次は「うさぎカフェ」をやらないかと声をかけられまして、猫カフェでうまくいったし、動物カフェのノウハウも得ていたので、やることにしたんです。しかしこれが上手くいきません。初めての挫折を経験しました。今まで貯めてきたお金がほとんど無くなるころまで追い詰められました。そこで初めて、自分の人生とか仕事について真剣に考え始めたんです。猫カフェが成功していたときは、何もしなくて月50〜60万の収入があって、それに加えてマジシャンとデイトレでの稼ぎがあったので、毎晩のように繁華街に繰り出していました。でも、気付いたときにはスカラカンで。

—お金に振り回されてしまったんですね。

そうですね。そこから色々考えて、「やっぱり自分の好きなことを仕事にしよう」と決意しました。嫌なことをしてたくさんお金を稼ぐよりも、たとえ収入は少なくとも好きな仕事をして生活したいと強く思いました。それで立ち上げたのがスタートランプです。大好きなマジックを軸に事業を展開しようと構想して立ち上げた会社です。資金は使い果たしていたので、スタートのときは銀行から借りました。営業マンを2人雇って営業させたのですが、あまり動いてくれず、2ヶ月で辞めてしまいました。当時は「動かない社員だな」と不満に思っていたんですが、今思えば、社員に私と同じような動きを求めること自体が間違っていました。それ以後は、名古屋市内の全ての結婚式場に「披露宴にマジシャンを派遣します」というダイレクトメールを送り、全てテレアポし、全て訪問するという活動を自分1人でやりました。やってみて分かったんですけど、こりゃ自分の会社だからできるんだな、と。これを社員に求めた自分が経営者として未熟だったんです。そうやって自分で営業して、依頼が来たら自分が行ってマジックをするとい

う、フル回転の状態で走り続けました。1年くらいそんな体制で仕事を回しながら、さすがにきついなーと思い始めた頃、同級生が結婚する年齢になってきて、2次会に呼ばれるようになったんです。そこでマジックと司会をしながら気付いたのは、2次会の仕切りを代行するサービスもビジネスになるということです。さっそくメニュー化すると、ちょこちょこ依頼が入るようになり、この頃からようやく業績も安定するようになりました。起業して2年半くらいが過ぎたころです。

—マジシャン派遣、2次会プロデュースの他に、マジックグッズの販売もしているんですね。自社で作っているんですか？

そうです。ウチで企画して、メーカーに委託製造してもらっています。東急ハンズさんやヴィレッジバンガードさんに営業かけて、採用してもらっています。あと幼稚園や保育園ですね。保育士さんや先生たちが、子供向けに披露するネタとして買って頂いています。保育園の先生が300人くらい集ったところで、マジックをレクチャーして、グッズを買ってもらったりもしています。芸能人の方とのコラボ企画で、その方はダンスを教えて、私はマジックを教えるというのもしました。ゆくゆくは保育業界のアイドルを目指しています（笑）。

—マジックグッズを作ろうと思ったきっかけは何だったんですか？

ある安全ピンを使ったマジックグッズがありまして、どこにでもある普通の安全ピンが、スッとつながってしまうというマジックです。このグッズ、普通の安全ピンが4つとタネを書いた紙切れが入っているだけなんですけど、3000円で売られているんです。原価はおそらく100円以下だと思います。つまりマジックグッズって、アイデアを売っているの、利益率がめちゃくちゃ高いんです。最初この安全ピンのグッズを売り場で見たとき、ビックリしたんです。で買ってタネを見てみたら、さらにビックリ（笑）。まさにアイデアだけ。マジックってタネを知ってしまえば何ていうことのないものなんです。その不思議じゃない当たり前のことを、不思議に見せるのがマジシャンなんですね。だ





マジシャンライフをつづったブログも好評

から、アイデアさえ面白ければ、売れるグッズが作れるはずだと思って作り始めました。あとウチの商品の特徴としては価格設定が手ごろなことです。一般にマジックグッズってすごく高いのですが、ウチは買いやすい価格にしているところがお客様に支持されていると思います。

—グッズも売れて、経営もますます軌道に乗ってきたわけですね。

そうですね。会社を始めて4年目に入って売上も安定してきて、ようやく最初の思いだった「マジックの楽しさを伝える」とか「すべての人を笑顔にする」ということに時間を使えるようになってきました。マジック教室、保育士さへのレクチャー、企業での講習会などで教えた人たちは、周りの人たちに披露します。見た人は「おー、すごー」と喜びます。当然見せた側も嬉しい。マジックをする人を増やせば、それを見て喜ぶ人も増えて、笑顔がどんどん増えていきます。こういう循環をもっともっと増やしたいですね。「マジック教室」で検索するとヤフーでもグーグルでもウチがトップに出ます。うちみたいに本気でやっているところが他に無いのかもしれませんが。このマジック教室で学んだ人が「友人に披露しました!」という話を聞かせてくれることが、私は本当に嬉しいんです。

—結婚式などのイベントには、水谷社長が行くんですか？

私が行く場合もありますし、会社に依頼があった案件については他のマジシャンを派遣することもありますね。派遣するのはマジシャンだけでなく、大道芸人みたいな人もいます。イベントやパーティの状況に合わせて、色々なパフォーマーを派遣します。個人的に友人の結婚式に呼ばれた場合は私が行きます。結婚式はビデオを撮るので、そのビデオを見た友人の友人から依頼が来るということも多いですね。そうやってどんどんお客様が広がっています。私はマジックにあまり興味が無い人も、思わず引き込まれてしまうようなマジックをすることを心がけています。見たい人だけ見ればいい、ではなくて、より多くの人が見て

笑顔になって欲しいと思っています。ですから時にはタネを見せながら、面白おかしくやっています（笑）。

—今29歳とお若い水谷社長ですが、いろんなビジネス体験をされています。その体験から起業してビジネスがうまくいくコツって何だと思いますか？

今思えば、「お客様のために仕事をする事だ」、と言えますが、起業当時はとてもそんな風に思えなかったですね。お金がないから目先の利益にばかりこだわっていました。でもその時期に必死に頑張ったからこそ、苦しい時期を乗り越えられたのだとも思います。ビジネスが上手くいくためには・・・そうですね、やっぱり「ちゃんと、真剣にやる」ということに尽きますね。ちゃんと真剣にやっていないと、誰も助けてくれません。猫カフェとか、思いつきで適当にやっていた時代に知り合った人で、今も関係が続いている人はいません。適当に「これぐらいでいいか」って仕事をしている時は、誰も助けてくれないんですね。あとは、「自分は運がいい」と思い込むことかな（笑）。とにかく昔から根拠無く「自分は運がいい、いける」と思っていました。デイトレや猫カフェのときも「いける」と思ってやり始めたら運よく上手くいきました。途中で失敗して高くなった鼻をへし折られましたけど（笑）。

—（笑）。最後に今後の目標を聞かせてください。

『情熱大陸』に出演することです（笑）。自分のやってきたことを、何かの形に残したいんです。こうやって言い続けていたら、いつか出られるんじゃないかと思って（笑）。

—きっと出られると思いますよ。僕も番組プロデューサーに会ったら推薦しておきます（笑）。本日はありがとうございました。



水谷社長に頂いた
空とがカードのマジック
を必死に練習する豊田

【会社プロフィール】

会社名:株式会社スタートランプ
所在地:名古屋市東区泉1-11-8林敬泉ビル3F
TEL:052-951-8677
URL:<http://www.start-lamp.jp/>

ハーレーという ライフスタイルを売る



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。

■ハーレーだけ好調な日本のバイク市場

ホンダやヤマハなどバイクメーカー大手が軒並み日本国内での売上を減らしている中、唯一好調に業績を伸ばしているのがハーレー・ダビッドソンです。251cc以上の自動二輪クラスに限ってみれば、国内メーカーが苦戦する中、ハーレーは24年連続で販売台数を伸ばしています(2008年当時のデータ)。まさにハーレーだけが1人勝ち状態。とはいうもののこのハーレー、かつては現在の成功からは予想もつかないひどい経営状態だったそうです。トヨタ自販出身の奥井俊史さんという人がハーレー・ダビッドソン・ジャパン(HDJ)の社長に就いた91年当時、ハーレーは有名ではあるものの、日本国内では売れないブランド、しかも壊れやすくて乗りにくい、販売店は好き勝手に販売している・・・そんな状態だったそうです。

■ハーレーというライフスタイルを売る

そんな瀕死の状態のHDJの社長についた奥井氏は、今や伝説となった数々の改革を実施し、91年に約2800台だった国内販売台数を、2007年に約15000台にまで引き上げました。実に5倍以上。その原動力となったのが「オートバイというモノを売るビジネスではなく、ハーレーというライフスタイルを買ってもらうビジネス」というコンセプトを明確に打ち出したことです。一つの例をあげると、ハーレーの楽しみ方とは何かを、「ハーレーダビッドソン、『心』の10の楽しみ」にまとめ、バイクという機械を売るのではなく、ハーレーならではの“楽しみ”を売っていくというマーケティングスタイルに変えたこと。この10個の楽しみの中に「装う」という楽しみがありますが、これは、ファッションを充実させることを指します。ハーレーに乗るときに、どんなファッションを身に着けるのが自分らしいか、あるいはハーレーらしいか。それを提案するわけです。ファッションとライフスタイルは切っても切り離せませんから、HDJではファッションアイテムについてもかなり力を入れています。

■仲間とライフスタイルを共有する

ライフスタイルを彩る上で重要なのは、「誰とつながるのか」ということです。つまりハーレーを愛する仲間との交流です。HDJでは、仲間が交流する場所として、数々のイベントを開催しています。それも、かなり大々的に、年に何度も、自社の手作りで行ないます。そこには既存ユーザー、その家族や友人、新規見込み客が集い、ハーレーと



いうライフスタイルを実践する人同士、あるいはそれに憧れる人たちが出会います。子供たちは小さい頃からハーレーのライフスタイルに触れ、大人になったときにそのライフスタイルを実現させます(いわば青田買いです)。そのイベントに集ったハーレーファミリーは、カスタム化された愛車を見せ合い、ファッションを見せ合い、ハーレーというライフスタイルの楽しさや素晴らしさを確認しあうわけです。こうしたモノではなく価値観を売ることを重視した戦略により、HDJは蘇ったのです。

■パタゴニアというライフスタイル

パタゴニアという企業も同社が提唱するライフスタイルに共感したファンによって支えられている企業です。パタゴニアは主にアウトドアのアパレルを販売する会社で、自然環境保護の姿勢を強く打ち出しています。アウトドア用品メーカーとして、初めてペットボトルをリサイクルした素材でフリースを作った企業としても知られています。売上高の1%、あるいは税引き前利益の10%の多い方を「地球税」として寄付しています。まさにLOHAS(健康で維持可能な生活様式)を地でいく企業です。この企業姿勢が、環境問題に関心が高く自然と調和したライフスタイルを志向する人々から支持されています。商品の価格は安くないものの、「パタゴニア」を身に着けること、イコール「環境問題に関心を持っている」という意思表示になり、一部の愛好家の間では圧倒的な人気を誇るブランドになっています。また、パタゴニアは「自由な風土」をもつ企業としても有名です。創業者イヴォン・シュイナードの「Let's my people go surfing(いい波が来たら、今すぐサーフィンに行つてこい)」という言葉には、パタゴニアの精神がよく出ており、「まず人生を楽しもう」というメッセージを感じます。但し、仕事を投げ出していつでも遊びに行つていいよ、ということではなく、仲間と連携し助け合う組

織が出来ていることが前提条件になります。そのために、徹底した自己管理が必要で、結果に対する責任感を各社員が強く持つことをパタゴニアは求めます。一方で各社員が真剣にスポーツに取り組むことは、そのスポーツについて顧客よりも深い知識と経験を持つことにつながり、それが顧客からの信頼の源泉になるという理由から強く推奨されています。アウトドアスポーツを愛し、環境への関心度も高い。そういうライフスタイルを実践しているパタゴニアという企業に共感し、顧客はパタゴニアブランドを買うのです。

■コミュニティをリードするというマーケティング

成熟化したコモディティ化社会が訪れ、多くの日本企業が失速している中、HDJやパタゴニアが日本市場において確固としたポジションを築いていることは、私たち中小企業者に大きなヒントを与えてくれます。ひとつはライフスタイル・マーケティング。モノを売るのではなく、顧客の自己実現のための「価値ある生き方」を提案するというマーケティング戦略です。ポイントはその商品を使用したライフスタイルが顧客にとって「自分らしい」と感じるかどうか。自分らしいと感じたとき、顧客は価格にこだわらず積

極的に買おうとします。そしてもうひとつは、そのライフスタイルに共感した人々と一緒にコミュニティを作り、企業がそのコミュニティのリーダーとしての役割を担うことです。HDJは「ハーレーの楽しみ」をコミュニティのメンバーたちに提唱しています。パタゴニアは環境問題を自分の問題として捉えたうえで、アウトドアスポーツを真剣に楽しむというライフスタイルを提唱しています。両社とも自社が提唱するライフスタイル、あるいは考え方に賛同する人たちをコミュニティ化し、リーダーとしてその素晴らしさを伝授しているのです。現代は地域のコミュニティが崩壊し、どこにも所属していないと感じる人が増えています。そういう中で、ライフスタイルを軸にコミュニティを形成し、自らがそのコミュニティをリードしていくというマーケティングスタイルは、閉塞する日本市場を切り開く重要な考え方になるはずです。

(参考：『なぜハーレーだけが売れるのか』水口健次 著
『ブランドのDNA』片平秀貴 他著)



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

『「有名になる」ということ』

勝間和代著

オススメ度 ★★★★★

読むべき人 有名になりたい人

ポイント1

有名になっても金銭的メリットは大きくない

テレビに出ても、1番組の出演料は5~20万。しかも拘束時間が長いので、全く割りに合わない。一方で顔が売れると、常に「衆人監視状態」に置かれ、落ち着かないし、必要以上に誹謗中傷される。スローカーに追い回されることも。

ポイント2

有名になるステップは通常のビジネスと同じ

まず自分の商品性を把握し、ターゲットや競合を特定する。市場をセグメントし、ターゲティングし、ポジショニングする。あとはチャネル、プロモーションの方法、価格設定を適切化し、PDCAを管理する。ビジネスの基本と同じ。

ポイント3

ブームは1~2年で終わる

いったん「この人は売れる」と目をつけられると、いろんなビジネスが持ち込まれる。有名人と組んだほうが大ヒットする確率が高いからだ。そうやってブームが起ると、本人は殺人的に忙しくなり、アウトプットの品質が下がる。その結果、評価が落ちて、ブームが終わる。

結論

有名になることに興味が無い人にとっては全く価値のない本。内容にも大きな驚きは無い。ただ、今までの勝間本と違って、本人の恥ずかしい実体験を自虐的につづっており、単純に「へへ、そうだったのか」と面白く読める。勝間さんの本は、色んな本の寄せ集め情報だったり、考察が浅すぎて「本当に？」と疑問に思う面が多々あり、その点が批判の対象にもなっていた。その点、この本は、実体験をベースに書いてあるので説得力があるし、謙虚な姿勢に好感が持てる。勝間さんは本当はいい人なのではないか？と思える一冊。

- ★★★★★ 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370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。

相談される人になろう (2010年6月4日発行第268号)

■外部の優秀な相談者

「経営コンサルタントと契約し、私は生まれて初めて外部に優秀な相談者を持つとこんなに事業が楽になるのか、ということを実感しました」

これは、ある著名な女性起業家の言葉です。この経営コンサルタントは残念ながら僕ではありませんが、この職業に対してこんな風に評価して下さることが、自分が言われたことのように嬉しく思いました。

クライアントにとっての心強い相談者になること。

コンサルタントにとって、常に目指すところであります。

■心強い相談者

経営者にとって良い相談者がいるかどうかは心理的に非常に大きな影響を与えるようです。偉大な経営者には、必ず良き相談者がいました。ホンダの本田宗一郎氏には藤沢武夫氏が、ソニーの盛田昭夫氏には井深大氏が、そして松下幸之助氏にもあまり知られてはいませんが、中尾哲二氏という右腕がいたそうです。これらの相談者やパートナーがいたからこそ、偉大な経営者は偉大になれたのだ、と言われています。

少し前から、企業において新入社員の相談役として、直属の上司ではない先輩社員が割り当てられる「メンター制度」なるものが導入されています。

驚くことに、わが息子の幼稚園でも、年上のお兄ちゃんが世話役として面倒を見る制度があるようです。

経営者も新入社員も幼稚園児も、自分の置かれている状況を細かいところまで理解してくれる身近な相談者の存在は、心理的負担を軽減してくれる心強いものなのだと思います。(幼稚園児はどこまで効果があるのか分かりませんが)

■すべてのビジネスパーソンはコンサルタントになる

さて、もしあなたがコンサルタントではなく、事業者とし

てモノやサービスを顧客に提供している立場であったとしても、「顧客から相談される存在になる」ことを目指すことは重要です。あなたはあなたが売る商品やサービスの専門家として、顧客の悩み解決してあげる役割を担っているはず。ただ売るだけではなく、顧客の悩みを解決するために商品を提供しているはずです。

こういうスタンスがこれからますます重要になります。顧客から相談され、悩みを理解し、解決策を提案する存在になれば、価格競争からは間違いなく脱出できます。

すべてのビジネスパーソンは、コンサルタントになっていく。そういう気持ちを持って欲しいと思います。

■自分レベルの視点で

自分レベルではどうでしょうか？僕はもっぱら相談される側の人間ですが、逆に相談したいという欲求も持っています。昨日、クライアントでもあるフードコーディネーターの方と仕事の件で話していて、少し相談に乗ってもらいました。

「そうか～。じゃあ、今度飲みにいこうか！」

こう誘われたとき、なぜかとても嬉しく感じました。人間は、相談に乗ることも、相談に乗ってもらうことも、両方嬉しい生き物なんですね。僕もこれからもどんどん相談に乗り、そして相談に乗ってもらおうと思います。

そうやって、お互いの脳みそを刺激しあうことで新しい発想が生まれ、ビジネスが発展していくのだと思います。

ところで、鳩山総理に良き相談者はいたのでしょうか？

相談者がいたとしたらもう少し違った結果になったような気がします。「相談をする」ということも、結果を出すためにはとても重要なポイントなのだ、としみじみ思います。

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。

ワタミ・時間外労働不正手続き問題に考える

2008年に過労自殺居酒屋チェーンを展開するワタミフードサービスが、労働基準法が定める労使間の手続きを踏まずに、従業員に時間外労働をさせていた事実が明らかになりました（2012年5月17日中日新聞朝刊）。ワタミでは、2008年に長時間労働を理由とする過労自殺者を出したこともあり、今回の報道で注目された訳ですが、同様の危険を内在している企業は、実はかなり多いとされています。今回は、この問題に対して会社が正しく理解しておかなければならない点について解説します。

■残業は労働基準法上「禁止」されている

まず、経営者の皆様が知っておかなくてはならない重要なことは何かと言うと、残業させるのは会社の当然の権利ではない、ということです。実は、会社が従業員に残業させることは法律上禁止されているのです。労働基準法第32条に、労働時間の上限に関して次のように規定されています。

○使用者は、労働者に、1週間につき40時間を超えて労働させてはならない。

○使用者は、労働者に、1日につき8時間を超えて労働させてはならない。

つまり、労働基準法では、「残業一切禁止」が大前提なのです。まずこのことをしっかり頭に入れておく必要があります。残業代を払う払わないの問題ではなく、そもそも上記の時間を超えて働かせることができない、というのが大原則です。残業をさせることができるようにするためには、会社と労働者との間で労使協定を締結し、労働基準監督署に提出する必要がありますが、この手続きを経てはじめて、「例外的に」この上限を超えて働かせることが認められる、つまり残業させることができるようになる、という趣旨なのです。この点をまずしっかりと理解して下さい。

ちなみに、この労使協定のことを「時間外労働・休日労働に関する協定」といいますが、その根拠となる条文が労働基準法第36条に規定されていることに由来し、「36協定（さぶろくきょうてい）」と呼ばれています。

■本当に労働者の「代表」なのか

さて、上記のように「36協定」は労使間の協定ですから、これを締結する労働者は、その会社で働く人を代表する人でなければなりません。過半数を組織する労働組合がある場合はその過半数組合がその当事者となりますが、組合がない場合は過半数を代表する労働者が、その当事者になります。

そこで問題は、過半数を代表する労働者の選出方法です。労働基準法では、投票や挙手などの民主的な方法によって労働者の中から選出された者でなければならないとしています。今回のケースでは、店長がアルバイトの中から労働者代表を「指名」し、その者に署名させている、と親会社の法令遵守担当者が明言。さらに労働基準監督署に提出した協定届には「挙手で選出した」と虚偽の記載をしていたことも明らかになりました。

■「氷山の一角」

「36協定」の締結に際して、同社と同様の手続きを取っている会社もおそらく相当数あると私は見えています。きっと読者にも思い当たるところのある方も多いのではないのでしょうか。しかし、これは明らかに違法な手続きであり、残業命令そのものが無効となるリスクも想定されます。さらに今回の報道によって世間の目もより厳しくなり、あなたの会社には「ブラック企業」の烙印を押される危険性がより増したことは間違いありません。

大部分の会社で年に1回締結し、労働基準監督署に提出している、この「36協定」。極めて重要な手続きでありながらも軽視されがち、という特徴があります。あなたの会社にも思い当たる点がありましたら、「早急に」改善することを強くお勧めします。

後藤剛 人事コンサルタント会社にて活躍中。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。子供のころから星や宇宙が大好きで、先日の金環食には相当はしゃぎ、興奮し、手がつけられない状態だったらしい……でも、ピーク直前に晴れてきたときは、本当に鳥肌が立ちましたね……。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】

20回目となるセミナーは、「経営計画の立て方」と題して行ないます。経営計画が立てられ、それが紙に書いてあるか、否か。これで業績に差が出ることは、各種調査からも明らかです。今回のセミナーは経営計画について深掘りしたいと思います。

「経営計画の立て方」セミナー

日時：2012年6月26日（火） 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)