



お客様の冒険心に火をつける。 それが私の仕事。



チェルカトラベル株式会社
代表取締役 井上ゆき子

小さい頃から海外に憧れて、旅行会社でキャリアを積んだ井上ゆき子さん。「何で起業しないの？」の一言をきっかけに女性向け旅行会社「チェルカトラベル」を設立。次々とユニークなプランを世の中に投げ掛け、マスコミからも大注目の的に。女性の冒険を後押しする井上社長に、自身の冒険ストーリーを聞いてみた。(インタビュー 豊田礼人)



— 今日日はソロウェディングというサービスでブレイクし、大注目されている京都のチェルカトラベルの井上社長にインタビューします。この「ソロウェディング」ってどんなものなんですか？
女性が一人でウェディングをする2日間の旅行プランです。1日目は私たちが京都駅へお迎えに行き、ドレスショップでドレスを選んでいただきます。そこではドレス・コーディネーターさんが事前アンケートと当日のお客様を見て、約200~300種類の中から10着ぐらいをピックアップし、好きなだけ試着して頂いたうえでお気に入りの1着を選びます。その後、お花の先生の指導のもと、アーティフィシャルフラワーでブーケを作ります。翌朝、ホテルまでお迎えに行き、メイクスタジオでメイクをします。じっくり時間をかけて、相談しながら作っていきます。そこから撮影場所までは、運転手付きの黒塗りのハイヤーを用意して向かいます。ここが私のこだわりポイントですね。撮影場所は貸し切りで、1時間ぐらい撮影をします。カメラマンは女性限定で、メイクさんも付きっきりです。

— その特別感が女性の心をつかんだんですね。マスコミで報道されて火がついて、大人気商品に成長して。この前は雑誌『AERA』でも紹介されたと聞いています。すごいですね。ありがとうございます。

— このサービスのことは後から詳しくお聞きすると、まずは井上さんの小さい頃のお話からお聞きしたいと思います。井上さんはどんな子供だったんですか？
すごく大人しくて、空想ばかりしていました。物心ついた頃から本が大好きで、図書館の本は端から端まで読破しました(笑)。

— それはすごい。ちなみにどんな本を？
童話や冒険もの、メアリー・ポピンズ、ドリトル先生のシリーズ、長くつ下のピッピーやピーターパンなども大好きでした。空想の延長で物語を読んでいましたね。あとは海外小説なんかも。

— その頃から海外に憧れていたんですか？

プロフィール
京都府 生まれ
旅行業界でキャリアを積んだ後、2006年に旅する女性のための旅行会社、チェルカトラベルを設立し、代表取締役役に就任。オリジナリティに富んだサービスで注目を集める。

今月の内容

- 経営者インタビュー
チェルカトラベル株式会社 代表取締役 井上ゆき子さん
- 経営コラム ボトルネックは社長の頭の中に
- ベストセラー解説 「フランス人は10着しか服を持たない」 J・L・スコット著
- メルマガバックナンバー
- レイマック豊田のひとりごと

そうですね。国内には全く興味がなくて（笑）。未知のものや、わからない言語に興味がありました。今になって京都で身近な歴史に触れて「おお〜！」みたいなことはあるんですけど（笑）。

—英語にも興味があって？

はい。洋画や洋楽が好きで、英語の歌を録音して聴き取ったものを書き写し、それをさらに翻訳したりして遊んでいました。

—レベルの高い遊び(笑)。

すごく面白くてはまっていましたね(笑)。高校3の時にアメリカに短期留学する機会があって、その時完全に海外スイッチが入ったんです。生まれて初めて「添乗員さん」の仕事を目の当たりにして、「こんなに面白くてカッコいい仕事があるんだ！」と。しかも彼らはタダで海外に行けるんだ！みたいな(笑)。

—(笑)。会社のお金で海外旅行できて、いいなと(笑)。

そうですね(笑)。もう居ても立っても居られなくて、留学から帰って来たらすぐに旅行会社に入りたくて。でもさすがに高校ぐらいは卒業しておかないとマズいでしょうって(笑)。

—(笑)。働く気満々になっちゃって(笑)。

もう満々でしたね。でも卒業前に大手旅行会社の募集要項を見ていたら、ほとんどが大卒や専門学校卒で、高卒の募集はない。それで、高校卒業後、旅行の専門学校に入りました。でも、専門学校の2年間もすごくもどかしくて(笑)。

—相当、働きたかったんですね(笑)。でも、そういうタイプって珍しくなかったですか？

そうかな？(笑)。確かに高校は女子校でお嬢様学校だったので、周りの友達は全然そういう雰囲気じゃなかったですね。労働意欲満々なのは私くらいで(笑)。でも昔から、「周りとは足並み揃えて世渡りする」というのは一切なくて、常に独走態勢で(笑)。

—独走(笑)。井上さん、高校生の時にやりたいことを見つけちゃったんですね。

そうですね。専門学校での勉強は楽しくて。卒業後は大手旅行会社系列の出版会社に入りました。

—どんな仕事を担当したのですか？

旅行のパンフレットの在庫管理です。ただ、その在庫管理のやり方がすごく効率悪くて。だから、私が担当になった瞬間に全部やり方を変えて。そしたら1日ばかりだった仕事で、3時間足らずで終わってしまったんですよ。残りの時間を持って余っていたので、上司に聞いたら「君は1日在庫管理だけをやっていればいいんだよ」という反応で。やることがないのにこの会社にも意味がないと思い、辞めて、

転職しました。次の旅行会社ではハネムーンを担当した後、世界中の航空券の運賃計算からチケット発行までを担当しました。かなりテクニクがいる仕事で、この職人技ができる人は旅行会社の中でも希少です。ましてや発券という特殊な世界に携わっている人は少ないので、手に職付けた感じです。その後、どこに面接へ行っても「発券できます」と言えば即採用でした。

—なるほど。どんどん旅行のスペシャリストになっていった。

そうですね。その後英語を学び直すために働きながら大学に通ってたんですけど、結婚したのを機に大学も会社も辞めて、出産し、しばらくは主婦をしていました。でも時間を持って余すから、派遣社員として色々な旅行会社を渡り歩いて、最後の会社では課長職までいきました。ただ、ずっとそこにいるつもりはなかったの、次へのステップについて考えていたんです。そこで、経営者の知人に相談したら、「何で起業しないの？」って言われて。「え？私が？いいの？」みたいな感じで(笑)。

—(笑)。そういうやり方もあったのかと。

そうか、自分も起業していいんだ！って。完全にスイッチが入っちゃって(笑)。それで京都市主催で女性起業家を支援する「京おんな塾」に参加して、事業プランを練って、2006年に起業しました。

—それがチェルカトラベルなんですね。チェルカってどういう意味なんですか？

イタリア語で「探す」という意味です。会社の名前を考える時に、「C」か「E」で始まる名前がかわいいな〜と思って。その頃イタリアがすごく好きだったので、イタリア語の辞書で「C」ののところを探していたら、Cercaのところ、「あ！チェルカってかわいい！」と思って、意味が「探す」ということで、探すって旅行に合っているなど。チェルカを使ったことわざで、「チェルカトロヴァ (Cerca Trova)」というのがあるんです。「探しをすれば出づる」という意味だったんですね。「あ、これいいな」と思って。で、チェルカトロヴァをヒントに「チェルカトラベル」にしました。

—なるほど。音の響きもいいですね。起業後、最初のお客さんはどうやって？

最初は、起業する前から知り合いだった方から家族旅行の仕事の頂きました。その後はホームページを制作してゼロから開拓しました。ホント、無謀でしたね(笑)。でも運よく、京おんな塾の先生の中に、産経新聞系列の『リビング』の編集長がいらっしゃって。「ユニークな女性起業家」ということでインタビューして頂きました。そこから色々メディアに取り上げて頂いて、お客さんが少しずつ増えていきました。

—設立当初から「女性のための旅行社」というコンセプトだったん

ですか？

そうです。実は、男女では旅の仕方が全く違うんです。男性は目的を達成するために旅行に行くのですが、女性はもっと感情を重視します。だから男女がともに満足する旅行って難しいんです。だったら女性が100%楽しめる旅行プランを、女性向け限定で作って見たらウケるんじゃないかと。

—その目論見が当たったんですね？

当たりました。でも、しばらくしてから女性を相手に仕事するのがいかに大変かということも痛感しました(笑)。女性は思い込みが激しいので、一旦思い込んだイメージと少しでも違うと不満になるのです。だから事前にたくさんの時間をかけて、その人が何を求めているかを深く調査し、旅行先がそのニーズを満たせるかを細かくチェックする必要があります。これが結構手間でもコストがかかります。でもやらないと満足して頂けないのでやるしかない。

—お客様のニーズを、その旅行プランで満たせるかどうかの細かい擦り合わせが必要なんですね。

そうなんです。でも海外の旅行先の情報を細かく把握するにも限界があります。そこで、勝手知ったる京都の立地を活かすことにしました。京都観光ならば、実際に自分が雰囲気わかっているのも、お客さんが求めているものとプランの擦り合わせが格段にしやすい。じゃあここでできることを探してみようということで、うち独特のプランを作って売り出したんです。

—それが、「失恋タクシー」ですか？

はい。一番にブームが来たのが「失恋タクシー」で、その次は、独身の女性がウェディングドレスを着て撮影も体験できる「ソロウェディング」というプランです。

—なるほどなるほど。失恋タクシーをやり始めて、事業が軌道に乗っていったんですか？

軌道に乗るといよりも、メディアの目を集めることができましたね。失恋タクシーは、TV、雑誌、新聞などの取材が10本以上入りました。そこで、チエルカトラベルが、女性向けのユニークな旅行会社だということが認知されました。ソロウェディングを出してからもすぐに取材が来たので、トントン拍子で軌道に乗りました。

—それで、ようやくやっていけそうだな、と？

そうですね、めどは立ちました。ソロウェディングは、うちのスタッフが提案してくれた商品なんですけど、当初私は疑心暗鬼で、こんなの売れないよって。でも彼女は絶対にやりたいて引かなくて。とにかくウェディングドレスを着ることが彼女の夢で、同じ思いを持つ女性はたくさんいるはずだから絶対売れるって。旅行に繋がるかどうかのポイントでしたが、遠方の方は京都観光を兼ねて来られるので、旅行して、ウェディングしてって感じで。

—ああ確かに、京都だったら、遠くからでも行きたいし、観光してソロウェディングして、1粒で2度美味しいみたいな。そういえばブログで見ましたけど、井上さん自身も最近ソロウェディングを体験されたんですね。どうでしたか？

フフフ(笑)。見ちゃいましたか(笑)。そうなんです。私、結婚した時にウェディングドレスは経験済みなんですけど、ソロウェディングは初めての体験でした。個人的には全く興味がなかったのですが(笑)、こんなにお客さんが絶賛してくれるってどんな感じだろうと思って。

—自分が売ってる商品が、何でこんなに売れるんだらうって？(笑)。

ははは(笑)。そう(笑)。で、実際に体験してみたら、これだけの人が自分のために動いてくれて、尽くしてくれて、満足しないはずないでしょ！と思いました(笑)。やっぱり女性は、自分がキレイになっていく過程にすごくアガるんですね。

—うちの商品すごい！って(笑)。女性はみんなお姫様願望を持っているんですかね？

日本には男性にエスコートしてもらって習慣がないですよ。女性といえば3歩下がって、みたいな。でも、主役になりたいっていうのはみんな密かに思っているんです。結婚式で女性は主役ですけど、やっぱり旦那さんがいるとちょっと控えめになってしまう。でもこの企画は100%本人が主役なので、女王様ですよ。スタッフも感情を込めて、楽しく取り組んでいるので、それがお客様に伝わって、喜んでくださるのだと思います。

—値段が32万円からということなんですけど、どうやって値付けをしたんですか？

女性が1人でこのプランを体験するのに、いくらまでだったら出せるだろう？というのをすごく考えました。ただ単にドレスを着て写真を撮るだけのサービスではないので、安売りはしたくありません。本物であることを感じてもらううえで、出せない金額ではないというのが32万円。価値がわかる人だったら納得してもらえははずだと判断し



プロがつきっきりでメイクしてくれる

て、躊躇なくこの値段にしましたね。

—その狙い通り、反応があったわけですね。

やはりメディアの力が大きかったですね。昨年の5月にスタートしてから毎月のように、今では月に2、3回はどこかのメディアに取材を受けています。最初はメディアも一人でウェディングをすることを「寂しい」「哀れな」という感じで取り上げていましたが、最近ではお客さんの様子を映し出してもらうことで、本当に楽しそうだなということが伝わるようになりました。そこからかなり好転しました。

—すごい勢いでもんね。ところで、井上さんは自分がやるべきことや、やりたいことを明確に分かっている人だと感じます。

そうですね？そんなことないですよ。ただ、思うのは、待ちの姿勢の人って多いですよ？でも、待ちの姿勢って何も生まない。一步も前に踏み出さず、何かがやってくるのを待っている。死ぬまで待っていても来ないかもしれない。だから私はとりあえず行動に移します。もちろん失敗もしますが、やらないよりはいいかなと。もともと、ドキドキ感がアップすることや、気持ちのいい場所などを突き詰めて、同じ感覚を他の人にも味わってほしいという願望があって。それをブログやFacebookなどに載せて「私もそう思います」「そんなのやりたいと思っていました！」という意見が出ると、みんなこういうのを求めているんだなど。それを商品にしてみたり。

—じゃあ自分が今何でこんなにワクワクしたのかっていうのをいつも振り返っている感じですか？

そうですね。「あっ、これだったのか！」というのは、やってみないとわからないですから。だから海外もどんどん行きたい。いろんなものを自分の目で確かめたいんです。

—ところで、井上さんがやっていることって、「旅行会社」っていう感覚なんですか？

うーん、何だろう？旅行を使った“冒険”ですかね。今いる自分と違う自分を探しに行くためのツールとして旅行を使っているという感覚です。私が自ら冒険をして、その体験談をお客さんにシェアしているだけなんです（笑）。お客さんに私の体験談を伝えることで、お客さんの冒険心に火をつける。それが私の仕事かな。

—その感覚はすごく面白いですね。

なかなか自分では一步前に進めない女性って結構多いのです。そういう人たちに自信をつけさせてあげられたらいいな、と。海外に1人で行くとか、今まではバックツアーで行っていたけど、自分で手配して行ってみるとか。それだけでも冒険でしょ？それにプラス、例えば宿泊するホテルなんかいつもよりハイレベルで、ラグジュアリーなホテルにステイしてみる。上のレベルを体験することで自分のレベルが上がるということを感じて欲しいのです。その体験によってお客さんが、「すごく自信がついた」とか「仕

事を頑張れる気がする」と言ってくださるとすごく嬉しいし、そこをお手伝いしたいですね。

—なんか、分かります。見える景色が変わると、世界が変わるよ、と。ところで、井上さんは決断できる人だなと思ったことのひとつに、目下絶好調のソロウェディングを2年後にもう辞めま

ずって宣言していますよね。それってすごいなど。2年後に辞めるというのは、自分が「やりたい」と思ったことは、今すぐやってほしいという私たちからのメッセージでもあるんです。ソロウェディングってただプランに参加するだけなので、やりたい気分の時にやらないと楽しめないと思うのです。だから期限を決めて、2年後までこのサービスは終了します。今やりたい人は、今やってほしい。先延ばししても生きていないかもしれないでしょ？あと、ずっとソロウェディング人氣が続くなんてありえませんが、衰退していく様を自分で見たくもない（笑）。「昔こんなあったよね。」と言われる前に、スパッと辞める。潔さが次への期待感につながり、私たちにとってもモチベーションアップになる。責任感も出てくる。自分に発破をかけるという意味でも辞めようと思って。

—一次の成長のために辞めるんですね。さて最後の質問です。

チェルカトラベルは今後どこを目指す予定なんですか？

予定はあまり立てず、結構成り行き任せです（笑）。冒険ですね。会社の規模にもこだわらない。感覚人間なので、その感覚に乗せようとは思っています。ただ、ビジネスの基盤だけはしっかりと作りたいと思います。収益を確保するというのは押さえたまま、次の面白いプランを手がけていきたいですね。

—本日は、とても楽しいお話を聞かせて頂いてありがとうございました！

こちらこそ、ありがとうございました。🍵



【企業プロフィール】

チェルカトラベル株式会社

所在地:京都市中京区壬生賀陽御所町8-2

電話:075-950-7149 URL : <http://www.cerca-travel.co.jp>



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

ボトルネックは社長の頭の中に

■成長を阻む大きな原因とは

ボトルネックによって、成長が阻まれている会社の話。

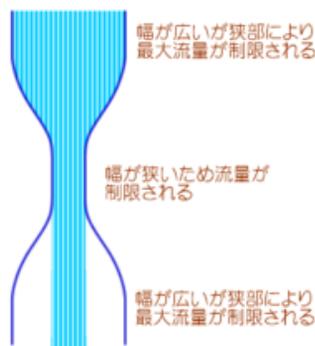
先日、あるメーカーの経営者と会社の経営戦略についてミーティングを行いました。そのメーカーは一般消費者向けにある食品を製造販売している会社です。これまでかなり積極的に事業展開をしてきており、それなりに業績も上がってきています。当面の課題は、さらに会社を成長させていくためには何をすれば良いかということです。その経営者曰く、会社を成長させたいのだが、生産設備の能力がボトルネック(制約条件)になって、これ以上生産能力が増やせない、といいます。

ということであれば、生産能力をあげるための設備投資計画を立て、それに見合う販売計画も立て、それに向けてやるべきことを一つずつやって行きましょう、という話になります。しかし、私がそう言うと、社長は「いや～そこまでは、まだちょっと考えていないんですよ」と歯切れの悪い答え。つまり、「成長したい」と口では言っていますが、さらなる設備投資などの負担を背負ってまでやりたいのか、という躊躇してしまう自分がある。こうなると、社長がこの会社でどんな目標を達成したいのか、ということを明確にしないと話が進まないし、それをハッキリさせない限り次の成長も望まません。つまりこの会社のボトルネックは生産能力ではなく「社長の目標のあいまいさ」ということになります。

■「現状維持」は「何もしない」ということ

社長の頭の中のあいまいさがボトルネックになって、成長を阻んでいるということはよくあります。大きな目標を立てて自分にプレッシャーを与えながら日々の仕事をするというのはツライので、多くの会社は「現状維持で良い」「大きな成長は望まない」という趣旨の発言をしがちです。そもそも、目標自体を立てていない、という会社も少なくありません。そういう私も、大きな目標を立てて自分を追い込みながら仕事をするのは苦手なタイプで、つい現実的な、現状の延長線的な、無難な目標を立ててしまう傾向があります。

しかし、「現状維持で良い」という目標で現状維持でき



ボトルネックが成長を阻む

るほど環境は甘くありません。特に日本はコモディティ化し、モノが売れない社会になっています。こういう世の中で、現状で良いということは、「今以上に努力はしない」と宣言することと同義ですので、時と共に必ず下降していきます。あなたの会社が「今まではそれで問題なかった」という会社だとしても、それはたまたま今までは運が良かった、というだけのことだと思った方が良いでしょう。また前年比5%とか10%アップという目標も、「何も新しい取り組みはせずに、自然増を寝て待つ」と宣言しているようなもので、それを達成することは難しい、というのが現実的な判断です。

■脳に質問する

社長の頭の中のボトルネックを解消し、無意識に踏んでしまっている心のブレーキを外すためには、大きな目標を掲げることが大切です。大きな目標を達成するためには、今までの延長線上のことをやっていたはダメで、何か新しい取り組みをしていかなければなりません。それは具体的にはどんなことか?という質問が頭の中に勝手に湧き起ります。この質問を脳に投げ掛けることが、ものすごく大切です。脳に質問を投げ掛けることで、脳はその答えを必死で探し求めます。遊んでいる時や寝ている時でさえ、その答えを探し続けます。意識的に探そうと思わなくても、無意識のうちに探し続けてくれます。そして、ある時、ポイントと答えを投げ返してくれるのです。

大きな目標を掲げるのは恥ずかしい、という思いを持つ人もいます。大きなことを言って出来なかつたら格好悪いと思ってしまうのです。しかし、大きな目標を立てて出来なかつた時の恥ずかしさよりも、大きな目標を立てることによってそれに向かって脳が動き出し、新たな行動への意

欲が湧くことの方が何倍も重要であるし、価値あることです。それに、他人の目標なんて、いちいち覚えている人なんていません。言ったことが出来なかったら恥ずかしいと思っているのは自分だけで、周りの人はあなたがそれを言ったことすら覚えていないでしょう。

■「起業家」が成長の原動力になる

スモールビジネスの起業に関する名著「はじめの一步を踏み出そう」を書いたマイケル・E・ガーバー氏は、経営者の内側では「起業家」「マネジャー」「職人」という3つの人格があり常に争いが起きていると指摘しています。起業家というのは、将来のビジョンを持ち、周囲の人たちを巻き込みながら、変化を引き起こそうとする人物です。マネジャーというのは管理が得意な実務家で、計画をきちんと立て、問題点を探し出し、それを一つずつ潰していく人です。職人は、自分で手を動かすことが大好きな人間で、決められた手順に従ってものをつくりあげることによって幸せを感じる人です。このレイマックプレスで80人超の経営者に

インタビューしてきて感じるのですが、大きくビジネスを成長させている人は、「起業家」の人格が強く出て、それをうまく利用しています。一方で「職人」が強すぎる人は、仕事自体には満足していたとしても、利益が残せず苦しむケースに陥る危険性があります。

3つの人格をバランスよく持っている人で真っ先に思い浮かぶのが、レイマックプレスの32号でインタビューしたあいぎ特許事務所の山田強さんです。弁理士という職人的な仕事をゼロから始め、現在は20人を超すスタッフを抱える事務所へと成長させた手腕は見事です。山田さんは「職人」と「マネジャー」の人格を上手く活用しながら、「起業家」として目標とビジョンをしっかりと描き、それに向けて必要な投資と行動を怠らない人です。この起業家人格を上手く使っているところが、当事務所の発展を支えていると私は感じています。

大きな目標やビジョンを掲げることで、心のブレーキを外し、ボトルネックを解消する。それが成長のきっかけになるかもしれません。是非一度チャレンジしてみてください。



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

『フランス人は10着しか服を持たない』ジェニファー・L・スコット 著

■オススメ度 ★★★

■読むべき人 物質主義に侵されている人

ポイント1

あなたはなぜ、その服を着ているのか？

自分は何で、この服を着ているのか？自分によく似合っていて、自分がどういう人間かを表現してくれる服を着るべきである。自分のスタイルのテーマを決めてそれに沿った服を買い、着ることで自分の魅力を引き出すことができる。妥協は禁物。

ポイント2

素敵に暮らすということとは？

素敵に暮らすということは、物質主義に踊らされず収入の範囲で暮らし、モノにあふれた社会の誘惑を避けること。これこそを「繁栄」と呼ぶのだ。

ポイント3

何をやるのかは二の次。どうやるのかが重要

つまり、何をやるにしても情熱をもってやれるかどうかが問題である。どんなに社会的地位の高い仕事をしていても、情熱を持たず、ただ流されてやっているだけでは何の意味もない。愛と情熱とアートと音楽にあふれた人生を送りたい。

50万部のベストセラー。お気楽なカリフォルニアガールがバリエーションに留学し、貴族の家にホームステイしたことをきっかけに、シックでシンプルなライフスタイルに魅せられる様を描くエッセイ。食生活、着るもの、家の中のインテリアなどについて、無駄を省き、本当に良いと思えるものを選び、自分らしく、シンプルに暮らしつつも、大いに楽しむというパリジャンの暮らしぶりの素晴らしさを説く。モノと情報が溢れ、スマホに縛り付けられている現代日本人にとっても納得感が高く、支持されているのも頷ける。

結論

- ★★★★★ 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500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。

中小企業の人材採用の武器とは

(2014年11月14日発行第500号)

■ 人手不足、ニッポン

最近、クライアントからの相談で多いのが、採用の問題。人を採用したいのに、募集しても全然応募者がこない。

たまに来る応募者は、全然こちらの要望を満たしていない。おそらくこれから日本中で、人手が足りなくて成長が鈍化してしまう企業がますます増えるでしょう。

企業間で良い人材の獲得競争がさらに激化し、採用の上手下手で業績が左右される時代になると思います。

■ 採用できないと嘆く前にやるべきことがある

ただ、良い人材が採用出来ないと嘆いている企業も、しっかりと計画的に採用活動を行っているかという、実はそうでもありません。

まず、戦略を遂行するにあたって、組織にどんな能力が必要なのか不明確。それが決まらないと、本来どんな人を雇うべきかきめられないはず。いや、その前にそもそも戦略がない・・・。

さらに、求める人材像はどんなものかも、不明確。さらに、大学等に対して年間を通じてどんなアプローチをするのかも不明確。

あろうことか、ホームページの採用ページが10年前のまま・・・。

いや、その前に採用ページがない・・・。

採用で困っている中小企業の多くはこんな感じなのではないでしょうか。

■ 中小企業の武器

経営資源が限られる中小企業が良い人材を獲得するには、経営者が会社の将来に対するビジョンを明確に打ち出す必要があります。

会社の未来を、熱く語る経営者。この人と一緒に働きたいと思わせるだけの情熱。なぜ、この仕事をしているのか、についての起業ストーリー。そして笑顔で、澁刺としていて、魅力的な人間性。

これらを整理し、磨き、強化し、発信しているか。何もせずに、ただ職安に求人票を出しているだけでは、良い人材なんて来るはずがない。中小企業は経営者の事業に対する熱い思いこそが、優秀な人材を惹きつけるための唯一の、そして強力な武器になります。

■ 自分レベルの視点で

自分レベルではどうでしょうか？

毎月、一人の経営者にインタビューし続けています。今月で75人目（当時）。経営者に向き合って、起業の経緯や成長のコツ、それに先立って幼少のときのことを聞いてみると、その人に対して強い親近感を抱くようになります。

どんな経営者であっても、過去にはいろいろな苦労があったり、チャレンジがあったり、失敗があったりします。時には挫折して、逃げ出してしまったこともあります。それを何とか乗り越えて、皆、そこに立っているわけです。

こういうことを根掘り葉掘り聞いていると、その経営者の人間の魅力がどんどん湧き出てきます。それはもうぐーっと引き込まれます。

ダメなところも含めて、自分のすべてをさらけ出す。そうすることで、人が引き寄せられる。ファンになる。

中小企業の採用は、絶対にこれが必要。

応援しています。🙏

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。

レイマック豊田の ひとりごと..



レイマック・コンサルティングの豊田礼人が(たぶん)役に立つと思われることを勝手に取り上げ、勝手にぶつぶつ、つぶやきます。

今月の トピック

読みながら、考えている

仕事柄、本は、わりとよく読む方なんです。

でも小さい頃はぜんぜん本を読む子供ではなくて、どちらかというと本を読むことに苦痛を感じていました。中学、高校、大学と、ほとんど本なんて読まなかったと思います。もっと読んでおけばよかったと、少し後悔するくらい、読んでいなかったですね。

そんな感じだった僕が本を読むようになったのは、中小企業診断士の試験に落ちまくっていたころ、神田昌典さんの本に出会ったことがきっかけです。

試験勉強で、学術的な(MBA的な)文献を読むのにウンザリしていた時に、神田さんの軽妙な文章がとて心地よく、脳味噌が揺さぶられるくらい衝撃を受けたことを覚えています。

神田さんきっかけで、ビジネス本を中心に、むさぼるように読みまくりました。その「読みあさり期」を経て、今は若干落ち着いている状況です。特に最近新しい本を次から次へと読むのではなく、良い本を何度も繰り返して読むことを意識したりしています。

僕は、何かアイデアを出したり、考えを深めたりする時に、本を利用しています。白い紙を前にウンウンと考えるより、本を読んでいる時の方がアイデアがどんどん湧いて来るのです。まったく関係のない本を読んでも、脳が勝手に色々と結び付けてくれて、良いアイデアがポーンと出てきたりするのです。それがすごく楽しい。

だから、本を読むのが結構遅いんですね。速読なんて絶対無理。読んでいるよりも、考えている時間の方が長かったり。

静かに本を読みながら、考える。この時間が仕事をしていく上で、すごく重要な時間となっている、と感じています。

【愛される会社プロジェクト セミナーのお知らせ】

37回目となるセミナーは、中小企業の人々の活用方法、モチベーションアップの方法、リーダーシップなどについてお話いたします。

「これで解決！ 中小企業社長が人で悩まずに済む方法」

日時：2015年8月25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：レイマック 代表 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。但し初参加の方のみ。



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 540円
- A2会員 980円
- B会員 4320円
- C会員 12960円
(すべて月額)