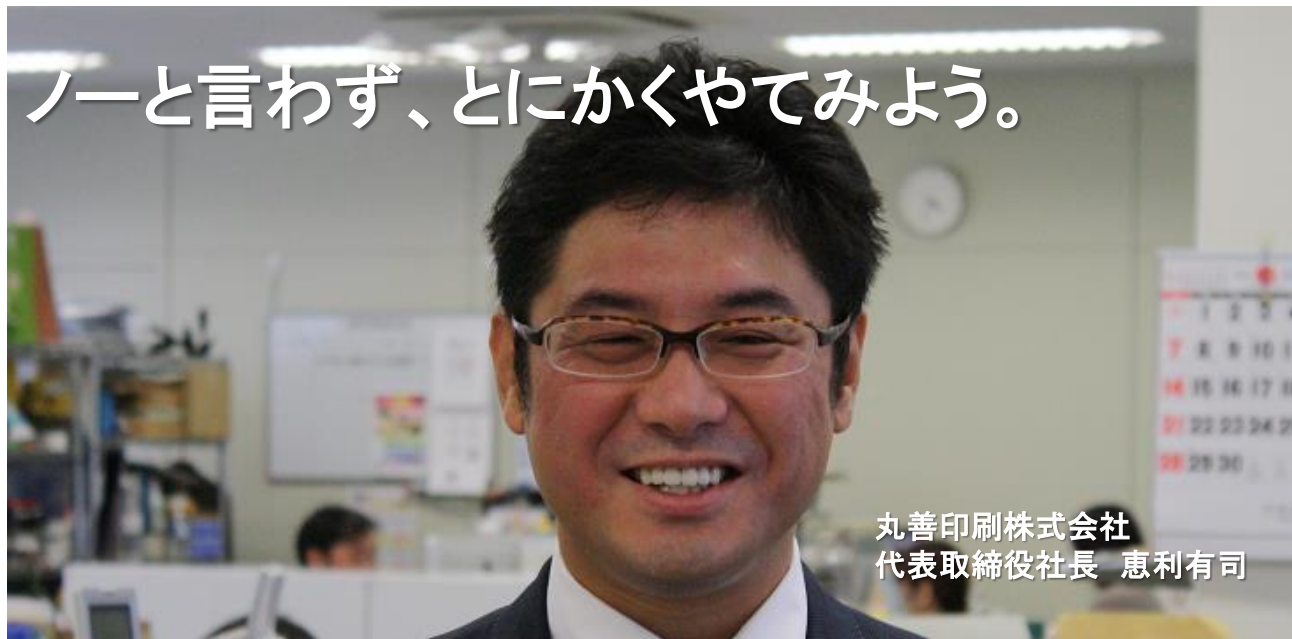




ノーと言わず、とにかくやってみよう。



丸善印刷株式会社
代表取締役社長 恵利有司

出世コースをあきらめて大企業を辞め、父が興した印刷会社に転身した。東日本大震災の直後、会社は創業以来の大赤字。苦境を乗り越えるため、新社長が取り組んだV字回復のための方策とは何か？レイマックの豊田がインタビューした。(インタビュー＝豊田礼人)

—今日は名古屋の印刷会社として着実に成長をしている丸善印刷の恵利社長にお話を伺います。丸善印刷さんは印刷会社の他に、出版社やWEB制作会社をグループとして保有するなどユニークな取り組みをしていらっしゃる点に以前から注目していきまして、一度お話を伺いたいと思っていました。今日はよろしくお願いします。

よろしくお願いします。

—この会社の社長になったのは何歳の時なんですか？
39歳の時です。それまではサラリーマンでしたが、あるきっかけでそこを辞めてこの会社に入りました。

—なるほど。では社長になるまでの経緯とその後の会社の立て直しについて、今日はじっくりとお聞きしたいと思いますので

よろしくお願いします。その前に、このインタビューの恒例で、まずは幼少のころのことからお聞きしたいと思います。恵利さんはどんなお子さんだったんですか？

そうですね、恥ずかしがり屋で、目立つことが嫌いな子供でした。どちらかというと引きこもりの。基本的に外に出たくない(笑)。

—スポーツしたりとかは？

スポーツはしてなかったですね。親に無理矢理水泳や剣道に行かされていましたが、そんなに好きではなかったですね。できれば家にいたい派でした(笑)。

—家でまったりしたいのですかね？

はい(笑)。当時はゲームもなかったですから、家でマンガ読んだりとか。

今月の内容

- 経営者インタビュー
丸善印刷株式会社 代表取締役社長 恵利有司
- 経営コラム 戦略のキモは商品だ
- ベストセラー解説 「伝え方が9割②」 佐々木圭一 ●メルマガバックナンバー ●レイマック豊田のひとりごと

プロフィール エリゆうじ
1971年 愛知県生まれ
富山大学卒業後、東海理化を経て、父が興した丸善印刷株式会社に入社。前職で身に着けた現場改善力と組織構築力で苦境に陥った同社をV字回復させた。

一人と何かするのが嫌とか？

友達が来れば遊びますし、そういうのは嫌ではなかったんですが、家がよかったですね。身体を動かすのが嫌(笑)。

—(笑)。今はどうですか？

今もその傾向はありますね。休みの日は家でゴロゴロしたいですね。仕事ではずっと外に出ていますから、休みの日ぐらいは家でゴロゴロしたいなど。これって引きこもりですかね？(笑)。

—(笑)。勉強はいかがでしたか？

中学生2年生ぐらいまでは勉強しなくてもそこそこいい成績は取れました。

—中学はどうだったんですか？部活とか？

中学の時は軟式テニス部でしたけど、さっぱりでしたね。上手くならないからさみしかったです(笑)。中学校は設立されて3年目ぐらいの新設校で、本当に不良の巣窟みたいところでした(笑)。みんなほぼ中学デビューという感じで。

—恵利さんも？

私も今振り返るとひどい方でしたね。不良の部類に入るのかな？。でも全員が不良ですから(笑)。

—そんな学校あるんですね(笑)。

はい。ひどかったです。ついこの前まで一緒に遊んで友達が中1でいきなり眉毛を剃っちゃったりとか(笑)。何で中1でいきなり？みたいな。バイクでグラウンドを走り回ったりとかね。私は校舎で見ていた方でしたけど。授業なんてほぼ崩壊してましたし。数学の勉強と称して、数学の授業中に後ろで麻雀とか花札とかやったりね(笑)。

—ダハハハ。数字のお勉強で(笑)。相当荒れてた中学ですね(笑)。

先生も何も言わないし。もう全員がそんな感じでしたね。中学2年生ぐらいになって成績ガタ落ちでしたね。そこで自分のバカさ加減に気がつきました(笑)。

—受験はどうしましたか？

受験の時は、真面目に勉強したんですけど、「時既に遅し」です。成績は真ん中ぐらいをキープしてましたけど、真ん中は既に不良でしたから(笑)。真面目にやってる人なんて1割ぐらいしかいなかったから。今でも同窓会とかありますけど、私は恐ろしくて行けないもん。「本物」が来ちゃいますから。

—本物(笑)。高校進学はどうしましたか？

地元の普通科の高校へ進みました。高校は全体的には面白くなかったですね。その高校に集まる人っていうのは行きたい高校に行けなかった人なんですよ。そうすると「俺はもうダメだ」みたいな人が集まってくるので、空気がどんよりしてて。「学園生活エンジョイするぜ」みたいな雰囲気ではなかったですね。

—部活は？

部活は転々としたんですが、結局は帰宅部でしたね。早く家に帰ってドラクエやろー、みたいな(笑)。

—不良っぽい感じはなくなって？

その頃はもうそういうのはなかったですね。きわめて普通です。一方で部活は色々やりました。テニス部や水泳部、文芸部なんかも入ってみましたけど、結局は早く家に帰りたいっていう感じで。高校の時は生徒会もちょっとやりましたね。「ちょっとお前やれよ」みたいな話しがあって。書記ですけど。

—勉強はしてたんですか？

勉強は全くもってしてなかったですね(笑)。

—じゃあドラクエやって(笑)？

そうそう、ドラクエやって。ひたすらゲームやりまくりですよね。1年生の終わりぐらいの試験で、私は総合成績が下から2番目ぐらいだったんですよ。1番下の奴とも仲が良かったんですけど、私が2年生に上がった時に、そいつまだ1年生だったんですよ(笑)。

—上がれなかったんですね(笑)。

(笑)。そうそう、上がれないぐらいで。俺もヤバかった



んだなみたい。そこからちょっとだけ勉強したんですけど。そしたら中の下ぐらいには上がりました。

—ところで、お父さんはもうこの会社をやっていたんですか？
そうですね。もうその時はこの丸善印刷をやっていました。

—お父さんが会社を起したんですか？
そうです。

—そうなんです。進学についてはどう考えてたんですか？
私は車とかバイクとか、そういうメカが好きだったから、本当は工業高校に行きたかったんです。でも親に「ダメだ、普通科に行きなさい」って言われて。そこでもうだいぶやる気が失せたんですけど。「工業高校なんかに行っちゃいけない」「そんなところに行ったら大学行けないじゃないか」と言うんです。当時はバブルだったので、工業高校卒でトヨタ自動車に入社できれば割といい給料ももらえて、やりたいこともできるしいいと思っていたんですけど「そんなことは大学に行ってからやればいいんだ」「何がなんでも普通科に行け」と言われて。親の意向で普通科を選択させられました。その時は親としては丸善の後を継がせようとは思っていなかったと思うんですけど。

—本人も考えてなくて？
全く考えてなかったですね。自動車関係に行きたいなと思っていて。なので高校も理系を選択しました。

—大学はどうしたんですか？
大学は、一浪して富山大学の工学部に行きました。

—国立大学ですね。じゃあ富山で一人暮らし生活を？
そうですね。メカが好きだったので工業系に行きたいなと思って。たまたま富山大の工学部が受かって、親元からも離れられるからいいなと思って（笑）

—工学部で、勉強は結構大変だったんじゃないですか？
いや～全然（笑）。勉強は大学が一番楽だったと思います。研究室は、金属材料の研究室に入りました。富山大学は地場で三協立山アルミとかYKKとか日軽金（日本軽金属）とか、金属材料系の就職は強いんですよ。それに強い研究室に入ると就職は有利なんですよ。それもあって、金属材料系の研究室に入れたので就職には有利かなとは思っていたんですけど。

—就職はどうしたんですか？
結局、金属材料とは関係なく、トヨタ系メーカーである東



海理化に入りました。本当はデンソーに行きたかったんですが、学会の論文発表がデンソーの面接と重なってしまい、受けられなかったんです。一方で東海理化の推薦枠が空いて、受けてみたら採用になりました。まあ、めぐりあわせということなんですかね。私が行きたかったデンソーを受けた人は、デンソーを落ちてますからね（笑）。

—（笑）推薦枠でも落ちる場合もあるんですね。
そうですね。幸か不幸か、私がそういう風になっていたら危なかったですよ。私の研究室の准教授は「絶対お前は落ちると思っていた」と言っていたので、「あー良かった」と思って（笑）。

—推薦の枠があっても必ず受かるというものではないんですね。100%ではないみたいですね。

—受験の枠なんですね。
なんですかね。フリーで行くのか、ちょっと声がかかるか程度のものなんじゃないですかね。それで「取りあえず受かったよ」と父に話をしたんですよ。そしたらド叱られました。

—え？叱られたんですか？
「勝手に受けやがって。そういうことは受ける前に言え」とか言われて。親としても地元のお客様にコネクションがあって、そこに入っておけば後々丸善印刷に入ってから仕事で活るとか、考えていたんでしょうね。

—なるほど。政略的にやることもあるだろう、ということですね。それはそうして東海理化という大企業に入社して、お仕事はど

どうだったんですか？

まあ、結果的にはよかったと思いますね。仕事の進め方とか考え方とか、先輩後輩との付き合い方とか、全部教えてくれました。会社の雰囲気はとても良くて、居心地が良かったですね。

—開発の仕事だったんですか？

製造ラインの設計です。自社の製造ラインだけなので、すごくニッチな仕事ですよ。目標の時間あたりの生産数とか、色々と条件があるので、それに合わせて設備の設計をする仕事です。そういうことを7年ぐらいやりました。後の3年ぐらいは品質管理部で。まあお客さんに怒られに行くという仕事をやっていました（笑）。何かあるとお客さんに呼び出されて、「すみません、すみません」と謝って帰ってくるという仕事（笑）。

—大変ですね（笑）。苦労しながらも東海理化で着実に実績を積み上げていかれた、と。ところで、お父さんの会社のことも含めて、将来的にはどうしようと考えていたんですか？

東海理化で製造ラインの設計をやっている頃に、アメリカ赴任の話が出たんですよ。なので、手を挙げて「行きます」と言ったんです。それで父親に、「来年ぐらいからアメリカへ行くから」と言ったら「お前は一人っ子なのに何を言っとるんだ」という話になりまして（笑）。

—恵利さん、一人っ子だったんですね。

はい。一人っ子なのに家を空けて、お盆とか、お彼岸とかどうするんだみたいな話になりまして（笑）。「ちょっと、10年ぐらい帰って来れないかも」という話をしたら、「何を言っとるんだ。お墓はどうするんだ！」と言われてまして。私はあまりそこに未練がなかったし、そこに重きを置いていなかったの、知らんがなと思いましたが、無視できる話でもありません。そこまで言うならアメリカ赴任の話は辞退しないといけないなと思いました。嫁さんはアメリカに行く気満々で、英会話教室に行く準備もしていたんですけどね。でも仕方なく、アメリカはあきらめました。

—それは残念でしたね。

はい。アメリカに行きますと手を上げておいて、「やっばりやめます」ということは、まあ出世コースからは外れるわけです。出世コースから外れて、冷や飯を食いながら会社に残るのもつらいので、父には「アメリカ行くのも辞めたいし、この先東海理化では道がない」という話をして。そうしたら父に「丸善を継ぐ気はあるのか」と聞かれて「ある」と返事しました。もうこうなったら父の会社に入って、頑張っていこうという気持ちになっていました。

丸善に入るって決めてから、東海理化の中で「辞めるからね」と言いながら1年半ぐらい仕事をして、仕事の区切りのついたところで辞めました。

—それがいくつぐらいの時ですか？

33か34ぐらいでしたかね。

—丸善印刷にはどういう肩書きで入ったんですか？

入った時は一営業マンでした。その後、各部署で色々やらせてもらいました。工場もやりましたし、営業もやりましたし。一応一通りの部署はやらせてもらって。

—入ってみてどうだったんですか？

ひどかったですね。丸善印刷っていうのはひどい会社だなと（笑）。

—ひどい会社ですか（笑）。大手企業での経験があるだけに、それとの比較でそう思ってしまったんでしょうね。さて、今号では紙面が尽きてしまいましたので、この続きは次号に譲りたいと思います。恵利さんがお父様の会社の後継者に就き、会社創立以来の大赤字に転落していた会社をどのように立て直し、V字回復させたのか。そのあたりを次号ではじっくりお聞きしたいと思います。引き続き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。（つづく）🍵



【企業プロフィール】

丸善印刷株式会社

所在地: 名古屋市市中川区清川町3-1-64

電話: 052-353-6355 URL : <http://maruzen-p.jp>

戦略のキモは商品だ



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。

■英会話スクールをドタキャン

昨年から外国の方と仕事上で関わることが何度かあり、もっと英語力があれば仕事が発展するだろうと思い、英会話を習おうと思い立ちました。それで、何度か迷ったあげく、意を決して大手英会話スクールに出向き、担当の方のアドバイスを受けながらコース内容を見比べたり、私の英語力を計るテストを受けたり、色々な検討を経て、いざ契約という段になりました。その時です。突如、もう一人の自分が頭の中で叫び始めました。「ちょっと待て。もっと良く考えろ」「今、その投資をすべきタイミングなのか?」「お前、本当に英会話が必要なのか?」「1年間も続けられるのか?」「もっと別のことに時間とお金を使うべきでは?」「他校との比較をもっと詳細にした方が良いのではないか?」と。それで契約寸前で私は席を立ち、スクールを出て、今日現在(7月某日)、まだ契約していないという状況になっています。スクールに行くときは契約する気だったのですが、私の中の不安がそれを遮ったのです。

■なぜお客様はお金を払うのか?

この件で、私は自分の決断力のなさを情けなく思うのと同時に(笑)、一方で、お客が商品やサービスにお金を払うということは、相応な高さのハードルを越えないといけないのだな、ということを改めて感じたのでした。買い手側は、自分の決断に自信が持てなくなることが多々あり、何度も自分の中で逡巡するというプロセスを踏みます。高い商品であればあるほどその傾向は強まります。売り手側はそれに対する対処方法を販売プロセスの中に組み入れなければ、逃げられてしまうことになります。そうならないために常に「なぜターゲット顧客は自社の商品やサービスにお金を払ってくれるのか?」を冷徹に評価し、その理由づけを強固にするために、商品やサービスを徹底的に磨き上げ続けなければなりません。私を担当してくれた受付の女性はとても感じの良い方だったのですが、契約寸前でずりりと私に逃げられて、若干寂しげな表情をして私を見送っていました。(ちょっと申し訳なく思っています。)

■お客様は絶対に失敗したくないと思っている

起業家や経営者から、経営戦略についての相談を受けたり、戦略構築の支援をすることが私の仕事です。その中で最も頻繁に感じることは「そもそもこの会社のこの商品、誰が買うのだろうか?」ということです。特に起業前の起業家が持ってくるプランのほとんどは「この商品にお金を払



う人が本当にいるのかな?」というものです。つまり、ほとんどの商品は「普通」で、お客様が「熱狂する」とか「興奮する」というレベルのものではないのです。ひと言で言うと商品力が弱い。確かに良さそうな商品ではあるものの、お客様があまたある選択肢の中からそれを選ぶ理由を与えられていない。先にも述べました通り、お客様がお金を払うということは、簡単なことではありません。とてもシビアな判断をします。あなた自身の購買活動を振り返ってみれば、思い当たることがいくつもありません。いいのでしょうか?私たちは「買い物で絶対に損をしたくない(失敗したくない)」と思っているのです。売り手側は買い手側のこの思いに真摯に向き合い、商品力を上げ続ける努力をしなければなりません。

■ターゲットの絞り込みが足りない

お客様が興奮するくらいに斬新な商品を生み出すことは簡単ではありません。モノやサービスがありふれている現在においては、今までに無かったものを作り出すことは至難の業です。しかし、新しい「コンセプト」を生み出すことはできるはず。新しいコンセプトを生み出すためには、ターゲットとなる顧客を絞り込み、そのターゲットが抱えている欲望や解決したいと思っているお困りごとを特定し、それに応える商品やサービスを作り出すというプロセスが必要になります。ターゲットの絞り込みが足りないと、当たり障りのない「普通な」商品・サービスになってしまいます。いろんな起業家や経営者にお会いして感じるのは、多くの会社でターゲットが広すぎるということです。先日会った経営者は、体に良い食品を扱った新感覚の飲食店をオープンさせるプランについてのアドバイスを求めにきました。そのお店のターゲットが「20~40代の健康に興味がある女性」というものでした。これでは広すぎます。経営者としては、たくさん集客したいと考えるので、

想定するターゲットを広くしたくなります。しかし、ターゲットを広くすればするほど、コンセプトは「普通」のものになってしまい、そこで提供される商品・サービスを含めた価値は当たり障りのないインパクトの小さいものになってしまいます。「34歳の都会の大企業で働き、新しいもの美味しいもの好きで、かつ常にダイエットを自分に課している独身女性」など、せめてこれくらいに絞って、この女性を（熱狂的に）喜ばせるためのコンセプトを作り、店構え、メニュー、サービス等を設計していくことを、この起業家には提案しました。

■既にあるものの組み合わせ

ターゲットを絞り、新しいコンセプトを作りだし、あとは既にあるものを組み合わせ、そのコンセプトを具現化する商品・サービスとして仕上げることであれば大きなビジネスチャンスになります。このレイマックプレスの前号でインタビューした京都の井上ゆき子さん率いるチェルカトラベル社は「ソロウェディング」という人気サービスを提供しています。これは、女性がウェディングドレスを着て、プロのメークアップとヘアメイクを受け、アーティ

フィシャルフラワーでブーケを手作りし、高級リムジンでお出迎えし、高級ホテルに泊まり、プロのカメラマンに京都の風景をバックに写真を撮ってもらう、というサービスです。全て女性のプロフェッショナルたちによるサービスで、お客様は最高のおもてなしをうけます。一つ一つのサービスは既にあるものばかりですが、これを斬新なコンセプトによってつなげたことによって、このソロウェディングは高額商品にもかかわらずお客様が押し寄せる人気サービスとなりました。ターゲットは「ウェディングドレスを着てお姫様気分を独占的に満喫したい独身女性」です。これだけ絞り込むと、コンセプトが際立ち、商品が切れ味鋭く魅力的になってくるのだな、と思います。

戦略の中心は商品です。それを、徹底的に磨き続け、明確なターゲット設定と魅力的なコンセプトによって、他のモノ・サービスと組み合わせ、お客様を熱狂させる商品にまとめ上げることが重要です。お客様は冷徹な目を持っています。ツメが甘いと逃げられます。それを忘れずに前に進める会社が成功に辿りつくのだと思います。



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、その要点をズバットお伝えします

『伝え方が9割②』 佐々木圭一 著

■オススメ度★★★★

■読むべき人 コミュニケーション力を上げたい人

ポイント1

ギャップ法

伝えたいことと「正反対のコトバ」を手前に入れることで、強いメッセージを作ることができる。他は忘れてもこれだけは覚えておきたいというくらい、重要な方法である。例えば「最高で金、最低で金」などは、最高と最低という正反対のコトバをつなげることで、インパクトの強いメッセージとなり、人々の記憶に残った。

ポイント2

チームワーク化

「チームワーク化」を使えば、仲間意識が生まれ、面倒な頼みも聞き入れてもらえる。例えば単に「飲み会の幹事やってよ」と言うより、「いっしょに幹事やらない？」ということで、仲間意識がくすぐられ、ちょっと手伝ってあげようかという気持ちになりやすい。

ポイント3

ナンバー法

「伝え方が大切」と言うよりも「伝え方が9割」と言った方が強い言葉になる。「数字」を言葉に入れると、それだけで説得力が増す。特に商品名やキャッチコピーの中に数字が入り込むと視覚的にも目が行きやすく、理解も高まる。

結論

前著『伝え方が9割①』が大ヒットし、これはその続編。著者は元博報堂のコピーライターで、数々の賞を獲ったすごい人。しかしもともとすごかったわけではなく、最初はずだつの上がらない社員だったとか。ある時、伝え方には技術があることを発見し、それから売れっ子コピーライターとしてブレイク。その技術を前著で明らかにし、今著でさらに深く掘り下げた。本当にすぐ使えるようなテクニックが、驚くほど分かりやすく紹介されており、この著者のすごさに感銘する。謙虚な語り口も好感が持てる。

- ★★★★★ 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。

深く知っていることを軸に構想する

(2014年11月28日発行第502号)

■ どうやって売れば良いのか？

長い間、建設業界で生きてきた経営者の相談を受けました。事業の状態が良くなく、売上が下がってきたそうです。これじゃまずいということで、何か新しいことはないかと外に目を向けてみた。するとある商品に出会いました。なかなか面白そうな商品なので、製造元をかけあって、販売代理店にしてもらえることになったそうです。で、この商品をどこに売りに行こうか、と考えました。食品業界、ホテル業界、幼稚園業界……。いろいろな業界・業種への販売を構想し、期待を膨らませます。しかし問題なのは、どのようにアプローチすれば良いのかが分からないこと。マーケティングの方法も分かりません。それで、豊田さん、相談に乗ってください、ということになったわけです。

■ 知っている分野の具体的なニーズを探れ

その経営者のお話を聞きながら、いろんな角度から検討してみました。しかし本当のところ、前述の各業界に商品へのニーズがあるのか分からない。売れるかもしれないし、売れないかもしれない。はっきりしたことが分からない。分からないことが多すぎて話が進まないし、行動することができない。じゃあ、視点を変えて、その経営者が今まで生きてきた建設業界ではどうか。すると、その分野で長く経験しているだけに、具体的な状況やそこで働く人のニーズが細かく分かる。アイデアがどんどん湧いてくる。具体的なニーズが見えてきたので、それに応えられるようにこの商品を仕様変更してみよう、ということになりました。知らない分野のことを憶測で考えるよりも、知っている分野の具体的なニーズに目を向け、それを解決できるように商品を合わせていった方が、はるかに販売可能性が高まります。一気に焦点が定まりました。「さっそく、動いてみます」と嬉しそうに言って、その経営者は帰って行きました。

■ カステラ

別の日、和菓子屋さんからはこんな相談を受けました。お店の売上が落ちてきたので、お土産用に限定した新しい和菓子を作り、新しいブランドを付けて、ネットで販売したい、と。それにあたって、どんな言葉やキャッチコピーで表現すれば良いか、知恵を貸してほしい、と。ふむふむ。なるほど。新しいことにチャレンジしようということですね。その姿勢は素晴らしい。しかし、新しいことず

くめなので、どの方向に向かって進めればいいのか、軸が定めにくい。ところで、今、お店で一番人気の商品は何ですか？「カステラです」「どんな人が買っていくんですか？」「近隣の50代の主婦が多いですね」「その人たち、なぜ買うんでしょうね？」「しっとりしていて、モチモチしていて、甘さもすっきりしているからおいしいって言ってくれています」「いつから売っているんですか？」「創業からなので、50年以上ですね」地元の人たちに長い間愛されているカステラ。まさにご当地商品。新しい商品を開発するのもいいですが、まず、このカステラをお土産商品として、ネット販売してみたらどうですか。味の良さは間違いのないし、キャッチコピーはお客様の声の中からいくらでも出て来そうです。そう伝えると店主は納得顔になり、「やるべきことが見えた」と言って帰って行きました。まず、自分がよく知っていることを軸にして、新しいことを組み立てると、力強く進んでいくことができます。

■ 自分レベルの視点で

自分レベルではどうでしょうか？

皆さんは、新しいことに取り組んでいるでしょうか。同じ事を繰り返していると、知らない間にマンネリ化し、新鮮味が薄れ、少しずつ下降していきます。「収穫逡減の法則」というのがあって、同じことを続けていくと、新たに生み出される価値が少しずつ減っていくという法則なのだそうです。これを打破するためにも、新しいことに取り組むことは重要です。その時、意識したいのは、全く知らないことだらけのことをやるのではなく、自分が良く知っていることを軸にして、少しずつ前後左右にずらしながら、新しさを追求していくことです。あなたの良く知っている分野はどこか？そこを軸にして、ちょっとずらして、新しい何かを生み出せないか？新しいやり方を構想できないか？

そこにブルーオーシャンがあるはずですよ。

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

群れないで生きていく

私は群れるのが苦手なんです。

群れるのが苦手って書くと、なにか一匹オオカミ的なニュアンスがあってカッコイイのですが、そんなカッコイイもんじゃなくて。まあ、つまりは集団活動ができない困った人、ということなんです。(笑)。

こんな私なんですけど、会社組織にいたときは周りの同僚や上司とはとても良好な関係を築いていて、協調性は十分にあったと思います。(自分で言うのも何ですが)

ただ、協調性はあるけど、集団は苦手、ということなんです。群れが嫌なんです。

会社にいた時は感じなかったのですが、会社を辞め、組織を離れ、今、独立して1人で仕事をしていると、その心地よさに酔いしれるわけです。どこかで自分のこの性質を見抜き、集団から無意識に逃げてきた、というのが、独立したことの遠因になっているような気がします。

「1人で仕事して、自分ですべてを管理して、すごいですね」と時々言われたりもしますが、私からすれば、組織の中に何年も居続けている事の方がすごいと思います。

そんな私ですから、独立直後から、士業の集まりや起業家の集まりに誘われるのですが、実は全く興味が湧かなくて。組織が嫌で独立したのに、なぜまた組織に属さないといけないのか?とってしまうのです。

「いやいや、仕事を取るために人脈を作っておかない」と言われるのですが、結局イヤイヤ参加した組織で、有益な人脈ができるはずもなく、ましてや自分とウマが合う人に出会う可能性なんて本当に少ないと思うのです。

そんなことにお金と時間と使うくらいなら、1人で本でも読んで、思考を深めた方がいいんじゃないか、と。本当に気の合う友人や尊敬できる人と深い話をした方が得るのが大きいのではないかと。

群れないで生きていくのは大変かもしれないけど、自分らしくいるためにはこれも仕方がない、と思っています。

【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: ウィンクあいち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)