経営者・起業家のためのニュースペーパー

RAYMAC PRESS

レイマック・プレス 2009年1月号 Vol.005

似死 長田一郎

『やりたい事(コンセプト)を明確にして突き進むことの強さ』

何がやりたいかも決めずに大企業を辞めた。走りながら自問し、ようやく見えてきた答えが「コミュニティホテル」。地域の人々の生活環境を充実させるというコンセプトで業界を切り開き、社員の「個」を活かしながらコンセプトを共有し、年商は30億円に迫るまでに成長。 会社を引っ張る社長・長田一郎の過去は意外にも「普通の男」だった――。 文=豊田礼人



株式会社 ホロニック 代表取締役 **長田 一郎**(ォサダ ィチロウ)

1967年 神奈川県出身

同志社大学卒業後、大和証券入社。その後プライダル事業を行なうプランドゥシーに移り、同社の成長を支える。 98年にホロニックを設立し、代表取締役に就任。「地域密着型小型ホテル」事業領域の確立に日々邁進する。

index

起業家インタビュー	1-4
メルマガバックナンバー	5
豊田礼人の経営コラム/小谷由美のお金の話	6-7
ATSUKOのできる社長のビジネス英会話 KKのゴルフクリニック上手くなる魔法はない/編集後	8

―子供のころは何になりたいと思っていたのですか?

中学1年のころ、20年後は「中小企業の部長になりたい」と言っていました。社長じゃなくて部長です(笑)。クラスメートが「プロ野球選手」とか「医者」とか言ってる中でかなり地味といいますか、現実的というか。そんな子供でした。

—(笑)。それは、お父様の影響が強かったんですか?

そうですね。父親は最終的に経営者になったのですが、もともとは小さな会社のサラリーマンとして働いていて、そこで事業を作りながら会社を大きくしていった人なんです。そこで認められて経営者になったんですね。中学1年生の20年後というと32歳くらいですが、32歳ころの父親はちょうど中小企業の部長だったんですね。だから僕もそれになりたい!と(笑)。父親からはかなり影響を受けていたんだと思います。物心ついた時は小さな家だったんですが、引越しするたびにだんだん家が大きくなっていきました。それは、父親がその会社でどんどん出世していったからなんですね。この人は人生を切り開いている、という印象を受けていました。

―子供心に「お父さん、すごい!」と思っていたんですね。現実的な目標をもつ子供だったということですが、友達の間ではどんなポジションだったのですか?

中途半端なポジションでしたね。目立つ存在でもないし、全く目立たない存在でもない、というような。サッカーや野球などのクラブ活動もしていましたが、キャプテンをやるわけでもなく、ズバ抜けて競技が上手というわけでもなく、かと言って補欠というわけでもなく(笑)。勉強もできないわけじゃないけど、特別できるわけでもない。なんというか、常に真ん中あたりにいる子供でしたね。逆に周りにいる友達は変わっているというか、個性の強い子が多かったですね。強い個性への憧れというのは常にあったような気がします。

―高校は全寮制の学校に入られたんですね。

そうです。そこでも「普通」というポジションは維持していました(笑)。 野球部に入ったんですが、それに没頭するという感じではなく、 勉強を一生懸命するというわけでもなく、相変わらず「普通の人」 として過ごしていましたね。全寮制ということで仲間との付き合い は濃くて、その関係は大人になった今でも続いています。貴重な 体験ですね。

一大学は京都の同志社に入りますね。出身地である 関東から関西に行こうと思ったキッカケは何だったん ですか?

とにかく一人暮らしがしたくて(笑)。一人暮らしをする ためには遠くの大学に行くしかないと思ったんです。単 純ですけどね。それと、ラグビーを見るのが好きだったんで、 ラグビー部が頑張っている大学がいいなと。父親が早稲 田で、ラグビーを介して卒業生・在校生が一体化する状態を身近に見ていて、それに憧れていたのかもしれませ んね。

一そして大学ではイベントサークルに入るわけですね。

はい。最初はそういうところに入っていたのですが、イマイチ面白くなくて、すぐに辞めました。誰かが主催したイベントに行ってもつまらない、じゃあ自分でやろうということになって、私が中心になってやり始めました。それがキッカケで、会社ごっこみたいなことにのめり込んでいきましたね。ネクタイしめて、名刺もって、社会の大人たちと接点もって、そういう自分を他の学生よりも相当イケてると思い込んでいましたね(笑)。でも、表立って派手にやるタイプではなく、地味な運営周りの仕事をコツコツとやっていました。企業から協賛を取り付けたり、広告代理店の人と企画を練ったり、仕掛けを考えたりすることが楽しかったですね。友人たちは特にそういうことには興味が無く、派



―そしていよいよ就職するわけですが、大和証券に 営業職で入社されます。

そうですね。とにかく色々な人に会って、色々な業界が見られる会社がいいなと思っていました。証券会社ならそれができるのではないかと思ったんです。父親には、「お前に証券会社みたいな厳しいところはムリだ」なんて言われましたが、「なにを!見てろよ!」という気持ちもありました。大学時代のイベント運営で自信もついていたし、自分を売り込んでいく営業という仕事に対しても非常に興味がありました。それで大和証券に入ったんです。入ってみて驚いたのですが、同期の連中は入社した時からすでに金融についてある程度の知識を持っているのに、自分は何も知らなかったんです。さらに驚いたことは、自分は株や証券に全く興味が無かった!ということに気づ

いたことです(笑)。

一アハハハハ。スゴイ気づきですね。

(笑)。そうですね。でもこの業界に入った以上やらないといけないので、一生懸命勉強しましたけどね。営業をやり始めて3年くらい経ってきて、だんだん視野が広くなり、周りも見えるようになってきました。それでいろいろと自分の将来を考える中で、この先もこの会社にいるんだったら出世しなければ意味がないとも思ったし、どうせなら社長を目指したいとも思ったのですが、やっぱり株に興味が持てないんですよね。どう考えても無理でした。

一(笑)。そこはやっぱりダメでしたか。

ダメでしたね~。それで上司たちが株の相場の上げ下げを見て一喜一憂しているのを、冷めた目で見ていましたね(笑)。将来、自分もああいう風に仕事がしたいかと言ったら、ノーなんですね。それで、もともと自分の力で何かを起こしたいと思っていたし、この会社で自分の将来像が描けなかったし、株も好きじゃないし(笑)、もう辞めようと思ったんです。何がやりたいのかなんて全然なかったんですけどね。これから考える、という感じで。

─それで、お友達が立ち上げたプランドゥシーという 会社に移るわけですね。

はい。プランドゥシーは今ではホテルも手がける企業に成 長していますが、当初はハウスウェディングの走りのような ことをする会社でした。高校時代に野球部でいっしょだっ た親友が、僕が大和証券を辞める1年前に立ち上げた会 社です。大和証券時代も仕事の合間にそこに遊びに行っ て、色々な話をしていたんです。すごく楽しそうに見えま したね。それこそ会社ごっこをしているというような雰囲 気でした。それで、とうとう会社辞めてきて、これからどう しようかな、なんて相談していたらその友人が「じゃ、デス ク貸すからここで何かやってみたら?」と言うんです。「え? そんな感じでもいいの? |と聞いたら「いいよいいよ |と言 うんです。軽いんです(笑)。「その代わり、お金関係の ことをちょっと手伝ってくれよ」とか言われて。その手伝う というのがどういう意味なのかもはっきりしないんですが、 とにかく軽いんです(笑)。僕も金融関連業界にいたん ですが、営業やっていただけですからね。会計のことな んて分からないし。

―タイミングとノリが合ったんですね。

そうですね。それでやり始めたら、やっぱりお金が無いんですよ。資金繰りというと会社っぽいですが、資金繰り表をつくってどうのこうのというレベルではないんですよ。銀行通帳に現金が20万円くらいしか入っていなくて、社長に「これじゃ給料払えないじゃん?」と聞いたら、「いや大丈夫。給料日の前日にブライダルのプロデュース料が現

金で入ってくるから」とか言うんです。「じゃ、この業者さんへの支払いはどうするの?」と聞いたら「大丈夫、大丈夫。支払いは1ヵ月後だから。その間にお金が入ってくるから」と言うんですね。危ないんですよ。「危ないけど、しょうがないじゃん?」みたいなノリで(笑)。そういう感じで1年くらいやっていましたね。それでいよいよお金が無くなってきて、どうしようもなくなり、僕もブライダルの事業に本腰をいれるようになったんですね。それからはなんとか上手く会社が回るようになりました。



─社長はイケイケで、その後ろで長田さんが実務をガッチリおさえるという形になったのですね。大学時代のサークルと同じようなポジションですね。

僕は社長ではなかったんですが、二人のバランスはとれていましたね。周りの人からも褒められるくらいに。歯車が上手くかみ合って会社が回り始めたんですね。それからしばらくして、1995年に阪神大震災が起きました。この震災で半壊してしまった神戸の一軒家のレストランがあって、そのレストランの再生案件がウチの会社に舞い込んで来たのです。それで誰かが神戸に行かなければならないという状況になって、その時会社に3人いたんですけれど、会社の代表である社長が行くわけにはいかない、もう1人の社員は新人だから先方からOKが出ない、それで僕が行くことになったんですね。

―消去法ですね(笑)

はい(笑)。ま、関西で大学時代を過ごしたので知らない土地ではなかったというのもありますけどね。それ1995年の12月に1人で神戸に来たんです。そこでそのレストランを結婚式場としてオープンさせて軌道にのせるための仕事がはじまったんです。当時はゼクシイという結婚情報誌が関西でも発刊された直後で業界に追い風が吹いていました。結婚式といえばホテルで、というのが主流の時代から、一軒家を貸し切って行なうウェディングが認知されて爆発的に伸びる時期だったんです。それでこの式場が驚くくらいウケて、ものすごくたくさんのお客様が来ましたね。

一なぜそんなにウケたんでしょうか。

そのころ結婚する世代というのは、大学時代は自由にパーティとかイベントとかをやっていた人たちで、その人たちにとって旧来の結婚式場のやり方というのはつまらないんですね。その人たちに、一軒家を貸し切って自由でオリジナリティを盛り込める結婚式のやり方を提案していったら非常に支持された、ということだと思います。まさにハウスウェディングの走りです。今では当たり前になってしまった方法ですが、当時は新しかったんですね。お客様のやりたいことをさせてあげることの重要性は、今の事業でも活かされていますね。

そうなんですか。そういう時流に乗ったこともあって、 プランドゥシーは成長していくわけですね。

そうですね。しかし、事業は上手く回り始めましたが、だ んだん社長の思いや考え方と僕のそれとの間にズレが出 てきたのです。社長はあくまで「マイカンパニー(自分の 会社)」としてプランドゥシーを見ているわけです。自分が 立ち上げた会社ですので当然なのですが、僕は「アワー カンパニー(私たちの会社) |としてプランドゥシーをちゃ んとした業にしていくことに興味があり、モチベーションの 源泉にもなっていたわけです。経営陣として一つの業を作っ ていくことをやりたかったわけで、社長のマイカンパニー を大きくしていくことには興味はなかったのです。それと もう一つ大きかったのは、社長が背負っているリスクは、 僕がNO.2として背負っているリスクよりもはるかに大き いということに気がついたことです。社長と意見が割れ たときに、「じゃあお前、全部リスク背負ってやるつもりあ るのか?」と聞かれたんです。その時にちょっと引いてしまっ た自分がいたんです。やはり社長とNO.2との距離の差 はとてつもなくデカいんだと思い知りました。それで、色々 と話しあった結果、プランドゥシーを辞めて独立すること にしたんです。

一社長と副社長との距離は、副社長とヒラ社員の距離よりも遠いといいますもんね。それで、またゼロから別の事業をやり始めたんですか?

いえ。ホロニックを立ち上げた後も、先述した神戸の事業所の運営は委託という形で引き継いでいたので、一定の収入は確保していたんです。ですから、ホロニックを起業した時は比較的スムーズに立ち上がりました。それで2年間は安定した収入があったのですが、2年後にその案件からも撤退することになったんです。オーナー会社や委託元の会社から吸収合併しようかみたいな提案も色々ありましたが、お断りさせて頂いて。安定した収入を切ることはもちろんストレスがありましたが、新たに始めた独自事業も育ち始めていたので、撤退することに決めました。そのころ事務所を移転したりしたこともあって、創業期っぽの雰囲気が会社の中にありましたね。

一ホロニックが自分の足で歩き始めた瞬間だったわけですね。ところで、「株は好きじゃない」といって証券会社を辞めた長田社長ですが、現在の事業についてはどういう感情をお持ちなんですか?

とても充実しています。僕は自分がやりたい事業として2 つの方向性があるんです。一つは人の生活環境を良く する事業をしたいということです。ブライダル事業でも一 生に一度の結婚式をお仕着せではなく自由でオリジナリティ 溢れるものにしてあげたいという思いが強くありましたし、 証券時代は、優秀な人材が会社に入ってどんどん腐って いく様を見て、もっとイキイキと働けるビジネス環境ってあ るんじゃないかと思っていました。こういう人間が生きる 上で出会う色々な環境を良くする仕事がしたいと思って いました。二つ目は、○○業と言われるものを作りたいと いうことです。ホテル業というのは、成熟産業ではあるの ですが、とても遅れた業界でもあるんですね。売上に占 める人件費の割り合いが高いのに、一人ひとりの給料は 少ないというような。それって事業としてどうなの?と思い ました。ホテル業というのは、まだまだ僕たちが新たに作 り上げていく余地がたくさんあるな、と思っています。この 2つの要素を現在の事業は満たしているんですね。

─やりたいことをやれば、事業は成長しますね。社員 さんにはどのように伝えているんですか。

そうですね。僕は自分が楽しくなければ相手を楽しませることはできないと思っています。ですから、社員にも自分が楽しくなるようにコンディションを自分で整えて欲しいと思っています。自分の市場価値を高めるために努力して、そういう努力する個人を会社としてサポートするというのが正しい形だと考えています。昔は「イヤなら辞めろ」とか言って嫌われましたが(笑)、楽しくやらなければ成果は出ないよ、ということなんですね。この会社に所属しているから活きるのではなくて、その人が活きる状態を一緒に作り上げていくことを組織としてサポートしていくべきではないか、と思っています。

―最後に、会社が成功していくコツというのは何でしょうか?

成功のコツなんて分からないですよ(笑)。でも会社が成長していくためには方向性というかコンセプトを明確にしなければいけないということは痛感します。それを明確にして、経営陣と社員のベクトルを合わせることが非常に大切です。このベクトルを合致させる仕事は経営者の義務ですね。コンセプトなんか無くても明日の売上は変わらないという社員もいますが、誤解を恐れず言えば明日の売上なんてどうでもいいんですよ。それよりコンセプトが無くてどこに行くの?と思います。ゴールの無いマラソンできるか?と思うんですよ。コンセプトをしっかり作って、その方向に全社員のベクトルを合わせることができれば、明日の



売上なんて勝手についてきますよ。これを確信的にできるかどうかが成功するかしないかの分かれ道だと思います。 自分がまだまだ足りないからこそ、強くそう思いますね。

一コンセプトを作って、それに全社員のベクトルを合わせることが大切なんですね。では最後にもう一つ、 起業家の人たちにメッセージをいただけますか。

やっぱり思いの強さが大事だと思います。その事業をやり切る覚悟があるかどうかです。覚悟が無いのならやめたほうがいいとも思います。失敗する人は、みんな途中でやめちゃうんですよね。ウチの会社、売上が3億円の時に、10億円の借金をしたんです。この借金、やり切らないと返せないですよね。だからやめられないし、やり切る覚悟は出来ているんです。返せる借金はビビりますけど、返せない借金はビビらないんです(笑)。◆

インタビューを終えて

長田社長を紹介して頂いたのは、レイマックプレスの第3号に登場して頂いた営業創造株式会社の伊藤社長です。 突然のお願いを快く引き受けてくださり、感激したことを思い出します。長田社長の印象は、落ち着いていて、物事を冷静に見ることが出来る人だということです。しかし、内面にはとても熱い気持ちをお持ちで、相手をどんどん引き込む魅力がありました。社員への思いもしっかりしていて、「個」が活きる場としての会社作りにも腐心されています。インタビューではサービスの達人らしく、緊張している私をさりげない言葉でリラックスさせてくれました。長田さん、本当にありがとうございました。

【会社プロフィール】

会 社 名 株式会社ホロニック

所 在 地 神戸市東灘区向洋町中6-9神戸ファッションマート10階

T E L 078-858-6908

事業内容 ホテル運営事業及び経営、婚礼を中心とした

バンケット運営事業、レストラン事業

U R L http://www.hol-onic.co.jp



豊田礼人の メルマガ バックナンバー 連続170週間以上無休で発行しているメールマガジンの 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。

考える人、動く人(2007年5月25日発行 第110号)



■ アメリカ人の発想力と日本人の協調性

中村修二カリフォルニア大サンタバーバラ校教授の記事を 読みました。中村教授といえば、青色発行ダイオードの発 明者で、発明時に勤務していた日亜化学工業を相手に発 明対価の支払い請求の裁判を起こし、一審で200億円の 支払い命令を勝ち取ったことでも有名な方です。その後、 結局8億4千万円で和解が成立しましたが、今まで発明者 に対する報奨金をほとんど支払ってこなかった日本企業に とって、非常にセンセーショナルな出来事として記憶してい ます。その中村教授いわく、「アメリカ人は、アイデア・発想 力が強い。だからソフトウェアの世界で大成功している会 社が多い」「しかしその一方で、アメリカ人は協調性が無く、 皆でものをつくることは苦手である。私の研究室でも学生 達はちっともまとまらず、プロジェクトが思うように進まない」「そ れに対して、日本人はアイデア・発想力は弱いが、協調性が ありものつくりに向いている」。これらは昔から言われてい たことですが、最先端技術の最前線で戦っている教授の 言葉なので重みがあります。グーグルやユーチューブが旋 風を巻き起こしているアメリカと、トヨタ自動車の強さが目立 つ日本を見ていると、中村教授の指摘がいかに的を射てい るのかが分かります。

■ 明確な役割分担

アメリカ人がアイデアを出し、日本人がそれを具体化し形にしていく、という役割分担ができれば、スゴイ仕事ができるはず。成功した企業のストーリーを聞くと、このアメリカ人と日本人の例のような明確な役割分担が会社内に存在していたという事実がたびたび出てきます。たとえば、本田宗一郎氏が率いた本田技研。本田氏の天才的なヒラメキを支える藤沢武雄というパートナーがいたからこそ、ホンダはエクセレント・カンパニーに成長できたのだそうです。鉄鋼王のカーネギーは、鉄鋼の知識はそれほど持っていなかったそうです。しかし自分のアイデアを具体化するのに十分優秀で鉄鋼の知識も十分に備えたブレーンをしっかりと持っていたそうです。自分に無い能力を補ってくれるパートナーを意識的に確保する能力も、成功する経営者の重要な能力かもしれません。

■ 中小企業での役割分担は、社長がコントロール

しかし、多くの中小企業では、優秀なブレーンを確保することは困難です。だからといって、「考えること」と「行動すること」のどちらかが欠けていれば、満足のいく結果は得られません。考えているだけでは、前に進みませんし、考えずに行動するだけでは、疲れるだけで徒労に終わる危険性が高まります。中小企業の場合、社長が意識的にこの二つの作業をコントロールすることが必要です。自分で二役することも求められます。人材がいないのなら自分がやる以外他の手はありません。もし自分が「行動派」であれば、「考える時間」をスケジュールに組み入れ、強制的に考える時間を確保することはとても重要です。また、考えてばかりで、実践しようとしない「思考派」であれば、パソコンを閉じて、外に出てみましょう。お客さんの声を聞いてみましょう。従業員の声を聞いてみましょう。自ら考え、そして動いて初めて、バランスの取れた経営ができるのです。

■ 自分レベルの視点で

僕たちは考えているようで、実はあまり深く考えていないよう です。僕たちが受けてきた教育は、「暗記型のインプット作業」 がメインで、「考えて自らアウトプットを出す作業」はあまりし て来なかったように思います。ですから、考えるコツをイマイ チつかめていないのかも知れません。発想する教育を受け てきたアメリカ人とは大きな違いです。考えを深める方法と して、「ブレインダンプ | というものがあるそうです。脳みそを フル回転させ、ダンプカーのようにダダダ~っとアイデアを生 み出す方法です。これをやって気づくのは、僕たちはいか に普段から脳みその表面しか使っていないのかということ です。何かについて考え始めても、すぐに別のことに考えが 移ってしまい、深い思考ができないのです。この方法を頑張っ て続けると、今まで考えもしなかったアイデアが出てくること があるそうです。現に僕も実際に体験しました。普段使う言 葉とは一味違った言葉が出てくるのです。とても不思議で した。最近はスケジュール帳に「ブレインダンプ」の時間を 計画的に組み込み、1週間に何時間かは「強制的に考える 時間」を確保しています。そのぐらいのことをしてやっと、「思 考」と「行動」のバランスがとれるような気がしています。◆

豊田礼人の経営コラム「愛される会社への道」

情報発信の大切さ

■ お客様は何かに困っている

自分が売りたい商品を売りつけるのではなく、まずお客様 が何に困っているか、どんな不満を持っているかを聞き出 すことが大切だ、と言われています。小売店では、お客様に 「何をお探しですか?」と声をかけるのではなく、「何かお困 りのことがあるのですか?」と声をかけなさい、と接客術の 本には書いてあります。お客様のニーズの奥底に迫りなさ いということです。例え話でよく用いられるのがドリルの話 です。ホームセンターに電動ドリルを買いに来た客は、ドリ ルそのものが欲しいのではなく、「木に穴をあけたい」とい う問題を解決したいはず、ですから場合によってはキリの方 がその問題を解決するのに適しているかもしれないし、ある いは継続的に使う予定が無いのなら、店側で穴をあける加 エサービスを提供した方がお客様にとって得かもしれません。 「どのようなドリルにします? | というアプローチをするので はなく、「何に困っているのですか?」というスタンスで接す ることが大切だ、という話です。

■ 信頼関係がないのに、ぶっちゃけ話はできない

このドリルの話、とても分かりやすく、言わんとするところも 納得できます。つまりは、お客様の表面的なニーズではなく、 もっと深いところにある「悩み」や「問題」を聞きだし、それ を解決するための最適な手段を提案せよ、ということなん ですね。それが本当の顧客満足につながるのだと。しかし、 これって意外と難しいんです。自分が買う側になったときに 「何かお困りのことがあるんですか?」と初対面の店員さん にいきなり質問されても、すぐに本音を言う気にはなれません。 そもそもこういう質問をされる空気になかなかならないと思 います。例えば、家具屋さんにソファを見に行って、「お客 さん、何か困っていることがあるんですか?」と質問されたら ちょっと引いてしまいます。とっさに「いや、別に・・(モゴモゴ)」 と答えて逃げ出したくなります。また、会社にコピー機のセー ルスマンが飛び込んできて、「御社のコピー機について何 か不満な点はありませんか?」と質問されても、「いえ、特に 無いです(早く帰ってください) | となってしまうのではない でしょうか。友達同士や夫婦であれば、「ぶっちゃけ、何に困っ ているの?」という会話もできますが、これはお互いに信頼 関係があるからこそできるもの。逆に言えば、信頼関係が まだ薄い間柄で「ぶっちゃけ話」をすることは結構難しいも のです。店員さんやセールスマンとの信頼関係がゼロの状 態でいくら教科書どおりの素晴らしいセールストークをされ ても、にわかに本音を言おうとは思わないものです。

■ お客様は自分で情報を収集できる

では、初対面、あるいはまだ面会回数が少ないお客様と信 頼関係を築くにはどうしたら、いいか。一つは、面会回数を 増やすことです。やはり人間はリアルで人間に何度も会う と自然に相手に親近感が湧くものですし、親近感は信頼 感に自然に昇華していきます。しかし、情報化が進んだ現 代では、情報はわざわざリアルで人間に会わなくても入手 できるので、買う側はリアルで人間に会う必要性を感じにく くなってきています。売る側は、面会回数を増やして親近 感と信頼感を醸成したいのですが、買う側は「わざわざ会 わなくても、情報はとれる。用事ができたら連絡するよ」と いうスタンスでいるのです。つまりリアルで会う時間をもっ たいなく感じるのです。これは、自分が営業電話を受けた 時にヒシヒシと感じるのではないでしょうか。営業電話をか けてきた営業マンは何とかリアルで会って、自分の商品の 情報を提供し、加えて親近感を抱いてもらうきっかけにした い(こちらの方が大きい場合が多い)と思うのですが、電話 を受けたこちら側は99%の確率で「早く電話を切りたい」「用 があるときはこちらから連絡するから」と思いながら電話に 出ています。この両者のギャップは最近さらに広がってい ると感じます。そのきっかけはネットの普及だと思います。

ネットが普及した社会では、大抵のことはネットで調べることができます。自分が解決したいことの答えをお客様は自分である程度探し当てることができるのです。ですから、売る側が「情報がありますから、会ってください」「何にお困りですか?」と押しかけてきても、買う側は迷惑に感じてしまいます。一昔前で情報が限定された社会では、営業マンや販売員が持っている情報は貴重でしたから、押しかけ訪問もある程度は成功しましたが、現在ではそういう方法は困難になってきています。買う側は自分で情報収集して、もっと詳しく知りたいと思った時に初めて、お店や会社に問い合わせてきます。ですから、お客様が「もっと詳しく知りたい」と思った時に真っ先に思い浮かぶ会社でありお店であることが、現在では非常に重要になってきます。

■ 予想して、情報を先出しする

「もっと詳しく知りたい」と思った時に、真っ先に思い浮かべてもらえる会社になるためには、普段から情報発信を継

続的に行なっていく必要があります。お客様が持っている 「困っていること」に対する答えをあらかじめ情報提供して いくのです。情報の先出しです。こちらはその商品やサー ビスのプロであるわけですから、お客様が持ちそうな不満や 不安を予想し、あるいはヒアリングして、その解決策をどん どん発信していくのです。この作業を怠って、いきなり「何 かありませんか?」と迫っても、成功する可能性は低いこと は何度も述べてきました。自分が客の立場だったら容易に 想像できますね。相手の先回りをして、使える情報を提供 していくのです。

お客様は何か解決したい悩みや不満も持ったら、まずネッ トで検索します。ネットで調べ、情報収集してから電話をす るなり来店するなどの行動を起こします。ですから、ホームペー ジを用意してそこにお客様が知りたくなる情報をしっかりと 載せていくことは、これから益々重要になってくると思います。

■ お客様に「ちょっと困ったことがあるのです が・・」と言わせる

お客様は自分が十分な情報を集めてから行動したいと思う ようになっています。情報を持っていない時点では、言いく るめられて買いたくもないものを買わされるかもしれないと いう警戒心が働くからです。ですから、お店に入ってすぐに 店員さんに声を掛けられると逃げ出したくなりますが、十分 に店内を回り、情報収集してこれにしようと決めてからは、 逆に店員さんと話したくなります。さらに詳しい情報が欲し くなるのです。ここでお客様の聞きたいことにきちんと答え ることができれば、購入の可能性はグンと高まります。

小さい企業ほど、情報を先出しで提供していくことが重要 です。ホームページだけでなく、メールマガジン、ブログ、小 冊子、ニュースレターなどを使うことも有効です。お客様が 欲しがる情報をどんどん出していくことによって、お客様に プロとして認識してもらい、信頼を得ていくことができます。 情報を出してお客様にある程度信頼感を抱いてもらえれば、 お客様の側から「ちょっと困っていることがあるんですが・・」 と相談を持ちかけてくるはずです。経営者の役割は、お客 様にこの「ちょっと困っていることがあるんですが・・」と言 わせるために、全ての活動を最適化することにあるのだと 思います。₩



とよたあやと RAYMAC代表 「1000人の社長を笑顔にする」をモットーに社員30人規模以下の中小企業専門 のコンサルティングを行う。

家族は妻と息子1人。最近の趣味はゴルフ。愛される会社プロジェクト推進リーダー。

小谷由美の Smile Life 社長のための 賢い資産運用

こんにちは。小谷由美です。謹んで新年のお慶びを申し上げます。金融不安に端を 発した2008年、世界経済の減速は日に日に深刻さを増してきています。この景気 後退は続きそうで、しばらくは覚悟をしなければなりません。しかし、こんな時期だ からこそ新しく生み出されるサービスや商品がきっとあるはずです。悪い環境を嘆 いているだけでは楽しくありません。"過去と他人は変えられない、変えることがで きるのは未来と自分"と心理学でも言っています。2009年は例え景気が悪くても、 皆さんにとって最高の年になりますよう、お祈りしています。

■ これからの日本の教育費

日本の人口動態を見ますと、確実に少子化と高齢化が進んでい ることは、皆さんご存じの通りです。高齢化は年金問題に影を投 げていますが、少子化についても「大学全入時代の到来」とか「大 学経営の圧迫」という問題に影を投げかけています。このような 背景をもとに、日本の子供達の将来を見てみますと「進学しないリ スク=高校卒業だけという資格 | はリスクになるのでしょうか?個 人的には、高校卒という資格だけで社会に出た子供たちはどれだ けの競争力を持って生きていけるのか?と不安になります。今後は 大学、専門学校に進学することがさらに一般的になるのではない かと思わざるを得ません。一方、少子化は教育機関の経営の圧迫 の要因となり、教育費の値上がりを押し進めることになります。 2008年現在、地方の子供が大都市圏の私立大学に入学するま でにかかる経費は1000万程と言われています。この経費は将来 的にまだまだ増加の傾向で、2000万にも達するとも計算されてい ます。この経費を一度に形成することは難しいところです。キーワー ドである安全な資産分散にて、長期で運用するときはまさに今な のではないでしょうか。

■ この円高をどのように判断する?

お客様から「日本の景気は悪いのに、何故、円高なんですか?」と質 問が寄せられました。日本の通貨、円の価値が(米、カナダ、EU)に 比べて、高い状態にあるのは日本の経済状態が良いという一般的 な理解ではありません。今回の要因には、"円を買う以外に他に安 心して買える通貨がない"という事にあります。活況をしめした原油 市場、穀物市場、NY株式市場の取引通貨は全てUSドルです。この 大量なるUSドルは他の通貨で持たない限りは資金を保持すること ができないことから「円」ということになったわけです。ここでのキーワー ドは"安全"です。自力ではなく他力による円高で、日本の輸出産業 や全産業に不況を及ぼしています。残念なことに政府はこの為替変 動に対して手立てを講じていません。将来、円に替わるもっと安全な 通貨が出てこれば、円安傾向に転換します。緩やかに、円安となれば、 日本経済は、一番望ましい形となるので、そう願いたいものです。



プロフィール

こたにゆみ

大学卒業後、金融機関でファイナンスの実務にどっぷり浸かる。その後 国内大手生保へ移り、金融商品の知識を深めるとともに人材教育担当 に抜擢され活躍。ファイナンシャルプランナーとして独立後は、親身な資 産運用アドバイスが好評で、多くの顧問先を抱える。

〈連絡先〉TEL:052-551-4006 〈e-mail〉f-mission@db3.so-net.ne.jp



帰国子女でヘヴィー海外出張者だったATSUKOが、海外で使える生きたビジネス英会話をレクチャーします。中学英語を知っていれば絶対使いこなせる、簡単でイケてる英語を毎月お届けします。

みなさん、明けましておめでとうございます。

昨年は社会情勢が一変する出来事がたくさんありました。あの トヨタが?ソニーが?BIG3が?日本国内だけでなく、世界を牽引 するビッグカンパニーが窮地に立たされています。こういった世 界経済を揺るがす数々の大きな出来事が、他人事ではなく既 に我々の生活に直接影響を与えており、今年はさらにそれが加 速することと思います。じゃあ、我々個人レベルでどのような対 策ができるのだろうか?リストラに怯えてビクビクしながら仕事す るしかないのでしょうか?投資で大損している主人が酔っ払い ながら久々に良い事を言っていました。『世界不況?来るもの はしょうがないね。ただ指を加えて見ていたら負けだね。今こそチャ ンスと思って人一倍考え、行動することが重要で、そういう意識 を常に持つこと。ピンチはチャンス!後は自分の能力を信じて前 進あるのみ。それから、不況を煽るような報道に惑わされず落ち 着いてどっしり構えてればいいんじゃないの?別に命を奪われる わけじゃないんだから。こんなことでビクビクしてたら宇宙人攻 めてきたときにどうすんの?(ヒック)

〈今月のイケてる表現〉

"Shape up or shake up" =モノになれ、さもなくばクビだ。

Shape Upは『形をつくる』つまり『モノになる』ということで、Shake Upは会社などの組織整理や改造を意味することから『クビにする、左遷する』ということにも使われ、アメリカの経営者が若い有能な人材を採用するときに言うそうです。アメリカの経営スタイルをストレートに表現した厳しい言葉ですが、この不況を乗り越えるには我々日本人も『いつまでも会社が守ってくれる』という妄想を捨て、『我々一人一人が頑張って結果を出さないと会社がなくなる』ということを意識して行動することです。今年も皆さんにとって良い年になることを心よりお祈り申し上げます。



プロフィール いしだあつこ 13歳から父親の仕事の関係でドイツ・デュッセルドルフで過ごす。 帰国後、大学の外国語学部を卒業し、貿易関係の仕事に就く。 海外出張も数多く経験し、生きたビジネス英会話を身につけた。 外国人のイケてる友人多数。現在は2児のママ。田舎で暮らす。

KKのゴルフクリニック と手くなる魔法はない

超うまいアマチュアゴルファーのKKが、もうちょっと上 手になりたいアマチュアゴルファーに上達のポイントを 分かりやすく解説します。

■ ラウンド途中では、立て直せない

コースをラウンドしていて、自分のイメージするボールが打てなかったり、OBを連発したりで、カーッとなっている人を時々見かけます。自分はもっといいボールが打てるはず、こんなはずじゃない、と怒っているのです。それで色々と考え込み、スタンスとかバックスイングを上げる位置とかを変えようとしてみたり、いっしょにラウンドしている人にアドバイスを求めてみたりします。でも、僕の経験では、ラウンド途中でスイングを変え、立て直すというのはほとんど不可能です。下手にいじろうとして、さらにぐちゃぐちゃになることの方が断然多いです。特別に器用な人でも無い限り、自分で思いついたことや、人から聞いたことを練習もせずにすぐに実行し、結果を出すというのはかなり難度の高いことです。ですから、ラウンドを開始したら、その日の自分の調子を冷静に把握し、それを受け入れながら淡々とプレーすることが大事なのです。ゴルフのスコアは正直ですので、練習してきた人は上手くいくし、練習してこなかった人はぐちゃぐちゃになります。

■ まずショートアイアンを制す

ラウンドの途中で立て直すことは難しいので、いかに練習で基本を体に叩き込んでおくかが大切です。基本を身につけるためには当たり前のことを当たり前にやることが大切です。一般的に、長いものや大きいものを扱うより、短いものや小さいものを扱う方が簡単です。長い刺身包丁よりも短い果物ナイフの方が簡単に使えるのと同じです。当然ゴルフでも長いドライバーよりも短いアイアンの方が簡単に振れます。上達するためには、振りやすい短いクラブで基本的なスイングを身につけることがものすごく重要です。短いクラブで、スイングを1球ずつチェックしながら、地道に打ち続けるのです。練習場にいくとドライバーをブンブン振り回し、永遠に打ち続けている人を目にしますが、あまり感心しません。練習場で100球打つとしたら、70球はショートアイアンで打ち、残りをロングアイアンとドライバーで打ち分けると

いう割り合いにすべきです。上手い人ほど、練習場でドライバーを打っていません。周りを見渡すと、ショートアイアンでコツコツ打つ練習を飽きずに続けた人が、シングルプレーヤーになっています。





プロフィール 名前:KK(ケイ・ケイ) 本格的にゴルフを始めて3年でハンディ9。ベストスコア73 普段は某大手企業に勤めるビジネスマン。 ゴルフ向きな超ポジティブ思考の性格だが、友達思いの優しい男でも ある。家族は妻。

編集後記

新しい年の一発目のレイマックプレスです。今年も頑張りますのでよろしくお願いします。ところで初詣はいきましたか?私は住んでるマンションの隣が神社なので、毎年そこでお参りします。隣が神社だとなんとなく縁起が良い気がしますが、夜になると神社の大きな木々が恐いといって、姪っ子たちからは不評です。



発行元/レイマックプレス・プロジェクト 〒466-0051名古屋市昭和区御器所2-9-27-305 発行者/豊田礼人 URL/http://www.raymac.jp アートディレクター/MARIKO 広告のお問い合せ/info@raymac.jp