



大好きな販売の仕事で 成長していきたい

任 沢宇
クリジュア株式会社
代表取締役



「とにかく中国から出たい」。その思いで日本語を勉強し、日本の大学に留学した。そこでトヨタ生産方式を学び、ネット販売事業のバックヤードを支える在庫管理に活かしている。中国と日本の良いところを繋ぎ合わせ、ビジネスを成長させてきたクリジュア株式会社の任沢宇社長に、成長の秘訣と今後の展望を聞いた。(インタビュー＝豊田礼人)

—いつから日本に住んでいるんですか？

中国の大学を卒業して、しばらく中国で働いた後、岐阜県の朝日大学に留学しました。そのまま卒業後も日本にいて、この会社を設立しました。

—なぜ、日本に来ようと思ったのですか？

とにかく外国に出たかったんです。中国の大学で日本語を勉強していて・・・英語より日本語の方が簡単でしたね(笑)。だから、日本に行こうと。

—そうですか(笑)。なんとなく英語より日本語の方が難しそうな気もしますが、まあ、そういう理由だったんですね。では起業の

経緯については後からじっくりお聞きしたいと思います。わかりました。

—そもそも、小さい頃はどんな子供だったんですか？

父はもともと北京にいたのですが、山西省(さんせいしょう)に移り住み、私もそこで生まれました。一人っ子で・・・あまり子供の頃のことは覚えていませんね(笑)。お金が無い、ということだけ覚えています。夏休みなどに北京に行くと、北京は都会だったので、自分が住んでいるところは田舎だな、と思っていました(笑)。

—勉強はしていたんですか？

してない(笑)。あまり得意ではなかったですね。運動も

今月の内容

- 経営者インタビュー
クリジュア株式会社代表取締役 任沢宇さん
- 経営コラム なぜセルフイメージが大切なのか？
- ベストセラー解説 「広告やメディアで人を動かそうと思うのはもうやめなさい」 本田哲也 他著
- メルマガバックナンバー ●レイマック豊田のひとりごと

任 沢宇 にん たくう 1978年 中国山西省生まれ

中国で生まれ育ち、大学を卒業後日本の大学に留学し、トヨタ生産方式を学ぶ。その後日本でネット販売の事業を立ち上げ、女性用大きいサイズ衣料のネット販売で急成長している。

得意じゃない(笑)。

—(笑)。何が得意だったんですか？

そうですね・・・(笑)。何かな？(笑)。まあしいて言えば数学は得意でしたね。あと物理や化学も好きでした。でもそんなに高いレベルではないですね(笑)。

—お父さんはどんな仕事をしていたのですか？

自動車関連の商品を販売する仕事です。これが上手くって、結構儲かったみたい(笑)。それで仲間と一緒に会社を作って、自動車に貼るステッカーなどを販売していました。それで経済的にも余裕が出てきたので、私が中学生の時に北京に引っ越しました。販売の仕事をする父を見ていて、私も販売の仕事に興味を持ち始めました。高校時代は父の会社の仕事を手伝ったりもしていました。

—大学は行ったのですか？

行きました。普通のレベルの大学です(笑)。中国と日本の合弁で設立された大学で、そこで日本語を勉強して・・・クラスの半分くらいの学生が日本に留学していました。後に妻となる彼女も日本に留学しました。私も留学したかったのですが、親が留学に反対だったので、それはあきらめて、卒業後は中国で就職しました。日本企業の日清食品の中国現地法人です。

—あ、そうなんですか。どんな仕事をしたのですか？

インスタントラーメンをスーパーや市場に売る仕事ですね(笑)。高校の時くらいから、父のように販売の仕事しようと思っていたので、この仕事は楽しかったです。

—お父さんの会社に入ろうとは思わなかったのですか？

それは嫌でしたね(笑)。父の会社は技術革新の変化の波に乗れず、段々苦しい状況になっていましたし。私は、扱うものは何でも良かったのですが、とにかく何かを販売する仕事が好きで、それをやりたかったです。

—大学で日本語を勉強して、就職は日系企業ということで、日本に興味があったのですか？

とにかく中国から外に出たくて、アメリカでも良かったのですが、英語よりも日本語の方が勉強しやすかったので、日本にしました(笑)。

—なるほど。その後はどうなったのですか？

妻が既に日本に留学していて、「日本、いいよ～」と言っ

ているので、じゃあやっぱり私も日本に行こうと決めました。父が中国の田舎から都会である北京に移ってゼロからスタートしたように、私も中国の田舎から日本の都会へ渡り、ゼロからスタートしたいという気持ちでした。日本では、岐阜の朝日大学に入学しました。

—大学では何を専攻したのですか？

大学では経営学を学び、大学院では生産管理や品質管理を学びました。大学院の時の教授がすごくいい人で、トヨタ自動車のグループ企業の工場を見学させてくれたり、実習させてくれたりしました。これがすごく勉強になって、今の仕事にすごく役立っています。

—将来、会社を経営したいと思って、経営学部に入ったり、大学院に進んで生産管理を学んだりしたのですか？

いえ、そういうわけではなく、その頃は日本の大学・大学院を卒業したら中国に戻ろうと思っていました。中国に戻って就職する時に学歴が高い方がいいだろうと思って、大学院に進みました。学費や生活費は1年目だけ親にお金を出してもらい、あとは全部自分で出しました。居酒屋でアルバイトをしていましたが、毎日深夜まで働いて、本当に大変でしたね(笑)。でも日本の大学を出た後、中国に戻って就職すると、給料がすごく高くなるという噂を聞いていたので、何とか頑張っていました(笑)。

—なるほど。もうその頃には結婚していたんですよね？

そうです。高校の時から一緒だった彼女と25歳の時に結婚しました。妻は私より先に日本に留学して先に卒業して、中国に戻って就職しました。でも、噂と違って全然給料は高くなかったのです(笑)。それで3か月で中国の会社を



辞めて、日本に戻り、妻は日本の会社に就職したんです。

—日本でまず何をしようと思ったのですか？

好きなことをしようと思って、まずヤフーオークションでモノを売り始めました。

—さっそく販売の仕事ですね。何を売ったのですか？

中国の骨董品ですね。中国現地の骨董品屋さんと知り合いになって、そこから仕入れた花瓶とか茶碗とかをヤフオクで売りました。これがたくさん売れました。いろいろと試行錯誤して分かったことは、重い物が売れるということですね(笑)。

—(笑)。マジですか？

本当ですよ(笑)。なぜか軽い物は売れないんです。重いものが売れる。鉄器とかね(笑)。よく売れます。それからチベットのものを買うようになって、これも売れました。小さな刀とか、曼荼羅とか、あとは仏像とか。次にチベットの石がついたアクセサリーを売り始めたら、これも人気になりました。だいたい私が新しい物を売り始めて、半年くらいでガツと稼いで、その後はみんなが真似して同じようなものを売り始めるので売れなくなり、私はまた別の新しいものを売り始めて半年くらい稼いで、また別のものを売る・・・という繰り返しでした。2007年ころ、石の販売が順調だったころ、会社を設立しました。男が会社も何もなくヤフオクだけで商売してはダメだと思って(笑)。

—売るものはどうやって仕入れるのですか？

最初は北京の市場をグルグル回って仕入れていました。その後は広州にもっと広い市場があるので、そこで買い付けて来ました。でも2008年のリーマンショックを境に景気が冷え込んでしまっていて、石のアクセサリーは贅品でもあるので、全然売れなくなりましたね。それで、今度は衣料品を売ってみようと思い、中国で日本製の売れ残り品みたいなものを仕入れて売ってみました。なかなか売れませんが、衣料品をネットで売るためのノウハウを色々勉強することができました。どんな商品が売れやすいか、売れにくいのか、ネットに載せる写真の撮り方などについてです。

—現在は女性向け大きいサイズ専門の衣料品を扱っていますが、それをやり始めるきっかけはどんなことだったんですか？

私の妻が大きいサイズなんですけど、カワイイ服があまり売っていませんでした。色んなデパートやショッピング



大きいサイズ専門の女性向けアパレル

モールのショップに行きましたが、全然売っていません。名古屋はもちろん東京や大阪にも行きました。でも、なかなか売っていない。じゃあ、自分たちでそれを売ってみようか、と思ったんです。中国ルートで大きいサイズの衣料品を仕入れることが出来たので、ネット売ってみたら、これが当たりました。

—売れた？

売れました。日本のネット上では大きいサイズのもが売られていなかったの、そういうニーズを持った人たちが私たちのサイトに来てくれたのです。それで、最初は他に同じような形態で売る業者がいなかったのでよく売れたのですが、しばらくするとライバル店が出店し始めて、価格も下がってきて、売上が下がってきました。そこでクリジュアという自社ブランドを立ち上げることにしました。

—基本的に「ネット卸」なんですか？

そうです。ネットショップやリアルショップを運営している小売業者さんたちに卸スタイルです。それらの小売業者さんたちが私たちのサイトで、まずは写真を見て買っていきます。私たちの商品は検品をしっかりとやっているから、低価格なのですが品質が良いです。それで「クリジュア」という名前を覚えて頂き、何度もリピートしてくれるようになり売上も伸びています。自社ブランドにしたことで、リピート率は高まっていると思います。

—なるほど。他にライバルに勝つポイントってあるんですか？
顧客である小売店のお客様（エンドユーザー）への直送も

当社では行っていますが、大きいサイズ衣料品の業界で他にやっているところは無いと思います。当社では自社で倉庫を持っていて、仕入れた商品は一旦すべてこの倉庫に入荷します。これによって、商品の在庫数を自社で正確に把握できるので、お客様に前もって商品がいつ切れるかを伝えることができます。そうするとお客様は計画的に販売することができ、エンドユーザーから注文を受けた後に品切れが発生するというミスを防ぐことができます。配送に関しても、今日受けた注文品を明日に届けることができます。細かいことですが、ここが当社がお客様から信頼され、選ばれるポイントになっていると思います。価格的には他社より高いですが、サービスのきめ細かさで迅速さで、差別化できています。

—なるほど。それで顧客がどんどん増えて、業績も上り調子なわけですね。今後はクリジュアさんはどこを目指していくのですか？

自社企画・自社デザインのオリジナル商品を拡大していきます。今よりもっと品質をあげるために、中国の工場とも連携して、各生産工程に対して細かい指示を出し、品質面での顧客満足度をもっともって上げていきたいと思っています。そのためにはもっとたくさんの量を販売できるようになり、力をつけていく必要があります。

—日本でビジネスをすることで重要なことは何だと思えますか？

日本では安さだけでは売れないですね。信頼がすごく重要になります。中国では、一緒に食事して、一緒にお酒飲むことで友達になり、その上でビジネスをしていくという感じですが、日本では違いますね。日本では、一緒にお酒を飲んだとしてもそれだけで友達になるわけではなく、それよりも、仕事上で相手を喜ばすことで信頼関係を築いていき、ビジネスを広げていくという感じですね。皆で食事をしたとき、日本では割り勘して、自分の分だけ払いますね。中国では、まとめて誰かが払います。これはそれぞれに良いところと悪いところがあると思うのですが、中国では自分が失敗しても誰かが代わりに責任を取ってくれるだろう、と考える風潮があります。例えば子の失敗を親が尻拭いをするとか。日本は、自分のことは自分で責任取るという感じですね。食事の時のお金の払い方が、仕事に対する姿勢を表していると感じます。中国人は、誰かが払ってくれるだろうと考える(笑)。ここに中国が成長できない問題の一つがあると思います。

—任さんはここまで事業を成長させてきていますが、その秘訣

って何ですか？

勉強することです。事業をしていけば失敗もありますが、失敗を失敗で終わらせないことです。失敗から学んで、いかに改善するかを考えることが大切だと思っています。これは大学で学んだトヨタ生産方式の「カイゼン」がベースになっています。やってみて改善して、やってみて改善して、の繰り返し。1秒でも早く業務が進むように考えて、改善します。今、スタッフが10名ほどいますが、1から10まで業務があったとしたら、全員が1から10の業務を全部できるようになってもらいます。その上で、その人が得意な業務を担当してもらいます。こうしておくとなんかの時は、他の人が代わってその業務をすることができます。ある業務を「どうやったらもっと早くできるようになるか？」という課題を投げ掛けるとみんなで考えて、ベストな方法を導き出します、みんなが全ての業務を理解しているので、そういう議論もみんなですることができます。これによって、社内がまとまります。これも事業を成長させるためには欠かせないことだと思います。

—確かに、みなさんイキイキと働いていらっしゃいますね。今日は勉強になるお話を聞かせて頂き、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。😊



【起業プロフィール】

クリジュア株式会社

事業内容: 大きいサイズ衣料専門ネット卸

所在地: 名古屋市港区当知3-401

電話: 052-398-5068

<http://www.bigsize-oroshi.com/>



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。

なぜセルフイメージが大切なのか？

成功しないわけがないというイメージを持つ

「このプランで事業をやれば成功しないわけがない。失敗するかも、なんてこれっぽっちも考えなかった。もし失敗するかもしれないと思っているなら、やらないほうがいい。」これは、私がインタビューしたある経営者の言葉です。この言葉のとおり、この経営者が起こした会社は順調に成長し、今では上場するまでになっています。自分を信じ、その自分が納得できるまで事業計画を練りこみ、しっかり準備した上で行えば、自分は必ず成功する。そういう気持ちで事業を行うことの大切さを、この経営者は教えてくださいました。

いろんな経営者に会ってお話を聞いていると、「自分は経営者としてうまくいく」というイメージを持っている人が多いことに気がつきます。うまくいっている会社の経営者ほどこういうセルフイメージを持っていて、このことが事業を伸ばしていくうえで非情に重要な要素になっているのではないか、と感じます。

失敗するイメージが、我々を失敗へと導く？

良いイメージを持っているとうまくいき、悪いイメージを持っていると本当に悪いことが起こる。こういうことは世の中でよく言われていることですが、おそらく科学的に証明されているわけではないでしょう。しかし、日常の中でも頻繁に起こるものだから、経験則のようなものとして広く語られています。スポーツの例で言えば、ゴルフでショットするとき、「右に打ったらOBになるかもしれない」とか「池ポチャしたらイヤだな」と思うと、本当にそれが現実化してしまうことがあります。失敗するイメージを持つと、本当に失敗してしまうということが起こるのです。脳というのは、何かを考えたとき、それが現実なのか空想なのか、あるいは良いことなのか悪いことなのか判別できないそうです。考えたことをそのまま実行するように無意識に全身に指令を出してしまっている可能性があるということです。悪いことを考えれば悪いことを招くような行動や思考をとってしまい、良いことを考えれば良いことを招くような行動や思考を、無意識のうちにしてしまうのではないかと、思うことらしいのです。

プラスのセルフイメージが成功を引き寄せる

脳のこうした性質から、事業で成功したいと思うのであれば、「私は成功する経営者だ」というセルフイメージを持つことが重要だということになります。そうすると、成功する経営者にとって必要な行動や思考を自然にとるよう



常にプラスのセルフイメージを持とう

になったり、そのために必要な情報を収集するアンテナが立ち、有用な情報が自然に入ってきたりする、という目に見えないメカニズムが働きます。プラスのセルフイメージを持つことで、気持ちが前向きになって表情が明るくなったり、行動が積極的になり、それによって人が引き寄せられたり、積極行動によって物事や人が動かされ成果につながったりするのです。この効果が、あなどれないほど大きいのだと思います。

ステキな勘違い

屋根・外壁リフォームを手がける中村ワークスの中村社長にインタビューしたときの話。中村社長は起業する前、リフォーム会社の営業マンとして勤務していました。そこで働き始めた当初、良い上司に恵まれ、その人に自信をつけてもらったおかげで売れるようになったそうです。売れるという成功体験を重ね、自分のことを「できる営業マン」だと思えるようになったそうです。実際にはまだまだそれほどの実力はなかったのですが、いわば「ステキな勘違い」をしてしまったわけです。「できる営業マン」というセルフイメージを持ったことは非常に強力で、それからもどンドン売れていったそうです。この事例から学ぶことは、営業マンとしての真の実力があるかどうかに関係なく、「自分は売れる。売れないわけがない」というプラスの思考を持って行動することの重要性で、そのセルフイメージから湧き出る自信が落ち着きや安心感となって顧客に伝わり、良い結果を生むことにつながった可能性がある、ということです。良いセルフイメージを持っていることが、良い結果を生むことにつながったというとても面白い事例として、このお話は強烈に記憶に残っています。

■「なりたい自分」に素直に

先日私のところに経営の相談に来たある男性は、ホームページのデザイン・制作で起業したものの、なかなか思ったような売上げ・利益が上げられず、もがいている起業家でした。ホームページ制作の仕事は何件か受注しているものの、この種の仕事は競争が激しく受注単価が低い、それゆえ忙しい割りに利益が出ないという状況です。その起業家と今後の戦略についていろいろと話しているうちに、本当にやりたい仕事というのは、ホームページの制作そのものではなく、他のネットツールを組み合わせ、クライアントのウェブ・マーケティング全般の戦略を立てたり、クライアントの売上げが上がるように総合的にアドバイスしたりすることだ、ということが分かってきました。「つまり、ウェブ・マーケティングのコンサルタントになりたいのですか？」と訊くと「そうです。そうです。」と強うなずきます。じゃあ、セルフイメージをホームページ制作業者ではなく、「ウェブ・コンサルタント」にしましょう、という話をして、名刺の肩書きをさっそく変えることにしました。後日、新しい名刺を作り直して現れた彼は、コンサルタントとしての雰囲気が出ていて、頼もしいオーラが漂っていました。

■自分で自分に許可を出せ

「自分で自分に許可を出せ」と言ったのは、スタンフォード大学で起業家育成プログラムの教鞭をとるティナ・シーリング先生です。先生は、自分が起業するとき、果たして自分が会社の社長になっていいのだろうか、と思い悩むことがあったそうです。というのも、会社の社長というのは、就職した会社で大きな実績を上げ、出世競争に勝ち抜いたエリートのみがなれるものだというイメージに自分自身が支配されていたからです。だから、自分が社長になるなんておこがましすぎる・・・と思い込んでいたわけです。しかし、誰かが自分に「社長になってくれ」と頼みに来るとか「あなたは社長になる素質がある」と言ってくれるのを待っていたところで、永遠にその日は来ないかもしれない。それよりも、「自分は社長になる素質がある」と自分に自分で許可を出してしまえばいい、と先生は言うのです。自分で自分に「社長であること」に許可を出し、「自分ではできるのだ」というセルフイメージをしっかりと持つことが、事業を成功させるためにはすごく重要だということです。

自分で自分に許可を出し、セルフイメージを高く持つ。ビジネス界に限らず、ある分野で成功している人たちは、多かれ少なかれ、この思い込みの効果によって成果を生み出しているのだ、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

『広告やメディアで人を動かそうとするのは

もうあきらめなさい』 本田哲也 田端信太郎 著

■オススメ度★★★★ ■読むべき人 集客とメディアの関係を知りたい人

ポイント1

中小企業でも平等に成功するチャンスがある時代

テレビをはじめとしたマスメディアを使って巨額な広告を打ってきたソニー、シャープ、パナソニックなどの企業が軒並み経営不振に陥った。彼らは広告によってファンを増やせると信じてきたが、あっという間に客はいなくなった。ここに、マス広告だけでは勝てなくなった時代の変化を見ることができる。中小にもチャンス到来。

ポイント2

価値のないモノは増幅されない時代

広告やメディア自体に魔法はない。ゴールデンタイムにCMが打てる会社が勝つ時代でもない。重要なのは商品そのもの、あるいは経営者・会社そのものに価値があるかどうかである。ゼロに何をかけてもゼロのまま。自分たちの努力により、いかに価値ある商品やサービスを生み出せるかが何よりも重要。

ポイント3

プロモーションはお金のかからない順に行う

現在は様々なプロモーションツールがあるが、それぞれ、集めたい人数によって使いわけが必要がある。最初は当然自分たちの周りの人たちにリーチすべきなので、SNS等のお金がかからないツールを積極的に活用していくことが重要。

結論

メディア、広告、PRに詳しい2人の著者が、現代の広告・メディアの現状や時代に合った使い方について、それぞれの見解を述べている。途中で挟まれる2人の対談は若干ダレるが、それぞれの専門家としての意見は参考になる部分もある。特に戦略PRの専門家である本田氏の「インサイト(人の本音)」からPR戦略・広告戦略立案する方法は、中小企業者にとっても学ぶべきことは多いと感じた。

- ★★★★★ 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480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。

熱意ある1人の力

(2013年12月6日発行第451号)

■キレイな海のワケ

今週、クライアントのプロジェクトで三重の海に行きました。その海がびっくりするくらいキレイで、本当に驚きました。水もキレイだし、白浜もゴミひとつ落ちていない。あまりのキレイさに、感動して声も出ませんでした。

(愛知県の某海とは違いすぎる・・・)

クライアントと一緒にその海が見えるレストランで食事をしたのですが、そこで、なぜ海がこんなにきれいなのか、その秘密が分かりました。

■海を愛する人たち

そのレストランのオーナーシェフ。年齢は60歳くらいで、名古屋で鉄板料理のお店をやり始めた人。そのお店で成功し、今から数十年前、この三重の海のほとりにペンションとレストランを開いたそうです。

海に来て、そのオーナーは海に散らばるゴミを拾い始めました。拾っても拾っても、海に来た客はゴミを捨てていく。客は来なくても、ゴミは海から浜へ流れ着く。若者たちが浜辺で夜通しで酒盛りをして、そのままの状態です。ゴミだらけのままです。

オーナーはそれを毎日毎日拾い続けたそうです。すると、近くの同年代の漁師がその姿を見て、一緒にゴミを拾い始めました。2人の地味な活動は続き、そのかいあって、徐々に海はきれいになり、感動するほど素晴らしい海になったのです。

レストランで、その漁師さんにも会いました。無骨だけど、芯がしっかりしていて、温かい人。2人はともに歳を重ね、今なお信頼しあい、海を愛し、この土地を愛している。話しているとそれが、じんわり伝わってきます。

この海、僕もすっかり好きになってしまいました。

■たった一人の熱意

何かを始め、成果を出そうとするなら、必要なものは、1人の熱意だと思います。お金もモノも何もなくても、ただ1人の熱意ある人がいれば、必ず物事は良い方向に進む。その1人の姿を見て、賛同者が集まり、仲間になる。そうすると、困難だと思われたことが少しずつ前に進むようになる。

会社で何か新しいことを始める時、例えば新規事業なんかでも同じ。成功するかどうかは、熱意を持った1人がいるかどうかで決まる。ビジネスモデルやマーケティングも大事ですが、人間の熱意を吹き込まなければ、絵に描いた餅のまま、終わります。

■自分レベルの視点で

さて、自分レベルではどうでしょうか？

自分の事業を成功させるために、何が必要か。素晴らしいビジネスモデルか？緻密なマーケティング戦略か？広告がバンバン打てる潤沢な資金か？頭が切れる、有能な社員か？自分の豊富な成功体験か？違う。

必要なのは、自分の事業に対する熱意だと思う。もちろんそれだけじゃないけれど、それがなくちゃ、始まらない。

「1人では何もできない。しかし1人が動かなかつたら、何もできない」(山下泰裕)

「情熱を持った1人は、情熱の無い40人に勝る」(ディズニー7つの法則)

この言葉をかみしめて、あの海を思い出して、

頑張ります。👊

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

失敗したら、計画を立て直せばいい。なるべく素早く。

今、とても応援している経営者がいます。一緒に仕事をしている飲食店の経営者さんなんですが、とにかく一生懸命で、話し合っ出てきたアイデアをすぐに実行に移してくれます。このスピードが魅力。

その経営者、日本で出した飲食店が成功したので、同じパッケージで中国にも出店したのですがこれが大失敗。客が全く来ない。成功者として持ち上げられ、大きな期待をもったの中国進出だったのに…。

カッコ悪くて情けなくて資金繰り悪化で、本当に死のうと思ったそうです。

どん底の暗闇の中で悶々としていた彼に、突如、あの「神」が降りてきます。そう、「開き直りの神」(^-^)。恥も外聞も捨て、それまでの業態を捨て、当時中国で流行っていた業態を真似て業態転換し、ゼロからスタート。これが当たって、息を吹き返したそうです。

開き直りの神が乗り移った彼に、中国スタッフもついてくるようになり、お店はますます活気を増したそうです。

事業をやっていると、思い通りにならないことはたくさんある。いろんな経営者や起業家を見ていると思い通りに行くほうが珍しいとさえ感じます。

思い描いた計画がうまくいかないとき、大切なことは「計画が間違っていた」ことを認め、なるべく早く新しい計画を立ててやり直すこと。

単に計画が間違っていたことが問題で、自分を責める必要はない。計画を立て直せばいい。この開き直りが、次への光を見つけるきっかけになるのだ、と思います。

【愛される会社プロジェクト セミナーのお知らせ】

34回目となるセミナーは、私豊田が100人の起業家・経営者から聞いた、事業成功のコツを10個にまとめてお伝えするセミナーです。

「100人の起業家から学んだ10個の大切なこと」

日時: 2014年10月21日(火) 19:00~20:45
場所: ウィンクあいち1205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)