



## 自分にしか できないことを シンプルに



大岩秀彦  
わいん商 アン・ペロ 代表

ワインを極めれば生き残れる。酒屋の3代目として生まれた大岩秀彦さんは、ワインアドバイザーの資格取得後、ワインの本場、フランスへ飛んだ。1年半をかけて自転車で行くフランス中のワイナリーをまわり、現地の生産者と直接触れ合った。知識と体験の融合。これをベースに「自分にしかできないやり方でワインを売る」と決めた大岩さんは、思いを詰め込んだワインショップ「わいん商アン・ペロ」をオープン。そのチャレンジ精神の源は何か。レイマックの豊田礼人が詳しく聞いた。(インタビュー＝豊田礼人)

—大岩さんは、酒屋の後継ぎとして生まれて、先代からの事業を引き継ぎながらも、ワインに特化したお店「わいん商 アン・ペロ」を名古屋市緑区の有松にオープンさせました。有松に新しく店を出したのはなぜなのでしょう？

もともとウチは名古屋市の鳴海という場所で酒屋をやっていたのですが、私はこの先鳴海で商売をしていくのは厳しいと思っていました。自店として単独で頑張ることはできたとしても、団体戦というか、町ぐるみで盛りあがることは難しそうに感じたのです。一方で有松は、町としてのポテンシャルがまだまだある。もっと発展していける予感がしました。有松しぼりという伝統産業で、若い生産者が少しずつ増えていることも注目しています。だからこれからもっともっと有松は良くなっていくと期待しています。自分がそのスパイスになれたら面白いんじゃないかなと思い、ここに店を出すことにしました。

—和風でありながらモダンな雰囲気、とてもおしゃれなお店ですね。

ありがとうございます。有松では古い町並みを大切にしようということで、景観の基準を守った建築物には市が助成してくれます。海外のワイン関係者がこの店を訪れた時、和の雰囲気でワインを販売していることがとても新鮮に映るみたいで、すごく驚いて、喜んでくれます。金曜日と土曜日の夜は、外部からシェフを招いて、料理とワインを楽しむ「バルタイム」を行っていて、これはワインの美味しい飲み方を気軽な雰囲気で体験して欲しいと思ってやっています。ここでワインを好きになって頂いて、家飲み用を買って帰ってもらえると嬉しいですね。ここを開店して以来、そういうお客様が着実に増えています。店内は立ち飲みスタイルで、店内で居合わせた人同士がお友達になってくれるといいなと思っています。ワインって、難しく考えて飲む人が多いのですが、ここではとにかくワインの敷居

### 今月の内容

- 経営者インタビュー  
わいん商 アン・ペロ代表 大岩秀彦さん
- 経営コラム 事業の動機はどこからくる？
- ベストセラー解説  
「嫌われる勇氣」岸見一郎 他著
- メルマガバックナンバー ● 人事労務相談室

大岩秀彦 おおいわひでひこ 1976年 愛知県生まれ  
わいん商 アン・ペロ 代表

大学卒業後、ワインアドバイザーの資格を取得。その後フランス中のワイナリーを自転車で行く。その時に現地の人に呼ばれた愛称が「アン・ペロ(自転車という意味)」。これを店の名前に冠し、愛知県有松に「わいん商 アン・ペロ」をオープンさせた。

を下げて、気軽に楽しめる場にしたいと思っています。

—この雰囲気ワインを飲んだら、美味しいでしょうね。

そうですね。ワインを美味しくさせるのは空間の雰囲気とか、誰と一緒に飲むかということが重要です。今までは酒屋で物販しかやってこなかったのではなかなか差別化が難しかったのですが、こういう空間をつくることで、他との違いを出せると思います。私はワイン屋としては後発です。その中で戦っていくためには、他と違うことをやらないとお客様が振り向いてくれません。この店に来て頂いて、雰囲気を楽しんでもらいながら、ワインのこととか、ワインに合う料理のこととか、グラスのこととか、色んなことをお伝えしたいと思います。

—なるほど。このお店を作るまでのいきさつについては、また後で詳しくお聞きします。さて、このインタビューでは、起業家の幼少期の頃のことから聞いているのですが、大岩さんは小さい頃、どんな子供だったんですか？

私は剣道少年でしたね。活発な子供だったと思います。祖父が創業した酒屋を父が継いでいたのですが、私は酒屋が嫌でした。昔の酒屋は儲かっていて、私が物心ついたころは3人くらい従業員がいました。でも規制緩和で酒のディスカウンターが増えて、さらにバブルがはじけた後は本当に厳しい業界になりました。酒屋として生きていくにはかなり厳しい時代になってきて、父も「もう継がなくてもいい」と言っていましたし、私も酒屋は絶対にやりたくないと思っていました。高校は地元でしたが、名古屋から出たいと思っていたので大学は京都の大学に入りました。

—大学ではどんな勉強をしていたのですか？

マスコミ関係に進みたくて、その方面の勉強をしていました。その一方で、バーテンダーをやっている友人がいて、彼らを見て、「お酒を売る仕事って、カッコイイな」と思うこともありました。彼らに刺激を受けて、自分でお酒を買ってきて、カクテルを作って友達に飲ませたりとか、そんなこともやったりしていました。おいしいって言ってもらえると、単純に嬉しくて(笑)。

—なるほど。お酒に興味が出て来たわけですね？

そうですね。鉄板焼き屋でアルバイトをされていて、そこでの仕事も楽しかったです。ある時ふと、「この店の仕事で成果が出せたら、自分で商売がやれるかもしれない」という思いが浮かび、かなり頑張って働いてみたんです。その結果、バイトながらも上の人から一目置かれるようになり、自分に自信ができました。「オレはやれる」みたいな(笑)。それで、卒業後、すぐに父の酒屋に入りました。

—え、酒屋はやりたくなかったのに？

そうですね(笑)。親はやっぱり困っていたんです。年もとってきたし、人手も足りないし、で。それを見ていて、助けたい気持ちもあったし、バイトで自信をつけた自分が



入ればもっと上手くいくだろうという気持ちもありました。それと、大学時代に一冊の本に出会い、そこに「これから酒屋はますます厳しくなるが、ひとつだけ生き残る方法がある。それはワインアドバイザー（いわゆるソムリエ）になって、品揃えをワインに特化することだ」と書いてありました。それを読んで「これだ!」と思ったんです。バカなので、すぐ信じちゃって(笑)。

—(笑)。なるほど。ワインに絞れば酒屋もいけるはずだ、と。

そうですね。ちょうどその頃、世の中的にもワインブームが来ていました。父も母もソムリエという言葉くらいは知っていましたが、それを取得するのはかなり難しく、お前にはムリだよ、という感じでした。いや、見てろよ、絶対に取ってやると思って、酒屋の仕事を手伝いながら、学校に通って、自宅でも勉強して、半年後に資格を取りました。試験を受ける前に、友達に「一発で合格したら、オレ、フランスに行くよ」って、冗談で言っていたのですが、本当に合格してしまったので、これはフランスに行くしかない(笑)。

—(笑)。なるほど。目標を口に出して言うと、現実化するんですね(笑)。

そうかもしれませんね(笑)。それで、ワインの勉強と並行して語学の勉強もして、ワーキングホリデーの制度を使ってフランスに行く計画を立てました。でもワーキングホリデーでフランスに行ける枠が非常に狭き門でして、応募をしたものの、通らなかったんです。でも自分としては、もうフランスに行くテンションでしたので、気持ちがおさまらない(笑)。

—もう行きたくてしょうがない(笑)。

そうですね。自分で自分が止められない(笑)。だから旅行会社に「今すぐに語学留学できるところはないですか？」と迫り、「南フランスのニースなら…」という答えを引き出しました。もう地域とか場所とか関係なく、どこでもいいからとにかくフランスに行きたい!という感じ(笑)。そのプランでは、4か月間語学留学すれば、半年間のビザが

もらえるというものでした。よし、これで行こう！と。フランス語はもちろん英語も話せないのに、不安でしたけど、ワインスクールで一緒になった友達とともに、期待を胸にフランスへ渡りました。

—すごい行動力ですね。フランスではどんな生活だったんですか？

最初の半年間は語学を勉強していたんですが、日本人留学生で集まって、遊んじゃうんですね。ニースが楽しすぎて(笑)。それと、フランス語の勉強が大変すぎて、ワインの勉強ができません。ワインの勉強より、フランス語の勉強の方が難しいということに気が付きました(笑)。語学もセンスが必要なので。これでは本末転倒だな、オレ、何をやってるんだ？と。ここには全然ダメだと思い始めました。ニースの生活はすごく楽しいんですけど、楽しいだけに「こんな生活をしていていいのか？」と思えてきました。それで、旅に出ようと決意したんです。

—え？日本からフランスに旅に来ているのに、そこからさらに旅に出ようと？(笑)。

(笑)。そうなんです。とりあえず、日本人から離れたいという強烈的な衝動に駆られました(笑)。語学留学に来ているのは、日本人と、アメリカ人とかその他の国の人たちで、ネイティブなフランス語を話せるのは先生だけなんです。それ以外に生のフランス語に接する機会が無い。そうすると、日本人やアメリカ人が集まって、間違ったフランス語を外人同士で話して自己満足している、というヤバイ状況になってくるんです(笑)。それで、勇気を出して、一緒に行った友達とも別れて、旅に出たんです。

—どんな旅をしたんですか？

とにかくワイナリーをまわりたくてしょうがなかったんです。ワインを勉強しにフランスに来たのに、語学の勉強だけで終わったらもったいない。日本人だけで集まっていたもらちがあかない。ワイナリーに行くと、とにかくワインを造っているところを見たかったんです。3か月の語学の勉強で、宿の予約くらいはできるようになっていたんで、南フランスのニースから、安宿を拠点にして、北上する旅をしようと思いました。思い切ることが大切だと思っていたので、やってやるぞと。それと、もともと私はワインが好きじゃなくて、特に赤ワインがダメでした。チーズも苦手。これを克服するために、旅の間は食事は赤ワインとチーズとバゲットだけにすることに決めました。昔読んだ本の中で、ソムリエで有名な田崎真也さんが、同じことをしていたんです。田崎さんもワインが苦手で、毎日飲むことで克服したのだそうです。これを真似してやろう、と。

—毎日飲むと、好きになるものですか？

はい。どんどん美味しく感じるようになりましたね。ペットボトルにワインを入れて、ずっと飲んでいましたから(笑)。アル中と間違われましたけど(笑)。

—(笑)。自転車でワイナリーをまわったんですよね？

そうです。まず拠点となる1泊800円くらいの安宿に入って、そこに大荷物置いておき、軽装で自転車に乗ってワイナリーを訪問します。事前に電話でアポイントを入れておいて、1日のスケジュールを立てて、朝から晩までワイナリーをまわります。夜はそのワイナリーで買って来たワインを宿で同部屋になった異国の人たちと一緒に飲むんです。これも楽しくて、勉強になりました。ただ、半年くらいたったところで、祖父が亡くなってしまったので、日本に帰れという連絡が来ました。それと、ちょうどその頃、ニューヨークの同時多発テロが起きて、何かと物騒だから、帰国した方がいいという噂が日本人の間で広まっていた。それで、まだ旅の途中でしたが一旦日本に戻ることにしました。帰国してから、それまでのフランスでの生活を振り返り、あまりにも計画性が無かったことを反省しました。それで、もう一度計画を練り直したうえで、ワーキングホリデーに申し込みました。申し込みには作文が必要で、そこに「前回、祖父のことで緊急帰国することになったが、フランスでコネクションも出来たし、やり残したこともある。もう一度チャンスをください！」ということを書きまして(笑)。それが功を奏したのか、合格することができました。それで、今度はワーキングホリデーとして、1年間のビザを取って、フランスに行くことになったんです。

—日本で態勢を整えて、再びフランスへ。

そうです。フランスに行くと、知識として知っているだけのワインを、実際に全部飲んでやろうと思いました。そうしないと気が済まない(笑)。知識と実践が組み合わさると、自分のレベルが一気に上がります。それを実感しましたが、日本でこれをやろうとすると膨大なお金がかかりますが、ワイナリーに行くと、高いワインもただで飲ませてくれます。朝から晩までワインを飲んでいたので、周りの人からはアル中の酔っ払いかと思われ、自分でも「オレ、何をやってんのかな？」と不安になる時もありましたが、「いや、これは酒屋の修行だ」と自分に言い聞かせ、ワイナリーに突撃訪問していました(笑)。



和風モダンなステキなお店

### —ワイナリー側は、どんな反応でしたか？

拠点にしていた宿から、20キロ以上離れた山奥のワイナリーまで自転車で行くんです。そうすると「お前、こんなところまで自転車でよく来たな！」とすごくびっくりされて、「まあ飲めよ」という感じで、歓迎してくれます。もうツカミはOK（笑）。自転車のことをフランス語で「アン・ペロ」と言うので、「アン・ペロ、アン・ペロ」と喜んでくれました。私の今の店の名前はここから来ています。自転車で、汗だくになって訪問すると「お前みたいにガッツがある奴は見たことがない」と感心してくれて（笑）。

### —タクシーで乗り付けたら、こうはならない（笑）。

そうですね（笑）。自転車で行ったからこそ、受け入れてもらえたと思います。このワイナリー訪問はトータルで1年半くらいやりました。お金もない貧乏旅で、体力的にもツラかったですが、私のかけがえのない財産になりました。

### —旅に出ようという原動力は何だったんですか？

何でしょうね（笑）。とにかく、知識だけ豊富な頭でっちなソムリエよりも、実際に飲んで、ワイナリーの人と交わって、体で感じたかったのだと思います。講師として学校でワインを教える道も考えたこともありましたが、やはりそれよりも、店できちんとワインを売って、みんなに美味しくワインを飲んで欲しいと思いました。店をやりたいんですね、自分は。だからフランスでは、ワイナリーの他にも、ワインショップやチーズの店とかもたくさん見学しました。この経験が今、生きています。

### —なるほど。旅が終わり、日本に帰ってからはどんな感じだったのですか？

実家の酒屋に戻ったんですが、自分の理想とはかけ離れていました（笑）。昔ながらの御用聞きが主体の酒屋ですから。1からのスタートですね。ワインの売り場をもっと増やしたかったのですが、品ぞろえを大きく変えると今までのお客様がいなくなるからと、父は許してくれません。だから父とケンカしながら、棚を徐々に増やしていきました。手作りでテラシを作って、ワインの試飲会をやることから始めて、少しずつお客様を増やしていきました。といっても最初からそんなにたくさん集まるわけもなく、現実には厳しかったです。フランスを旅していたころは、やりたいことをやっているだけで、本当に楽しい。でも日本に戻って、現実を突きつけられ、ワインをちゃんと売らないといけない状況に追い込まれ、苦しかったです。どうやったら売れるのだろうかとかと試行錯誤して、ネットショップをやり始めたり、飲食店への営業をしたりしました。

### —それでこの有松の地に、新しいお店を開く決意をしたんですね。

そうです。以前から、有松でやりたいという気持ちがあったことと、親の体調が悪くなってしまったこととか、色々なことがあって、この地で勝負することにしました。最初はワインを売るだけのショップにするつもりだったのです

が、仲のいいパン職人がいまして、彼が週末は料理を作ってくれるということで、週末だけバルスタイルで、料理とワインが楽しめる店にしました。ベースにはワインを気軽に楽しんでもらう空間にしたいという思いがあります。世の中のワインショップは、まずうんちくをお客様に言うんです。日本人はうんちくに弱いので、美味しいと思いついで買ってしまふ。でもこの店では、うんちくを聞く前に、まず飲んで欲しいのです。先入観なしで、まず自分がどう感じるかを大切にしたいと思っています。それで美味しいと感じて、そのワインのバックグラウンドが知りたいと思ったとき、詳しく紹介するという、他とは逆のアプローチをしています。究極的には、私がセレクトしたワインを飲みたい、というお客様を増やしたいですね。「大岩セレクト」のワイン定期便というのも計画しています。

—大岩セレクトですか。いいですね（笑）。体当たりで現場を見て来た大岩さんがどんなワインを薦めるのか、楽しみにするファンも大勢いると思います。さて、最後の質問ですが、仕事で成果を出すために、大岩さんが意識していることって何ですか？

そうですね…自分の個性を生かして、みんながやらないことをやるということですね。みんなが売れないと思っているものを売ってみることも大事。みんながやらない売り方で売ってみることも意識しています。他人と同じことをやっても勝てません。あとはシンプルで分かりやすいことも重要だと思います。分かりやすくないと相手に響きませんから。シンプルでかつ個性をもってやるということが、私のモットーです。

—フランス中のワイナリーを自転車でまわったというのも、まさに大岩さんしかできないことですね。しかもシンプルで分かりやすい。今日は本当に貴重なお話が聴けてよかったです。ありがとうございました。バルにも、また遊びに来ます。

是非、来てください！お待ちしております！🍷

## プレゼント

大岩さんセレクトのワインを1名様にプレゼント致します。

[toyota@raymac.jp](mailto:toyota@raymac.jp) まで  
お名前・送り先を記入のうえ応募ください。

## 先着1名様



### 【ショッププロフィール】

わいん商 アン・ペロ

所在地:名古屋市緑区有松2624

URL <http://www.envelo.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。

## 事業の動機はどこからくる？

### ■夢は金利生活！

名古屋めしとして全国的にも人気がある手羽先専門店、「世界の山ちゃん」。創業者で現会長である山本重雄氏が1981年に第1号店を開いたのを皮切りに、2014年現在で全国に71店舗を展開する名古屋発の居酒屋チェーンです（数字は同社ホームページより）。その山本会長に以前インタビューしたとき、起業の経緯について、色々と面白いお話を聞かせて頂きました。山本会長は、事業を始める時の動機に関してのくだりで、「今の人たちは、最初から高い理想や理念を掲げたり、社会貢献という目標を持ったりするようですが、最初は自分の欲だけでもいいんじゃないかと思えます。私なんて、金利生活がしくて焼き鳥屋を始めたくてから(笑)。」とおっしゃっていたのがとても印象的でした。山本会長は、高校卒業後に自衛隊に入隊。当時はわりと時間に余裕があったので、本をたくさん読んでいたそうです。その時、運命を変える本に出会います。タイトルは『あなたも1億円貯められる』。その本に書いてあった「焼き鳥屋は儲かる」という言葉に衝撃を受け、「焼き鳥屋で1億円貯めて、金利生活をする」という目標を立てたそうです。山本会長はさっそく自衛隊を辞め、飲食業の世界に入り、小さな焼き鳥屋を開業しました。そこから様々な工夫と努力を重ね、今日の成功に至るわけですが、事業を始める動機は「儲けたい」という純粋な気持ちだったのだそうです。但し、事業規模が大きくなるにつれて社員が増え「経営者は社員を守らなければならない」ということに気が付きます。それからは社員を守るために、会社を強くしよう、そのためには、経営者も社員も、ともに協力し合って頑張らねばならないという気持ちになっていったそうです。この経験を踏まえ、山本会長は「たしかに理念や哲学は重要です。しかし最初は難しいことは考えず、自分の欲でスタートして、成長とともに目指すことも変えていけばいい。理念とか哲学とかは、自分が成長するにつれ、必要だと分かってきます。それからでも遅くないと思えます。最初は欲だけで突っ走ればいいんじゃないですか(笑)?」と教えてくれました。

### ■自分以外の誰かのために

自分の欲を満たしたいという思いをエネルギーにして、創業期を突っ走った山本会長。一方で、逆のアプローチで事業を成長させている起業家もいます。アフリカ工房の代表である前田眞澄さん。アフリカ工房は、ガーナで採れるシアの実からシアバターを作り、このシアバターを使った100%天然成分の保湿クリームや石鹸を日本で販売してい



山ちゃんの1号店。すべてはここから始まった

ます。この商品はフェアトレード商品で、日本で売れば売れるほど、ガーナの生産者たちが潤う仕組みになっています。前田さんが起業したのは2008年。青年海外協力隊でガーナの貧しい生活に触れ、シアバターを事業化することで、ガーナの人たちに収入の道筋をつけてあげたいと考えたのが始まりです。自分のためよりも、ガーナのために、という気持ち。

前田さんは小さい頃から「他と違うもの」に強い興味を感じる子供だったそうです。そして、肌の色から生活スタイルまであらゆるものが日本人とはまったく違うアフリカに興味を持ち始めます。そしてその興味が大きくなっていくのを止められず、高校卒業後にガーナ大学に入学します。大学卒業後もガーナにとどまり、青年海外協力隊として活動を続けます。そうやって関わってきたガーナの人たちのために、私ができることは何か。そう考えて、シアバター商品の事業化に取り組む決意をしたのです。

前田さんはガーナのために、という思いが強かった。自分の欲がまったくなかったというわけではないと思いますが、「自分以外の誰かのため」という意思がはっきりと、それかなり強い意志として、心の中にあっただよう。その意思に共鳴した日本人たちに商品は着実に売れていきました。しかし、やはり事業として継続していくためにはもっともっと売上を伸ばし、利益を出していく必要があったのも事実。そうしなければ、ガーナを支援することもままならなくなります。そこで、最近はホームページをリニューアルしたり、商品ラインナップを充実させるなど、販売面にもしっかりと時間と資金を投入して、事業として

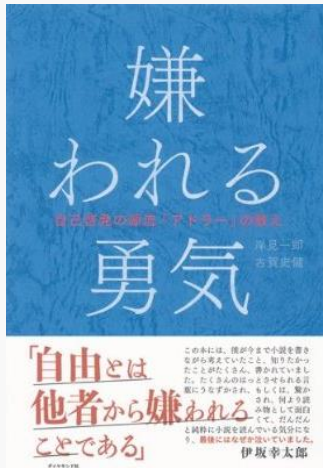
成長軌道に乗せています。自分たちのことと自分たち以外の人たちのことのバランスを上手に取れるようになってきたのです。

## ■魅力的な目的が優秀な人材を引き寄せる

自分の欲を追求するのか、それとも自分以外の人のために頑張るのか。これは、どちらか一方が正しいとか正しくないとかいう問題ではなく、両方をバランスよく持つことが重要です。ただ、個人の性格とか、置かれた環境、影響を受けた人物などによって、どちらを先に追求するかは個人差があると思います。一般的には、創業期には0を1にするために多大なエネルギーが必要ですから、山本会長のように自分の欲を優先したほうが事業は立ち上がりやすい面があります。しかし、ある一定の規模まで大きくなってくると、成長が止まり、自分の欲だけでは会社がうまく回らなくなる局面があります（一般的に売上5億円の壁と言います）。その原因は、人材の面で様々な問題が起き、経営者に社員がついてこなくなることにあります。「お金のためにがんばろう」ということだけでは、求心力が落ちて来るのです。そこで、自分たちの欲だけでなく、広く社会のためだとか、社員のためだとか、自分以外の誰かのために事業をやるのだ、という動機が必要になってくるのです。目的や目標が、

経営者の利益という小さなことではなく、「より良い社会のために」といったような大きな目的・目標を掲げることによって、優秀な人材を引き寄せることができます。優秀な人材というのは、十分な給料を求めるのは当然ですが、それと同じくらい（あるいはそれ以上に）自分の人生を賭けて取り組みたいと思わせる目的・目標を掲げている企業を求めているのです（優秀な人材が来ないと嘆く経営者は、自社の目的・目標を今一度見直してみてください）。

以上のテーマに関して、私はこう考えています。まずビジネスモデルを構想する時は、自分の欲の強さを最大限に利用して、「この事業で自分が満足できるだけの利益が得られるか」ということを強く意識して組み立てるべきです。そうしないと頑張れど頑張れど全く儲からない事業を始めてしまう恐れがあるからです。その後、実際にビジネスを遂行し、マーケティングやマネジメントの課題に取り組んでいくとき、「より社会性のある目的・目標」を意識していくべきだと思います。そうすることで、事業の成長に必要な人材を引き寄せ、彼らが良いお客様を引き寄せてくれます。自分のことと自分以外のことを、うまくバランスしていくことが、ビジネスを成功させ、愛される会社になっていくためには不可欠なことだと思います。



## 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、その要点をズバツとお伝えします

### 『嫌われる勇気』 岸見一郎 他 著

■オススメ度★★★★★ ■読むべき人 人間関係が息苦しく感じている人

#### ポイント1 自由とは他者から嫌われること

他社の評価を気にかけ、他者から承認されることを求めて生きている限り、人間は自由になれない。他者からどう思われるかよりも先に、自分がどうあるべきかを貫くべき。嫌われることを恐れないことが、自由への第一歩である。

#### ポイント2 ライフスタイルを選ぶ

ライフスタイルとは、人生における思考や行動の傾向のこと。我々は、知らないうちに自分のライフスタイルを選択しているだけで、異なるライフスタイルを選択することで人生は変えられる。問題はライフスタイルを変える勇氣があるかどうかだ。

#### ポイント3 ほめてはいけない。(叱ってもいけない)

ほめるということは、能力のある人が、能力のない人に下す「評価」である。誰かにほめられたいと思うこと、あるいは他者をほめてやろうとすること。これは対人関係を上下という縦の関係としてとらえることで、一方が一方を見下すことになる。

心理学者アルフレッド・アドラーの思想を、哲人と青年の対話方式によって掘り下げていく内容である。コヴィーの『7つの習慣』やカーネギーの『人を動かす』などに大きな影響を与えた思想であり、これらを読んだことがある人にとっては、考えを整理する上で非常に役立つ。読んだことがない人にとっては、とても新鮮で、自らの人生や仕事・家族などについて深く考えるきっかけを与えてくれると思う。1回読んだだけで実践に移すのは難しいが、手元に置いて何度も読み返すことで、人に対する接し方が変わってくる気がする。とりあえず、もう2回くらい読み返したいと思う。

### 結論

- ★★★★★ 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440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。

# お客様と仲良くなるべきか

(2013年5月10日発行第421号)

## ■ 関係性で差別化する重要性

差別化の話。商品の機能やデザイン、およびサービスの内容で差別化を図ろうとしても、いずれは真似されてしまう。そもそも、モノがあふれている世の中でこういう要素で差別化するのは簡単ではない、という現実もある。だからこそ、顧客との関係性（リレーションシップ）で差別化しましょう、と、クライアントには言っています。言ってしまうえば、人間で差別化しましょう、ということです。

顧客と人間対人間のコミュニケーションをとることで信頼関係を築くことは可能ですし、強い信頼関係で結ばれば顧客はあなたから離れられなくなります。この関係性で差別化する方法はライバルも簡単には真似できないし、オリジナルなものでもあるので、長期間に渡って安定的に顧客と取引することができます。

## ■ 仲良くなると、クレームを言われる

すると、ある会社のスタッフから言われました。

「豊田さんはお客様と仲良くなれていいいますが、仲良くなると、話しかけられやすくなるので、お客様からクレームを言われることが増えてました。正直、疲れます。だから、私はあまりお客様と仲良くなりたくありません。」と。

むむむ。なるほど。

今までは胸に秘めていたことを仲良くなったことを幸いに顧客がどんどんクレームや文句を言うてる・・・。ありえる話です。それで、顧客と仲良くしようとするればするほど、顧客対応が嫌いになってしまう、と。

## ■ クレームは成長のための宝だ、と思えるか

さて、このケースにおいて、経営者はこのスタッフにどんな助言をすべきか。「そういう客はいらぬから、切ってしまうがいい」。こういう経営者もいます。社員が嫌な客とつきあうことでストレスをためてしまうくらいなら、いっそのこと取引をやめてしまおう、と。なるほど、これもひとつの考え方です。実際に「嫌な客は切ってよい」というルールを設けている会社もあります。

一方で、クレームこそ宝だ、という考え方もあります。

理不尽なことを言うクレマーは別として、言いやすくなったからクレームを言って来るその顧客は、経営を改善するヒントを届けてくれている、と考えられないでしょうか。「ここを直せばもっとよくなるのに!」。と、思っ言ってくれる顧客もいるでしょう。やはり経営者は、まずはそのスタッフをねぎらい、そしてクレームを言われた内容について真摯に向き合い、解決していく方向で舵を取るべきだ、と僕は思います。顧客と仲良くなると、損だ。と、思っている会社は寂しいし、愛される会社にはなりづらいと思います。

## ■ 自分レベルの視点で

自分レベルではどうでしょうか？僕ももちろんクライアントとは仲良くなるようにしています。経営者はもちろん、社員さんともできるだけコミュニケーションをとり、関係性を築くことを心掛けています。

やはり会社を良くしていくためには社員さんの力を借りないわけにはいきませんから、良い関係を作っておくことはすごく重要だと思っています。でも、社員さんと仲良くなりすぎると、会社側の要求を社員に強制しにくくならないか、と言われることもあります。確かにそういう局面は過去にもありました。

しかし、そもそも強制しないと社員が動かない会社は問題大ありなので、そこを解決の方が優先だと思っています。

顧客と仲良くなって、信頼関係を築き、チームとして目標に向かえる体制を作ることが、僕の仕事の進め方にとってもすごく重要だと思っています。

お客さんと仲良くなるべきか、否か。

みなさんはどう考えますか。👉

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。

# 後藤剛のいまさら聞けない人事労務 秘密の相談室

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。



## 経営者最大の悩み？モチベーションの秘訣とは？③

<前回までのあらすじ>

少し「うつ」状態になるほど苦しんでいた人事労務コンサルタント時代の私。でも、今では仕事が本当に楽しく、成果も上昇中。改めて振り返ってみると、自分の仕事への「取り組み方」が以前と180°変わったことに気づく。今は、仕事を楽しめて仕方がない。この、「仕事を楽しめて仕方がない」という「感覚」こそが最大の秘訣なのでは・・・。

### ■コンサルのときは、なぜ「楽しめなかったのか？」

コンサルのときは「楽しめなかった」というよりも、正直「つらかった」です。入社と同時に社長のクライアントを引き継いだため、社長（＝圧倒的なNo1コンサル）と私（＝全くのコンサル未経験者）とが、全く同じ土俵で比較されるのです。そりゃつらいです。毎日平均12時間くらい働き、疲れきっていました。ある顧客から言われた言葉が、その頃の私を表現しています。「後藤君には相談しても仕方がないし・・・。」・・・後藤「君」ですからね（泣）。

### ■日々の仕事を、「楽しい・嬉しい」に変えるヒント

一体どうすれば、この「つらく、キツイ状態」から抜け出し、「仕事を心から楽しめる」ようになれるのか？私を感じている「仕事の楽しさ」を分解すると、どうやら次の3つの感覚のようです。①「ストレスフリー感」②「快感」③「感謝されることの喜び」の3つです。

#### ①「ストレスフリー感」

私は、嫌いな人や信頼できない人とは関わりたくありませんから、信頼できる人にだけ、徹底的に尽くすことにしています。そうすると、嫌な人と接することへのストレスは最小限で済みます。また私は、「したくないこと」はしなくて済むように「仕組み化」しています。例えば、「顧客からの値引依頼への対応」は、キリがないからしたくありません。「マクドナルド」のような、誰でも分かる価格体系にしています。また、面倒な事務的業務はルーチン化・単純化した上でアシスタントに任せています。もう一つ、私は同じミスや失敗をするのも大嫌いです。ですから二度と同じミスが起きないように「仕組み」をアシスタントと一緒に考え、工夫して作っています。これらもストレスの軽減に寄与しています。

#### ②「快感」

自分で一所懸命工夫して作った仕掛けが機能し、歯車が「ギギギギ・・・」と音を出して回り始めたときの、あの何とも言えない「気持ちよさ」も、仕事を楽しむための大切な要素だと思います。この、「ビジネスモデル」と「マーケティング（＝顧客獲得の仕組み）」については、豊田さんの

セミナーから学んだアイデアを応用・実践しているだけです（豊田さん、ありがとう！）。ビジネスモデルについては省略しますが、弊社のマーケティングについて少し説明します。弊社の「営業活動」は、FAXDMだけです。その他お金のかかる広告などは一切やっていません。もちろん、受け皿としてのホームページは運営していますが、顧客獲得用のツールはこのFAXDMだけです。ワードで作成したDMを1枚FAX機で送信するだけ。すると採用担当者（見込客）から、「ぜひ、採用を検討したい」と、FAXが返信されてくる・・・どうです、この「気持ちよさ」、伝わりますでしょうか？

#### ③「感謝されることの喜び」

私、後藤剛という人間を、心から信頼し、頼ってくれる。そんな方がどんどん増えていく・・・。本当に、涙が出るほど嬉しいことです。転職をお手伝いさせて頂いた方から、感謝メールをときどき頂きますが、すぐに印刷し高級なクリアファイルに保管して、ニタニタしながら何度も何度も読み返す・・・。まるで、片思いだった女性からラブレターをもらった時のように、嬉しくて嬉しくてたまらないです。

#### ■最後に・・・

そもそもモチベーションってすごく感覚的なものだと思うんですね・・・。ストレスから自由になる感覚。好きな人の役に立っていると感じる時の満ち足りた気持ち。何かが「ピタッ」とハマったときの快感。歯車が音を立てて回り始めるときの「ニヤリ」とする瞬間。失敗やミスを見事にリカバリーし形勢を逆転することに成功したときの達成感。そして・・・思いがけない人から思いがけないほどの感謝の手紙やメールを頂いたときの、あの何ともいえない恍惚感・・・。

結局、私は、そういう「快感＝気持ちのよさ」に突き動かされて今の仕事をしているのではないかと。そして、この感覚こそが「モチベーション」の正体なのではないかと私はそう感じています。

※今回で、このコラムの執筆は最後になります。お読みいただいた皆様と、機会を与えてくださった豊田さん、本当にありがとうございました。感謝しています。皆さんお元気で。アディオス！😊

後藤剛(ごとうたけし) 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。昨年から、介護・医療系の転職・就職支援並びに採用支援に取り組んでいる。その手間を惜しまないスタイルにより一人、また一人と地道にマッチングを成功させている。7月には「介護職員の集い(井戸端カゴ)」をスタートさせ、日々葛藤する介護職員のために、ストレス軽減とネットワーク作りのための場を提供している。家族は妻・子2人。日進市在住。46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】

**31回目**となるセミナーは、「対話力を高めて売上がアップさせる方法」と題して、顧客と対話する力を高めて業績をアップさせるのコツをお伝えしたいと思います。

### 「中小企業・個人事業者のための 対話力を高めて売上がアップさせる方法」

日時：2014年4月23日(水) 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 525円
- A2会員 980円
- B会員 4200円
- C会員 12600円 (すべて月額)

RAYMAC PRESS

月刊レイマックプレス 愛される会社プロジェクト公式会報誌

制作・編集／レイマックプレス・プロジェクト