

raymac press



レイマックプレス

2014年5月号 Vol.69

倦(う)まず 弛(たゆ)まず努力して、 世界へ。



中村憲広
メモリー株式会社
代表取締役

英語を勉強したことがきっかけで海外に興味を持った。将来は世界を股にかけて仕事をしたい。そう願った中村憲広さんが就職せずに選んだ道は、父が始めた小さな文房具屋さん「メモリー」を大きな会社にする。「ガレージから始まった世界的企業を創ろう」というフレーズを胸に、まずはOA機器販売で抜きんでることに邁進する。海外拠点も開設し、今まさに世界へと飛び立とうとしているベンチャー企業、メモリー株式会社の中村社長に、これまでとこれからのことを聞いた——。(インタビュー＝豊田礼人)

—**中**村社長率いるメモリーはOA機器販売を中心に成長し、愛知県大府市の本社の他、名古屋オフィス、R&Dセンター、ドイツのヨーロッパオフィスなどに拠点を増やしているベンチャー企業です。最近ではオーガニックの海外産ペットフードの輸入販売をヒットさせるなど、新しい事業でも結果を出されています。すごいですね。

ありがとうございます。

—これらの事業については後から詳しくお聞きするとして、まず、中村社長はどんな家庭でどんなふうで育ったのか、について聞きたいと思います。

わかりました。父は測量関係の仕事をしていて、母は看護師でした。共働きなので、小学生の頃は首から家の鍵をぶら下げている、鍵っ子です。体が弱くて、ぜんそくやアトピーに悩まされた時期もありました。夜、ぜんそくの症状が出て病院に運ばれる、ということがよくあったので、体

を強くする目的で、冬でも半袖、短パンで過ごしていました。

—どの学校でも学年で必ず1人いる、冬でも半袖短パン少年だったのですね(笑)。

そうです(笑)。これは相当きつかったですね。当時の冬は今より断然寒かったですから。その他体を鍛えるために、水泳教室に毎日通ったり、野球もやっていました。鍵っ子なので、とにかく毎日何か習い事があるようにスケジュールが組まれていましたね。これでかなり体は丈夫になって、大学生の時には、週に2回しか寝なくても大丈夫なくらいでした(笑)。今もジムで鍛えていて、100キロのバーベルを持ち上げられます。体を鍛えることは好きですね。集中できて、余計なことが忘れられますから(笑)。

—勉強はどうだったんですか？

中村憲広 なかむらのりひろ 1976年 愛知県生まれ
メモリー株式会社 代表取締役

大学在学中からコピー機の販売を始める。京セラの販売コンテストで全国1位になるなど業績を伸ばし、拠点数、社員数とも増え続けている。2014年にはR&Dセンターを開設し、輸入品の販売事業も強化している。別名トンガリスト。

今月の内容

- 経営者インタビュー
メモリー株式会社 代表取締役 中村憲広さん
- 経営コラム リトルエイコンを見つけよう
- ベストセラー解説
「戦略思考トレーニング」 鈴木貴博 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

まあまあですね。中学の頃は、学年で50番くらいまでには入っている感じで。良いと15番くらい。部活は野球部で、勉強よりも野球を一生懸命にやるという毎日でした。父は熊本の野球名門校の出身だったので、毎朝、野球を教えてくださいました。ただ、野球で進路を決めることには反対で、勉強して、進学校に行け、という意見でした。

—なるほど。野球だけやっていてもツブシがきかなくなるから？
まあそうですね。それで地元の進学校に進むことにしました。でも野球は続けたかったんで、また野球部に入り、結局高校3年間、最後までやりました。勉強のほうは高校の途中で、オーストラリアにホームステイするというプログラムに参加したことがきっかけで英語に興味を持ち、大学は外国語大学に行きたいと思い始めました。それで、勉強も真剣にやるようになったんです。それまで英語なんて全然まじめに勉強していなくて、成績も学年でビリ。でもホームステイしてからスイッチが入って英語を勉強し始め、学年トップになりました。大学は名古屋外国語大学に進みました。

—大学でも野球をやったんですか？

いえ。団体競技はもういいや、という思いがありましたので、サーフィンとか、スキューバとか、個人でできるちょっと大人な（笑）スポーツをやり始めました。あとはアルバイト、ですね。

—英語は？

英語は、暇さえあれば洋画のビデオを借りてきて見たり、映画館のハシゴをしたり。それで耳を鍛えたり、海外の文化を学んだりしていました。アルバイトして貯めたお金で海外にも行きました。アメリカ、ヨーロッパ、オーストラリアなど、1回行くと2か月くらいは旅をして、何十か国をまわりました。ホームステイをしたり、ユースホテルなどの安宿に泊まったり、現地で知り合った友達の家に泊めてもらったり。アメリカは2つの大学のショートプログラムに参加したりもしました。同じ場所に長くいる留学というスタイルではなく、いろんな場所をたくさん回る旅が好きで。とにかく世界を見たかったんです。この経験から「将来は世界で働きたい」という夢を持ちました。ジャンボジェットを売ったり石油を売ったりとか、大きな仕事を世界を股にかけてやりたいな、と。

—異文化に飛び込んでいくような、物おじしない性格だったんですか？

物おじしないというか・・・（笑）、単純に知りたかっただけです。外国語を勉強すると、映画にも興味が出て来るし、音楽にも、哲学にも興味湧いてきます。それから絵画などの芸術、建物についても知りたくなります。それらが全部興味の対象になるんです。

—哲学にも？

はい。大学に入ったくらい頃から哲学とか文学などの本をたくさん読むようになりました。志賀直哉の「暗夜行路」とか“暗い系”が好きでしたね（笑）。人間の内面に入っていくようなものです。こういう本をたくさん読んだことが、今、活着ていると感じます。たとえば尊敬する経営者の本を読んだとき、その行間にある考え方か思いとか、生々しく感じ取れるんです。深く読めるというか。人の心の深い部分での動きを感じる訓練になっていたんでしょね。本は好きで、大学生の頃から既にドラッカーとかコトラーなどの経営本も読んでいました。それらの影響で、経営やマーケティングにも興味が出てきました。

—なるほど。その年齢でドラッカーとは早熟ですね。大学卒業後の進路についてはどう考えていたのですか？

大学3年になると、まわりの友達は就職活動を始めます。私もやらなくちゃ、と思ったのですが、一方で私が小3の頃から父がやり始めた「メモリー」というお店も気になっていました。父はもともと測量の仕事をしていて、自宅で図面を書いたりしていたのですが、ある時から自宅の前に文房具店を開いたんです。それがメモリーです。そこは、図面を書きながら、文房具を売るという変わったお店で（笑）。その店では、文房具の他にもプラモデル、ラジコン、ファミコン、肉まん、クリーニングなど、父の思い付きで色々なものがゴチャゴチャ並んでいる変なお店でした。メモリーという社名は測量の仕事で使われる「目盛り」からきています。私が大学3年の頃は、父はもうそのお店にはいなくて他の仕事をしていたのですが、パートのおばさん2人が細々とメモリーをやっていました。

—測量と文房具と肉まんって、相当変わったお店ですね（笑）。

そうです（笑）。就職活動を始める大学3年の時、ドラッカーの影響で経営やマーケティングに興味があって、何となく「みんなと同じように普通に就職するのは嫌だな」と思いました。それでメモリーを見て、「自分でやってみようかな」という思いが湧き上がってきたんです。

—お父様に「メモリーをやろうと思う」と言ったんですか？

言ったのかな？（笑）。とにかくやってみようと思ったことは覚えているんですが（笑）。

—でも、周りは就職活動しているから、ご両親は心配したんじゃないですか？

母親は「大丈夫？」って心配していました。就職活動は一切していませんでしたから。大学の友達も「お前、何やってるの？大丈夫？」みたいな感じで心配します。私は「大丈夫だよ～」とか言って（笑）。大学3年の時は、授業は週1回くらいしかなかったんで、昼間はメモリーの仕事をして、夜は建築の専門学校に通っていました。建築にも興味があったので、建築士の資格を取ろうと思って。数学が必要だったので大変でしたが、25歳でなんとか資格が取れました。

—メモリーでの仕事はどんな感じだったんですか？

文房具屋のメモリーでは、コピーサービスもしていました。京セラからコピー機を仕入れることができるので、これを売ることにしました。パンフレットを持って、外に売りにいく事業をやろう、と。一方で店にはまだ文房具やプラモデルなどの在庫がたくさんあって、金額にして1000万円分くらいありましたが、これを私は全部捨てることに決めました。メモリーはコピー機販売に力をいれていくのだから、こんなものはいらぬということ。すると父が大反対するんです。「俺の財産を捨てるなんてひどい」って(笑)。

—あれ？お父さん、戻ってきたんですか？

そうなんです。その頃父は、民間企業で役員として勤務していたんですが、なんせ私がまだ20歳で若すぎたので、メモリーの社長として帰ってきてもらったんです。

—そのお父さんが、「俺のプラモデル捨てるな！」って(笑)。

そうです(笑)。その後も父とは何かと意見をぶつけ合いながら、議論しながら会社をやっていきました。メモリーは、文房具もプラモデルも肉まんもやめて、とにかくOA機器の販売に特化することにしました。その後、事業を続けるうちに、販売だけじゃなく、機器のメンテナンスもやらないと生き残っていけないことが分かり、メンテナンス事業への進出を図ります。でもここでも父親が大反対して、モメにモメました。私は性能や価格だけじゃなくサービスの質が競合他社と差別化するポイントだと思っていましたから、メンテナンスまでサービスを広げないと、絶対に勝てないと思ったんです。当時、活動エリア内に同業者が10社くらいありましたが、今は全部無くなりました。メンテナンスをやっていなかったからです。当社だけ、メンテナンスを早くからやり始めていたので、ここまで生き残れたのだと思っています。

—それは重要な決断でしたね。

そうです。メンテナンスをやっていなかったらと思うとゾッとします、これからはさらに次のステップへ進むために、販売とメンテナンスの融合をしていきます。メンテナンスのサービスマンも、きちんとお客様と話が来て、付加価値を提供できなければ勝ち残っていきません。お客様自身も気づいていない「困りごと」をサービスマンが気づかせてあげて、提案することこそ価値です。サービスマンも営業的な役割を果たすのです。一方で営業マンは売るだけじゃなくて、機械のことを理解しておく必要があります。そうして営業とサービスが融合して、全社が一丸となってお客様に付加価値を提供していく体制を強固にしたいと思っています。

—そもそも最初の中村社長がメンテナンスをやったんですか？

はい。機械に関しては素人でしたが、戦略としてメンテナンスは絶対にやらないといけないと思い、自らメンテナンスの講習に通い、身につけました。

—すごいバイタリティですね。営業に関してはどうだったんですか？学生の頃からやり始めたんですよね？

はい。待っていてもお客様は来ないので、こちらから営業に行くしかありません。20歳の頃から、スーツ着てネクタイして、名刺とカタログを持って営業回りを始めました。来る日も来る日もお客様を訪問しますが、百発百中、断られます。営業マンとして全然しゃべれないので、名刺を投げ捨てられたりカタログをそのままゴミ箱に捨てられたりしました。毎日30〜40軒回っても成果はゼロ。それでもあきらめずに続けて、少しずつ売れるようになっていきました。売れるようになって、メンテナンスもやり始めて、だんだん忙しくなってきたので、人の採用を始めるようになりました。

—なるほど。でもやり始めたばかりの小さな会社で、採用するのも簡単ではないですよね？

そうです。20歳の若造がやっている会社に入ってくれる人なんていません。友達を誘ってもみんな「嫌だ」って言う(笑)。入ってくれたとしても、他の会社をクビになってきた人や、どうにもならないような人ばかり。毎日、仕事が終わると給料の交渉をしてくるんです。毎日ですよ(笑)。で、結局1週間でやめてしまう。1日で来なくなる人もいました。最初はそんな人ばかりでしたね。そんな感じでその後数年間に30〜40人くらいが出たり入ったりしました。普通は、期待して採用して一生懸命育ててもある日突然辞められてしまうと、ショックが大きすぎて、採用すること自体をあきらめてしまう社長が多いのだそうです。でも私はアホなのであきらめなかったんです(笑)。若くてエネルギーもあったんでしょね。会社を大きくしたかったし、「ガレージから始まった世界的企業を創ろう」という夢も描いていました。それで、中途採用ではうまくいかないのなら、新卒採用を試みることにしました。新卒採用をし始めてから、会社が少しずつ良くなっていった実感があります。それ以来11年連続で新卒採用をしています。でも決してすぐに定着するようになったかというとはそうではなく、1か月で辞められたり、2人同時に辞められたり、ということはありません。原因を探ると、会社側は「入って欲しい、入って欲しい」という態度で採用活動をし、学生側は「入りたい、入りたい」と思って就職活



動を行います。そうするとお互いが自分を良く見せようと偽ってしまいます。結果、本当の姿が見えなくなって、ミスマッチが起き、すぐに辞めてしまうんです。

—会社のいいところばかり言うと、期待ばかり高まってしまいうんですね。

そうなんです。それに気づいてからは、ミスマッチが起きない採用をしています。会社案内に載せる先輩社員の話も失敗談を中心に掲載したり、会社説明会でも、会社のエース社員ではなく、あえて1年目の社員にありのままの話をさせます。エース社員がかっこよく話すと、中小企業の場合はミスマッチを招きます。入社してから「こんなはずじゃなかった」と思ってしまいます。エースの仕事は魅力的でかっこいいですが、新人がそんな仕事を任されるはずもないし、うまくできるはずもありません。毎日が失敗の連続です。失敗が続くと「向いてないんじゃないか？」と悩んでしまう。あの人はあんなにかっこよく仕事をしているのに、何で俺はできないんだろうと考え込んでしまう。悩んだまま2年目に入り、新卒社員が入ってくると、先輩になったのに、俺、こんなに仕事ができなくていいのかな・・・と悩み、「仕事を変えよう」となって辞めてしまう。こういうパターンが本当に多かったんです。だから、会社説明会の時は若い社員に「会社を辞めなくなった時のこと」とか「メモリーの変なところ」について話してくれ、とリクエストします。これでミスマッチは随分減りました。

—成果が出ると仕事が面白くなり、辞めなくなると思うのですが、営業マンとして「売る」という成果を出すためには何が必要ですか？

先ほど話したように、最初は私も売れなかった。ですから、一軒訪問する度に、今回の商談は何がダメだったのか、どうすべきだったのかを丁寧に振り返りました。それをひたすら繰り返します。素振りですね。イメージしながら素振りをし、実際に打席に立ち、振り返り、また素振りをする。売れなかった時だけじゃなく、売れた時もなぜ売れたのかを振り返り、組み立てて、素振りをして身に着ける。私の場合は、「できるだけしゃべらない」ということを追求していました。イチロー選手の動きは無駄がない。芸術でも美しいものは無駄がない。調和がとれている。営業でも無駄な動きを排除し調和がとれていれば、必ずお客様を気持ちよくさせることができる。もともとしゃべるのが下手だったので、無理してしゃべろうとしすぎていたんです。それがお客様に見透かされていたのだと思います。しゃべれないのにしゃべろうとしているから、お客様の話を聞いていない。だから売れない。お客様の中にしか答えはないのだから、その答えを見つけなければ売れません。そのためには、お客様に聞くしかないんです。こちらが言いたいことを一方的に押し付けてもダメなのです。それに気づいてから売れるようになりました。うちは京セラのコピー機を販売しているのですが、私は京セラの販売コンテストで全国1位に2回なり、2位にも1回なるくらい、売れる営業に

なりました。一回一回の商談を必ず振り返り、トークや行動を突き詰めて改善していくと段々売れるようになります。売れるようになると楽しくなって、もっと売ろうと頑張れます。この好循環に入れば強い。結局、営業マンはしゃべるのが得意である必要は全然なくて、毎日の行動を振り返り、無駄を省き、改善し続けることができれば、しゃべれない人でも営業として活躍できると、私は思っています。

—OA機器は既にどこの会社にもあるものですか、「間に合っています」と断られることも多いと思いますが、営業マンとしてそこをどうやって乗り越えるんですか？

何百社何千社も会社を訪問していると、事務所に入った瞬間に、売れるかどうか分かるようになってきます。「こういう事務所で働く人たちは、こういう考えを持っている」ということが分かるんです。だからトークをこういうふうに組み立てて、こうしゃべれば売れるというトークの道筋が見えるようになります。見ているレベルが違うので新入社員にはなかなかすぐには分からないですが、訓練すればできるようになります。

—なるほど。それも量積古があって初めて身につくんですね。さて、話題を変えますが、今後のメモリーはどうなっていくんですか？

まず、OA機器販売のビジネスについては名古屋事務所を100名体制にしていけます。さらに来年には浜松、2018年には東京にオフィスを出したいと思っています。それからオーガニックのペットフードと化粧品の卸事業も展開し始めています。これは海外から輸入した商品を自社でマーケティングしながら販売していく事業です。国内の主要都市にアンテナショップを出して、その後はソウルとか海外にも出ていきたいと思っています。

—ペットフードも売れているんですね。こちらも将来が楽しみな事業ですね。最後の質問ですが、起業して、事業を成功に導くために重要なことは何ですか？

そうですね・・・色んな考え方がありますが、私の場合は、「俺（う）まず弛（たゆ）まず努力する」ということに尽きる、と思っています。京セラの稲盛さんの言葉です。飽きたり気をゆるめたりしないで努力せよ、ということです。上手くいくコツなんてないですよ。この言葉のとおり、努力し続けることだけだ、と思っています。

—本日はありがとうございました！🙏

【会社プロフィール】

メモリー株式会社

所在地:愛知県知多郡東浦町森岡上半之木54-1

電話:0562-83-8249

URL :<http://www.memoly.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。

リトルエイコーンを見つけよう

■大きな樫の木も小さなどんぐりから

経営の屋台骨になるような大きな事業を育てたい。特に現事業の業界の競争が激しく利益が減少し続けている企業や、技術革新などの環境変化によって需要の急激な減少に直面している企業などは、現業に変わる新しい事業を見つけないといけないという切実な思いがあるはずだ。

しかし、ことはそれほど簡単ではない。資金力のある大手企業であればM&Aで大きな事業や会社を手に入れられることも可能ですが、中小企業はそうはいきません。中小企業の場合は、一獲千金を狙うのではなく、小さな芽を見つけ、水や養分を根気よく与え、大きな木へと育てていくという地道なアプローチが現実的です。最初から大きな木という結果をもとめるのではなく、小さな芽を見つけて育てるプロセスを重視しながら取り組むのです。大きな樫の木も、始まりは小さなどんぐりだったはずだ。では、この小さなどんぐり（リトルエイコーン）を見つけ出すには、どうしたらいいのでしょうか。

■ベロタクシー事業のリトルエイコーンとは

愛知県の尾張旭市でベロタクシー（自転車タクシー）事業を展開するホーミーズの代表、高橋綾太さんにインタビューしたとき、高橋さんもリトルエイコーンを見つけて起業した人だということが分かりました。

高橋さんは大学卒業後、就職せずにフリーターのような生活をしていました。就職先の内定はもらったのですが、よくよく考えると自分が働きたいと思う仕事ではなかったため、卒業式の日には辞退の電話を入れたそうです。

（卒業式の日というのが面白いですね）。で、そのままフリーター生活に突入。アルバイトでお金を貯めて、タイやベトナムなどアジアの国々を旅行した時に目にしたのが、トックトックと呼ばれるベロタクシーだったそうです。乗ってみると、自動車の中からは見逃してしまうような街の景色がよく見えて、とても印象深かったのだそうです。

旅行から日本に帰って来て、再びフリーター生活に戻ったある日、高橋さんは地域のスポーツセンターに行きました。プールでひとしきり泳いだ後、暖房室で体を温めると、年配女性の会話が聞こえてきたそうです。会話の



小さな芽を育てる

内容に耳を澄ますと、そのおばあさんたちは、自分たちで車を運転したり自転車に乗ったりすることができないために、家族の送り迎えが無いとスポーツセンターに来られなかったり、バスの時間に行動が制約されてしまったりする人たちだということが分かりました。つまり交通弱者なのです。ポーッと聞いていた高橋さんの頭の中で、おばあさんたちの話とタイで乗ったベロタクシーが結び付きました。この交通事情が良くない地域で、ベロタクシーを走らせたら、このおばあさんたちの交通問題を解決できるのではないかとひらめいたのです。リトルエイコーンを見つけた瞬間です。それをきっかけに高橋さんはNPOを設立し、ドイツ製のベロタクシーをローンで購入し（日本製はまだ無かったそうです）、ベロタクシー事業を開始しました。起業当初は大変だったそうですが、地域で徐々に認知されるようになり、さらにはトリエンナーレなどのイベント会場内を走る移手段として採用されるなど、活躍の場が広がっています。小さなどんぐりが芽を出し、少しずつ幹を太くし、成長しています。

■自分の欲しいものが、リトルエイコーン

「マイカフェ」というコワーキングスペースを運営する田中慎也さんは、コメダ珈琲店（名古屋を中心に展開する喫茶店チェーン）でコーヒーを飲みながらパソコンで事業計画を作っている時に、リトルエイコーンを見つけたそうです。当時の田中さんは会社員で、居酒屋で起業することを考えていました。そのための事業計画書を書いていたのですが、資金調達のこととか、店舗設計のこととか、分からないことがたくさん出てくる。これらについて誰に聞けばいいのかもよく分からない。知っている人を知らない、

という状態。ふと周りを見渡すと、店内に自分と同じようにパソコンで仕事をしているビジネスマンが何人かいる。あの人たちに、気軽に質問できたら、何らかの答えが見つかるかもしれない。あるいは知ってそうな友人を紹介してくれるかもしれない。でも、いきなり知らない人に、そんな質問をすることもできない。ああ、自分みたいに困っている起業家やビジネスマンが集まって、気軽に質問し合ったり情報交換できる場所があったらいいのにな・・・。

「あ！俺がそれを造ろう！居酒屋はやめて、そういうスペースを提供する店にしよう！」と思い立ち、開業したのが「MYCAFE（マイカフェ）」というコワーキングスペースです。ここは、定額料金を払うと電源使い放題、飲み物飲み放題で、そこに集まる人たちと自然発生的に情報交換ができたり、一緒に仕事をする仲間と出会えたりする場所です。同店は名古屋のコワーキングスペースのさきがけの存在で、開業後は店舗数を増やし、注目を集める存在になっています。

■リトルエイコーンを見つけるためには？

リトルエイコーンを見つけるコツは何でしょうか？ひとつは、自分にとっての当たり前を疑ってみるということです。自分の当たり前が、他人にとっては当たり前でないことがある。ベロタクシーの高橋さんは自動車を運転できるからどこにでもいけますが、それが当たり前じゃない人がいた。そこにリトルエイコーンを見出したのです。もうひとつは、世の中の人々が持っている不満を知ることです。自分の不満でもいい。MYCAFEの田中さんは自分の不満を解消することを事業にしました。不満こそがリトルエイコーンです。不満が明確になれば、あとはその解決方法を提供することで事業化できます。世の中に同じ不満を持つ人が多ければ多いほど、大きな事業に育つ可能性が高まります。当たり前を疑うことと不満を見つけること。この2つに絞ってアンテナを立ててみましょう。きっと何かが見つかるはずですよ。応援しています。



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

『戦略思考トレーニング』 鈴木貴博 著

■オススメ度★★★★ ■読むべき人 戦略立案する立場の人、起業家

ポイント1

まったく新しい商品は売れない

買い手にとってまったく知らない新しい商品を買うのは怖い。だから「これはあなたが使っている（知っている）あの商品と同じです」と言う必要がある。カップヌードルをアメリカで売る時、「これは（カップ麺ではなく）スープです」と言って売った。

ポイント2

販売よりアフターサービスの方が儲かる

現代のようにモノが溢れている世の中では、買い手はどの会社の商品でも買うことができるので、交渉力が強くなり、売り手は儲からない。しかしアフターサービスは基本的に買ったメーカーしか対応が出来ないので、売り手の交渉力が強くなり、儲かる。

ポイント3

他社と比較をしにくくすると儲かる

比較しやすい商品は、買い手は合理的な判断をしやすく、安い商品を選ぶ。しかし他社と比較しにくい商品は、合理的な判断がしにくいいため、安くない商品でも買ってしまふ。携帯電話の料金プランが比較しにくいのはそのため。ゆえに携帯電話会社は儲かる。

結論

著者は東大卒で元外資系コンサルタント出身の戦略系コンサルタント。大企業の戦略事例を使って、ビジネスモデルやマーケティングについてクイズ形式で解説していく内容。新書ということもあり、新幹線移動中などに気軽に読むのもってこいの内容。大企業の事例ばかりだが、それゆえ知っているブランドや商品が色々登場し、読んでいて「へ～、そおなの」と楽しめる。読みながら自分の仕事のヒントが浮かぶこともある。

- ★★★★★ 読まないとい損をする
- ★★★★★ 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。

社員は借金返済のために働きたくない

(2013年6月7日発行第425号)

■大企業なのに支払いが悪い

あるクライアントでの話。そのクライアント、誰でも聞いたことのある大企業と取引しています。安定した大企業と取引できることは、経営的にも、対外信用的にも、とてもありがたいことです。

しかし、支払い条件が厳しい。今回まとまった額の取引があったんですが、その支払いがなんと5か月後。それに伴う仕入れの代金は支払い済みなので、資金繰りは苦しくなります。売上高数千億円、社員数千人規模の超大企業が、10人に満たない小企業への支払いをここまで伸ばすとは。契約どおりなので法律上は問題ないのですが、倫理的にどうなのか？と強い不満を覚えます。

■自分さえ良ければいいのか

スタバやアップル、グーグルなどのグローバル企業の「節税」が問題視されています。低税率の国に巨額の資産を移して税負担を軽減する仕組みを作り、大きな利益を蓄えていることが、各国政府から「税金逃れ」と指摘されているのだとか。「合法的な節税なので問題ないでしょ？だいたいアメリカの税金は高すぎる！」と企業側は自らの正当性を主張します。

でも、釈然としませんよね。「チャレンジングで起業家精神旺盛な企業」として注目され、その偉業から英雄視されてきたこれらの企業が、実は利益の大半をこっそり他国へ移して税金を逃れていた、という事実は、はっきり言って興醒めします。

結局、自分たちさえ良ければそれでOK、という本音が見えてしまう。デトロイト市が破綻したニュースを見ながら、税金を払わないお金持ち企業の横暴さと狡猾さに残念な気持ちでいっぱいになりました。

■影で苦しんでいる人がいる

契約上問題ない。法律上問題ない。だから文句を言われる筋合いはない。しかし、その影で苦しんでいる人たちが

いる。大企業がどんどん強くなるのは結構ですが、もう少し周りを見渡して、困っている人たちを助けることはできないか？自分たちが稼いだお金の一部を、社会に役立つように使うことはできないかと考えられないか？

こういう発想は、弱肉強食の資本主義社会では甘い考えなのか？持っている者が、持たざる者より、多めに、率先して早く払う、という気持ちが少しでもあれば、世の中は随分と良くなると、僕は思うんですけどね。

■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？僕も以前、一部上場企業の仕事をしたとき、支払い条件の悪さにびっくりしたことがあります。支払いが遅い(笑)。売上高数千億円の大企業が、僕のようなちっぽけな個人への支払いをそこまで遅くしなくても、と思いましたよ。

力の強いものが、弱いものに対して、自分たちに有利な条件を一方向的に押し付ける。資金力も信用力も高い大企業が、それらの点で劣る中小企業をさらに苦しめてどうする？払える会社は、サッと払うべきだと思います

その方が、断然かっこいいし。早く支払ってもらった方としては、また次も頑張ろう、いい仕事を提供しよう、とモチベーションも上がるはず。実際、そういう方面で機転の利く経営者は、仕事が始まる前から1年分振り込んでくる人もいました。そうすることで、こちらのモチベーションが上がることを知っているんですね。

お金の払い方で、会社の、人間の、器がうかがい知れる。

自分さえ良ければいい、という考え方ほど、醜いものは無い。と思うのですが、いかがでしょうか？🙄

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。

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

最近、漁業の6次産業化を手伝っています。(社長になりました。)

昨年から、あるクライアントの新規プロジェクトを手伝っています。このプロジェクトは、漁業者(つまり漁師さん)と一緒に、魚食をもっと活性化させよう、漁業を盛り上げよう!というものです。魚にはビタミンやミネラルなどの栄養素が豊富で、日本人の健康な体作りには欠かせません。これは、子供たちにファストフードやレトルト食品ばかりじゃなく、魚をもっと食べて欲しい!と推奨するプロジェクトでもあります。

かく言う私。もともと魚よりも断然肉派だったのですが、このプロジェクトに参加したことをきっかけに、魚に非常に興味を持つようになりました。漁業に関する本を読んだり、ネット通販で魚介類を買ってみたり..。

漁業の6次産業化という言葉があって、1次産業である漁業者が、2次産業(つまり加工業)、3次産業(販売業)まで一貫して関与する事業形態のことを指します。1次+2次+3次で6次、ということです。この漁業の6次産業化には国としても力を入れていて、世の中的にも注目されています。

このプロジェクトは、6次産業化をサポートしたり、自らが主体となって魚食を活性化する事業を行うものです。また後継者不足に悩む漁師さんたちをマーケティング面で支援し、収入を増やし、なり手を増やすという目的もあります。ビジネスモデルはまだまだ詰める必要がありますが、プロジェクトを進めて行く過程で、三重県の漁業者や金融機関とも連携が進んでいます。このプロジェクトを通して販売する商品に「お伊勢マルシェ」というブランドをつけて付加価値を高めていくプランも具体化しています。お伊勢マルシェは「お伊勢参り」に少しあやかっています^^。

「お伊勢マルシェ」の商標登録を完了したあたりから、この事業に関心を持つ人たちが増え始め、きちんと法人化して収益を生む主体として活動すべきだということになり、「お伊勢マルシェ株式会社」を2014年2月に設立しました。

この会社の代表取締役役に、私、豊田礼人が就任することになり、経営を取り仕切ることになりました。いろいろと考えましたが、魚食の活性化と漁師さんの支援は日本にとって必要なことだし、新規プロジェクトを事業化していくことはコンサルタントの豊田としても、追求していきたいことです。実際に経営することで、コンサルティングの顧問先にも今まで以上のフィードバックができると思います、就任を承諾しました。

もちろん、現業であるレイマック・コンサルティングの事業も、引き続き、より一層の情熱を注ぎ込んで邁進していきます。そして、愛される会社プロジェクトも。

この事業が成長するのかどうか、不透明な点多々ありますが、精一杯、がんばっていきたいと思います。今後とも、レイマックともども、よろしくお願いします。

※HPは「お伊勢マルシェ」で検索すると出てきます。



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

【愛される会社プロジェクト セミナーのお知らせ】

32回目となるセミナーは、ファイナンシャルプランナーの竹内道子さんを迎え、アベノミクスでインフレ化する日本で賢く正しく資産運用する方法について学びます。

「インフレ化する日本。ちゃんと資産運用しないと損します！」

日時: 2014年6月25日(水) 19:00~20:45
 場所: ウィンクあいち1105会議室 定員: 30名
 料金: 5000円 愛P会員は割引または無料 講師: オフィス道 代表 竹内道子
 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)

制作・編集/愛される会社プロジェクト