

Raymac press



レイマックプレス

2016年9月号 Vol.97

目標に日付を入れて、あとは突っ走る



株式会社ASAKURA PRODUCE HOLDINGS 代表取締役社長
D→STARTオーナー 浅倉隆志

野球が大好きだった少年は甲子園を目指すもケガで挫折。「野球のレギュラーになれずとも、人生のレギュラーになれ」という恩師の言葉を胸に、化粧品会社のビジネスマンとして活躍。その後は美容業のスタートアップを支援するサロン「D→START」で起業。全国にフランチャイズ展開を目指す注目企業となる。目標から逆算して突っ走るその人、浅倉隆志社長の過去、現在、未来を聞いた。

(インタビュー＝豊田礼人)

—このインタビューではいつも小さい頃のお話から伺っているのですが、浅倉さんはどんなお子さんでしたか？

とにかく純粋な熱血野球少年でしたね。野球を始めたのが小学校1年生ぐらいで、ちょうど漫画の『巨人の星』が始まった年です。名古屋なのでみんなドラゴンズのユニフォームを着るか、巨人の背番号「1」か「3」。そんな中僕だけ阪神ファンで、阪神のユニフォームを(笑)。小学校5年生で野球部に入ってからレギュラーになって、6年生でエースピッチャーになりましたね。愛知の強豪である中京高校に憧れていて、いつか中京高校のユニフォームを着て甲子園に行きたいと思っていました。将来はプロ野球選手になって監督をやって、その後タレントか何かになるような、そんなイメージでしたね(笑)。

—そこまで具体的に思い描いていたんですね(笑)。

はい。高校生になる昭和55年の8月、夏の甲子園のマウンドのど真ん中には僕が立っているっていうイメージで(笑)。

—素晴らしいですね。中学校もそんな感じで？

そうですね。小学校6年生の8月に名古屋市八事から愛知県の安城市へ引越しをしました。引越したその年に、僕が行く中学校も強豪でしたが、1年生の秋から背番号「1」のエース番号をもらいました。家の向かいがタイヤの販売所で、そこに積んである古タイヤに紐をつけて腰に巻いて、家の周りを走っていました。ちょっとおかしい子供ですね。

—ふふ(笑)。まさに『巨人の星』の世界ですね(笑)。

はい(笑)。プロ野球選手になった時をイメージしていたので、「子供の時はこういう苦労をしていました」というのをインタビューでしゃべるために、小学校6年生で新聞配達を始めたんですよ。しかも、地元の中日新聞ではなくて、高校野球の主催者である朝日新聞を選んで(笑)。昔から自分の中で成功のストーリーを思い描いて、それに対して行動を起こすタイプだったんです。小学校の頃は勉強机のところに、習字で「克己」「必勝」「努力」って書いて、甲子園のポスターを貼って「めざ

今月の内容

●経営者インタビュー

株式会社ASAKURA PRODUCE HOLDINGS 代表取締役社長 浅倉隆志さん

●経営コラム 銀行よ、企業のマーケティング力を見よ

●ベストセラー解説 ほとんどの社員が17時に帰る 岩崎裕美子著

●メルマガバックナンバー ●レイマック豊田のひとりごと

【プロフィール】

あさくらたかし 愛知県生まれ

株式会社ASAKURA PRODUCE HOLDINGS

代表取締役社長D→START オーナー

所在地：名古屋市中区大須4-1-18セイジウビル5F

せ甲子園！」って書いたり（笑）。中学校では1年生から3年生まで背番号「1」のエースナンバーで。軟式野球だったんですけど、ノーヒットノーランをやったり、7回までで21アウト13奪三振の記録を作ったりして、とにかく負ける気がしなかったですね。

—すごい。そうすると、当然高校からお声がかかりますよね？
僕は中京高校に入りたいと思ってたんですけど、名電（愛知工業大学名電高等学校）と東邦からお誘いがあり、名電に特待生で入りました。中学校の卒業式が3月14日、高校野球部の合宿所の入寮が3月19日で、そこから野球漬けになるわけです。入学式の前に既に試合に出てました（笑）。夏の大会も、前年準優勝校だったこともあり、当時の会場だったナゴヤ球場で開会式に出て、行進しました。

—すぐにレギュラーだったんですか？

そうですね、ピッチャーで。もちろん先輩たちの中にエースピッチャーがいるので3番手ぐらいでしたけど。でも、そこから挫折の人生が始まるんです。1年生の夏の大会が終わった頃、野球部の体制が不安定な時期があって、その時、すごい量を投げさせられて肩を壊してしまったんです。その後1ヶ月ぐらいしてから、イチローを育てたことで有名になった中村豪（たけし）監督が就任しました。「お前が1年生の浅倉か？」って言われて、キャッチボールをした時にはもう握力が全然なくて、暴投ばかり。結局レギュラーから外されて。でも僕はピッチャーをどうしても諦められなくて、とにかく走るだけの高校生活でした。合宿所から高校までの片道13km、往復26kmを毎日走って通ってました。翌年に、今のソフトバンクホークスの工藤監督が後輩で入ってきて、エースを取られるわけです。そういう感じで、自分の高校生活が終わったのです。

—それはつらい高校生活でしたね。

そうですね。高校時代では楽しい思い出なんてほぼないですからね。だけど、あの時に苦勞して耐えてきたことが今の自分を作っていると思うので、本当に無駄ではありませんでした。ビジネスをする上での忍耐力とか諦めない気持ちとか。結果的に初めて夢が叶わなかったけど、チャレンジすることの重要性を学んだ気がします。「野球のレギュラーになれなくても、人生のレギュラーになれ」というのが中村先生の口癖で。それが今、すごく自分の力になっていますね。

—沁みる言葉ですね。その後はどうしたんですか？

名電だったので、野球推薦で大学に行くこともできたんですが、僕はもう野球をする気はなかったので普通に受験をして、3流ですけど現役で合格した大学に入りました。ところがたまたま縁あって大学でも準硬式野球部に入るようになって。当時その大学は強くて、愛知大学リーグの1部にいたので、「お前名電から来たのか？」っていうことで、1年生の春からピッチャーで試合に出させてもらいました。

最終的には内野手兼監督みたいな感じで、自分がゲームを指揮していました。それと同時に野球以外にもサークル活動をして、リーダーをやったりもしていましたね。

—学生生活を謳歌する感じで。

はい。人を集めてイベントを企画したり、バスを一台チャーターしてスキーツアーを組んだり、サーフィンに行ったり、毎月いろいろなことをしていましたね。学生生活の最後は就職活動を楽しみました。職種は営業に絞って、ファッションが好きだったのでアパレル中心に就職活動をしたら、ことごとく上手くいきましたね。僕は面接が大好きで得意（笑）。3流大学だったけれども有名大学の学生たちに負けずに内定をもらいまくって、その中のひとつの大手化粧品会社に入ることにしました。理由は、その会社が「2001年に世界一の化粧品会社になる」という目標をはっきりと掲げていたからです。内定した時に、「会社が世界一を目指す2001年に、僕は日本一の支店長になる」という目標を持ちました。結果、会社の世界一は実現しませんでしたけど、僕は2000年に金沢支店の支店長になれて、金沢支店の初年度に予算達成率で日本一になりました。サラリーマンとして内定から支店長になるまでの目標が実現できたというのが一番の大きな成果でしたね。その実績が認められて仙台と高松の支店長を経験して、名古屋に戻ってきました。

—名古屋支店長として？

その時にはマーケティング開発部のマネージャーとしてです。新たなセクションだったので支店長という肩書きではないですが、支店長と同格です。僕は新規事業を開発する新しい部署を任されました。その頃から、いずれは名古屋で起業したいという想いもあったので、人脈を広げるために異業種交流会にもたくさん出ていました。会社からは「新規業態を開発しなさい」と言われて、2008年に名古屋の栄3丁目でアンテナショップを作るんですね。これがすごく今の仕事につながっていて。同時期の2007年から2009年までは、中京大学の大学院に入ってMBA（経営学修士）も



取得しました。

—MBAを取得したのは、マーケティングや経営のことを勉強したいと思っていたからですか？

そうですね。当時は東証一部上場企業のマーケティング責任者でしたから、異業種交流会に出るとみなさんがマーケティング談義を挑んでくるわけですよ。でも僕はずっと営業畑でできているので、マーケティングの知識なんて無いんです。でもそれはみつともない。ちょうどその頃、新聞の一面に「中京大学大学院ビジネス・イノベーション研究科、社会人学生募集」という広告が載っていて。その時に「あっ、これだ！」って思って震えがきたんです。実際、支店長職で每晚遅くまで仕事をしていたから夜間に学校へ行くのはありえなかったんですけど、どうしても気持ちが抑えきれなくて、当時の副支店長に話をして了解を得ました。

—副支店長からOKをもらえたんですね。

はい。それで月曜日から土曜日まで学校に通って、土曜日は集中講義で朝9時半から夜7時まで勉強していました。水曜日と日曜日だけが休み。2年生になってからは水曜日がゼミになって、月曜日から土曜日まで全部授業です。修士論文は「大都市圏における新規業態開発の研究」というテーマで書いたのですが、その内容が今のビジネスにすごく活きています。仕事ではアンテナショップを作ったり、エリアマーケティングの仕事をして実践をしつつ、同時にMBAを取りに行くことで学術的な理論武装ができて、自分がやってきたことを証明できたという感じですね。

—それで無事、MBAを取ったんですね。

MBAを取った時から僕の中で変化が起き始めたんです。それまで10年間ぐらい支店長会議に出ながら「会社の判断が遅れているな」「もっとマーケティングを駆使して会社を運営した方がいいのに」と思っていたんですけど、MBAの勉強をしてから経営者が判断した意味や意図がすごくわかるようになってきて、他の支店長たちの発言がすごく安易に感じるようになりました。そうなるとうっかり自分が経営者にならないとダメだなんていう想いが強くなったんです。その頃に自分が中部経済新聞の勉強会で行った講演風景が新聞に載ったんですね。それを見たヘッドハンターたちから連絡が来るようになって。自分で会社を立ち上げる前にヘッドハントされた会社で仕事してみようと思ったんです。それで、お話をいただいた中から1社を選んで入ることに決めました。

—その時はおいくつだったんですか？

48歳の時かな。26年も勤めた会社を辞めるのは容易ではなかったですけど、お話をいただいた2ヶ月後からその会社にお世話になることにしました。そこでは会長からのオーダーで、化粧品の開発からブランディング、販売、ビューティーセミナーの開催などを手がけました。ある程度実績

を上げましたが、最終的にはやっぱり上司がいるとダメだということに気づいたんです。結局7ヶ月で辞めて、2012年3月5日、「ワンツースリーゴー」の日に、自分の会社を立ち上げました。

—最初から事業プランはあったんですか？

やっぱり今まで自分がやってきたキャリアを上手く活かしていくのがいいと思っていて。それを考えている中で、お世話になった大学院のゼミの先生にご挨拶に行ったんです。そしたら「うちの学部生に教えてくれないか」という話になって、その年の4月1日から始まるゼミで化粧品の開発を教えました。そこで、中京大学の学生さんと一緒にスキンケアシリーズの「RE GIRL（リ・ガール）」や、MOOI MEISJE（ムーイ・メイシェ）」という就活リップを作って。テレビ局にも取材してもらったので結構話題になって、中日ドラゴンズさんとも「薬用どらそゴソープ」というボディソープを開発しました。一般企業とも美顔器や化粧品を開発したり、地元密着で活動していましたね。そんな時に、名古屋の泉1丁目にあるビルのオーナーさんが「コワーキングスペースをやりたい」と持ちかけてきて。でも僕は、「普通のコワーキングでは無理だから、明確なターゲットを絞って、ちゃんと目的を持った人が集まるスペースを作ったらどうか」という話をして。僕にはその頃から既に今やっているビジネスの構想があったので、エステルームやネイルのスペース、セミナールームがあるような美容に特化したコワーキングスペースについて語ったわけですよ。そしたら「それをやりたい」という話になって、運営会社として始めることになりました。

—美容関係で起業したい人や個人事業主的にやっている人が、そこで営業できたり、学べる場所っていうイメージですか？

そうです。僕はそこの支配人という形で運営会社として関わっていました。でもオーナーではないから、やりたいことがやりにくい。それでやっぱり2014年の7月に自分でオーナー社長をやろうと決意して。実は、その決断をする前の5月18日に、会員のみなさんを引率してフェスを開催したんですよ。パーティーを交えながら、会員の皆さんにネイルやエステをやってもらって、大盛況の1日になって。そこで手応えを感じたっていうのもあって、自分でやろうと決めたんです。どうせやるなら僕の誕生日が9月30日だから10月1日にスタートできたらいいなと思って。物件探しを7月頭から始めて、システムをずっと考えていて。オープンまで逆算して残り3ヶ月で、内装には着工から1ヶ月かかるということだったので、10月1日オープンだと9月1日には着工、8月31日にはビルと契約をしなければいけない。そのためには、それまでに借入れをしておかなければいけないから、8月上旬には日本政策金融公庫へ融資の面接に行かなければいけない。昔からこうやって自分の中でお尻を決めて、逆算してやっていくのが好きというか、得意なんですよ。

—しかも、必ず日付を入れるんですね。

そうです。7月の間に「beauty bizsalon D→START」っていう名前を考えて、ロゴも作りました。その後、事業計画書を作って、金融機関に面接に行くというような流れでしたね。面接では僕が1人で1時間語り尽して、熱い想いが伝わったのか希望した満額を融資していただきました。

―面接は得意ですもんね？(笑)

そうそう、得意なんです！ハハハ。それで結局、10月1日が仏滅だったので2日にスタートしました。最初はバタバタしましたが、オープンした10月に募集した個室8部屋のうち7部屋契約が決まりました。11月には全て埋まって、今までずっと満室です。実は、個室の会費を合計するとここの家賃と同額なんです。固定経費で一番大きいのが家賃だったので、それをこの個室代で全部確保できるんです。あとは、人件費と返済額を引いて、個室を使う以外の会員費が全部利益になっていくということですね。今度、10月1日に大阪でも直営店をオープンする予定です。名古屋の店舗を出してちょうど丸2年ですね。

―具体的なビジネスモデルはどういうものなんですか？

美容のビジネスを始める方の、スタートアップを応援する店舗です。実際、自分でお店を借りて出すのってなかなか大変ですよ。でもここは入会金10,000円で敷金、管理費、水道光熱費なしで自分のお店として使えるんですよ。住所も使用できるので登記もできます。レギュラー会員であれば営業時間をフルに使っても月24,000円。それ以外にも、セミレギュラー、デイトタイム、ナイトタイム、ウィークエンドなどに分かれていて、それぞれに価格が設定しています。あとは、セミナールームも大人気で、一般の方は1時間3000円、会員の方は1時間800～1000円で使えるんです。

―フランチャイズ店舗はどこで展開しているんですか？

今は東京の原宿ですね。ここに占い専門店が入っているのですが、その東京にある本店の先生に鑑定してもらったことがあったんです。2010年のサラリーマン時代に見てもらったのが最初で「浅倉さんの星廻りに上司が見えない。何でサラリーマンをやっているんですか？」って言われて。「やっぱりか」みたいな感じで(笑)。次の会社を辞める時にも同じことを言われて、その先生の言葉がひとつの判断材料になっていたんです。独立する時にもアドバイスをいただいて。オープンして5ヶ月経った時に、会員数も100人近くになって順調に進んでいたんで、先生のところへご報告をしに行って。1時間お話をして帰ったら、翌日先生から電話が入って「僕も浅倉さんのビジネスをやりたいんだけど」と言われたんです。びっくりしたんですけど、「実は原宿に自社物件があるから、そこを活用してやりたい」みたいな話で。すぐに東京へ飛んで行って物件を見せてもらって、その年の7月にフランチャイズ店としてオープンしました。

―一人のご縁があったわけですね。今後の展望はどのようにお考えですか？

実は大阪の直営店には協力者がいて、ギフト業界で会社を東証一部上場に導いた創業家の方と組んでいるんです。既に会社は売却していろいろな事業をなさっている方で、その方がうちのビジネスを気に入ってくださって今年の春に「一緒にやりたい」という話になって。名古屋と大阪が直営で、あとはフランチャイズで展開していくので、スベシヤリストであるその方に本格的に入ってきてもらおうと思っています。大阪店もオープン前からすごい勢いで進んでいるので、フロアを広げようと計画しています。政令指定都市には直営を展開していったって、その他の都市でフランチャイズを展開しようと。会社を設立した時の目標が「10年で10億円の会社にする」というものだったんですけど、途中で「30店舗で10億円」という目標に変えたんですね。僕の事業計画では、月間売上300万円がひとつの成功ラインで、年間で3600万円、30店舗で10億8000万円。なので、10億円は達成できるだろうというのが明確な数字の目標になっています。それができたら2027年までに100店舗いこうと思っている。100店舗いけば、美容の文化が完全に変わると思っていますし、いよいよ上場が目指せるんじゃないかと。

―浅倉さんがビジネスを起業してやっていく上で、コツがあるとしたら、どういったことでしょうか？

自分で決めた事に対して嘘をつかないことですね。割と自分の直感を信じている部分もあります。人とのつながりを大事にしながら、自分にないものを持っている人の可能性をお借りして、一緒に動いていくのも大切なことだと思います。そして、しっかりとした目標や理念を持つこと。あとは姿勢として、「Change」「Chance」「Challenge」、この3つの「C」を自分の人間力と行動力で証明していきたいですね。実践しなきゃ意味がないですから、「とりあえずやってみよう」という精神を大切にしています。事業計画も熱い想いだけで書いていたんですけど、その時に書いた内容が今現実になっているんです。だから、有言実行も大事だと思います。

―とても参考になります。今日は貴重なお話を聞かせていただき、どうもありがとうございました！





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。

銀行よ、企業のマーケティング力を見よ

銀行よ、企業のマーケティング力を見よ——

企業が事業活動を行っていくためにお金は欠かせません。創業するときはもちろん、創業後も何かとお金は必要です。経営とはお金をどのように使うかを考えること、と言ってもいいくらい、その使い方次第で会社は成長もすれば失速もします。

お金は企業の血液でもあります。うまく循環していないと重大な問題となります。儲かっている会社でも、顧客からの入金と支払のタイミングのズレや、顧客の倒産などで入るべきお金が入らず、損益上は黒字であってもお金が足りず窮地に追い込まれることもあります。こういう時、潤沢な内部留保資金があるときは良いですが、そうでないときは銀行から融資を受けることになります。

これまで中小企業が銀行から融資を受ける時、土地等の担保をがっちり取られるか、経営者に個人保証をガチガチにつけられるか、あるいは信用保証協会の保証をつけるか、ということが当たり前に行なわれてきました。銀行を監督する金融庁は、地方銀行が不良債権を抱え込まないように、回収見込みのない貸し出しを減らし、回収できない場合に備えて損失処理をすることを迫ってきました。そうすると当然、地方銀行は、融資先である中小企業に対し、回収不能にならないことを求めます。それゆえ担保や個人保証をつけないと融資をしなかったり、保証協会の信用保証制度を利用した融資を第一に勧めるようになったのです。

ここで信用保証制度とは、以下のような仕組みになっています。まず銀行からの勧めなどにより、企業が保証協会に保証の申し込みを行います。保証協会は信用保証書を発行します。銀行はこれを前提に企業に融資を実行します。一方、企業は保証協会に対して信用保証料を支払い続けます。銀行への返済が不能になった場合には、保証協会が銀行に対して代位弁済を行う、という仕組みです。一方、保証協会と日本政策金融公庫の間では、再保険契約があります。協会が公庫に保険料を納付する仕組みです。最終的に回収不能の場合は、国の財政負担となります。ここでいう「保証」とは銀行に対して返済を保証するだけで、借り手の企業・事業者には何の保証もありません。取り立てる主体が銀行から保証協会に切り替わるだけです。



保証協会の保証制度がついた融資や、担保をしっかりと取ったうえでの融資は、銀行側の貸し倒れリスクが低くなります。もし融資先の会社の事業が行き詰まったとしても、融資した資金は確実に回収できるからです。いわば銀行はノーリスクなわけです。だからその企業が将来的に有望な事業をやっているかどうかなど、銀行にとっては関係ないのです。つまり企業の「事業」を見ようとせず、評価もしない。事業を評価する必要がないので、評価する力もつきません。地方銀行のこの融資姿勢は、元をたどると、金融庁の方針が先に述べた「不良債権処理」を第一にしていることに起因します。金融庁の「検査マニュアル」による厳しい金融庁検査を乗り切るため、銀行は不良債権を抱え込まないことを最優先した結果なのです。この状況を「日本の銀行マンはどんどんバカになっている」と表現した識者もいるくらいです。

ところが、2015年7月に金融庁の長官が変わり、従来までのこの方針が大転換しました。新任の森信親長官は、担保や保証に頼った融資判断ではなく、企業の事業性を詳しく評価して融資判断をせよという方針を打ち出しました。その企業がどんな事業をしているかをしっかり見る。そして、将来の発展を長期的にサポートするため、必要な資金を融資する。それが地域経済の発展につながり、ゆくゆくは国の発展に寄与する。それこそが銀行の本来の使命だということを、強いメッセージとして森長官は発信し始めたのです。

森金融庁は、テレビで人気を博したドラマ「半沢直樹」で登場したことで世に広く知られることになった「資産査定」検査を原則中止とする決断をしました。これは、これからの銀行の役割は不良債権処理ではなく、地方の中小企業の事業性を正しく評価し、中小企業が長期的に成長して

いくための持続可能なビジネスモデルを支援していくこと
だというメッセージなのです。

中小企業の事業性の評価項目は、①製品サービス、②顧客
基盤力、③営業販売力、④生産力、⑤技術開発力、⑥組織
管理力などが一部の銀行で使われているそうです。これら
は全て中小企業が持続可能なビジネスモデルを築くために
必要な力です。私がこの事業性評価について付け加えると
したら、マーケティング力です。つまり、どの顧客をター
ゲットにし（顧客は誰か）、その顧客が求めているものや
困っていることは何かを明らかにしているか。そしてそ
のニーズを満たしたりお困りごとを解決するために、自社
の技術力、生産力、開発力、組織力（要するに強み）をい
かに活かし切るかを考えているか。この「マーケティング
力」こそが重要です。平たく言うと、顧客視点を持ってい
るか。顧客視点を持たないすべての活動は無意味です。ど
んな素晴らしい商品も、技術も、生産設備も、人材も、財
布を出してお金を払ってくれるお客様や銀行口座にお金を

振り込んでくれるお客様の方を向いていなければ、無用の
長物です。そのお客様とは誰か。それをきちんと考えてい
るかどうか。それを突き詰めて考えて、それを軸に経営を
していこうとしている企業こそ、融資すべき先であり、
しっかりサポートしていくべき企業だと思います。日本企
業の技術力や生産力は、今までもこれからも企業の強みで
あり続けると予想できます。それに加えて今後、ますます
問われ、かつ、ここ最近海外企業に負けてきた原因はマー
ケティング力に他ありません。顧客を明確にし、お困りご
とやニーズを特定し、その解決のために自社の強みを発揮
する力。そしてその顧客に届き、突き刺さるメッセージを
発信し続ける力。これらマーケティング力を備えることが、
これから発展する中小企業には強く求められると思います。
これからの中小企業融資は、マーケティング力をきちんと
評価して行うべきだと思います。📌

参考:「捨てられる銀行」橋本卓典 著

ほとんどの社員が 17時に帰る

売上10年連続
右肩上がり
の会社
岩崎裕美子

残業も長時間労働も
いらない!
離職率
100%
定時は
終電
「残業しない社員はいらないと思っていた」
元超ブラック企業の取締役が
ホワイト社長に変わるまで

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レマック豊田が読み、その要点をズバットお伝えします

『ほとんどの社員が17時に帰る売上10年右肩上がりの会社』

岩崎裕美子 著

■オススメ度★★★★

ポイント1

業務の棚卸しでやらないことを決める

残業を減らすためには無駄な仕事をしないこと。毎月社員全員の残業時間をチェッ
クし、残業している社員の業務内容を棚卸しする。これにより、目的が分からず惰性
で続けている仕事を発見する。それらを徹底的に洗い出し、作業を減らす。どうして
も残業が減らない場合はアウトソーシングするか、思い切ってその仕事をやめる。

ポイント2

経営者の価値観を明示し、それを浸透させる

経営者の価値観を明確にし、それを繰り返し社員に伝え、理解してもらうことが大
切。この価値観を判断基準にして、会社の意思決定をしていくことを徹底する。こ
うすることで、プレをなくす。価値観を共有していないと、会社がプレ、社員も迷い、
たとえ残業がなくても、会社は暗くなる。

ポイント3

差別化した製品を開発する

徹底的に差別化された製品を作る。それは言い換えれば、特長のはっきりした、
他にはない製品である。こういう製品は、当然粗利を高く設定しやすい。かつ、特
長がはっきりしているので宣伝効果が得られやすく、売りやすい。儲かる強い商品
を持っていることで、短時間労働でもしっかり利益を出すことができる。

著者は、元広告代理店のトップ営業マンで取締役。そこでは終電まで残
業することが日常茶飯事で、雇っても雇っても社員は辞めていく離職率
100%の超ブラック企業。著者本人は残業の疲れから肌はボロボロ。
その経験から、肌に優しい化粧品を会社を作ろう、なおかつ残業がゼロ
の会社にしよう、ということで起業した。その会社で開発して売り出した
商品が大ヒット。業績はうなぎ登り。業績も良く、残業ゼロで福利厚生も
充実。さぞかし社員は幸せかと思いきや、社内はお通夜のように暗い。
何故だ！と悩んだ著者の奮闘ぶりや解決へのプロセスが書かれている。
単なる残業ゼロのノウハウでなく、経営の本質に迫っている。ぐっと来た。

豊田の
結 論

- ★★★★★ 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550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。

頑張る人が、一番カッコイイ

(2015年11月20日発行第553号)

■日本で内戦が起きている

映画監督の紀里谷和明氏が、インタビューで言っていました。今、日本では内戦が起きている、と。それは「がんばっている人」と「がんばっている人を笑う人」との内戦。がんばっている人を笑う人は、がんばっている人に対して、「あいつ、マジだよ」とか「リア充だよね」などと言って、からかう。一生懸命にがんばっている奴って、ダサイよね、という感じで。

こういう人がいると、がんばっている人は、がんばりにくくなります。この、何とも言えない嫌な感じ。これを紀里谷氏は「内戦状態」と表現し、日本をダメにしている根本的な問題だ、と言っているのです。

■優秀な人が公務員を目指す国

この前、経済雑誌で、「公務員の上流化」という特集が組まれていました。ひと昔の公務員は、安定しているけど給料は安い、というものだったそうですが、今の公務員は、安定していて、かつ、民間企業の社員よりも給料はいい、ということらしいです。さらに、残業も少ないし、休日もしっかりとれる。有給休暇の消化率なんて、ほぼ100%に近いくらいということで、民間企業よりもかなり働きやすい。そして金融機関からの信用度も高いので、住宅ローンも組みやすい。だから、公務員が若者にとっての人気就職先となっているのが、今の日本の現状のようなのです。

■仕事の達成感を求めて

そんな中でも、民間で頑張っている中小企業は本当にカッコイイ。先日、あるインテリア系の商品を売っている会社のチラシについて相談を受けました。

商品の見せ方を。あるテーマで絞る方向で作り直し、新聞折り込みをしたところ、問合せが急増し、10万円弱の費用で実施した広告宣伝に対し、200万円以上の売上が得られるという成果が生まれました。この成功で、店主とその家族は驚き、そして大喜びなわけです。

この喜び。この達成感。そして高揚感。リスクを背負って

勝負している人にしか味わえない、本当に素晴らしい経験。至福の瞬間。こういう経験を味わえることが、人生を豊かにするし、仕事の醍醐味なんだと思います。

■自分レベルの視点で

自分レベルではいかがでしょうか？

起業家や経営者はリスクと隣り合わせです。売上が落ちれば事業は止まります。競合との戦いも激しいです。公務員に比べれば、まったくもって不安定です。

事業規模が小さいうちは社会的な信用度も低いし、住宅ローンも組めない場合もあります。

これは、不幸なのか？いや、違います。リスクを背負って勝負している人にしか分らない、達成感が必ずあります。お金が儲かる、儲からないではなく、自分のチャレンジが認められた時の幸福感。勝負していない人には分らない、特別なこと。

がんばっている人が尊敬され、子供たちもそれを目指すような健全な社会になって欲しい。心の底からそれを願います。まずは僕たち大人から、実践。プッシュして（攻めて）いきましょう。

あなたなら、やれる。

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い。



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

友達が必要か？

先日、職人系の仕事で事業をされている親方が、息子さんを連れて相談に来たんです。

親方は70歳を超えていて、息子は40歳くらい。その息子が頼りなく、仕事に必要な資格を取ろうともしない。本人は「取らないといけないんですけどね」と言っているわりに、どうも本気っぽくない。現場での仕事も、親方と一緒にないと不安らしく、1人で行くことができない。お客さんから難しいことを頼まれた時、対処する自信が無いから、というのがその理由。40歳を超えているのに、なんとも心もとない。

そんな息子が心配で、親方は「どうしたら息子がしっかりしてくれるのか？」と聞くのです。う〜む。なかなか難しい問題。とにかく自信をもってもらうしかないですね。自信を持つためには、「達成」をすることです。どんな小さいことでもいいから達成を積み上げる。

そんな話をしながら、だいぶ本人も前向きになってきたとき、息子がこんな質問をしてきました。

「私、友達がいらないんですけど、友達って必要ですか？」

これまた難問。というか、なぜこのタイミングでこの質問？と思いながらも、

「無理に友達なんか作らなくてもいいですよ。自分の仕事を一生懸命やってたら、友達は自然にできます」と答えました。

仕事をサボっている人に友達はできない。仕事に真剣に取り組んでいるとき、本当の友達是可以る。恋人もできる。だから自信をもって、現場に行け、資格とれ。親を安心させろ。以上。🍷

【愛される会社プロジェクト セミナーのお知らせ】

42回目となるセミナーは、中小企業がリピーターを獲得するためにすべきことについてお話しするセミナーです。

「何度もリピートしたくなる会社づくり、人づくり」セミナー

日時: 2016年11月16日(水) 19:00~20:45

場所: ウインクあいち1004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	6,480円
■C会員	16,200円
(すべて月額)	