

Raymac press



レイマックプレス

2016年3月号 Vol.91

楽しんで稼ぐよりも大切なこと。



ラスターイズ株式会社
代表取締役 石黒文康

父親の仕事を手伝ったとき、下請けという立場の仕事にどこか不公平感を感じた。そこで何か楽に稼げる方法はないだろうかと考え、アフィリエイトの世界に飛び込み、一旦は大きな成功をつかむ。しかし、違う。もっと地に足をつけて、顧客と向き合ってビジネスをした。紆余曲折を経て今、ラスターイズ代表の石黒文康は新たな挑戦を始めた——。(インタビュー＝豊田礼人)

—石黒さんという、リスティング広告のスペシャリストで、海外にも拠点を持っていて、世界中を飛び回っているイメージがあるんですが、最近はどうなお仕事をされているんですか？

最近、コンサルティング業を始めました。リスティング広告の代行で取引のあるお客さんから「リスティングで良い結果が出たから、ウェブサイトの改善／コンサルもお願いできませんか？」と言われて。リスティング広告とウェブサイトのアクセス解析はお互いに相乗効果もあります。広告だけではダメだし、ウェブサイトも良くないといけない。どちらもキーワード検索が軸になってくるので、どのキーワードに注力したらいいかを提案したりもします。だから、両方の知識があることは強みになっていますね。これまで海外を行ったり来たりしていたので顧客への定期訪問はできなかったのですが、今は名古屋で腰を据えて「顧客と直接会って話をする」というスタイルで仕事をしています。その他には、カスタマイズ腕時計の通販や伝統工芸品に関わる仕事も行っていきます。

—海外へ行かれた経緯なども含めて後ほど詳しく伺いたいのですが、このインタビューの恒例として、小さい頃のことから伺っています。石黒社長は小さい頃どんなお子さんだったんですか？

かなり紆余曲折的な子供時代を過ごしましたね(笑)。小学校や中学校では毎年学級委員長をやるような模範生徒でした。真面目に授業を聞いて、勉強もそこそこできて。ドッジボールなんかでも、必ずリーダーをやるようなタイプでした。でも、中学生の途中ぐらいからちょっとグレはじめ(笑)。

—何でグレたんですか？何かきっかけがあったんですか？

親との確執ですかね。厳しい親だったのですが、信頼を失って放り出された感覚を持った時期があって、自信が無くなってしまったんです。そこから一気にグレてアウトローみたいな感じになって(笑)。それで、高校2年生の時に高校を中退しました。

今月の内容

- 経営者インタビュー
ラスターイズ株式会社 代表取締役 石黒文康
- 経営コラム 起業の嘘ホント(その7)
- ベストセラー解説 いちばんやさしいコンテンツマーケティングの教本
- 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】 いしぐるふみやす 愛知県生まれ
ラスターイズ株式会社 代表取締役
事業内容: インターネット広告代理店
所在地: 愛知県名古屋市中区白金2-12-6
TEL: 050-5806-6758 URL: <http://rasterize.co.jp/>

—そうなんですか。中退して何をしていたんですか？

何も。その頃に遊んでいた友達も高校中退組で（笑）。何もすることがないんで、みんなで夜な夜なファミレスで寝転がったりしていました（笑）。

—ワハハハハ！（笑）。ファミレスで寝転がっちゃダメでしょ。で、どうしたんですか？

とはいえ、高校の友達がみんな東京の大学に行っていたので、私も東京に行きたいなと思って。それで大検を受けて、東京の大学に受かりました。

—なるほど。大学では何を勉強したんですか？

その頃は音楽や絵に興味があって、特に絵にのめり込んでいたので、美術史の勉強をしていましたね。授業にはあまり出ず、図書館でよく画集を読んだりしていました。その頃はアーティストの生き方に憧れていたんです。

—アーティストのどんなところに？

アーティストって波乱万丈な人生を送っている人が多いですよ。一見よくわからないことを言ってもそれが逆に興味を引いたりとか。そういう世界に興味があって、アーティストの生い立ちを掘り下げていました。絵画や現代アートも、作品を見ているだけでは意味がよくわからない。でも、そのアーティストの生い立ちや絵のタイトルの意味について、美術史家が書いたうんちくを読むと「なるほどね」って思うんですよ。あとは「〇〇主義」とか「〇〇イズム」っていうのを体系付けて理解していくのが面白かったですね。大学ではそういうある意味贅沢な時間を過ごしつつ、でも東京が肌に合わなかったのか、元気がなくて悩み深き青年でしたね。

—意外ですね。石黒さん、東京は合いそうですけど。で、大学を卒業してからは？

当時はクリエイターになりたかったので、大学を出てから4年間ぐらいは舞台撮影やデザインの仕事をしていました。その後、ウェブデザイナーをやってみようと思って就職活動をしていたら、29歳ぐらいの時に突然実家から電話がかかってきて。うちの実家は町工場をやっているんですけど、「家が大変だから今すぐ帰ってきてほしい」と。

—どういう風に大変だったんですか？

借金が膨れ上がって、売上も減っていました。それで、「とにかく手伝ってくれ」と言われて名古屋に戻りました。町工場なので技術的な仕事もちろんやりましたが、自分が何か貢献できることとして、まずは経営の勉強をした方がいいと思って、中小企業診断士の勉強もしました。私がある時にやったのが、借入金をリスクして、キャッシュフローを良くしたことです。あとは、うちの工場が「稼働率重視」だったので、そうではなくて、「多品種少量生産」の方向に持って行きました。それによって品種が増えたので、在庫の管理にバーコードも導入したりもしました。

—その後はどうなったんですか？

最悪と思える状況の中、ひとつだけ良いことがありました。景気が悪くなると、逆に労働市場に優秀な人が出てきて、うちにも入ってきてくれたんですね。それで一気に流れが変わって、急激にV字回復しました。やはり人の力が一番ですね。私が入って3年目ぐらいに上向きになって、4年目には完全に良くなりました。銀行にも「何で急にこんなに回復したんですか!？」と驚かれたぐらいです。

—改革がうまくいったんですね。その後は？

兄が後継ぎということもあるし、私も元々独立しようと思っていたので、実家の工場からは身を引きました。でも何をしようかは迷っていましたね。そんな時に、異業種交流会に参加して、居合わせた人の紹介で言われるがままに保険会社の面接を受けに行ったんです（笑）。ノリで「ちょっとやってみようか」という感じになってしまって。

—ノリで（笑）。

スーツを買って、大手の生命保険を売る営業マンをやっていました。でも、営業の仕事が私には全然合わなくて（笑）。入って1ヶ月もしないうちに、毎朝喫茶店に行つてそれから図書館に行くみたいな生活になって（笑）。勉強すればするほど保険を売るのが嫌になったんです。他の金融商品についても幅広く勉強していたので、「保険に入って保険料払うのって、実は損なんじゃないかな?」とか考え出したら全然売れなくなっちゃって（笑）。結局半年ぐらいで辞めたというか、辞めざるを得なくなったというか。今思うと売れなかったのは単に保険の本質を理解していなかっただけだとも思いますが。

—それでどうしたんですか？

それでふと、「東京から帰ってくる時に、私はネットで何かやりたかったんだ」と思い出して、ネットでお金を稼ごうと思いました。実家の工場で働いていた時に、下請けが借金やリスクを背負わされているっていうことに不公平感



を感じていたので、世の中を少しゆがんで見ていて「簡単に稼げる方法はないかな」という感覚を持っていたんです(笑)。

—不公平感からの反動で？

そうですね。それで、ネットで色々調べていたら、アフィリエイトで稼げるという情報があったんです。その頃「ラクして稼ごう」みたいな本も結構巷に溢れていて(笑)。ありましたよね？

—(笑)ありましたね。

私も、「時間とお金を両立する」みたいな本を読んで結構真に受けて、「1日1時間働いて、月に100万円稼ぐ」という目標を立てたんです。最初はGoogle AdSenseでブログを書いても、月の売上が30円ぐらい(笑)。それでも「おーやった！」みたいな感じだったんです。でも、試行錯誤して、メルマガやブログ、リスティング広告を組み合わせてやっていくうちに、その目標を簡単にクリアしちゃったんです。

—うお！それはすごい。アフィリエイトでは何を扱っていたんですか？

例えば「犬のしつけ」「ダーツがうまくなる方法」や、「FXで稼ぐ」、「復縁する方法」など、少し怪しげな教材です(笑)。当時、アフィリエイトの登録者数が10万人いるASPの中で、月の売上が全国でトップになったこともありました。アフィリエイト報酬だけで月に500万円ぐらい稼いだ時期もありました。

—すごいですね。

ただ、リスティング広告で月に200~300万円ぐらいは使っていましたけどね。でも、ラクして稼ぐのにはやっぱり落とし穴があって。私もアフィリエイトのやり方を聞かれたら、普通に教えたりしていたんです。そしたら業界でそのノウハウが知れ渡ってしまって、全く同じ教材、たとえば「ダーツ」と検索すると同じ教材がずらっと並ぶという現象が起きてしまいました。それはGoogleの理念に反することもあるって、そのアフィリエイトのやり方は禁止されてしまったんです。

—Googleで禁止に？

そうですね、みんなが同じことをやり始めたので禁止されました。でも私は早々に足を洗ったんです。それで次は何をしようかと考えていた時に、リスティング広告のスキルが身についたので、リスティング広告の代行をやろうと思いました。やりはじめて、最初は全くダメだったんですけど、1年ぐらいやっていたらそこそこの収入になってきたんで、その流れで「シンガポールへ行ってみよう」と思いました。英語圏でビジネスをすることに興味があったんです。リスティング広告の代行業ってクラウド上で仕事ができるので、どこにいても仕事ができるんです。だから、



2010年からの3年間はシンガポールと名古屋の往復生活をしていました。

—シンガポールではどんな仕事をしていたんですか？

リスティング広告の代行を他言語で展開して、組織化してやっていこうと思っていたんですけどそれは結果的に上手く行きませんでした。でもシンガポールにいた時にFacebookで「日本向けに何かを売いませんか？」という広告を出して、今私が通販で売っている時計の仕入先との取引が始まりましたね。それは香港のお客さんなんですけど、「広告代行ではなくて、日本向けの代理店になってくれ」と言われたことがきっかけで、今やっています。その後は台湾に移って3年間住みました。

—台湾では何をしていたんですか？

一時期、台湾製の高級iPhoneケースをAmazonで売ったりしたんですけど、メーカー側に生産管理上の問題があってやめました。当時の台湾や日本の仲間との出会いから、音楽系のビジネスとかに手を出してみたんですけど、門外漢でうまくいかず。結局、今も広告の代行やネットのマーケティングがメインですし、当たり前のことですけど、顧客を大事にするということがビジネスをする上で一番大切だと痛感しました。

—日本に帰ろうと思ったきっかけは何だったんですか？

そういう仕事上の感覚の変化ですかね。やったことのない新しいことに手を出すんじゃなくて、今までの顧客に対して、しっかりと期待に応える。今のビジネスでも十分、日々新しいことへの挑戦の機会が出てきますし。それと私を感じたことですが、海外は3年で飽きるんです(笑)。現地で仲良くなった人たちは、日本人をはじめ、海外から来た人が多いので、結局3年目にはまたどこか別の場所へ行ってしまう。けれど、また新しく来た人たちと仲良くなるという気にもなれない。だから、シンガポールと台湾で、「海外は3年で飽きる」と確信してしまって(笑)。じゃあ飽きない所はどこかになって考えたら、やっぱり地元

の名古屋だと思いました。最近は「若鯨会」という、名古屋の異業種交流会にも参加していますが、そこに行くと中学校や高校の同級生がいたりします。そうなってくると「飽きる／飽きない」の問題じゃなくなってくるんですよ。それと、最初は「日本はつまらないな」っていう感覚を持って海外に行ったんですけど、今は逆に名古屋のすごさがわかったんです。アジアの中で名古屋だけの市場を見ても、すごく大きい。だから今は地元で地道にやっている豊田さんみたいな路線を行きたいと思っています（笑）。

—ありがとうございます（笑）。ちなみに、ラクして儲けるっていう気持ちはどこかの時点で「違うな」って思ったんですか？

ラクして儲ける方法は常にあるんですけど、1、2年で終わってしまうんですよ。結局またゼロからだし、長い目で見たら周りの信用も失うし、自分の成長もその間止まってしまうので、トータルでは損になる。だから、どんな仕事でも、店舗でのお客さんの対面販売や工場などのモノが動いている現場で働くってことが、大変ではありますが、基本的で大事なことなんだと今は考えています。

—そうですね。

実際に会ってニーズを聞いて、「この人は何に困っているのかな」と考える。シンプルにそれでいいんじゃないかなと思って。それと、海外にいた時にオンライン上で在宅のパートを3人雇っていたんですけど、ちょっと多かったので1人辞めてもらおうとしたんです。そしたら他の2人も辞めると言い出してしまっただけで、やっぱり顔を合わせて仕事をやる組織ではなかったのだから、絆も薄かったのかなと思いました。今はまた1人でやっています。

—今後、組織を作る予定はないんですか？

私の場合はたぶん、事務所があって毎日そこに通うっていうのは難しいし、あまり性に合っていないと思うんで（笑）。

—ふふふ（笑）。自分の作った会社でも？

うーん、やってみないとわからないですけどね。今は例えば以前はスタッフにやってもらっていたリスティング広告のレポートでも、APIを使った有料サービスやエクセルのVBAなどを使って自動化と省力化を図っています。ただ、もっと忙しくなってきた時にどうするか。人手があれば売り上げも増やせると思うんですけどね。今、保険の営業をやっている知り合いが、有名な弁護士さんと組んで、ベトナムの人材を名古屋に招聘するという計画をしています。

—ベトナムからですか？

そうです。私も一緒にベトナムの有名な日系企業と一緒に回らせてもらいました。中でもエポラブルアジアという会社はIT業界のオフショア開発に力を入れていて、そのサービスが結構面白いんです。オフショア開発っていうと、案件ごとに依頼するのが通例ですが、この会社では、現地でベトナム人の専属チームを作ることができるんです。例

えば日本の会社から1人派遣して、現地でチームを作る。日本語ができる人も含まれますし、初期費用は除いて月に30万円ぐらい出せば、ちょっとした組織ができます。なので、私の場合も現地でウェブデザイナーを立てればビジネスを強化できるんじゃないかと考えたりもしています。これはひとつのアイデアですけどね。

—ところで、ネットビジネスに強い石黒さんに伺いたいのですが、日本の中小企業は、どういう風にネットを活用していったら良くなると思いますか？

ネット広告やマーケティングをプロに依頼するとなると、やっぱり広告やプロモーション予算が月に50万円から100万円ぐらいないと意味がないと思います。それに、ネットは今のところ「B to C」がメインですし、名古屋は製造業が多いから個人向けの販売はあまりしないですよ。そうなってくると、ネット広告を使って誰かに訴えるというのはあまり意味がない。だから、情報発信をしていくことじゃないですかね。ソーシャルメディアやブログだったら簡単にできますし、情報発信することが自社のスキルアップにもつながります。それと、製造業であれば実際にモノや作業があるので「こういうものを作っています」っていうのを写真や動画で発信していくのもいいですね。

—そういう形でネットを活用していくと。

そうですね。それと、海外へのアクセスがものすごく簡単なので、商品を海外に売る場合はネット広告も役立つと思います。製造業でも自社ブランドの商品を持つメーカーだったり、海外との新しい取引先を探す場合には活用できます。私が販売している腕時計も、Facebookから仕入先開拓につながったので、Facebookは当然世界中にユーザーがいますし、FacebookやGoogleの広告を使えば、どんな国に対してでも少ない費用で今すぐ会社のアピールができますからね。

—石黒さん自身もネットで仕事を受注するんですか？

そういう時もありますね。でも、比率としては紹介の方が多いですよ。例えばセミナーへ行った時に知り合った方から紹介してもらったり。今後は、豊田さんみたいな経営コンサルタントの方や、ウェブデザイナー、広告の人といった関連業者の人たちとチームを作っていけたら、お客さんのニーズを満たしていけるのかなと思っています。そういうスタイルで戦略を提案していくのが一番自然というか。あとは、そういう人たちと、例えば「マーケティングの勉強をしましょう」という風にテーマを決めて勉強会を開くのもいいですよ。お互いに何が得意かがわかると思うし、そうすると安心してお客さんを紹介できますからね。もちろん、チーム利益をどう分配するかとか、顧客から見ても人も来られても困るとか、難しい面もあるでしょうけど。

—なるほど、それも面白いアイデアですね。今日は貴重なお話をどうもありがとうございました！🍀

起業の嘘ホント(その7)



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。

■ 自らやってみせる

事業を起こし、それを長期に渡って継続させていくためには、経営者自身が自社の商品やサービスに自信を持つことが必要です。経営者が自信を持っていなければ、社員が自信をもつはずがありません。またそんな商品を顧客は魅力的に感じないでしょう。

商品やサービスはそれによって顧客が抱えている問題を解決してあげたり、喜ばせたりすることで、付加価値を生み出します。その付加価値が、お金という形で自分に返って来て、それを糧に事業を継続していくことができます。

顧客に自信を持って商品やサービスを提供するためには自らもその商品やサービスを利用し、自らが掲げる事業のコンセプトを自ら実践していく必要があります。つまり、まずは自分たちでやってみせることの重要性です。私はこのことが、会社経営においてとても重要だと思います。

■ アマチュアに金は払わん

例えばあなたが清掃業で起業・経営するのであれば、顧客の家や店舗を清潔に保つ重要性を説く前に、自ら住む家や自社のオフィスは清潔に保っていなければ説得力がありません。

あるいは、もしあなたがインテリア雑貨のお店を開くのであれば、素敵なインテリアで自分好みの空間を作り出すことで生活を豊かにする楽しさをお客様に説くでしょう。であるならば、まずは自分の部屋を素敵なインテリアや雑貨でコーディネートし、豊かなライフスタイルを実践していなくては、説得力がないでしょう。

あなたが何かの仕事で起業し、会社やお店を経営するということは、その仕事の専門家になるということです。それを本気で追求し極める用意があるのかということです。私たちはプロの専門家として顧客が求める商品や求める情報を提供し、喜んでもらい、お金を頂くのです。誰も中途半端なアマチュアにお金を払いたくありません。顧客はあなたの専門性を信頼し、それに価値を感じるからこそ買ってくれるのです。もし専門家らしくらぬ言動があったり素人のような対応をしてしまえば、顧客はガッカリして去っていき、二度とあなたからは買ってくれないでしょう。



■ 法律を破った法律家

先日、こんな記事が新聞に掲載されていました。ある法律事務所が消費者庁から「措置命令」を下された記事です。この記事によると、その法律事務所は、貸金業者への過払い金返還請求の着手金無料キャンペーンを「1か月限定」と宣伝しながら、同じサービスを5年間も続けていたそうです。これが景品表示法違反(有利誤認)に当たるとして、「措置命令」となったとのことでした。

ちなみに措置命令とは、「消費者庁が、景品表示法に違反して、商品の品質や値段について実際よりも優れている、または安価であると消費者が誤解するような不当表示などをした業者に、その行為の撤回、再発の防止を命じる行政処分のこと」で、弁護士法人や弁護士事務所に対する措置命令は初めてのことだそうです。

つまり、顧客に対して法律に関するアドバイスをすることを業とする法律の専門家が、自ら法律に触れてしまうという失態を犯してしまったわけです。これはまったく笑えませんし、法律を軽く見ている法律事務所と見られても仕方ありません。いくら優秀な人材を揃え、いくら上手にプロモーション活動をしていたとしても、専門家として備えるべきプロ意識が欠落していれば、いずれ衰退していくことは免れません。

以前、タイムマネジメント(時間管理)のセミナーに出たことがあります。ここでもがっかりする経験をしました。そのセミナーでは、重要な仕事と緊急の仕事の分け方、優先順位の付け方、細切れ時間の使い方、手帳の使い方などについて、コンサルタントの先生が詳しく教えてくれました。驚いたのは、そのタイムマネジメントのセミナーの

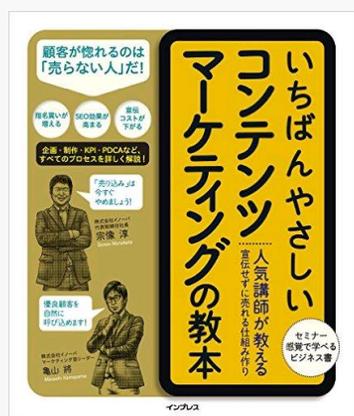
の終了した時刻が、予定よりも30分もオーバーしたことで、これは笑えません。図らずも先生のタイムマネジメント能力が無いことを露呈してしまったのです。そのセミナーで学んだことの信ぴょう性が一気に吹っ飛ぶ出来事でした。

■ 理念で思いを浸透させる

これらは小さなことでしょうか。そうは思えません。モノが溢れ、売れなくなっている昨今、その商品・サービスを扱う専門家として、自分がとことんこだわり、実践して見せることは、選ばれるためにとても重要なことです。事業を発展させるためには、プロの専門家としてその道を研究し、極めるための努力をし続けることが重要です。自分が扱っている商品やサービスにこだわり、自らその体現者となるのが、これからますます重要になってきます。社会がデジタル化・WEB化して、ネット上に大量の情報が行き来し、それが高速で処理されて行く世の中になってく

くると、専門家としての本物の情報が貴重になります。どこかからコピーしてきた、ありきたりの情報ではなく、深い洞察とツボを突いた具体的な情報によって、顧客が抱えている問題や悩みを丁寧に解決してあげることで、他社との違いを出していく必要があるのです。

繰り返しますが、これからの起業家や経営者にとって重要なのは、専門家としての深い知識とこだわりです。これを高いレベルで実践していくためには、会社の理念（会社の存在意義あるいは目的）と専門分野の方向性を合わせていく必要があります。例えばもしあなたがパン屋さんであるならば、パンという専門分野を極めていくことはもちろん、会社（店）の理念を「パン食を通して家庭の健康を支援する」というような方向性に定めるのです。専門性を追求しなければいけない我々商売人が、その道を外してしまうのは、結局、理念というレベルで方向性をしっかりと決め、社内に（あるは体内に）やるべきことを浸透させていないことが原因である場合が圧倒的に多いのです。🔴



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レマック豊田が読み、その要点をズバツとお伝えします

『いちばんやさしいコンテンツマーケティングの教本』 宗像 淳著

■オススメ度★★★★ ■読むべき人 押し売り営業を脱したい人

ポイント1

専門家として信頼されるコンテンツを発信する

コンテンツとは、専門家として有する見込み客にとって有益な情報のこと。これを発信し続けることで、「こんなに役立つ情報を惜しげもなく提供してくれるなんて、いい会社に違いない」という印象を与え、信頼感とロイヤリティを高める。

ポイント2

100万人もの営業マンが仕事を失う？

かつては買い手企業は営業マンに会うことで情報収集をしていた。しかし今はネットで調べれば大体のことは事足りる。こういう世の中では、営業マンがアポを取ろうとすると「なぜ用事もないのに会いに来るのか」と心証を悪くする。

ポイント3

出版社のように考えよう

人々は広告を信じない。自らコンテンツをつくり、自らのメディア（オウンドメディア）で発信することで見込み客を集め、そこでコミュニケーションを取る。自らが出版社のようにコンテンツを考え、顧客の興味を引くような働きかけをしていくのがこれからのマーケティング活動においては重要になる。

豊田の結論

著者は自らコンテンツマーケティングを支援するWEB関連企業を運営する経営者でもある。即効性のあるマーケティング手法ではなく、ジワジワと効いてくる本質的なマーケティング手法であるコンテンツマーケティングを推奨している。今号の経営コラムでも書いたが、モノが溢れている成熟化社会では、売り手がいかに深いこだわりや愛を持ってビジネスをしているかまで問われるようになってきた。すぐに儲かる方法ではなく、ゆっくり確実に顧客のためになる方法の大切さを説く一冊。

- ★★★★★ 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。

判断基準を持っているか？

(2015年6月19日発行第531号)

■環境は変わったのだ、とつくに

先日、樹脂関係製品の製造を行っている会社の経営者と会いました。今までは、営業なんてしなくても、仕事が向かうからやってきた。仕事を間違いなくこなしていれば、十分な利益が得られたそうです。

しかし、環境は変わった。

今まで仕事を出してくれていた顧客企業はほとんどが中国に移ってしまい、仕事が激減している。工場の機械は一部が稼働しておらず、赤字を垂れ流している。

何とか新しい販売先を開拓し、売上を増やさないといけないが、どうすればよいか、と、その経営者は切羽詰まった顔を僕に向けるのでした。

■業績が悪い原因は？

その経営者は、「当社の業績が悪いのは人材がないからだ。当社が携わっている技術分野に詳しく、かつ商品を買ってくれる企業にパイプを持つ人材を雇いたい。かつ、自分の言うことをよく聞いて素直に行動してくれる人じゃなきゃダメ。そういう人を雇えれば、必ず業績は回復する。そういう人を雇うにはどうすればよいか教えて欲しい」と僕に聞くのです。

うーん……（ハッキリ言って、そんな人、いません。）

ちなみに「この分野」というのは非常にニッチで、ピッタリの人材を探すのは不可能に近い。仮にそういう人に出会えたとして、その人を雇えるくらいの好条件・好待遇を示せるかどうかは甚だ怪しい状況……。

雇える状況にないのに、無いものねだりばかりしている。これには、大きな違和感を覚えざるを得ませんでした。

■人に頼らないビジネスモデル

特殊な人材に頼ったビジネスモデルは、その人がいなくなった途端に破綻します。会社の経営を預かる経営者がそんなリスクなビジネスモデルを作ってははいけません。

賢い経営者が目指すべきは、人に頼らないビジネスモデルの構築です。つまり、誰がやっても同じ成果が出せる仕組みを作り出すことです。これは、経営者の最も重要な仕事です。

誰がやっても同じ成果が出せる仕組みができれば、ビジネスは大きくなります。人に頼ったビジネスを作ってしまうと、人材の採用の良し悪しで、業績が大きく揺さぶられてしまいます。

すべてを解決してくれる優秀な人材なんて採用できるわけがない。そんな人は、いない。この前提で、どれだけ人に頼らないビジネスモデルを組み立てることができるか、が勝負なのです。

■自分レベルの視点で

自分レベルではいかがでしょうか？僕たち起業家は、全てを自分でやってしまいがちです。つまり、自分の能力に頼ったビジネスモデルを作っています。

しかし、このやり方だと、ビジネスは大きくは伸びません。自分自身のキャパシティや能力の限界がボトルネックになってしまうからです。

起業家・経営者がやるべきは、自分が全部やるのではなく、誰でも同じ成果が出せる仕組みを作り上げること。

これができたら、次に行けます。

ぜひ、考えてみてください。

最近、僕もよく考えています。

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

未来はお金と時間の使い方決まる

満足度の高い人生を送るためには、自分が何を欲し、どういう状態になれば満足なのかを知る必要があります。

仕事、お金、健康、人間関係、趣味の世界・・・これらにおいてバランスよく満足することが「幸せ」な状態なのかもしれません。「バランスよく」というのがポイントで、いくら仕事で成功して大金を手にしても、某・元野球選手のように、家庭も社会的信用も崩壊してしまえば、幸福とは言えないでしょう。

さて、バランスよく満足するためには、それぞれの項目で目標を設定し、その実現のために行動していくことになります。

行動とは、お金と時間をどう使うか、です。

限りあるこの二つの資源を、いかに目標のために無駄なく使うか。目標を達成できるかどうかは、これにかかってきます。

お金と時間の使い方を見れば、その人が目標を達成できるかどうか分かるといいます。目標達成に向けて一貫性があり効果的な方法で使っていれば、目標は現実に近づきますよね。

逆に言えば、お金と時間の使い方を見れば、その人が目標に向かっているかどうか分かります。

占い師に見てもらわなくても、未来が予測できるかもしれません。☺

【愛される会社プロジェクト セミナーのお知らせ】

40回目となるセミナーは、コミュニケーション力を磨くことで、会社や自分を成長させる方法についてお話をします。

「売上が変わる！コミュニケーションで変わる！！」セミナー

日時：2016年5月25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



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)

【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。

