



## インタビュー 鶴田 浩

### 「思い立つたら即行動」に導かれた起業家の素顔

名古屋でひときわ存在感を放つインテリアショップ「リアルスタイル」を立ち上げ、順調に業績を伸ばす起業家・鶴田浩。

日本製を広めるNPOメイドイン・ジャパン・プロジェクトでは理事長を務める多忙な日々。

自分と関わった人から学び、それをエネルギーに変えて走り続ける彼のスタイルのルーツを追った。 文=豊田礼人



リアルスタイル株式会社代表 鶴田 浩 (ツルタ ヒロシ)

1963年、愛知県生まれ。インテリアショップ「リアルスタイル」の経営者としての活動の他、日本製のモノづくりを支援するNPOメイドイン・ジャパン・プロジェクトの理事長も務める。環境問題への関心も強く、最近はマイ箸を持ち歩く。

## index

起業家インタビュー	1-4
メルマガバックナンバー	5
豊田礼人の経営コラム／小谷由美のお金の話	6-7
ATSUKOのできる社長のビジネス英会話 KKのゴルフクリニック上手くなる魔法はない／編集後記	8

#### — 幼少のころはどんな子供だったんですか？

近所でも評判の素直な良い子でした(笑)。自分でいうのも何ですが、小さい頃から自然にリーダーシップを発揮するタイプでもありましたね。小学校ではずっと学級委員やってるような子供で。

#### — 自分で立候補するタイプだったのですか？

いえいえ。なんとなく周りから推されて。「鶴チンがいい！」とか言われたりして(笑)。鶴田だから鶴チンで。関係ないですが、豊明市でNO.1の健康優良児に選ばれたりしていました。

#### — (笑)。周りから推薦されてリーダーになる、というのは、NPOメイド・イン・ジャパン・プロジェクトの理事長を務める現在の鶴田さんと重なりますね。それは生まれ持つての性質によるものなのでしょうか？

どうなんでしょうか。小さい頃から和を重んじるタイプだったので、自然に周りに人が集まるという感じはありました。和を重んじる小学生というのも可笑しいですけどね。確かに子供の頃からイザコザは嫌いでしたね。平和主義というか、農耕民族的というか。楽しくやろうよ、ということを第一にするというか。ケンカもしましたが、それも「和を乱すヤツを懲らしめる」という目的でしてましたね。

#### — 中学時代はどうだったんですか？

中学時代も基本的にいい子で(笑)。決して生徒会とかに立候補するタイプではなく、だけど皆のご意見番みたいな立ち位置で。裏番というわけでもないんですけど。先生を巻き込んで音楽会を開催したりして盛り上げてましたね。当時はビートルズが大好きで。今でこそメイドインジャパンなんて活動をしていますが、そのころは「日本はダサい」と本気で思ってました(笑)。

#### — そして、高校に進学するんですが…

高校は少し暴れましたね(笑)。地元の進学校に行ったのですが、締め付けが厳しくて、学校や社会みたいなものに反発してたのかな。女の子に興味がいつにならなくなってしまったこともありましたけど(笑)。ちょっと派手に暴れたというか。でもあるきっかけで母親を泣かせたときに、「あ、オレこのままでは、やばい」と気づいて、それからはピタッと悪いことはしなくなりました。高校3年の初めくらいの頃ですね。



### — それから勉強はじめたのですか？

いや、勉強はしなかったですね（笑）。ただ、みんなが大学受験するので、自分も流れで受験した、みたいな感じぐらいで。それで地元の大学の建築学科に入ったのです。父親が建築関係の仕事をしていて、小さい頃から建築というものが身近にあったから、感じるものがあり、自然にその方向に進みましたね。

### — 大学時代はどんな風に過ごしたんですか？

もうアルバイトばっかりしていましたね。で、1年生の5月くらいにハタと気がついたんです。「オレの人生このままだとヤバイぞ」と。はじめて自我に目覚めたというか。

下世話な話ですけど、このままではオレ、慶應大学に行つたヤツに勝てねーよな、と思ったんです。

近所のお兄ちゃんが慶應いったからかもしれないけど。ヤツらが普通の大学生活を送っている時に、オレは何か行動しないと一生勝てないと思ったんです。

### — 1年生の5月に、ですか。早かったですね、気づくのが（笑）。

ほんと、そうなんです。早かったです。それが良かったんですね。で、バイトしながら悶々とする中、他大学の学生が主催するアルファポイントというサークルに出会うんです。そこには元気のいい、パワフルな大学生が集まり、大人の旅行会社をスポンサーにつけて色んなイベントやツアーや企画をするんです。女の子もたくさん集まりますからもちろん楽しいんですが、何しろエネルギーに満ち溢れた仲間に魅了されたという感じですね。それで、そのサークルのメンバー7人で会社を立ち上げたんです。ま、僕はプロデュース・スタッフと言う形での参加で、社員ではないんですけどね。一応まだ大学生ですから。

### — 何をやる会社だったんですか？

イベント会社ですね。マスコミと連携して何か企画したり、パーティや旅行を主催したり。会社の売りは、大学生を

3000人動かせられるというものでしたから、学生とのパイプを活かして、大人のビジネスを盛り上げ、成功に導くというような形ですね。人材派遣のハシリみたいな感じでもありました。

### — 儲かったんですか？

いや～。そんなに儲からなかったですよ。会社としてもそんなに儲かっていなかったと思います。でも、学生である自分に大人がビジネスとして会話をしてくれるんですから、楽しいですよね。FMの放送局の会議に呼ばれて「今の大學生は何に興味があるのか」というテーマで大人たちと議論するんですから、単純に楽しいですね。オレたちすぐーって感じで。で、この会社に2年くらい関わったのですが、イベントってイベントが終わると何も残らないんですよね、当たり前ですけど。そのことになんとなく違和感を感じ始めたんです。で、そのころ、その会社になぜか建物の内装を手がける仕事が舞い込んで、僕が建築学科だったんで、「お前、図面書け」とか言われちゃったことがあったんです。結局その仕事は途中で流れたのですが、その時「あ、オレはやっぱり、モノを作って残していく仕事がやりたいな」と思ったんです。それから、その会社からは離れ、ちょっとまじめに大学に通い始めたんです。

### — それで、建築の勉強に入り込んでいったんですか？

いえ。なぜかバーテンを始めたんです（笑）。つまり、机の上で建築を勉強することも少しはしていたんですが、それよりも、「カッコイイ建物、カッコイイ空間、インテリアの中に身を置きたい」と思ったんですね。それで、当時名古屋で一番おしゃれだと言われていた「ステージ」というファッションビルの中のバーでバーテンをやり始めたんです。そこには著名な建築家やデザイナーやショップ経営者など、名古屋のおしゃれな大人たちが集まるんです。キレイなモデルさんとかも。そこでたくさんの人と出会い、音楽・ファッション・建築などいろんなことを吸収していました。

### — やっぱり5年行ったんですね（笑）。就職活動はしたんですか？

しました。学生時代に色々考え、色々経験してきたうえでの結論は、「名古屋で一番カッコイイ建築物を作っている施工会社に入ろう」ということだったんですね。アート色が強い設計事務所やアトリエは、金銭的にきついし、自分には向いていないと思ったんですね。サラリーマンの息子なので、自分で稼がないといけないし。それに何はさておき現場が大事だという思いもあったんです。それでカッコイイ建築物を作っている施工会社を探し、加納工務店という会社に入ったんです。そこで現場監督を2年やって現場の仕事を覚えたら、辞めて海外に行こうと思ってたんです。

## — 海外ですか？

そうなんです。入社して1年半はめちゃくちゃ仕事しました。睡眠時間もほとんどないくらいに。朝早いんで、現場の前で寝てましたもん。現場では誰よりも早く行って、自分から「おはようございます」と言わないといけないんです。それが人間関係で優位に立つ秘訣なんです。そうしなければ若造ですから、現場の職人たちになめられるんですね。そうやって頑張って仕事して、1年半経って一人前に仕事が回せるようになった時、常務に、「あと2ヶ月で辞めさせてください」と申し出たんです。めちゃくちゃ叱られました(笑)。その頃の私は結構仕事もできて結果も出していて、周りからも認められていたんです。ですが、その常務は「お前一人で仕事してるんじゃない。まわりの人が協力してくれて始めてしごとがまわるんだ。自惚れるんじゃない」と言うんです。「なにを!」と思ったんですが、今振り返るとその通りなんですね。で、その日の夜、進行会議があって私も出席していたんですが、2つの現場の監督者が足りなくて、予定表の担当者欄が空白なんです。皆はどうしたものかと困っているんですが、辞めますと宣言した自分はずーっと下を向いて黙っているんです。でも担当者が決まらなくて。それで「僕、やります!」と手を上げたんです。皆びっくりしてました。「なんだ、お前。辞めるんじゃないのか。いいのか? やるのか?」と言われたんですが、「やらせてください」と言って、結局それから半年続けたんです。

私にとってはその半年っていうのは人生においてすごく良い時間を過ごしたと思います。そこで更なる出会いがあったし、会社の中でも「あいつはちゃんとしたヤツだ」という評価を頂くことになったんです。で、半年後に海外に出発する前日まで仕事をさせてもらって、社長からは餞別として10万円頂きました。それから1年半、海外で過ごしたんです。



## — 海外はどこにいったんですか？

半年間ロスにて、それからヨーロッパ、アフリカまでまわって、トータル1年半いましたね。いわゆるバックパッカーです。著名な建築家の建築物を見て回ることを目的としていたんですが、不思議なものでその建物だけを見てもつまらないんですよね。やっぱりその土地の文化、風

土、習慣、宗教、哲学みたいなものに支えられて、建物があるんだな、と。そういうものを通して建物を見ないといけないんだ、と気づいたんです。

— なるほど。鶴田さんの話を聞いていて思ったんですが、鶴田さんは思い立ったら即行動するんですね。そうなんです。これは高校時代の友人に教えられたんです。思ったらすぐ動けよ、と。ウジウジと考えて行動しないのは美しくない、とその友人は言うんです。確かにそうですね。やらずにいるより、実際にやってみて判断しないとダメだ、ということをそいつに教えてもらいました。

## — 高校生でそんなこと言うなんてスゴイ人ですね。それで外国から帰ってきてどうしたんですか？

帰ってきたら、前の会社の上司が会社を立ち上げたんでその会社に誘われて入りました。社長は前の会社の社長が兼務で。家にまで来て誘われたんです。それでその会社で13年間勤めました。仕事は分譲マンションや分譲住宅の企画販売でした。結構たくさん手がけましたね。そうするうちに結婚して、子供も出来て、家を買ったりして、一瞬「オレ、このままいくのかな…」と思い始めたんです。サラリーマンで終わるのかな、と。しかしもともと独立したいという思いがありました。勤めていた会社は、やはり施工という分野を極めたいと思っている会社であり、一方で自分は企画して設計してデザインしてという仕事にどんどん興味が移っていました、会社と自分の方向性にズレが出てきたんです。社長からは、いざれはお前が社長に、なんてことも言われたりもしましたね。で、どうしようかな、と思いつながらサラリーマンを続けていました。そういううちに更に色々な出会いがあり、いよいよ建築事務所として独立しようと決心したんです。

## — 独立して、収入のあてはあったんですか？

はい。勤めていた会社でマンションの企画販売を多数手がけて、それらのマンションの管理費収入を私が新会社で引き継ぐことになったんです。それである程度の収入のめどはたっていました。そのことも重要な要素でしたが、何より「やりたい。やろう!」という気持ちの方が強かったです。で、起業に踏み切ったのです。

## — 建築事務所が始まりだったんですね。それが、今は「リアル・スタイル」というインテリアショップを開かれていますね。その辺りの経緯はどんなことだったんですか？

ちょうどその起業するタイミングの頃、大学時代のアルファポイントでいっしょだった友人から声を掛けられたんです。その友人の実家は家具メーカーをやっていて、その家具を売る店をやって欲しい、と頼まれたんです。資金も協力するから、と。

**一 いきなり経験の無い小売店をやることになったんですね?**

そうなんです。で、その友人が地方で経営していた小売店に行き、一通りのことは勉強して理解したんです。小売店の運営と言うか、経営的なことも含めて。その時思つたんです。「これは、自分のやりたい建築にどんどんつなげられるな」と。家具、インテリアと建築は切っても切り離せないですからね。それで、インテリアショップを開業することにしたんです。

**一 そうですか。その友人との出会いが起業を加速させたんですね。ところでこのお店の建物ですが、雰囲気ありますよね。大正末期築の洋館と聞いています。もともと何だったんですか?**

印刷所だったようです。まだサラリーマンだったころ、この建物の前をいつも通っていて、こんな建物で事務所がやれたらいいよな、と思って見ていました。でも、設計事務所やるにはちょっと広いな、と考えたり。それでお店をやることになったんで、ここしかない!と決めて、あとはダダダ~っと地主さんと交渉して契約しました。



**一 起業後は順調だったんですか?**

そうですね。オープン後2ヶ月は苦しかったですが、3ヵ月目からは黒字転換しました。ですから、順調な滑り出しと言えるでしょうね。「絶対いける!」という確信めいたものはあったんです。なぜかというと、名古屋にこういうライフスタイルを提案するインテリアショップって無かったんですよ。カッシャーがようやく来たくらいで。東京にはあるけど名古屋はない。だから名古屋でやれば絶対成功すると思ってましたね。で、本物の素材を使った本物の家具、インテリア小物、本物の建築を提案し、街づくりまで展開していくというコンセプトではじめ、今では名古屋に2店舗、仙台に1店舗を運営しています。

**一 今後の展望はあるのですか?**

あと国内に3店舗くらい出したいと考えています。それも従業員の子にのれん分けする形でやりたいな、と思って

います。地方から出てきている従業員もいますので、地元で開業してもらうのもいいかもしれない、と考えています。パリ店も出したいくと思っていたのですが、この目標はちょっと間に合わないかもしれないと思っています。

**一 なぜ間に合わないのですか?**

いや(笑)。ゆくゆくは出身地である豊明市の市長をやりたいと思っているんです。やっぱり、自分を育ててくれた地元の街をよくしたいというか、恩返ししたいというか。結構本気で思っているんです。名古屋っていう大きい都市を変えるのはなかなか大変ですけど、豊明市でなら、できると思うんです。

**一 市長ですか。大きな目標ですね。最後に起業家、企業家の皆様に何かひとことお願ひします。**

偉そうなことは言えませんが、やっぱり周りの人たちに感謝しながら仕事をすることが大切だと思います。「オレがオレが」では結局たかがしれていると思います。京セラの稻盛会長が言っていました、「因果応報の法則」ですよね。善いことを思い、善い行いをすれば、

必ず善い結果が生まれる、ということです。私もそれをいつも胸に刻んで行動しています。ネガティブなことは思わず、ポジティブな考えを持つことが大事なんだ、といつも自分に言い聞かせています。❶

**インタビューを終えて**

鶴田社長とお話をしていると、人間の大きさと暖かさがジンワリと伝わってきます。この包容力で社員の皆さんももちろん、社外の関係者たちを引き込み、ビジネスを大きく発展させていているのだと感じます。自分ひとりではなく、まわりの人と協力しながら仕事に取り組むことの重要性を教わった気がします。「リアルスタイル」の着実な拡大と、自らが理事長を務めるNPOメイドイン・ジャパン・プロジェクトを軌道に乗せた後は、豊明市長となる目標を持つユニークな経営者・鶴田浩。今後の活躍に目が離せません。(市長選の時は応援に行きます。笑)

**【会社プロフィール】**

会社名 リアルスタイル株式会社

所在地 名古屋市中区大井町1-41

T E L 052-323-6262

事業内容 インテリアショップ運営(NAGOYA・SENDAI・HOME)  
オンラインショップ運営、卸販売、建築設計、不動産

U R L <http://www.real-style.jp>

**【NPOプロフィール】**

N P O 名 NPOメイドイン・ジャパン・プロジェクト

事業内容 日本製モノづくりの活性化支援

U R L <http://www.mijp.jp>



## 豊田礼人のメルマガバックナンバー

連続170週間以上無休で発行しているメールマガジン「ブランド思考であなたも会社も強くなる!」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。

# 誰にとってのナンバーワンか?オンリーワンか?

## ■ 日本で2番目に高い山って?

先日、山梨県を旅行している時、地元の運転手さんに「あの山が日本で2番目に高い『北岳』という山なんです」と教えてもらいました。この北岳を全く知らなかった自分を恥ずかしく思いつつも、あらためて、2番目って知名度低いな~と感心(?)してしまいました。山に限らず、色々なものや人が「2番目」であるがために人々の記憶から忘れられています。以前このメルマガでも書きましたが、はじめて大西洋の横断飛行に成功した人物がリンドバーグだということは多くの人に知られているものの、2番目に成功したパート・ヒンクラーを知る人はほとんどいないでしょう。ゴルフで最も若くツアー優勝したのが石川遼選手だということは誰もが知っていますが、2番目に若く優勝した人がだれなのかは全く知られていません。人々の記憶に残るために、1番であることはとても重要なことなんです。

## ■ 世界第2位

世界第2位の経済大国と自らを称する我が日本は、意外に2位であることを海外の人たちに知られないのかもしれません(きっとそうに違いない!)。1位がアメリカであることは広く知られていると思いますが、まさかその次が日本だとは…。そんな感じだと思います。だからといって2位であることはスゴイと思うし、それを築いてきた先輩たちを心から尊敬します。だって、こんな小さな東洋の端っここの国が世界第2位の経済大国なんですよ?これって奇跡と呼んでもいいのでは、思ってしまいます。1位であることは対外的に存在をアピールする時には非常に重要です。また、1位を目指してさらに努力することも重要です。しかし、同時に現在の自分をキチンと認め、評価してあげることも、非常に大切なではないかと思うのです。世界第2位の日本は、ボクにとってはダントツの1位ですよ。北岳は日本で2位であるがために知名度は低いですが、「日本で2位なんですよ」と話す運転手さんはとても誇らしげでした。運転手さんにとっては、日本では2位だけど、オレにとっては1位だと思っているかもしれません。

## ■ 誰にとってのナンバーワンか、オンリーワンか

ナンバーワンになれなくても、オンリーワンであればいい、という歌がありましたが、オンリーワンになることもそう簡単ではありません。オンリーワン戦略とは、会社であれば、規模は小さくとも、他には無い商品や技術を持つことによって市場において唯一無二の存在となり、競合に打ち勝っていくという戦略です。しかし、これがそう簡単にできないから、世の中の会社は悩んでいるのです。ですから、ナンバーワンにもオンリーワンにもなれない2番手3番手の平凡な我々は、お客様にとってのナンバーワンであり、オンリーワンになるしかないのだと思います。世間の評価よりも、あなたの会社のお客様にとってどうあるべきかにフォーカスするのです。そのために、お客様が何を求めているかを常に把握しておくことが、とても重要になるんです。それを知らずにお客様のナンバーワン&オンリーワンにはなれないですからね。

## ■ 自分レベルの視点で

さてさて、自分レベルではどうでしょう?自分と同年の人がビジネスの世界で活躍しているのを見ると、無性に焦ったりする感覚、誰しもあると思います。また、自分が知っている同業のビジネスマンが、自分より大きな仕事をしていたり、成果を出したのを見聞きすると、さらに焦ったりします。そして意味もなくヘコんだりするのです。でも冷静に考えれば、自分よりスゴイ人は世の中に数え切れないほどいるわけで、その中でナンバーワンになることは至難の業だし、オンリーワンになるのも簡単じゃありません。だからそこを追いかけるのに時間を使うよりも、今いるお客様にとってのナンバーワン&オンリーワンになることに焦点を絞ったほうが良い結果を生みます。そこを満たさないまま、ライバルとの差別化にばかり目を向けすぎると大切なお客様からの信頼を損なう恐れがあります。ランキングは10番目でも100番目でもいい。必要としてくれる誰かにとって唯一一番の存在であることが、ボクたちにとって、とても大切だし、やりがいを感じるのだと思います。



豊田礼人の経営コラム 「愛される会社への道」

# 理念で飯は食えない!?

企業は理念を持たなければいけない、というのは本当でしょうか?企業に理念がある場合と無い場合では、業績に違いが生まれるのでしょうか?

## ■ 数字が悪ければ、ジ・エンド

一般的に、企業というのは社会的存在であって、社会に対して何か良いこと、つまり価値あることを提供していかなければ、その存在価値は無いのだと定義されます。しかし、どんなに社会的に価値のある事をやっていようとも、業績が悪ければ企業は倒産の危機に瀕するわけで、その倒産とは、払うべき金が払えないことであるわけで、つまりはマイナスの数字がプラスの数字を上回ることであるわけです。ですから、企業が価値あることを社会に対して行う存在であったとしても、数字が悪ければジ・エンドなわけです。

いくら社会的に立派なことをしていても、数字を上げられなければ「役立たず」の烙印を押されて、ポイされるのです。すると、こういう数字で生死が判断される世の中にあって、理念などという非数値的な概念を企業経営の最上段に掲げることは、何か意味があるのでしょうか、という疑問を持つわけです。確かに、多くの経営の教科書には、いかに理念が企業にとって大切であるかが詳しく書いてあります。ボクも昔そのことを学び、経営のことなど全く分からぬにも拘わらず、「やっぱり理念が不明確な企業は伸びないよね~」などと知ったかぶりをして、世の中の企業を分析していました。無謀にも、実際のコンサルティングの現場で社長さんに進言することもありました。

「御社には明確な企業理念がありませんね。それじゃまずいですよ。だから業績が上らないんですよ。さっそく作りましょう」などと…。

今振り返っても恥ずかしいですが、本当にこういうことを言つていました。すると社長さんからこう言われるのでした。

「理念を作ると、明日の売上が得られるのかね?」

「う…。」

そうなのです。いくら立派な理念があろうとも、明日売上が上げられなければ、会社は行き詰まるのです。

## 「理念で飯は食えないんじゃ!」

これは現場で戦う社長の痛烈な叫び声です。そんなことも分からずに、コンサルティングをしていたんですね…。

## ■ 超優良企業と理念の秘密

話は少しずれますが、現場型の社長さんにこういう「明日の売上重視」の考え方を強くお持ちの方がが多い気がします。現場型の社長は営業力や交渉力に長けており、明日の売上を作れる人の迫力たるやものすごいですから、その辺の頭でっかちなコンサルタントなんて、全くなきうちできないんです。で、そういう人に「理念で飯は食えん!」と言われると、教科書に書いてあったことなどどこかに飛んでしまい、「ごもっとも!」とひれ伏してしまうのです。

そういう経緯があり、「そうだよな。いくら立派な理念があつても、業績が上らなきゃ、意味無いよな・・」と思っていたのです。そう思っていたある時、一冊の本と出会いました。「ビジョナリーカンパニー」という本です。これは、世界中の超優良な企業と、それらの企業に比べるとイマイチな業績の企業との間の「違い」について、徹底的に調べた本で、「違いを生む違いは何か」の解明に挑んだ本ともいえます。その結果、超優良な企業にあって、イマイチ企業に無いものが、「理念」であることがわかったのです。この本で著者は、「ビジョナリーカンパニーと呼ばれる世界的優良企業のほぼ全てで基本理念がしっかりと文書として定められているうえ、企業の動きを決めるものとして、大きな力を持っている」と報告しています。つまり、企業が進むべき方向性をしっかりと明文化し、社員が共有して行動することが、優良企業になる鍵だというのです。「我々は、あっちに進むぞ」と目的地をはっきりと決めて、宣言することが、長期的にみて大きな成果を生むことが、多くの企業を調べた結果わかったのです。

個人でも組織でも、向おうとしている目的地が定まっていなければ、絶対に目的地には辿りつけません。よく会議や打ち合わせなどで議論が一向に深まらず、時間ばかりが過ぎていくことがありませんか?この場合も、議論の目的地が明確にされないまま行われていることが多いようです。車を運転する時も、会議をする時も、会社を運営する時も、

目的地がはっきりしなければ、進みようもありません。企業経営の目的地を示すものが「理念」なのです。

## ■ 理念は接着剤

さまざまな価値観を持った人の集合体である企業をまとめるためには、目的地である理念がとても重要です。とくに、社員数が15~20人以上になってきた企業では、理念の力が必要になります。10人くらいまでの組織であれば、社長が常にそばにいて、考えを直接社員に伝えていくことも可能ですが、組織が大きくなるにつれ社長の考えが伝わりにくくなります。その時、「理念」の必要性が出てくるのです。理念で組織を一体化するのです。もちろん1人でやっている個人事業、あるいは社員2~3人の小規模企業でも理念は必要です。

理念をつくり、紙に書き、壁に貼っておくことで、自分も社員もやるべきことから目を離さず、とるべき行動が明確になる効果があります。

この「ビジョナリーカンパニー」を読んでからは、組織の状況をよく観察しながら理念の再構築を社長に促すようにしています。例えば、売上回復が急務な会社では、とりあえず理念のことよりも売れる仕組みを組み立てることを優

先します。そして売ることの楽しさを再認識したうえで、より組織の力を發揮させるために理念を考え直します。現場で戦う社長の言うとおり、理念を設定したとしても業績が急回復することはありません。しかし、理念を事あるごとに社長が口にすることで、社内が少しづつ変化する実感を何度か味わっています。理念を公言すると、現実化に近づくのです。また、何かを決める時も理念にもとづいて決めるため、フレが無くなり、決断も早くなります。理念とは、社長と社員とを一つにする接着剤であり、行動を加速させるターボチャージャーなんだ、と最近感じています。逆に言えば、そういう理念でなければ意味がないと思います。

理念で明日の飯は食えません。しかし、5年後あるいは10年後に、もっと美味しいご飯を安定的に食べるためには、道しるべとなる理念のもとに、社長と社員が一つになり、他社に負けないスピードで走り続けることが必要なんだ、と強く思います。❶



**プロフィール**  
とよたあやと RAYMAC代表  
「1000人の社長を笑顔にする」をモットーに社員30人規模以下の中小企業専門のコンサルティングを行なう。  
家族は妻と息子1人。最近の趣味はゴルフ。愛される会社プロジェクト推進リーダー。  
中小企業診断士。

## 小谷由美の Smile Life 社長のための 賢い資産運用

皆さま、はじめまして。ファイナンシャルプランナーの小谷由美と申します。朝晩は涼風が立ち、そろそろ食べ物がおいしくなる季節に突入しますね。毎日朝早くから、3,4キロ走って、体調整えているこの頃です。私のお仕事なので、日々の生活の中で必ず関わるお金についての専門的な知識を習得し、問題や不安を解決しています。一人一人の立場で、お互い確認しながらアドバイスや、サポートをさせていただいている。

このコラムでは、新しい時代の安心と感動を提供していきたいと思っています。

## ■ 日本人の資産運用

家計の金融資産の平均額は1259万円。なんと昨年より140万も増加しています。(「家計の金融資産に対する世論調査」~金融広報中央委員会~)バブル景気が崩壊したとされる1991年から日本は、失われた10年と言われ、デフレと呼ばれていた間も貯蓄は増え続けていたとされています。金融商品の構成比率を見てみると、銀行などの預貯金の構成比が最も高く4割、ついで、郵便貯金が約14%を占め、両者合計で、やく5割強となっています。また、有価証券の比率は上昇傾向にありますが、2割程度にとどまっているのが現状のようです。ゼロ金利から、低金利、投資ブームを経ても、なおも日本の預貯金比率が高いのは情報の少なさ、将来の収入への不安、リスク商品にまわす資金的な余裕の問題などからなのでしょうか……

## ■ 預金はリスク

銀行やゆうちょに預けている普通預金に定期預金。元本保

証のこれらの商品もこれからの時代にはリスクがあるかもしれません。日本はここしばらくデフレ経済が続き、消費者物価も、前年比マイナスの時代が続きました。しかし昨年の秋ごろから、潮目が、変わり、消費者物価は前年比プラスが続き、この5月には1.5%の上昇となりました。現在の定期預金の金利が0.3%程度ですから、金利を上回る物価の上昇となっているわけです。つまり……預金に預けていると実質的なお金の価値は目減りをしてしまうのです。一方、企業は銀行からの借り入れに慎重で、銀行は預金を預かっても貸し出す方に困り、利率を上げにくい状態です。インフレ社会になるこれから時代は、インフレ率に見合った金融商品にお金を預けることが必要になります。



**プロフィール**  
こたにゆみ  
大学卒業後、金融機関でファイナンスの実務にどっぷり漬かる。その後国内大手生保へ移り、金融商品の知識を深めるとともに人材教育担当に抜擢され活躍。ファイナンシャルプランナーとして独立後は、親身な資産運用アドバイスが好評で、多くの顧問先を抱える。  
(連絡先) TEL:052-551-4006  
(e-mail) f-mission@db3.so-net.ne.jp

ATSUKO  
の

## できる社長の ビジネス英会話

帰国子女でヘビー海外出張者だったATSUKOが、海外で使える生きたビジネス英会話をレクチャーします。中学英語を知つていれば絶対使いこなせる、簡単でイケてる英語を毎月お届けします。

ビジネス英語と言うと、とても難しい単語や表現を使おうとする方が多くいるようですが、実際は意外と易しい言葉が使われている事が多いようです。難しい言葉を使ったからといって相手を説得できるとは限りませんしね。逆に、誰でもわかる簡素な言葉で、論理的に筋道立てて商談を展開すれば、十分に相手を納得させることができるんです。英語には沢山の慣用句=イディオムがあります。文法的に正しくてもネイティブにはピンとこない…などの問題は、イディオムを使いこなす事によってかなり軽減されるんですよ。このコラムではビジネスだけに留まらず様々なシーンで応用できる表現を取り上げて行きたいと思っています。

### 〈今月のイケてる表現〉

**“count on (upon)～”**

= ~を頼りにする、当てにする、信頼する

第一回の今月はcount on～という表現です。簡単な単語の組み合わせでしょ?これで、「頼りにする」とか「当てにする」さらには「信頼する」という意味になるんです。例文で見てみましょう。

#### 【例文】

**Sean:** Mary, I'd like you to work overtime tomorrow. We've gotten behind and have a deadline to meet. Can I **count on** you?

**Mary:** Well, let's just get down to business right now. Unfortunately I have a previous engagement tomorrow. Today you can **count** me in.

**ショーン:** メアリ、明日残業をお願いしたいんだけど。予定が遅れていて締め切りに間に合わせないといけないんだ。当てにしてもいいかな?

**メアリ:** では、さっそくとりかかりましょう。申し訳ありませんが明日は既に予定が入っています。今日なら大丈夫ですよ。

仕事をする以上、周りの人に力を借りずに成果をあげることは不可能ですよね。自分一人の力なんてたかが知れています。誰かの力を借りたいとき、このcount on～という表現は結構使えます。これを上手に使いこなせば、あなたのビジネスはもっと大きく成長するかもしれませんね。GOOD LUCK!



#### プロフィール

いしだあつこ

13歳から父親の仕事の関係でドイツ・デュッセルドルフで過ごす。  
帰国後、大学の外國語学部を卒業し、貿易関係の仕事に就く。  
海外出張も数多く経験し、生きたビジネス英会話を身につけた。  
外国人のイケてる友人多数。現在は2児のママ。田舎で暮らす。

#### 編集後記

レイマックプレスの記念すべき創刊号を発行することができました。これを発行しようと決めたものの、実際に発行するためには色々な人の協力が必要でした。この場を借りてお礼申し上げます。本当にありがとうございます。これからもcount on(頼りにする)するので(笑)、よろしくお願いします。(豊田)



**RAYMAC**

発行元／レイマックプレス・プロジェクト 〒466-0051名古屋市昭和区御器所2-9-27-305 発行者／豊田礼人  
URL／<http://www.raymac.jp> アートディレクター／MARIKO 広告のお問い合わせ／info@raymac.jp

## KKのゴルフクリニック 上手くなる魔法はない

アマチュアゴルフのトッププレーヤーであるKKが、もうちょっと上手になりたいアマチュアゴルファーに上達のポイントを分かりやすく解説します。

### ■ まずは「自分を知る」大切さを知る

今日は初回ということで、ゴルフをやる上で僕が考えている心構えみたいなものについて話したいと思います。

まず、僕も含めてアマチュアゴルファーは、高い目標を求めることが多いと思います。イメージが高すぎるのです。

多くのアマチュアは、プロのショットを見て、自分もあんなショットを打ちたい、すぐにできるはずだと思い込んでしまいますが、実際にラウンドしてみるとできないことの方が断然多いですね。練習場で出来たと思っていたこともできない。

それでカーッとして、力んでしまって、さらにミスしてしまうというマイナスのスパイラルに入っていくのです。だからまず自分の実力を知る、ということがゴルフでは何よりも大切なことです。ミスしたとしても「今の自分ではしょうがない。これが実力だ」と切り替えるのです。

こういう、現在の自分を受け入れる気持ちが無いと、これからさらに学ぶべきたくさんのが耳に入っこなくなるのです。多くの人がこうなってしまっているので、いつまでたっても上達できないのです。他人と比べて出来ない自分を「悔しい。情けない」と思うことは大切ですが、すぐに冷静になり、その悔しさや情けなさを練習にぶつける切り替えが大切です。



それからスポーツは基礎の習得がとても大切だと言われますが、ゴルフも同じです。できればコーチについて基礎を教えてもらうといいと思います。多少お金はかかりますが、上達のスピードは上がると思います。しかしコーチ選びも大切で、どんなコーチでもいいというわけではありません。いくら技術的に上手い人でも、考え方や相性が合わないとダメですからね。そういう失敗をたくさん見てきました。プロでさえ、コーチと契約する際には細かい考え方まで話し合い、自分に合うかどうかをチェックするのだそうです。まだ良いコーチに出会えていない人はとりあえず僕のこのコラムを読んで、参考にして頂ければとても嬉しく思います。

誌上ゴルフコーチということで活用してくださいね(笑)。

#### プロフィール

名前:KK(ケイ・ケイ)

本格的にゴルフを始めて3年でハンディ10。ベストスコア73

普段は某大手企業に勤めるビジネスマン。

ゴルフ向きな超ポジティブ思考の性格だが、友達思いの優しい男である。家族は妻。

