

Raymac press



レイマックプレス

2015年11月号 Vol.87

人一倍の正義感と真面目さで。

NPO法人ポパイ
理事長
山口未樹



大学卒業後、やりたいことが見つからず、流れていた。ひょんなことから出会った障がい福祉の仕事に、自分のやりがいを見つけた。やり始めると、自分の中にあった大人社会への「引っぱり」を思い出した。それは何なのか。模索しながらも独自のスタイルで福祉の世界を歩き、「もーやーこ」を合言葉に障がい福祉施設を運営する山口未樹さんの半生を紐解いた。(インタビュー＝豊田礼人)

—プロジェクト名である「MO-YA-CO=もーやーこ」というのは、どちらかの方だと伺ったんですが。

そうですね。各地に派生した「もやう」という言葉があるみたいなのですが、名古屋だと「もうやっこ」という言葉として残っていて。今80代、90代ぐらいの人たちが、子供に向かって「もーやーこしやあよ」と言ったり。例えばお菓子なんかを「分け合いなさいよ」という意味で使われます。若い世代はまず使わないですけどね。

—なるほど、そういう意味なんですね。「もーやーこ」のコンセプトについて、後ほど詳しく伺いたいのですが、まずこのインタビューでは、小さい頃のことからお聞きしています。山口さんはどんなお子さんだったんですか？

あまり覚えがないんですけど、たぶん運動が得意な少年でしたね。

—運動は何かやっていたんですか？

小学校から大学までサッカーをやっていました。小学校

の頃は今のクラブチームみたいなものではなく、学校の部活だけでやっていました。

—じゃあ、活発な子供だった？

活発というよりはちょっとやんちゃな。自分はそのつもりはなかったんですけど、周りからは見た目で「やんちゃそう」っていう風に見られていて。本当に小学校の頃から「ガキ大将」と言われて育ちましたね。実際は全然ガキ大将ではないのに(笑)。

—(笑)。勉強はどうでしたか？

勉強は全然好きじゃなかったです。ただ真面目なので、授業を真面目に聞いて、というぐらいですね(笑)。学校が終わったら部活をやって、高校生ぐらいまでは淡々と過ごしていました。

—高校も地元で？

プロフィール やまぐちみき
愛知県生まれ
NPO法人ポパイ 理事長
所在地: 名古屋市北区長喜町3-5-2
TEL: 052-508-9035
URL: <http://mo-ya-co.info>

今月の内容

- 経営者インタビュー
NPO法人 ポパイ 理事長 山口未樹
- 経営コラム 起業の嘘ホント その3
- ベストセラー解説 「本物の教養」 出口治明
- メルマガバックナンバー ● レイマック豊田のひとりごと

そうですね。入った私立高校がたまたまサッカーの強豪校でした。新入部員が100人ぐらいいるような。入学式の後に部活の体験に行ったら、既に選抜の新入部員たちがいて。「春休みから来てる」って言われて(笑)。そんなすごいところだったので、レギュラーになるとかっていう野望はなく、ただサッカーができればいいかなと思って。

—入ってみてどうでしたか？

周りは選抜で来ている人たちなので、上手いんですよ。普通にいったらまず勝負にならないだろうと思って、左利きだったので、誰も希望しない左のサイドバックというポジションをあえて希望しました。そしたら本当に一人も希望者がいなくて(笑)。春に行なわれる毎年恒例の試合で、そのポジションに入ることができました。それでプレイしたら良かったみたいで、いきなりレギュラークラスの方に入って、県内の遠征などにも行ってました。でも、学業とも両立したかったんで、学園祭の活動とかがあれば、部活を休んで他の生徒と一緒に手伝いをしたり。レギュラークラスの人たちはみんな「そんなものには出ないよ」と言って部活に行くんですよ。でも僕は「部活ばかりやっていてもしょうがないでしょ」と思うところがあって。気づいたら高校は、無遅刻無欠席で皆勤賞だったんですよ(笑)。それぐらい淡々と毎日を過ごしていました。

—淡々とするのが得意なんですね(笑)。

そうですね(笑)。いつも淡々と(笑)。

—(笑)。で、その先の進路はどう考えていたんですか？

私立だったので、エスカレーター式で大学に入りました。大学でもサッカー一部に入ったのですが、周りはサッカーが生活の中心みたいな人ばかりで、考えていることがサッカーだけなんです。それで、3年生ぐらいで「こういう環境に自分は馴染めないな」と思って。世の中にはもっと色々なことがあって、色々なことを考えなきゃいけないはずだと。僕は文化的なことも好きだったので、本を読んだり映画を観たり、音楽を聴いたりという趣味にはまっていました。そんな流れで、将来の就職についても漠然と、「喫茶店で働いて、本を読んだり音楽を聴きながら仕事ができればいいかな」と思っていました。それで卒業間近に就職先を探していたら、コーヒーチェーン店の店長候補の求人があったんですね。そこを受けたら採用されました。

—そうですね。仕事はどんな感じだったんですか？

大手の会社が入っているオフィスビルの地下にある、7時の開店と同時にサラリーマンの人たちが一気に押し寄せて来るコーヒーショップでの勤務です。常連客さんたちは、朝、何も言わずにレジのあるカウンターに立つんですよ。こちらが挨拶をしても無言で、「何になさいますか？」と聞いたら店長が僕の所に飛んできて。「この方はもう全て決まっているので、聞かなくていいです」って言われました。常連だからといって無言で立っているんじゃないくて、注文

ぐらい言ってもいいんじゃないか、と違和感を覚えたんです(笑)。

—ダハハハ！(笑)。それぐらい、言いましょうよと(笑)。

そうなんです(笑)。朝は特にそういう人ばかりだったので、嫌気がさしてきました。そしたら、「山口の態度はマズい」ということになって、半年でそのコーヒー店から外されてしまいました。フランチャイズだったので、その会社が新規で立ち上げる別の店に回されました。そちらはワッフル屋さんで、23歳の私がいきなり店長になったんです。しかも開店前に1週間だけワッフル屋で修行をただけという無茶ぶりで(笑)。その時はちょうどワッフルブームで、最初の2ヶ月間ぐらいは行列ができるほど繁盛していたんですが、ある時からぱたっとお客さんが来なくなって。店の業績が悪いので社長に色々注意されました。人を雇って管理していく難しさにも直面しましたね。遅刻してくる人や自己主張の強い人など、色々な人がいて。当然大学出たての僕にその人たちの対応が上手くできるわけもなく、辞めてしまいました。その失敗体験がすごく自分の中に残っていましたね。

—なるほど～。それはツライですよ。

はい。で、その後は飲食とは全く関係なく、契約社員などで転々としていましたが、結婚を機に、就職することにしました。当時介護保険ができた年だったので高齢者福祉の求人がすごい数出ていて、27歳で福祉の仕事をスタートさせたんです。一般企業とはやることも流れも違うので、すごく楽しかったんですけど、福祉をやるなら「障がい者」を担当したいなとずっと思っていました。高齢者福祉をやる前にもいくつか求人を探していたんですけど、その当時は障がい者福祉の制度がなかったのであまりに条件が悪くて。4、5年ぐらい高齢者施設で働いたのですが、そこで働いていたスタッフのお子さんが障がい児だったんです。それで、その人が障がい者施設を立ち上げるという話を聞き、「本当は障がい者福祉をやりたいかったですよ」と言ったら「じゃあ来てよ」と言われて、一緒に立ち上げることになりました。



—今まで勤めていたところを辞めて？

はい、辞めて。それまで障がい者福祉の経験もゼロで、何の知識もなかったんですけど、男性職員が本当に少ない業界なので、男性で来てくれるのであれば多少経験がなくてもいいということで。それと、高齢者施設で働いていた時に社会福祉士の資格を取っていたので、有利に働きましたね。

—代表として立ち上げることになったんですか？

代表ではないです。その当時は親御さんの一人が代表をやっていて、私は雇われていました。ただ、親御さんたちは現場には入らないということで、自分はその施設の施設長になって、1、2名のパートと一緒に現場をまわしていました。最初の1年目は生活するのがやっとだったので、同時にアルバイトもしていました。1年ぐらい経つと利用する人も増えてきて、バイトとの両立が難しくなってきたので、施設に専念することにしました。

—代表になったのはいつだったんですか？

代表になったのは、働き出して3、4年経ってからですね。それからはずっと自分が代表を務めています。

—そもそも、障がい者福祉をやりたいと思ったきっかけは何だったんですか？

小学校6年生ぐらいだったと思うんですけど、クラスの中に障がい者の子がいて。ある日その子がいきなり教室を飛び出して出ていったことがあったんです。それで、なぜか僕がついていくことになって。彼は校長室まで行って、そこにいた教頭先生にまくしたてて色々な事を言っていました。発音に障がいがあったので、何を言っているか上手く聞き取れなかったんですけど、「先生の態度が気に入らない」ということを訴えたかったみたいなんです。僕が先生にそれを伝えると、「ああ、そうですか」みたいな対応をされて。その時の態度に「あれ？大人なのになんでこんな冷たい感じなのかな？」と思って。ちょっと「面倒くさい」という感じだったのがすごく印象に残っていて。全ての大人がそうじゃないっていうことを証明したくて、今、僕は障がい者福祉の仕事をやっているのかなと思います。「彼らは多少迷惑をかけることもあるけれど、だからといって弾かれるような存在ではないんじゃない？」っていうことを証明したくて。社会に対する反発心みたいなものがあつたのかもしれない。

—小学校の時の体験がずっとどこかにあつたんですね。

そうですね。でも、その体験に限らず、結局色々な場面で反発心があつた気がします。常に「そういう考え方もあるけど、こう考えてもいいんじゃないか？」とかそういうことばかりが自分を占領している。だからこの仕事をしていると楽なんですよ。自分が「こうじゃなくてもいいんじゃないか」と思っていたことを、障がい者本人たちがそのままやってくれるので。例えば恥ずかしいとか、やり過



ぎかなとか、周りに迷惑がかかる、みたいなことを考えながら僕たちは生きているんですけど、彼らはあまりそういうことがないですよ。色々と気を遣いながら生きている方が息苦しいし、この人たちのような生き方があってもいいんじゃないのかっていうのを、説明しなくてもやってくれる。後ろについていけば、それだけで代弁してくれるとか。それにちょっと意味付けをしていけばいいので、自分としては精神的にすごく楽ですね。

—楽といえば、ホームページに「楽しいと楽(ラク)」のお話が書かれていましたね。とても面白いと思って。

立ち上げた当初、障がい者の女性が軽作業をやっている時に「こんな大変なこと嫌だな」と言ったんですね。それに対して一緒に働いていた職員が、「働くっていうのは楽しいことじゃないんだよ」と言っていました。でも僕は「楽しんで、楽しく仕事ができるに越したことはないじゃん」ということを素朴に思っていて。毎日楽しく幸せに過ごして、何かをやったことの結果が、ちゃんと自分の生活も支えてくれるのであればそれに越したことはない。世の中には色々なタイプの人たちがいるので、とにかく課題を見つけて努力しないとダメっていう人もいると思うんですけど、障がい者の人たちってそういうタイプは少ないんですよ。だから、この人たちがそのまま社会で活躍できて、生活もできたらいいんじゃないかと思うんです。シンプルにそれを目指さないと、結局は障がいがあるから努力できません、みたいになっちゃうんですよ。「努力」とか、そういった言葉が最初に出てくると、結局は障がいがあるから壁になってきてしまうと。

—なるほど。その「楽しい」に繋がってくると思うんですけど、今は創作活動にも入れていますよね？

そうですね。ここは昨年できたアトリエで、奥で創作活動をしています。最初にできた「オーリーブ」という施設では、少し障がいの重い方が木工やもの作りをしています。障がい者の人たちはお菓子を作ったり、グッズを作って販売した収益が給料としてもらえます。仕事をするのが人生のすべてではないのですが、働くことによって外部の人との関わりが出てきます。だからそういう意味でも重要だなと思っています。アトリエは、障がい者の人たちがアートするっていうのが面白いし、ちょっと本腰を入れてやったら

それなりのものになるんじゃないかということで始めているんです。

—そうした創作活動がポパイさんの個性になっていますね。

そうですね。外からは「楽しそうで、明るくて、エネルギーがあるね」という評価と、「好きにやっていて、ちょっと困りもんだね」という評価があります。障がい者は毎日変化に富んだ生活よりも、なるべく静かに落ち着いて、決まったことをきっちりこなしていく方が安定すると言われているからです。でも、社会に出れば毎日色々なことが起きるし、常に一定じゃないですよ。その中から新しいことを発見できて「こういうことをやってみたい」と思ってもらえればいいなど。もちろん自分達が提供しているサービスにも限界がありますが、その中で100%いいものを提供しようと思っています。

—山口さんは「正義感」みたいなものをお持ちだと思うんですけど、社会貢献というものを、普通に淡々とやられてきたのかなという印象ですね。

自覚はないのですが、周りからは「人一倍、正義感や真面目さがある」と言われるので、たぶんそうなのかもしれません。あとは、こういう事業は社会貢献事業だと言っていますが、ただ障がい者の人たちを受け入れているだけで社会貢献だというのは全然違って。自分達がやれる社会貢献活動があるように、障がい者にだってできることがあると思うんです。それを模索しながら企業に声をかけたり、社会福祉協議会や区役所に話をしたり。こういった事業所の風潮としては、色々なリスクを避けるために安全な方へ進みがちです。障がい者たちを大事に抱えてそっとしておくみたいな。でも、外部との関わりを持つことで色々な視点が入ってきますよね。だから僕たちは意識的に外部の人たちに入ってもらっています。「もーやーこ」というコンセプトもそうですけど、何かをやる時には敢えて第三の力を入れて、分かち合いながらやっていきたいと思います。

—企業とコラボして何かをするっていうのは、例えばどういうことができるんですか？

例えば今は、大手生命保険会社のビルの中で出店をして、社員向けに商品の販売をしています。うちの商品だけでなく、名古屋市内の10カ所ぐらいの事業所に声をかけて来てもらっているんで、結構大掛かりな出店になっています。あとはそこでお祭りをしたり。大手の会社なので、周りへの影響力も大きいですね。

—最近「まぼろし」のようだという展示会も開催されていましたね。

それも、オーナー業をやっている方達がビルを所有していて、まだ本格的にスタートするのに時間がかかるということで。前段階にちょっとお試して何かやってみてくださいという話があって前々から絵の展示をやってみたかったので、やらせていただきました。

—このアトリエで描いた絵ですか？

そうですね。絵の展示とイベントもたくさん混ぜてやりました。それも「もーやーこ」というコンセプトでやっているんで、全部自分たちでやらずに、色々なところに来てもらって。そうやって企画を受けて、こちらでコーディネートして何かをやるということが形になりつつありますね。

—ここに辿り着くまでに紆余曲折があったと思いますが、山口さんの「仕事感」とはどういうものですか？

自分はたまたま恵まれてこういう仕事に就けたので、やりたいことが全てできてラッキーだと思っています。自分がやっていることが世の中にとって必要だと思うし、すごく自分の原動力にもなっているので、そこをもっと追求していきたいですね。研ぎ澄ませていくというか。やっぱり「やりたいことは何？」っていうのを常に問いかけて、そのためにやるべきことは何かを考えていくことが大事だなと思います。

—「自分の本当にやりたいことって何だろう」というのを、自分自身に問いかけるっていうことですね。

そうですね。あとは僕、すごく楽観的なんです。成績なんてずっとオール3。しかも、それを「全てが少しずつできる」って自分で勝手に思い込んでいたんですけど、ある人に聞いたら「それは全部“悪い”じゃん！」って言われて（笑）。全然知らないことだらけなので、何事も自分だけでは留めないようにしています。自分が何かを生み出そうっていう欲望はあまりなくて、「この人にやってもらったら面白いかも」と思った人に声をかけたら結果良かったみたいなことをやっていきたいなど。そうやってきっかけを作ってコーディネートしていく方が向いているんですよね。

—プロデューサーですよ。山口さんは、自分自身で起業家というイメージもあるんですか？

法人を運営している立場だし、職員を抱えて事業を運営しているので、起業家という自覚は持たなければと常に思っています。じゃないと発展していけないですよ。

—今後ポパイさんはどんな風になっていく予定ですか？

設立から10年経って、福祉業界の中では中規模になってきたんですよ。今利用されている方は50、60人。職員もそのぐらいの数があるので。ただ、この施設は自分の考えを浸透させてやってきたので、もし職員が育ってきたら、なるべく巣立ってほしいなどと思っています。自分とはまた違った新しい価値観で障がい者に接してほしいんです。力のある職員がいたら、一緒に準備などもサポートしていきたいですね。

—どうもありがとうございます。お話を伺ってとても刺激になりました！



起業の嘘ホント(その3)



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。

■事業のパッケージ化

「事業のパッケージ化」という概念は、アメリカのスマールビジネス向けコンサルタントであるマイケル・E・ガーバーという人が著書「はじめの一步を踏み出そう」の中で紹介しています。事業のパッケージ化という考え方を実践しているのがフランチャイズビジネスです。マイケル氏によると、創業後1年以内に、普通の会社の40%が廃業している一方で、フランチャイズの95%が成功を取めたそうです。さらに最初の5年間で普通の会社の80%が廃業しているのに対して、フランチャイズの75%が成功を取めているのだそうです。

なぜ、フランチャイズビジネスがこれほどの高確率で生き延びているか。その秘訣は、商品を販売する前に試作モデルをつくるように、事業にも試作モデルをつくるという考え方を取り入れたからです。試作モデルをつくる中で、起業家のアイデアが練り上げられて、事業が成功する確率が高まるのだ、とマイケル氏は説きます。

例えば、家を建てる時は、まず設計図を書き、その図をもとにして要望や意見を交換し、顧客が望むデザインやレイアウトを施された家を構想します。その過程で、建築上の制約や問題点も明らかにし、安全な家になるように検討されます。そして設計図上で求める家が完成した上で、実際に家を建て始めます。このステップを踏むことで、確実に顧客が満足する家が出来上がります。設計図を書かずに、いきなり建て始めてしまったら、不満だらけで求めるものとは程遠い家が出来上がってしまいます。

つまり、事業においても、まず「こうやれば事業が上手く回り、望む利益が得られるだろう」という事業の試作モデルをつくり、それを持って本格的な事業を開始することで、事業の成功確率を上げることができるのだということです。

「誰に何をどうやって売れば確実に利益が出る、ということが分かれば苦労しないよ」と思われるかもしれませんが。何事もやってみなくちゃ分からない、という意見ももっともだと思います。私自身も、ビジネスというのは相手(顧客)があって成り立つものなので、相手がどんな反応をするのかは、それこそやってみないと分からない、だから一刻も早くスタートすべし、といつも思っています。しかし



リスクを背負って起業し、経営をするという局面では、事前の準備やリサーチがとても重要です。再起不能になるような致命的な失敗を冒さないためには、出来得る限りの正確な設計図(=試作モデル)を描いてみるのが、必ずあなたの助けになるはずです。

■誰のお困りごとを解決するのか?

試作モデルをつくる過程で重要なことのひとつに、その商品・サービスは「誰の、どんなお困りごとを解決するのか?」あるいは「誰の、どんな欲求を満たすものなのか?」という質問に対する答えをしっかりと持つことがあります。

どんなに素晴らしい商品やサービスをつくったとしても、それを欲しいと思う人がいなければ、絶対に事業は上手くいきません。売れないのだから当然です。自分が作りたいものを作り、売りたいものを売ろうとして、結果、全く売れずに沈んでいく会社が後を絶たないのです。まず自分の事業の顧客は誰なのか。その顧客はどんなニーズ・お困りごとを抱えているのか。あなたの商品がこれらを解決する商品・サービスであることが、買ってもらうための大前提になります。

■神は細部に宿る


事業の試作モデルを作り、その精度を高め、誰がやっても同じような結果を生み出せるようにすることが、「事業のパッケージ化」の目的です。試作モデルの精度を高める上で重要なことは、事業の隅々にまで気を配り、ベストな状態を維持しながらテストを繰り返すことです。ここで商品の品質、ラインナップやプロモーションなどについて徹底

徹底的にブラッシュアップしていくことは当然ですが、それ以外の細かいところにも目を向け、最適化していくことを忘れてはいけません。例えば店舗ビジネスにしろ、対法人ビジネスにしろ、販売パーソンの販売・接客スキルの質や、トーク内容の正しいスクリプトを用意して顧客と接することが重要です。時にビジネスモデルやマーケティングなどの大まかなところに気を奪われるあまり、営業トークなどのオペレーション上の細かい部分を煮詰めないまま販売開始するというエラーが起こります。その結果、売れないという状況になり、結果、ビジネスモデルに問題がある、とか、マーケティングのやり方がミスマッチだった、という間違った結論を引き出してしまふこともあります。

本当に機能する試作モデルを作り上げるには、収益が上がるビジネスモデルの構築や適切なマーケティングプランを導入することと同時に、細かいオペレーションにまで気を配ることが重要です。神は細部に宿るのです。例えば、高品質な試作モデルを作り上げ、事業をパッケージ化するこ

とによって世界的な大成功を収めたマクドナルドも、細かいオペレーション上の決まり事をつくり、それをマニュアル化し、すべての社員がそれに沿って仕事をすることで成長したのです。例えば、こんな感じです。

- ・フライドポテトはべとつかないように、保温器に7分以上置かないこと。
 - ・冷凍されたハンバーグを焼く時は、決められた時間にひっくり返すこと。
 - ・食事は60秒以内にお客様に出すこと。
 - ・清潔さを保つために、細部にまで注意を払うこと。
- (出典：「はじめの一步を踏み出そう」マイケル・E・ガーバー著

何て細かいこと、と思ったでしょうか。しかしこの細かさが、マクドナルドという事業パッケージが成功した重要な要素になった、というのは言い過ぎではないと思います。(つづく) 



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

『本物の教養』 出口治明 著

■オススメ度★★★★ ■読むべき人 人格を高めグローバルに活躍したい人

ポイント1

責務ミニマム、面白いことマキシマム

面白いかどうかを行動基準にすれば、理想的な人生が送れる。ビジネスの用件は面白い面白くないにかかわらず、すまねばならない責務である。責務はミニマムが望ましい。けれども面白いことはマキシマムにしたい。

ポイント2

仕事は「どうでもいいもの」

仕事は失敗してはいけない、失点を防がなくてはならないと思うと、気持ちが萎縮してしまい、良い仕事はできない。仕事は人生の時間の2、3割程度を占めるものにすぎず、「どうでもいいもの」という価値観を持たば、自分の信念に従い思い切つて仕事をする事ができる。それが良い結果を生む。

ポイント3

ビジネスでは、本気かどうかがすべて

ビジネス上で成果を出したいと思うならば、本気でそれを願うことが必要だ。そうすれば、それが行動となって現れ、部下やスタッフに思いが届くようになる。結局、心を込めていないことは、何をやっても意味がないのだ。

豊田の結論

ライフネット生命保険株式会社代表取締役会長兼CEO。ビジネス、経済、教育問題、国際社会問題など、幅広い分野において確固たる意見をもっており、それを分かりやすくかつ独特なユーモアを交えて解説してくれるところが、この著者の真骨頂だと思う。その著者が、日本のビジネスパーソンは、大企業の幹部も含めて、海外のビジネスパーソンに比べて教養が低いと指摘する。受験による詰め込み型の知識はあるが、外国人と質の高い会話を交わす際に必須の教養が備わっていない。教養を高めるために必要なのは、本、人、旅の3つだと著者は言う。さっそく実行しようと思わせてくれる良本だった。

- ★★★★★ 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500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。

見た目を変えて売上倍増

(2015年4月17日発行第522号)

■ キヨスクがセブンイレブンに

JR西日本がセブンイレブンと業務提携し、岡山駅の駅構内のキヨスクをセブンイレブンに入れ替えたそうです。そうしたら、売上がびっくりするくらい伸びたそうです。

売上が伸びた背景には、セブンイレブンのブランド力の強さや品揃えの魅力、店舗運営レベルの高さなど、色々な要因があるでしょう。まあ、セブンイレブンの総合力の高さは重々承知ですが、僕がこの記事を読んで真っ先に思ったのは、看板と名前の重要さです。

同じ場所、同じような業態（中身）であっても、外から見た時の看板や名前などの「見た目」によって、顧客の反応は全く変わるんじゃないか、ということです。

■ 外観を変えたら売上2倍に

芸能人が名前やコンビ名を変えたことでブレイクした例を、僕たちはいくつか知っています。中身は変わらないのに、名前や外見を変えたら、売れ出した。

昨年度にコンサルティングで関わった飲食店で、外観を改装した店舗が2店ありました。いずれの店も改装後の客足は好調で、うち1店舗は売上が昨年度の2倍になったほどです。すべて外観の改装効果ではないとは思いますが、そのインパクトはかなり大きかったのは確かです。

見た目の良さは、客を惹きつける重要な要素であることは、疑いの余地はありません。

■ 名前が機会損失を引き起こしている

見た目がすべてだと言うつもりはありませんが、顧客を引き寄せる上で重要な要素であることは間違いないでしょう。

つい入ってみたいくなるお店、つい話しかけたいくなる人、ついつい見入ってしまうホームページ、というのは、やはり見た目が魅力的であることが多いです。

それから、名前。やっている仕事と全くかけ離れた名前

や、呼びにくい名前、読めない名前、長すぎる名前などは、お客様を振り向かせる点において全く不利です。一度つけた名前を変えるのは大変だから、とそこには手を付けずにいると、機会を逃し続けてしまうことにもなりかねません。

■ 自分レベルの視点で

自分レベルではいかがでしょうか？人は見た目が9割です、って言われると、いやいや、大切なのは中身でしょ、と反論したくなる僕。でも実際、見た目で損している経営者やお店は多いな〜と思うことも事実。

昨日さらっと立ち読みしたビジネス誌に、商談相手のNGランキングのワースト1に「身だしなみのだらしなさ」が挙げられていました。話す内容とか、プレゼンの仕方などの前に、まず身だしなみを整えないと、商談は絶対に成功しないのだ、と。

確かにコンサルティングの現場でも、経営戦略とかビジネスモデルを語る前に、まず身だしなみを整えるだけで業績がアップしそうな社長はたくさんいます。客商売なんだから、もうちょっと気を使った方がいいですよ、といたくなるような。

でも、なかなか外見のことって、指摘しにくいんです。でも、実は一番重要だったりする。

一番重要なことなのに、誰も指摘してくれずに、そのまま放置されている・・・これ、すごく恐ろしいことですよね。

だから、自分で自分を律して、厳しく見るしかありません。僕も気を付けます。ぜひあなたも。

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..

今月のトピック

好きなお店が倒産した

名古屋で有名な花屋さんである「はなあーと」さんが自己破産したそうです。負債総額は4億円だとか。

この「はなあーと」さん、1階はたくさんの生花と雑貨が並ぶショップで、2階は「VASE CAFE」というカフェになっているお店でした。広くてとても素敵な空間で、僕も家族も年に何度も通うお気に入りのお店でした。ですから、この突然のニュースをとっても残念な思いで聞いたのです。

はなあーとさんは、いつ行っても多くの人で賑わっていたし、併設の「VASE CAFE」は順番待ちのお客さんと常に行列が出来ていました。そういう状況を何度も実際に見ていたので、余計にこのニュースにはびっくりしたのです。

で、思うのは、いくら「人がたくさん訪れていて、繁盛しているように見えても、必ずしも儲かっているとは限らない」ということです。

お客様が集まっても、商品やサービスを買ってくれなければ、利益は生まれません。必要な売上高に達しなければ、いくら繁盛しているように見えても、事業は止まるのです。

お客様に、いかに買ってもらうか。いかに財布からお金を出してもらうか。

当たり前ですが、事業継続の重要なポイントです。🍷



【愛される会社プロジェクト セミナーのお知らせ】

39回目となるセミナーは、顧客視点を会社の中心に置くことで、環境変化を乗り越えて成長できる、強い会社づくりについてお話をします。

「逆境に負けずにグングン伸びる、強い会社をつくる！」

日時: 2016年2月17日(水) 19:00~20:45
場所: ウィンクあいち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 540円
- A2会員 980円
- B会員 4320円
- C会員 12960円 (すべて月額)