

RAYMAC PRESS



レイマックプレス 2013年6月号 Vol.58

インタビュー 丹羽英晶 株式会社丹羽シートメタル タレパン工房 代表取締役

ネットでもリアルでも、義理と人情は欠かせない

父親から継いだ金属加工業の丹羽シートメタルは、高い技術力を持ち、業界では一目置かれる存在でした。しかし価格競争に巻き込まれ、業績は下降の一途。「何とかしなくちゃ」ともがく丹羽英晶は、ネットを使ったプロモーションに活路を見出す。強みを明確にし、ホームページやブログで丁寧発信したところ、徐々に受注が増えてきた。近年は自社商品を開発し、ネットで消費者への直販する事業も拡大させている。ネットでもリアルも義理と人情が大切だと語る丹羽社長はどんな経営者なのか。レイマックの豊田礼人が迫った。(取材・文＝豊田礼人)



丹羽英晶 にわひであき
株式会社丹羽シートメタル 代表取締役
1972年 愛知県名古屋生まれ

大学卒業後、食品メーカーに入社し小売店向け営業を経験。その後父が経営する会社に入り、父の他界後、代表取締役に就く。会社の業績を立て直すためネットを使った販売に力を入れ、実績を積み上げる。その取り組みがマスコミ等で取り上げられ話題となる。

Index

- 起業家インタビュー
株式会社丹羽シートメタル 代表取締役 丹羽英晶さん
- 経営コラム
ブルーオーシャンはどこにあるのか？
- ベストセラー解説
『伝え方が9割』
- メルマガバックナンバー ● 人事労務相談室

—小さい頃はどんな子供だったんですか？

心配性で几帳面な子供です。躰に厳しい家庭だったので、決まり事やルールは守らなければいけない、と思っている子供(笑)。今、親になって、自分の子供も同じなので可笑しいんですけど(笑)。

—丹羽家のDNA(笑)？

そうかもしれませんね。でも友達の間では割と目立ちたがり屋でした。学級委員をやったり生徒会の副会長をやったり。小学校も中学校も生徒会副会長(笑)。目立ちたいんだけど、トップに立つわけではない。そんなポジションでした。ずっと放送委員をやっていて、それもマイクで校内放送するのが目立つから、という理由です(笑)。小さい頃から将来はアナウンサーになりたいという夢があったことも影響しているかな(笑)。

—勉強はどうだったんですか？

結構できました。真面目ですから(笑)。学校へ行けば勉強して、宿題は必ずやって、という、ルールは守る子ですからね(笑)。部活は小学校、中学校、高校とも卓球部。運動は好きなのですが、運動神経は悪い方でした(笑)。

—高校はどんな感じだったんですか？

もう真面目、真面目で(笑)。勉強して、卓球部やって、友達と遊んで、という感じです。

—高校卒業後の進路については？

大学には行こうと思っていました。高校の成績が良かったので指定校推薦で南山大学の経営学部に進むことができました。ですから受験もしているようでしていないんですね。

—なるほど。大学時代はどんなふうに過ごしたんですか？

大学時代は楽しかったです。フェンシング部に入りまして。新入生勧誘の先輩にうまく乗せられて(笑)。すごく楽しそうに見えたので入部したのですが、入ってみたら超厳しかった(笑)。モロ体育会系で。先輩、勧誘の時、あんなに優しくかったのに！みたいな(笑)。

—(笑)。まんまと騙されて(笑)。

そうですね。でも入部後はすごく一生懸命に練習しました。授業も真面目に出席して、その後はフェンシングの練習。授業があっても無くても、学校には毎日行って、練習練習の毎日です。だから大学の「施設利用率」はめちゃくちゃ高かったですよ(笑)。授業受けているか、練習しているか、部室にいるか、という感じで。あとはアルバイトもしていました。高校の時にお世話になった担任の先生の息子さんを教えていました(笑)。

—先生の息子さんの家庭教師をやるって、すごいですね。相当信頼されていたんですね。さて、大学卒業後は何をしようかと？

うちは祖父の代から金属加工の会社をやっていて、その会社に入ろうと思っていました。それは小さい頃からずっと思っていたことです。アナウンサーになりたいという夢はありましたけど、それは現実的なものではなくて。社長である父も他の会社に就職するのではなく、家業であるこの会社に入ったほうがいいと思っていたみたいです。職人としてやるからには早い方がいいと常々言っていましたから。

—お父さんは、小さい頃から「お前が継ぐんだぞ」みたいなことは言っていたのですか？

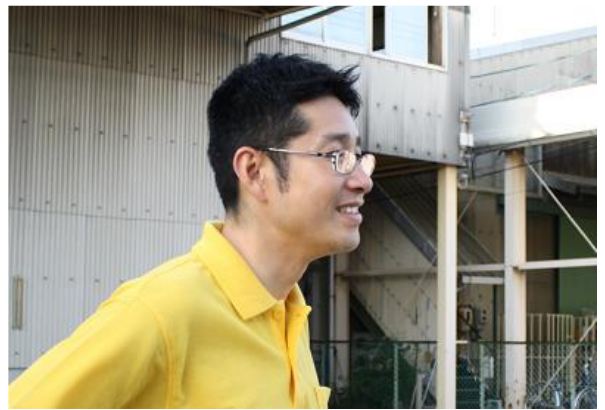
いえ。父はそういうことは言いません。私はおじいちゃんおばあちゃん子で、夜も祖父母と一緒に寝ているくらいでした。その2人に長期間に渡って“洗脳”されましたね。「お前はこの会社を継ぐんだよ」って(笑)。大学4年になって進路について考えるときになっても、父は「来い」とも「来てほしい」とも言わないんです。でも何となく来てほしいようなオーラは出しています(笑)。おばあちゃんも「待つとるで」みたいな感じで。それで、ああやっぱ父の会社に早く入って勉強するのがいいんだな、と思っていました。ところが母親がそれに反対しまして。他社に就職せずにうちに入ってしまったら、社会人としての経験が積めなくなってしまい、それは良くない、と。社会人としてのルールやマナー、対外的な交渉などの経験は将来絶対に役に立つので、それはやっておくべきだということです。それと、バブルが終わった直後で景気が悪くなったので、先行きが不透明という現実的な判断もあったと思います。まあ私もあまり深く考えてはいなくて、「入れ」と言われれば入るけど、「入るな」と言われるのなら、じゃあどこかに就職しようか、と(笑)。

—で、就職活動を始めました、と。

そうです。名古屋本社の商品メーカーを受けて、合格し、そこに決めました。先輩や友人が受けていたり、上層部に大学のOBがいたりしたことなどから、何となく縁を感じて、ほとんど迷うことなく入社しました。

—どんな仕事だったんですか？

大阪の営業部門に配属されて、スーパーに海苔、ゴマ、ふりかけ、パン粉などを卸す仕事です。当時、名古屋では会



社の知名度は高かったのですが、大阪では「何それ？」という感じでした。でもその分、シェアを伸ばす余地は残されていたので、営業としてはやりがいがありました。お客さんと仲良くなって、売上も伸ばしました。当時私はゴマやふりかけ、しいたけなどの乾物を主体に売っていたのですが、乾物って、店で並べれば売れるのです。だからお客さんと仲良くなって、並べてもらうことがすごく大事なのです。つまり仲良くなったもん勝ち(笑)。そういうところは結構上手だったのかもしれませんが。あと、みのもんたさんのお昼の情報番組で「ゴマは体に良い」と言ったんです。もう翌日からゴマが飛ぶように売れて、品切れ状態(笑)。何もしないのに昨対200%でした(笑)。

—みのもんたまジックで(笑)。お客さんと仲良くなるコツはあるんですか？

ただひたすら何回も会うこと、ですね。それだけで大概は仲良くなれます。お店の陳列を手伝ったり、販売応援したり、一緒に遊びに行ったり・・・。

—丹羽さんのお人柄が伺えるお話ですね。じゃあ大阪生活は充実していた、と。

そうですね。楽しかったです。でもある年の正月に帰省した時、父が病氣だと知らされました。本人は何も言わないのですが、祖母から言われました。正月休み明けに手術するのだと。で、「あんた、どうするの？」とおばあちゃんが迫るんですよ(笑)。

—もう帰ってこないだダメだぞ、という圧力ですね(笑)。でもお父様本人は何も言わない？

そうですね。父はそんな状況の中でも、表むきは「この仕事が本当にやりたいのなら帰ってこい。しょうがなく帰ってくるなら、いらん」というスタンスでした。私としては勤務先がすごく居心地が良かったのですが、頭のどこかで「このままでいいのか？」という思いはあったんです。自分が成長していないのではないかと漠然とした不安は持っていました。父は、私が会社を継がないのなら廃業すればいいと思っていたみたいですが、私は会社が無くなることは家がなくなるのと同じなので、それだけはイヤでした。だから自分が戻って、会社を継ごうと思ったんで

す。迷いはなかったです。

—文系出身者の丹羽さんが工業系の仕事をするに抵抗はなかったですか？

無いですね。工場内は機械化されているので工学系の難しい知識が必要な場面はほとんどありません。必要があれば本を読めば書いてある。それよりも、実際に金属を触って、加工するときの感触を体で覚えることのほうが大切だと感じました。父からの一言が全てです。「考えればわかる。」

—なるほど。それで家業に入ったと。

そうですね。私が入って5年後に父が亡くなり、私が代表取締役役に就任しました。すると、すぐ下の弟も会社に戻ってきてくれました。

—業績は順調だったんですか？

もともと技術力が高かったし、新しい設備も積極的に入れていたので、変わった仕事や相談事が当社に集まるという流れはできていました。あるメーカーの仕事を9割くらいうちがやらせて頂いていたんですが、日に日にコストダウンへの要請が厳しくなってきて、全然採算に合わなくなってきて。これはもううちでは出来ない、とお断りをしました。その後は同業者から仕事を回してもらうなどやりくりしながら何とかつないで。でも愛知万博が終わった頃、耐震偽装の姉歯問題が起きて、それを機に建築関連の仕事が一気に無くなりました。ほんとにもう、どうしようか、というくらい。

—どうしたんですか？

ある知り合いの会社の人、ネットで9割くらい受注している、という話を聞いたんです。それにすごく興味を持ちました。うちもやってみよう。その人は父と知り合いで、「お父さんには世話になったから」ということで、すごく親身に相談に乗ってくれました。ほんと、周りの人に助けられるんですね。それでホームページ（HP）の作り方を教えてもらい、参考になるセミナーを紹介してもらってそれに出たりして、少しずつネット上で発信していくことを始めたんです。

—具体的にはどんなことを発信したのですか？

HPで自社の得意なことをアピールする、ということです。うちは小さな工場ですので、何でもやれるわけではありません。大量なものをさばくこともできません。で、弱みを強みを変える発想で、何でもできるわけじゃないけど、これだけは自信あります、ということをやったわけです。強みをアピールしたんです。うちは長いもの、幅が広いものの板金加工が得意なので、そこを前面に出しました。大きいものが扱える機械があるので、その写真を分かりやすく乗せて。得意なものなら自信を持ってやれるし、何よりお客様を喜ばせることができます。

—得意なことを絞ってアピールすることでお客様を引っ張る。

そうですね。あとはブログでの発信にも力をいれました。ブログでは、社内で行った金属加工について詳しく書きました。あと仲間と一緒に仕上げた仕事についても積極的に紹介しました。その後はツイッターとかフェイスブックとか、SNSも使って発信して。そうすると、少しずつネット経由で仕事が入るようになってきたんです。SNSの効果は良く分からないところもありますが、自分のモチベーションを上げるためにも積極的に使ってます。

—ネットからのお客様はどんな経緯で問合わせてくるんですか？

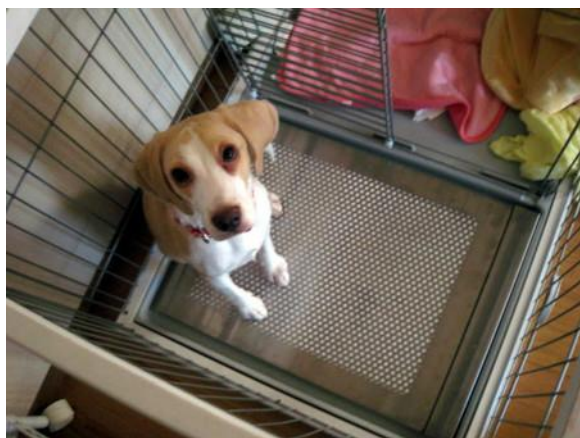
よくあるのが、「今、遠方の加工会社に仕事を出しているんだけど、運送費がばかにならない。ネット検索で近い御社を見つけた」というお客様ですね。あと顔を突き合わせて打合せをしたいから近い会社がいい、というお客様も結構多いです。「愛知県」とか「小牧市」で探していたお客様にうちがヒットするという感じです。ですからHPに対応できる地域名を明記しておくことはSEO上も重要だと感じています。

—HP開設時に「タレパン工房」という屋号をつけたんですね。

そうですね。「丹羽シートメタル」だと覚えにくいと思いついて。タレパンというのは「タレットパンチプレス」という金属加工方法の略称なんですけど、話題になった「タレパンダ」にあやかって、覚えやすいだろうと思ってつけました。それに「工房」とつけることで親しみやすさが出ればいいなと思っています。この名前にしてから問い合わせがしやすくなったみたいで、個人のお客様からの依頼も増えましたし、大きい会社からの仕事もちよこちょこ入るようになりました。

—自社商品として「犬用のトイレ」を販売していますが、これを作った経緯はどんなことだったんですか？

いっしょに会社で働いている弟が犬好きなんです（笑）。当時、弟は家を建てた頃で、新しいフローリングの部屋に、



ワンちゃんが座っているのがオリジナル犬用ステンレス製トイレ・トレイ

市販のプラスチックの犬用トイレは見栄えが悪いから置きたくないと言いまして。それでステンレス製のトイレを自分たちで作ってみよう、とやり始めたのがきっかけです。自分たちなりに工夫して使いやすいようにして。それを弟が自宅ですべて使っていたら、欲しがる友人が何人かできてきました。そんなに欲しい人がいるなら、ビジネスとしていけるんじゃないの？と(笑)。でも自社商品として個人に売ることには不慣れだし、PL法に引かかるのも心配だったので、とりあえず個人としてヤフーオークションで売ってみたんです。でもどこの誰が売っているのか分からない売り方では、売れるはずもなく、徐々にしぼんでいきました。

—ヤフオクでは売れなかった？

そうですね。まあ商売としては成り立たないですね。それでしばらく離れていたんですが、製品在庫があったので、犬を飼っているお客さんに、お歳暮代わりに、とか言ってプレゼントしていたんです。そのことをブログに書いたら、それを見た人から連絡があって、「私も欲しい」と。在庫もあったので「2万円でいかがでしょうか」とお尋ねしたところ、その金額でご購入いただきました。そのあともブログを見た人にちょこちょこ売れるようになって、ちょっとびっくりしたんです。犬のトイレに何万円も出すなんて、私には信じられない。でもこんな高いものでも、ちゃんと説明すると売れるのだということがわかりました。それでブログだけでなく、ホームページもきちんと作って、しっかり発信することにしたのです。

—お客様からはどんなことが支持されているのでしょうか？

まずは耐久性が高いので長く使えます。プラスチックだと犬が破壊して、そのプラスチックの破片を食べてしまうこともあるから危険ですが金属製ならその心配はありません。あとは臭いの染みつきが無い。あとは見栄えが良いということですね。そのあたりが支持される大きな理由だと思います。最初のうちは理解してもらえなくて「この商品はこの商品です」ということを丁寧に説明することに徹しました。販売に弾みがついたのは、お客様の声です。お客様の声をホームページに掲載せれば載せるほど売れるようになっていきました。売る側の丁寧な説明も大事ですが、使ったお客様の感謝の声の方は何倍も威力があるんです。本当にお客様の声って大切だと痛感しました。あと漫画を使った取扱説明書を作ったり、最近は動画を積極的に活用したりしています。iPhoneを使って簡単にアップできるし、販売への効果も大きいと感じています。

—いかにお客様に分かりやすく伝えるか、が重要なんですね。特にお客様の声的重要だと。

そうですね。お客様からよく聞くのが、「うちの子だけの症状じゃなかったんだ」という感想です。犬がイタズラしたり噛んだりするのはうちだけのことだと思っている人が結構多いのです。そういう人がホームページのお客様の声を読んで、「あ、これ、うちの子と一緒に！」と共感されて、

購入していただく、という流れです。でも、ネットで注文が入っても、私はすぐに売らないんです。

—え？どういうことですか？

うちの商品もいい面ばかりではないし値段も安いものはありません。ですから本当に買うのですか？と確認するんです。電話やメールでお客様の状況を聞いたうえで、当社の別の商品を提案したり、場合によっては他社の商品を薦める場合もあります。「高いものを買ったのに、役に立たなかった」となってしまうのが一番悲しいからです。

—なるほど。納得の上で買って頂くわけですね。さて、今回のインタビューの最後の質問です。経営者として会社を維持し、発展させていくために最も大切なことは何だと思えますか？

そうですね。やはり義理と人情ですね。人と人とのつながりは本当に大切だと思います。ネットで売るときも、いえネットだからこそ、心のこもったコミュニケーションが必要だと感じます。会社を継いだ当初は、「何とかしなくちゃ」という気持ちが強く、気負いがあり、お金ばかりを追いかけていました。いかに効率的に仕事をして売上を上げるか、だけを考えて、お客様のことは考えていませんでした。でもそれじゃダメだと最近強く思います。今、お客様とは「お互い様」という気持ちで付き合っています。仕事をやってくれてありがとう、仕事を出して頂いてありがとう、どちらも「ありがとう」という関係です。それから、亡くなった父からずっと言われていたことは「楽しく作らないとだめだよ」ということです。父だけじゃなく、祖父も本当にモノづくりが好きな人で、放っておけば1日中、何かを作っている人でした。これも丹羽家のDNAかもしれないですね。私も楽しいモノづくりを、信頼できる仲間と一緒にやり続けていきたいと思っています。

—本日はありがとうございました！



うれしい！限定プレゼント

タレパン工房特製ナイフ・フォーク置き、箸置きをプレゼント致します。
toyota@raymac.jp までお名前・送り先を記入のうえ応募ください。



先着
3名様

【会社プロフィール】

会社名：株式会社丹羽シートメタル タレパン工房

本社所在地：愛知県小牧市大宇間々原新田字上芳池186-1

TEL: 0568-73-7411 URL: <http://www.niwas.co.jp>



ブルーオーシャンはどこにあるのか？

■シルク・ドゥ・ソレイユのブルーオーシャン

ブルーオーシャン戦略という戦略論が少し前に世間を賑わせました。W・チャン・キムとレネ・モボルニュという人が書いた本「ブルーオーシャン戦略」がベストセラーとなり、その考え方が「ブルーオーシャン」という名前とともに広く知れ渡りました。このブルーオーシャン戦略とは、自分たちの独自性を追求し、競争相手がいない市場を自ら創造し、差別化と低コストを同時に満たし、圧倒的な収益を上げようというものです。そのために「戦略キャンパス」というものを使って事業を重要な構成要素に分解し、既存の競合相手との違いを明確にする手法が紹介されています。例としてこの本で取り上げられているのがシルク・ドゥ・ソレイユです。シルク・ドゥ・ソレイユは従来のサーカスとは違い、動物を使わないし、ドタバタ喜劇もない。その代わりにストーリー性のある演目、音楽やダンスによって味付けされたエンターテインメントの要素をふんだんに取り入れることで独自性を出しています。これにより、子供よりも大人が行きたくなるショーになり、価格も高く設定することに成功しました。従来のサーカスにあった要素を捨て、あるいは減らし、新たな要素を演劇やパレエなどの他業界から取り入れ、全く新しいエンターテインメントショーを作り上げ、競合相手のいないブルーオーシャン市場を切り開くことに成功した、と紹介されています。

■レッドオーシャンで戦え

従来の業界で当然とされている要素を無くしたり減らしたり、あるいは新たな要素を追加したり増やしたりすることで、ブルーオーシャンは切り開ける、さもなくば、同質化した競合相手とレッドオーシャンで血みどろの価格競争に陥ってしまう。この本を読んだときは、なるほどと膝を叩きました。戦略キャンパスを使って業界企業の構成要素を明らかにし、競合他社と違いを意識的に作り、実行していけば、ブルーオーシャンが切り開けるかもしれない、と。しかし、現実とはそれほど甘くありません。本では成功した企業を分析し、従来企業と何が違ったのかを後追いで解説しています。つまり、後付けですから何でも言える。難しいのは未来を見通すことです。我々にとって重要なのは、今現在、現実の問題として、レッドオーシャンで価格競争に巻き込まれている自分の会社をどうやったらブルーオーシャンに導けるのか、ということです。ブルーオーシャンに行くためには、レッドオーシャンでの血みどろの戦いは避けて通れません。そこでもがいた経験なくして、ブルーオーシャンにはたどり着けません。そも



そもブルーオーシャンに行けると思って新たな市場に挑み、競合が誰もいないからブルーオーシャンだと喜んだのも束の間、お客さんも全くいなかった、というのはよくある話です。日本市場が縮小しているから海外市場に出て行ったら、そもそもニーズがまったく無かった、というようなことです。レッドオーシャンでの戦いは競合が激しく利益を上げることは難しいですが、市場は存在します。顧客はいます。ですから資源に限りがある我々中小企業は今いるレッドオーシャンで顧客のために何ができるか、から出発すべきです。その中にこそブルーオーシャンへの入り口が見えると思います。

■誰でもやれることを徹底的にやり切る

京セラの稲森和夫名誉会長がこんなことを言っていました。「技術的にさほど優れていなくても、どこでもやれるような事業を優れた事業にすることが大切である。つまり、誰もがやれるような仕事をしていても、あの会社は一味違うというような経営をすることが、その会社の真の実力なのである」と。つまり、誰でもやれるようなことに一心不乱に取り組めば、優れた事業にすることができると言っているんです。ブルーオーシャンは、レッドオーシャンの向こう側にあるのです。レッドオーシャンで真剣勝負してこそ、ブルーオーシャンにたどり着けるのです。

私の知っている経営者で、営業で素晴らしい成果を出した人がいます。その人は建築資材を住宅メーカーに販売する営業をしていました。建築資材というコモディティ商品を売る仕事というのは差別化しにくく競合も多い仕事です。まさにレッドオーシャンです。その中でその人がやったことは「当たり前のことを当たり前にやる」ということです。

その当たり前とは何か。営業ですからお客様に会って商談をしなければ業績は上がらない。しかしお客様自身も営業マンである場合や多忙を極める管理職である場合、昼間に訪問してもなかなか会えません。普通の営業マンですと、訪問したけど相手が不在でした、と上司に報告して終わり、というのが当たり前かもしれません。でもこの人の当たり前は違いました。お客様も昼間は忙しいのだから、会うためにはこちらから訪問時間を変えることこそ、当たり前。そこでその人は早朝、もしくは夜遅くに訪問するように切り替え、お客様と商談する時間を増やしました。これにより大きく売り上げを伸ばし、飛躍するきっかけを作ったそうです。今では全国を飛び回って活躍しています。目の前の仕事を工夫していくことの向こうに、大きな成果が待っているのだという事例です。

■ブルーオーシャンはレッドオーシャンの中から見える

また別の経営者は清掃会社を運営していました。あるレストランで清掃業務をしていた時、清掃料金の値下げを要求されました。単純に値下げするのは嫌だったので、「レストランのスタッフさんに自ら掃除をさせるプログラムを導入しましょう」と提案しました。しぶる店長を説き伏せ、その経営者自ら現場に入り込み、スタッフさんたちに短時

間で効果的に掃除ができる方法を教えていきました。しばらくするとスタッフさんたちに異変が起きました。間違えるほどテキパキと仕事をするようになり、かつ、自ら考えて能動的に行動するようになったのです。

つまりこういうことです。短時間で掃除をする習慣付けをされたスタッフさんたちは、その習慣が通常業務においても発揮されるようになり、テキパキと仕事をするようになりました。また毎日掃除をすると、自分の担当領域で汚れないかと目を凝らす習慣ができます。これが「気づく人」へと成長させる効果があったそうです。汚れに気づく人は、テーブルのキズに気づき、メニュー表の置き方に気づき、お客様の要望に気づくようになります。良い習慣を身につけたスタッフが活躍し、店の売り上げも大きく伸びました。この事実を体験したその経営者は「掃除が人を育てる」ということを確信し、掃除を使った教育・コンサル事業を考案し、事業化しています。この領域はなかなかのブルーオーシャンだと思います。しかしこの事例にしても、レッドオーシャンで真剣勝負していなければたどり着けなかったはず。机の上の戦略会議だけではブルーオーシャンはただの絵空事です。今レッドオーシャンで真剣勝負している人にしかブルーオーシャンは見えないのだという肝に銘じたいと思います。

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、その要点をズバツとお伝えします

『伝え方が9割』 佐々木圭一 著

■オススメ度★★★★★ ■読むべき人 伝えたいビジネスマン全般

ポイント1 **相手のメリットと一致する願いを作る**

人に何かをお願いしたいとき、自分の頭の中をそのまま言葉にするのではなく、相手の頭の中を想像し、相手のメリットと一致する願いを作ることが重要である。一旦立ち止まって言葉を変えることで、相手の反応も変わってくる。

ポイント2 **チームワーク化**

相手が「面倒くさいと思っている」「やる必要性がそこまで見つからない」とときには、「やってください、お願いします」と言っても絶対無理。相手任せにするのではなく、「一緒にやりましょう」と自分とチームワーク化すると、相手は動いてくれる。

ポイント3 **ギャップで強い言葉を作る**

「考えるな、感じる」「事件は会議室で起きているんじゃない！現場で起きているんだ！！」など、強い言葉は、前半と後半でギャップを作っている。ただ「感じる」というより、「感じる」の逆の言葉である「考える」を使うことで、より強いメッセージとなって相手に伝わる。

数々の賞をとっている著名なコピーライターが書いた本。すごい人であるにもかかわらず、驕りや上から目線が一切なく、とても安心して読める本。さすが言葉のプロという感じで、読み手の視点に立って書かれているので共感しやすい。しかも内容が実践的で、すぐにつかえる技がたくさん紹介されている。ブログ・メルマガ・SNSをやっている人は文章を書いたり、タイトルをつける際にとっても役立つと思う。普段の生活の中でも、相手をお願いをするときの言葉の組み立て方などのヒントもあり。とても、おススメ。

結論

- ★★★★★ 読まないと損をする
- ★★★★★ 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

佐々木圭一

伝え方が9割

こんな方法
あったんだ

なぜ、
伝え方で
結果が
変わるのか?



メルマガ
バックナンバー

連続400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。

前向きよりも、前のめりで

(2011年11月25日発行第345号)

■ ネガティブ発言を連発する社員

先日、クライアントの経営者と打ち合わせをしているとき、社員さんの「ネガティブ発言」について相談されました。その社員さん、とにかく何かにつけてダメ出しをする人なのだそうです。

会社、同僚社員についてはもちろん、経営者、時にはお客さんの悪口まで言うそうです。とにかく自分が気に入らないものに対しては否定する。いずれも隠れて言っているようですが、そのネガティブ発言を聞いている周りの人間の気分は悪くなります。

その発言のせいで、社内全体がネガティブな雰囲気になる、という悪影響も出ます。すぐに「社内で誰かの悪口を言わないというルールを徹底してください」、と小学生並みのアドバイスをしました。しかし、すごく重要なことです。

■ 前向きよりも、「前のめり」で

後ろ向き発言は慎み、前向きな言葉を使いましょう、そうすれば行動も前向きになるし、人から好かれます、と言われます。

先日、ロボットの開発・製造販売をしているグローボックスの後藤社長にインタビューしたときに、面白いことをおっしゃっていました。

「(起業家は)前向きよりも、前のめりで行動することが大事」ということです。前向きでいたいけど、状況によっては前向きになれないほど打ちのめされることもある。しかし、前向きにはなれなくとも、前のめりで行動することは可能。メンタルは整わなくても、まず体だけでもつんのめるくらい前のめりで行こうよ、ということなんですね。

こういう姿勢でいることが、自分を元気にし、周りにも良い影響を与えるのです。

■ とりあえず、動く

前のめりで行動すると、スピードが出ます。スピード出して仕事をすると、間違いなく評価は高まります。そこから突破口が開ける、ということを経験した人は多いのではな

いでしょうか？

また、前向きになれないときでも、体を動かすことで気分転換が図れるということもあります。(僕も、メルマガのネタが思いつかなくて追い込まれたとき、部屋の中を熊のようにグルグル歩き回っています)

じっと考え込んで動かないよりも、とりあえず前のめり気味に行動してみることが、成果にムラをださないためにも、重要なんですね。

■ 自分レベルの視点で

自分レベルではどうでしょう？

世の中「前向きであれ」「ポジティブに考えろ」という風潮が強いですよね。生まれつきそういう性格の人は良いですが、そうでない人も世の中にはたくさんいます。

僕も常に前向きでいたいと思っていますが、時にはネガティブな気分になるときもあります。ネガティブな気分するとき、無理やりポジティブに持っていける時、いけない時があります。

経営者へのインタビューで、「落ち込んだとき、どうするか？」という質問を時々しますが、「そのまましておく」「一旦落ちるところまで落とす」と答える経営者は意外に多いと感じます。落ち込んだ気分を無理に上げなくても良い。そのまま放っておく。そして頭で考えず、体だけ前のめり気味に動かしてみる。

前向きに考えられなくても、前のめりで行動することはできるはず。体を動かせば、違ったモノが見えたり、新しい空気が体に入ってきます。

それが、自分のスイッチを切り替えてくれるかもしれません。僕も、さっそく試しています。🙏

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るようお願い申し上げます。

後藤剛のいまさら聞けない人事労務 秘密の相談室

企業の発展に欠かせない人事労務の知識。特に近年その重要性が日に日に増してきています。しかし、分かっているようでも結構勘違いをされていることが多い分野でもあります。そこで、今さら人に聞くこともできない人事労務に関するトピックを毎回取り上げ、わかりやすく解説します。



◆「私の分身」採用報告—パート1

弊社では、今年3月、女性営業アシスタント（以下”アシスタント”）を採用しました。転職相談や営業・契約交渉など、私しかできない仕事以外の『事務的な仕事の全て』を任せることにより、私の時間をより生産性の高い活動に集中しようと考えたのです。まだまだ「分身」と呼ぶには程遠く、恥ずかしい限りですが、私と同様スモールビジネスで日夜奮闘しておられる皆さんの参考していただければと思い、今回のコラムで少し我々の取り組みを紹介いたします。

■自分でやるより5倍の時間がかかる！

彼女が入社して約2か月強が経過し、単純な業務についての引き継ぎは完了し、現在はより高度な業務（登録希望者や取引先・見込み客から届くメールへの返信）を任せようとして教育している最中です。このような、「コミュニケーション業務」を任せするためには、私と彼女との間で、顧客とのこれまでの経緯やその背景まで共有する必要があります。ですから、メールを一通返信するだけでも、自分で処理するのとは5倍は時間がかかります。忙しい時には自分でやってしまいたい衝動に駆られます。でも、それでは何の意味もありません。人に仕事を教えさせようとするとき、いかに忍耐強く仕事を教えることができるか。最大の試練でした。

■「二人羽織」のごとく・・・

そこで自分でメールを処理したくても物理的に不可能な環境を作り、アシスタントに任せざるをえない状況に自分を追い込んでみました。つまり、それまで私専用で使ってきたパソコン（PC）を、彼女に使用してもらうことにしたのです。さあ、もうこれで私はメールがしたくてもできません。具体的に、どのようにしてメールを処理しているのかと言いますと・・・

①アシスタントのPC画面を横から見、どのように返信すべきか考える ②返信内容をアシスタントに口述しメールの下書きをしてもらう ③下書きを私がチェックし校正してもらった上で送信してもらう・・・こんな感じです。その不自由な感覚がお分かり頂けますでしょうか。ちょうど、「二人

羽織（※）」のような仕事の仕方ですね（笑）。「そこまでしなくても・・・」と思われる方も多いと思いますが、私、こうでもしないと自分ですべてやってしまうんです。皆さんはいかがですか？

■何を得たか？

さて、私のビジネスである職業紹介事業においては、登録見込者（転職・就職を希望して弊社に連絡をしてくれる方）への初期対応が極めて重要です。アシスタントを採用する前は、この対応に私の時間の多くを費やしていました。しかし採用した後は、その対応をパターン化した上でアシスタントに任せることにより、私の時間をより生産性の高い業務に割くことが可能になりました。

まだまだ「分身」と呼ぶには程遠い状態ですが、事務的な細かい仕事からは既に随分解放されており、少しだけ”羽が生えたような”感覚があります。

このアシスタントがしっかり育ってくれば、私の生産性はまだまだ向上するはず。そうすれば次は、私の「営業面の分身」を採用し育てることも可能な時間が創出できるはず。二人羽織状態のため不自由で、ぎくしゃくし、アシスタント自身もきっと大変だと思います。「なかなか前に進んでいかない」という焦りも正直感じています。しかし、この状態を乗り越えることができたとき、意識の共有が完璧にできた最強のアシスタントに成長してくれるのではないかと信じて頑張っていきます。またいずれ、このコラムでその後を報告させて頂こうと思います。

※二人羽織：一人が袖に手を通さず羽織を着、その背後からもう一人がその羽織の中に入りその袖に通した手を使って前の人に物を食べさせたりする芸。昔ドリフのTV等でよく演じられていた。

後藤剛 人事コンサルタント会社に活躍中。採用・労務管理に特に強く、多くの企業で相談に応じ、会社と従業員との労使関係の向上を果たしてきた。昨年からは介護・医療系の転職・就職支援並びに採用支援に取り組んでいる。その、手間を惜しまないスタイルにより一人、また一人と地道にマッチングを成功させている。今後の活躍が非常に楽しみな一人家族は妻・子2人。日進市在住。45歳。血液型O型。

【愛される会社プロジェクト セミナーのお知らせ】

26回目となるセミナーは、「ストーリーで顧客を引き寄せる」と題して、ストーリーを使って顧客の感情に訴え、引き寄せる方法を解説いたします。

「ストーリーで顧客を引き寄せるマーケティング」セミナー

日時：2013年6月25日（火） 19:00～20:45
場所：ウインクあいち1205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（中小企業診断士）

【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 525円
 - A2会員 980円
 - B会員 4200円
 - C会員 12600円
- （すべて月額）