

Raymac press



レイマックプレス

2016年2月号 Vol.90

メーカーを経営する楽しさ。

有限会社サイキ(サイキシザーズ)
代表取締役 齊木孝至

経営者に憧れて販売業で起業。しかしあるきっかけで「メーカー」として再出発することに。品質にこだわった美容師用ハサミを製造する「知る人ぞ知るメーカー」、サイキシザーズを立ち上げた齊木孝至社長。小さなメーカーならではのモノづくりの楽しさを追求しながらも、より多くの美容師さんを感動させる全国ブランドへの道を目指す。その胸中にはいかに、レイマックの豊田が聞いた。

(インタビュー＝豊田礼人)

—本日は美容師用ハサミの専門メーカー、サイキシザーズの齊木社長にお話を聞きに来ました。サイキシザーズさんは、全国の有名なカリスマ美容師にハサミが採用されるなど、ジワジワとそのブランド力を拡大しているメーカーさんです。大手メーカーに負けない商品力で、最近は海外からも引き合いがあるそうです。今日はお話が聞けるということで楽しみにしています。よろしくお祈りします。

こちらこそ、よろしくお祈りします。

—ところで齊木社長はどちらのご出身なんですか？

富山県です。富山市の隣の滑川市という所です。子供の頃は活発というか、やんちゃでしたね。田舎だったので、自然の中で遊びまわる子供(笑)。勉強の成績は悪い方ではなかったですけど、好きじゃなかったですね。高校までは無難に行って、地元の普通科に通っていました。部活は中学まで野球をやって、高校では・・・。

—何をやっていましたか？

相撲部だったんです(笑)。

—相撲部ですか！？え、今よりも相当太っていたとか？

いや、全然。むしろ今よりもちょっと痩せているぐらいです。たまたま体育の先生が相撲部の顧問で、「人数が足りないから来てくれ」って言われて入った感じで(笑)。

—(笑)。ちゃんとやっていましたか？相撲部。

そこそこちゃんとやっていましたよ。インターハイにも2回行きましたし。

—うおー。じゃあ相当強かったんですね。

とは言っても、富山県では相撲部がある高校なんて少ないんですよ。だから、ちょっと勝てばすぐインターハイに行ける、みたいな(笑)。身長はすでに190cmぐらいはありました。

今月の内容

●経営者インタビュー

有限会社サイキ 代表取締役 齊木孝至

●経営コラム 雑談力 その6

●ベストセラー解説「雑談力」 安田 正 ●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】さいきたかし 1969年 富山県生まれ

有限会社サイキ 代表取締役

事業内容:理美容師用ハサミ製造・販売

所在地:愛知県 あま市丹波南屋敷40-2

TEL:052-443-2083

URL: <http://saiki-scissors.com/>

—その頃からデカくて(笑)。それで、高校卒業後の進路は？

まず前提として、普通に勉強しても受かる大学がひとつもないんです(笑)。で、何かで職員室に呼び出された時、指定校推薦に決まった生徒の名前が黒板に書いてあるのを見つけて、その中で名古屋商科大学だけが空欄だったんですよ。それで「あそこはまだ行く人が決まっていないんですか？」って聞いたら、「うん、そうだ」って言われて。「僕が行ったらまずいですかね？」って聞いたら、先生が考えこんじゃって(笑)。「まずくはないが、お前は内申では間違いなく誰よりも悪いから、お前よりもいいやつがいたらその時点で無理だからな」って言われて。つまりいける可能性ありということで。それで、周りの生徒に「お前ら、あそこ絶対に行くなよ！」って言って回りました(笑)。結局僕しか行く人がいなくて、先生の助けもあって、なんとか大学に行くことができました(笑)

—ワハハハハ(笑)。根回し上手(笑)。それで富山から名古屋に
来たんですね。大学は何科だったんですか？

商学部経営情報学科でした。でもほとんど授業に出ず、遊んでいましたね(笑)。あとは、バイトをしたり。バイトは、工事現場の作業員から自動車部品工場、ディスコまで、本当にいろいろやりましたね。某ディスコでバイトしている時に、その頃はまだバブル崩壊直前だったので、結構羽振りのいいお客さんが多くて。そのお客さんの中で、フェラーリをお店の前に止めて、後ろのバンパーに片足乗せて、見せ金で顔を仰いでいる絵に描いたようにバブリーな男がいたんですよ(笑)。

—ブハハハハ！漫画のような人(笑)。

そうそう(笑)。それで、「あいつ誰？」って聞いたら「どっかの社長の息子で、お金持ちのお坊っちゃんなんだよ」って。「なんだ、それだけであんなに威張れるんだ」「こんな男には絶対負けたくない」って思ったんです。その時点で僕の目標がバーンとできたんですよ。「もう何でもいから自分で会社を経営してやろう！あんな奴に負けか」っていう闘志が芽生えてきて。それが大学1年生の時。

—大学1年生で？それで残りの3年間はどうしたんですか？

実は留年もしたので6年間大学に行ったんですけど(笑)。それで、ある企業の社長さんのもとでアルバイトをさせてもらって、経営のノウハウをいろいろ教えてもらいました。

—どんな仕事ですか？

その人は色々な事業をしていたんですけど、僕は主にイベントを任されていました。企画を考えて、人集めをして、協賛社を入れて、というようなことですね。ZIP-FMという名古屋のFM局の開局イベントも手がけていました。ステッカーを配ったり、大きく「ZIP」と書かれたロンドンバスでイベント・コンパニオンたちを乗せて繁華街をまわったり。

—その時は、「会社経営の勉強をするぞ」という気持ちだった

んですか？

いや、とりあえずまだ何をするかを探しているレベルでしたね。色々な人との出会いがあって、色々な経験をさせてもらいました。当時はまだ大学生なので、そんなにお金も持っていないし、自分の通帳の中にあるお金でできる商売をずっと探していました。それで見つけたのが、スーパーやデパートのレジ裏で和菓子売る催事屋さんの仕事です。それが大学6年生の時で、月火水は学校へ行って、木金土日はまんじゅうを売っていました。

—まんじゅうを売る大学6年生(笑)。商品は自分のリスクで仕入れていたんですか？

そうですね。初期投資が中古のハイエースと屋台一式で、まんじゅうは専門の業者から仕入れていました。

—売れたんですか？

相当売れました。僕は1日で、イチゴ大福を1000個は売っていました。その当時150円で売っていたので、イチゴ大福だけで15万円ですよ。それ以外にもおはぎや鬼まんじゅうも売っていたので、合計で1日に20万円ぐらいは売り上げました。そのうち、仕入れが3割、お店の所場代が2割ぐらいだったので、粗利で半分ぐらいは残りましたね。

—なるほど。それで商売って面白いぞ、と？

そうですね。でも、それをずっとやっていこうとは思っていなかったの、やりながら次のものを探していました。

—ちなみに、大学の時に就職活動はしなかったんですか？

親からは、「大学に行かせたんだから、就職活動はしてくれ」と言われたので、絶対受からない会社を3社受けました。全部テレビ局(笑)。それで「落ちたら自分のやりたいことをやらせてくれ」と親に了解を得て。一応受けたんですけど、計画通り落ちたので、自分の好きなことをやらせてもらうことにしました。



—ダハハハ(笑)。すごい計画的に。卒業してからは？

卒業して1年目は、まんじゅうの仕事とハサミの代理店業を並行してやっていました。美容師さん向けのハサミですね。

—あ、じゃあそこでもうハサミとの出会いがあったわけですね。

はい。うちの兄から、「すごくいいハサミのメーカーがある。これは売れるんじゃないか」と提案されたんです。それで、そのハサミの職人さんに来て話を聞きくことにしました。その話があまりにもすごかったので、とりあえず騙されたと思ってやってみようと思ったんです。実際売ってみるとそのお話の通りの結果が出たので、「この人すごいな！」と思って。それで、自分でハサミを研ぐ技術も覚えられました。試しに中古品を研いでみたら、よそのメーカーの新品よりも切れるぐらい。本当にすごいなと思って。

—それを持って、飛び込みで美容院へ売りに行くのですか？

いや、飛び込みはやっていないんです。全部口コミと紹介だけでやっていました。たまたま友達のDJに「こういう仕事を始めるんだ」って伝えたら、「俺、ちょうど美容師のイベントでDJやるよ」って言うので、「俺も行く！オーナーさん紹介して！」となって。そこで紹介してもらったお客さんは今でもずっとお付き合いさせてもらっています。

—なるほど。まんじゅうはもうやめて？

まんじゅうの仕事も続けていたんですけど、両方忙しくなってきたので、さすがに二足のわらじではきつくなってしまって。中途半端にはなりたくなかったので、どちらかを選ぼうと思いました。まんじゅうは食べ物なので時間が経つにつれて味は落ちます。でもハサミに関しては時間が経っても質が落ちるわけではないので、こっちの方が気が楽だなと思って(笑)。まんじゅう屋の道具一式は、その時手伝ってくれていたパイトの男性に、タダ同然で譲りました。それから僕はハサミの仕事一本です。

—一本腰入れてやり始めたわけですね？最初から順調だったんですか？

そうですね。東京にもしょっちゅう行って、東京の有名なカリスマ美容師や従業員をみんなお客さんにしました。それで、かなりマイナーなメーカーだったウチがだんだん有名になってきて。

—どうやってカリスマ美容師さんたちと知り合うんですか？

美容師の集まりとか、色々な飲み会に顔を出して、意識的に出会いを作り出すんです。もともとイベント業をやっていたので、自分でもイベントを企画していました。自分で人選をして、飲み会みたいな感じで相性の良さそうな美容師さん同士をつなげたりしていました。

—それで人脈を作って、ちょっと自分の仕事も紹介して？

それは後日ですけどね。やっぱり飲み会から出会うと、昼



品質へのこだわりが会社を成長させた

の商談がスイスイ進むんですよ。いきなり昼間に相手の仕事場で初めて会うのと、夜一緒に飲んでから会いに行くのでは距離感が全然違います。だから、そういう飲み場をよく企画しましたね。夜の場で名刺交換をして、「後日お伺いします」って言って、昼間に営業しに行く(笑)。その繰り返しでどんどんお客さんが増えていきましたね。

—(笑)。ちゃんとハサミ自体の品質も評価されて？

もちろんです。夜は楽しく飲んで、昼間はちゃんとシビアにハサミを評価していただいて。

—なるほど。そういった経緯で、知る人ぞ知るブランドに成長していったんですね。その時はすでに「サイキシャーズ」でしたか？

いや、違うんですよ。その当時は、職人さんのブランドでやっていました。でも、売れ行きが良くなるにつれて生産が追いつかなくなってしまって、職人さんが手を抜き始めたんです。材料の質を落として生産工程も手を抜いて、銀行に言われるがままにバンバン設備投資もして、その会社がどんどんおかしくなっていくんです。僕も研ぎをやっていたんで、ハサミを見れば手を抜いているかどうかは一目瞭然です。当然お客さんからもクレームが出ましたし、僕も自分がいいと思わないものを嘘ついてまで売ることにはできません。それで当時雇っていた従業員と相談して、「俺が今から自分でハサミを作り始めるけど、みんなついてきてくれるか？」って聞いたら、「いいよ」って、ついてきてくれたんです。それが、自社ブランドを立ち上げるきっかけになりました。

—ゼロからどうやってハサミを作ったんですか？

まず作り方が全くわからない(笑)。自分は営業向きだと思ってたし、自分で作るなんて想像もしていなかったんです。でも、「こんなのを売っていたら信用が落ちる」「このままじゃやばいよ」って思って。それに、まだ小さいお子さんを抱えている従業員もいたので、その人の家族のためにも何とかしなきゃいけないと思いました。最初はとりあえず自分が切れると思うハサミメーカーをいくつか集めて、それらの品質レベルを超えるまでひたすら作り続けました。どうやって削っていいかわからないし、どんな機

械でやるのかも全然わからない。たまたま知り合いでハサミを作っている職人さんがいたので、その人に道具について色々教えてもらったり。でも、作り方は教えてもらっていませんね。

—じゃあ作り方は自分で編み出した？

完全に独学です。何もわからず、なんとなく「こんな雰囲気だったな」とか、「こんな感じで作っていたよな」ぐらいの記憶しかない中で。

—すごい。それでどうだったんですか？すぐにできたんですか？

全然できませんよ！（笑）。半年ぐらいは朝6時から夜中の12時ぐらいまで、食事をする時以外はずっと工場でハサミにとらめっこです。

—材料から切り出していくんですか？

いや、さすがにいきなりそれは無理ですね。ある程度機械で加工できるところは全部外注でやってもらって、手でやる部分を全部自分でやっていきました。

—その間売り上げがないわけですよね？

はい。今までのお客さんに、前のブランドからうちに移ってもらうには、前のブランドを超えないとダメです。だから僕が超えるまで、代理店さんにもお客さんにも待ってもらいました。それで、色々なお客さんのアドバイスと支えがあって、朝から夜中まで半年ぐらい続けて「まあ、これだったら大丈夫だろう」という商品が出来上がりました。

—できたんですね。それで、お客さんに持っていったんですか？

そうですね。クラブで知り合った最初のお客さんに見せました。その人に「前のブランドを超えたね」って言ってもらえました。これで自信ができました。その後は順調に売れていきました。

—特許も取ったんですね？

はい。ある時、機械加工してくれる材料屋さんに「何か作ってほしいと思うものはないか？」って聞かれたので「こういうものをつくってほしい」と話したら、そのアイデアで特許を取られてしまったんです。結局、うちのために作ったのではなくて、彼が特許を取りたいがために作っていたんです。腹が立って「何で僕のアイデアで特許を取るんですか？」と聞いたら、「じゃあ自分で取れば？」って言われたんです。それからは自分のアイデアは決して他人に話さずに、自分で特許を取ってやろうって思ったのがきっかけです。すでにひとつ取得して、もうひとつは申請中で公開もされています。

—ところでサイキシザーズさんのハサミは、お客さんにどういう風に評価されているんですか？

やはり、「切れ味が違う」と言っています。基本的に僕が作る商品は、お客さんに「こういうものが欲しい」

って言われたことにヒントがあるんです。だからお客さんの要望を聞いて、「どう考えてもそれは無理だよ」っていう話でも、そうは思わないように自分に言い聞かせていますね。無理だと言ったら、そこで終わってしまうので。だから、今特許を取っている商品でも、業界では「邪道」と言われていましたが、実際に美容師さんたちが使ってみて「これはすごいわ！」と褒めてもらえました。

—それで、ブランドへの認知が広がってきているわけですね。

まだまだマイナーなメーカーなんですけど、リピート率だけはどこにも負けない自信があります。最初のお客さんからもずっと発注してもらっていますし、20年近くお付き合いしているお客さんもたくさんいるので、それはすごくありがたいと思いますね。

—20年も！すごいですね。さて、今後、サイキシザーズさんはどうなっていくんですか？

「知る人ぞ知るメーカー」のままではいけないと思うので、もっと広く知ってもらえるようにならないとダメだと思いますね。知名度を上げるためにも、すぐに対応できる代理店が全国に必要だと思っています。使っただければ、どこにも負けない自信があるので、まずは手に取って欲しいですね。最近では海外からも問い合わせがあります。販売代理店は随時募集中です。

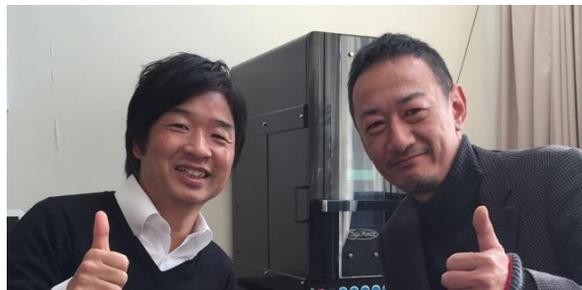
—海外からも見られているというのがすごいですね。ところで、フェラーリのバブル男を見て起業を決意した斉木社長。今、何合目ぐらいまで山を登った感じですか？

会社を立ち上げてしばらくした頃に、自分の中ではもう8合目まで登った気分でしたんですけど、甘かったですね。今の自分はまだ登り始めたばかりとしか思っていないです。今振り返るとたぶんその頃はどこかで自分に満足してしまっていて、少し調子に乗っていたんですね。今は登り始めという気持ちなので、それより下はありません。以前よりは冷静に自己分析ができるようになりました（笑）。

—でも、これからが楽しみですね。

楽しみでありたいんですけど、まだそう思える所までも見えていなくて。ヴィジョンはありますが、どうしたらそれを実現できるのかをもっと勉強しなきゃ、と思っています。

—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6)



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。

■ お金の使い方

起業家と経営者にとって、お金をどのように使うのかは事業の成長を左右するとても重要なことです。お金を上手に使うことで、より大きな売上を生み出したり、逆にコストの削減が実現できたりもします。お金は、使い方によってはあなたの事業を成長させるための有力な武器になります。

しかし、起業家や経営者の中には、できるだけお金を使わないことを良しとしている人もいます。「ビジネスで大事なことは、売上を最大化し、経費を最小にすることだ」という主旨の有名な経営者のお言葉があるためでしょう。「資金の限られる中小企業は、なるべくお金を使わずに知恵と工夫で勝負しなければならない」という偏った考えに囚われているのです。

■ 社長のコスト

先日会ったあるメーカーの男性は、自社開発した新商品のパンフレットを自作していました。商品のアピールポイントをすべて盛り込んだそのパンフレットは、デザインがひどすぎて、せっかくの商品の良さが全く伝わりません。もっと問い合わせが取れるパンフレットにするために私のアドバイスが欲しいと言うので、より商品の長がターゲットとする顧客層に伝わるように要点を整理してあげました。しかし、やはり見た人に視覚的にアピールするためにはデザイン性も大事なので、「最後の仕上げはデザイナーに依頼したほうが良いものになりますよ」とその男性に伝えました。

後日、その男性は私が伝えた修正ポイントに沿って自ら修正を施したパンフレットを持って現れました。しかし相変わらずデザインがぐちゃぐちゃで、すぐく見づらいいし、商品の良さも伝わらない。シロウト感丸出しで、こんな言い方すると申し訳ないけれど、事業を真剣にやっている会社であることを疑ってしまうパンフレットになっています。なぜデザイナーを使わないのかと聞いてみると、「社長と話し合って、デザイナーにお金を使うよりも、お客様に会いに行くための経費としてお金を使いたい。それで、やはりパンフレットは自分たちで作ろう、ということになりました」と言います。言っていることは正しい。お客様に直接会って商品の良さを伝えたり、使用した感想を聞く機会は、事業を行う上でとても重要であることは疑いの余地



がありません。しかし、その男性は次期社長であり、現在も経営を担う存在です。自分自身の人件費を考えたら、自分がパソコンの前で何時間もパンフレットを制作しているコストの方が、デザイナーに払うコストよりも高くなることに気づかなければいけません。

■ 将来のための投資

起業家や経営者は、会社を運営するために、どこにお金を使うとレバレッジ(てこ)が効くのかを常に考えなければなりません。

起業家や経営者は投資収益率(ROI)を意識する必要があります。投資収益率とは、投資額に対し、どれくらいの収益が上がったのかの割合を示すものです。自社で投資収益率の基準値を決めておいて、それに照らしてお金の使い方の意思決定をする、というのが一般的な活用方法です。ただし、中小企業にとっては、もっとざっくりとした活用の方法でOKだと思います。厳密に数値を決めずとも、「使ったお金に対し、どんなリターンが見込めるのか」を起業家や経営者は常に考えて経営判断をして欲しいと思います。

経費を、財布から出ていくだけの「支出の痛み」として捉えるのではなく、将来のリターンを得るための「投資」として考えることが、会社を成長させていくためには欠かせません。何にどれだけ投資することで、利益を最大化できるのかをよく考え、実行していくことが重要で、同時にこれが経営の醍醐味だと思います。

では、以下にさまざまな投資について考えてみましょう。

① 広告宣伝費

事業を伸ばしていくためには、販売する商品やサービスを

ターゲットに認知してもらする必要があります。どんなに良い商品でも、知らないものは買えません。ですから、ターゲットに届くように、自社商品に関する情報を発信していかなければなりません。そのために、有料・無料のプロモーションツールを組み合わせ、継続的に発信していく必要があります。広告宣伝にお金や時間を費やしていない中小企業は珍しくありませんが、広告宣伝せずに売上を作るのは難しいです。ネットの世界では、今日、ブログなどで発信した情報が、数年後に見られて、売上につながる可能性があります。発信し続ければあなたの会社の信頼や認知が蓄積し、売上や利益になって返ってきます。

②研究開発・商品開発

人間は好奇心が強く、新しいものに目が行く習性があるそうです。それは裏を返せば、「飽きやすい」習性であるともいえます。今いる既存顧客も、時の経過とともに、一定の割合で減っていきます。それは、あなたの会社に不備や

不手際があったから去っていくのではなく、あなたの会社やあなたの商品に飽きたから去っていくのです。ですから、中小企業といえども、お客様を飽きさせないように研究開発や商品開発に投資し、新しい商品を開発・販売したり、新しいサービスの方法を考え出し、いかなくてはなりません。

③人材

人材への投資も欠かせません。人を大事にすると公言する会社でも、教育にほとんどお金を使っていないところがあります。また採用に関しても行き当たりばったりで、計画的にお金を使って良い人材を獲得する動きをしている中小企業は圧倒的に少ないです。企業が成長する源泉は、やはり何と言っても人です。人に投資していない企業で、成長している企業はありません。中小企業と言えども、未来の幹部社員を計画的に育てていくことは競争力を上げていくためにとっても重要です。

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

『雑談力』安田 正 著

■オススメ度★★★★ ■読むべき人 雑談が苦手な人

超一流の
雑談力

一流の雑談は、
人もお金も
引き寄せる 安田 正
実践しているスキル
目標がわかる人が

累計
25万部
大ヒット

- ★★★★★ 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

ポイント1

「何か特別なことをしているんですか？」は効く

自分が頑張っていることやこだわっていることを褒められたり、それについて質問されることは、自己重要感が満たされる。「何か特別なことをしているんですか？」というフレーズは相手のそういう欲求を刺激し、喜ばれる。

ポイント2

声のトーンは「ファ」か「ソ」で

声の高さは会話上、とても大事。高い声は話す人のキャラクターを社会的に感じさせる効果がある。一方で低い声は信頼感を与えるというメリットもあるが「暗い」「とっつきにくい」という印象を与えてしまう。ドレミファソラシドのファかソの音がちょうどよい声の高さである。

ポイント3

人見知りの人こそ、コミュニケーション力が上がる

自分の事を「人見知りだ」と思っている人は、コミュニケーションに高い理想を持っている人だ。「自分のコミュニケーション力はまだまだ」と感じてしまうから、人見知りだと思わずにいられない。このコンプレックスこそ、人を伸ばすとても大きな力になる。

豊田の 結論

自分もかつては人見知りで、知らない場所や人は苦手だったという著者が、コミュニケーション力を磨くことで人生を変えることができたという。雑談力やコミュニケーション力は、生まれ持った才能ではなく、トレーニングすれば誰でも身につけることができ、鍛えれば鍛えるほど効果が出やすいもので、本書ではそのテクニックを紹介している。内容に真新しさはないが、こういう雑談系というかコミュニケーション系の本は、定期的にベストセラーが生まれる。それだけ困っている人が多いということか。すぐに使えるアイデアもあり、雑談下手の私にとっても参考になる一冊だった。



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)

■美容師さんの変化

1年以上産休・育休で休んでいた美容師さんが復帰し、久しぶりに髪を切ってもらいました。以前から信頼していた人で、ブランクを感じさせず、とても気持ちよく切ってもらいました。

彼女が言っていたことで印象的だったのが、「休んでいるうちにいろいろと頭の中が整理できて、仕事に迷いが無くなった」ということ。

この人にはどんな髪型がいいのか、どれくらいの長さがいいのか、髪の色はどうか、など、お客様へのアドバイスや提案に迷いが無くなり、ズバツと判断できるようになったのだそうです。

僕の髪を切っているときも、以前にも増して、テキパキと納得できるアドバイスをしてくれました。

■脳味噌を休める

仕事から離れて、自分の脳みそを休めて、改めて自分の仕事を見つめなおしてみると、いろんなことが整理されて、判断力が増すのかもしれない。

仕事に追い回されているときは、目の前のことに意識が奪われて、視野が狭くなる。

視野が狭いと判断が偏る。そういうことってあるかもしれませんね。

■待ったなしの状況が自分を成長させる

あと、この美容師さんのケースでは、美容師の仕事が終わった後、待ったなしで子育てが待っているという事情もありました。さらに家事もこなさなければならない。だから、どんどん決断していかないと時間が足りなくなってしまう。

だからこそ仕事に集中でき、そのことが判断力を高めているという面もあると思います。人間、待ったなしの状況

になると、判断力が研ぎ澄まされるのかもしれない。

■自分レベルの視点で

自分レベルではいかがでしょうか？

あなたは、迷いなく判断できているでしょうか？

判断に迷いが無いということは、判断基準をしっかりと持っているということだと思います。

判断基準が無い時は、その時々状況や気分によって判断が左右されます。

つまり、ブレる。

だから判断基準が必要になる。

そこで自分自身の判断基準を明確にするために、たまに脳味噌を休めて、整理する時間というのが重要になる。

この時間を意識的に取ることで迷いを消し、自分に自信をもたらす効果を楽しむのです。

あなたの判断基準は明確か？

ちょっと考えてみてくださいね。

応援してます！



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

裸のおじいちゃんの言葉に背中を押され。

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。

日本人なら誰でも知っている大企業の上席取締役までやったAさんの話。

Aさんは、その会社を定年退職した後、勤務先だった東京を離れ、生まれ育った田舎に帰ってきました。グループ会社の重役ポストの話もあったそうですが、それらは全部断って、故郷に戻ることにしたのです。生き馬の目を抜くような大企業の役員職にほとんど疲れ、田舎でのんびり暮らしたいと思ったからです。

田舎に戻ったAさんは、地元にある温泉施設に行くのが日課になりました。温泉につかりながら、長年に渡る東京での会社員生活で溜まった疲れを癒していたそうです。

温泉施設は、ご高齢の常連客で毎日賑わっていました。その常連のおじいちゃん達からしてみると、Aさんは見慣れない顔。気になって、尋ねてきたそうです。「あんた誰？」と。

Aさんが素性を話すとおじいちゃん是这样言ったそうです。

「あんたまだ若いのに、こんな田舎で風呂につかるだけの生活じゃもったいねえ。まだまだやれることがあるはずだ。働いたほうがいいよ」と。

その言葉に背中を押されたAさんは就職活動を開始。ただ、会社員として利益を追求し続ける仕事はもうしたくない。そう思っていた矢先、大企業での経験を生かして困っている中小企業を支援する公的な職を紹介されたそうです。その職に就いたAさんは、経験に裏打ちされた確かな指導力と持ち前の物腰の柔らかさから、たくさんの中小企業経営者から信頼されるようになりました。

Aさんは、私のが目指す人物像の一人です。Aさんのような、年の重ね方をしたい、と思います。

【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。



月刊レイマックプレス 愛される会社プロジェクト公式会報誌 制作・編集／愛される会社プロジェクト