

Raymac press



レイマックプレス

2017年7月号 Vol.107

惚れた野菜と化粧品を 全国に、そして世界へ

株式会社yaotomi
代表取締役 犬飼亮



なぜ生きているか分からず、答えを求めて大学の哲学科に入り、お遍路を周り、屋久島に住み込んだ。もがいて行き着いたのは、「人は1人では生きていけない」というシンプルなこと。今、多くの人の力を借りながら、多くの人に野菜や化粧品など、自分が惚れた良いものを届けようと奮闘している。そんなエネルギー溢れる起業家・犬飼亮さんに仕事と人生について聞いた。

(インタビュー＝豊田礼人)

➡ **はどういったお仕事をメインでされているんですか？**

飲食店さんやスーパーさん、八百屋さんといった小売店向けに、野菜の流通を行っています。あとは通販で、個人向けにお野菜、調味料、化粧品をお届けしています。化粧品は、名古屋高島屋の中に入っている東急ハンズさんのコスメコーナーに常設で棚をお借りしていて、松坂屋さんの催事でも定期的に販売しています。東急ハンズさんとは今、本部の方と話を進めていて、1年以内には東京と大阪の旗艦店でも置かせてもらう予定です。

➡ **なるほど。すごい。そのあたりのお話を後ほどじっくり伺いたいのですが、このインタビューでは恒例で小さい時のことから聞いています。犬飼さんはどんなお子さんでしたか？**

名古屋市千種区の池下で生まれ育って、18歳まで住んでいました。子供の頃の記憶としては、幼稚園に通っていた3〜4歳ぐらいの時になんで生きているかわからなくなって、母親に「僕はなんで生きているの？」って聞いたことがあります。母親からは、「美味しいものを食べたり、楽しいことをいっぱいするためでしょう」みたいな答えが返ってきて、「何を言っているんだろう、この人は？」って思っ

てから、「生きる意味」を探す旅のような人生を歩んできました。うちはずっとと百姓の家で、曾祖父が頑張って土地を守っていたんです。僕が小学3年生の時にその曾祖父が亡くなって、千種区内だけで1000坪以上ある土地が遺されて、相続税が億を超えてしまいました。その相続税を払うために家族が借金をしているのを見て、「家を守るためには、会計と税金の知識をちゃんと学ばないといけない」と思い、中学校の頃には会計士や税理士になりたいと言っていましたね。

➡ **お堅い職業を目指していたんですね。**

でも、食べるのが好きだったので「板前さんになりたい」とも言っていました。それで、中学を卒業したら調理師学校に行こうと思って説明会にまで行ったのですが、そこで「高校ぐらいは行っておいた方がいいよ」って言われてしまって、勉強の方に進みました。そのまま高校へ行って、大学では「生きる意味」を探す延長で哲学科を専攻したのですが、授業があまりにもつまらなくて（笑）。だから大学1年生の時からずっと飲食店でバイトをしていましたね。そこに途中で入ってきた腕のいい料理人さんがいたのですが、その人はすごく苦労している方で。話を聞くと、中学生の時に母親が再婚して、再婚相手との間に子供ができてしまったそうなんです。彼は追い出されるように家を出て、中学に通いながら住み込

今月の内容

- 経営者インタビュー 株式会社yaotomi 代表取締役 犬飼亮様
- 経営コラム 「デザインが後回しになっていないか？」
- ベストセラー解説 『謙虚なコンサルティング』
- メルマガバックナンバー ● レイマック豊田のひとりごと

みで料亭の仕事をしていた方なんです。その人と一緒に仕事をする中で「生きるってこういうことなんだ」っていう、僕が哲学科に入って学ばなかったことを全部教えてもらったんですよ。だから「大学に行く意味ないな」と思って3年の前期で辞めました。

-哲学の教科書に書いてあることより、先輩の言葉のほうがリアルだったんですね。大学を辞めて、その後は？

自分でお店を持ってみたかったんですよ。僕はもともとアトピーだったので、当時は手荒れがひどくて、ひどくなるとステロイドを塗っていたんです。だんだん薬も強くなるし、料理は自分の好きな仕事だけど、やればやるほど手が荒れる。だから直感的に「ずっと現場ではやれないな」と思って、働きながら中小企業診断士の勉強をしたり、簿記の検定試験を受けて、経営の勉強を始めるようになりました。ステロイドを使い続けることに嫌気がさしていた時に、兄が「ステロイドに頼らず気持ちよく過ごせる化粧品やサプリがあるから、名古屋に返ってきて身体のバランスを整えてみたら？」って言うてくれて。

-大学はどちらに？

大学は東京の法政大学に通っていました。水や空気が違うせいかな、東京に行ってからアトピーがもっとひどくなったんですよ。だから、兄が声をかけてくれたタイミングで母親に「会計の勉強もしたいし、体の調子も整えたいから実家に帰らせてもらいたい」とお願いして、23歳の時に名古屋へ帰ってきました。ステロイドは一切やめたのですが、すぐに顔にも出てきてしまうという状態が半年ぐらい続きました。でも、だんだん調子が整ってきて、簿記も勉強を始めて半年で1級が取れました。そのまま会計事務所で働いて税理士の勉強を続けようかなとも思ったんですけど、当時付き合っていた彼女に「沖縄のゲストハウスでバイトするから、亮君も一緒に行かない？」って言われて。

-おお。その彼女とは東京の時から付き合っていたんですか？

そうですね。迷ったんですけど、一旦勉強をお休みして沖縄へ行くことにしたんです。フェリーで行こうと思って、名古屋港まで行ったんですけど、その時ちょうど沖縄に台風が来ていて、フェリーが出航できないということだったんです。そこでふと考えました。物事がスムーズに行く時はトントン拍子に進む。しかし今回は直前でストップしてしまいました。「これは、沖縄には行くべきじゃないのか？」と思い、キャンセルすることにしました。その時テレビを付けたら、たまたま屋久島の番組をやっていて、これが良い感じ。「そうだ、行き先を屋久島に変えよう！」と思って、住み込みバイトを調べたらあったんですよ（笑）。すぐに問い合わせたら「11月からだったらいいよ」と言われたので、彼女にも「沖縄へ行くのをやめるわ」と伝えました。屋久島では、一泊3000円ぐらいで泊まれるユースホテルで働いていたのですが、とにかく何もなし、住み込みで三食付いているから、本当にお金を使う場所がないんです

よ（笑）。休みの日は山を登ったり、宿で野菜を作ってお客様に出したりしていて、すごく楽しかったですね。屋久島には半年から1年ぐらい滞在していました。

-それで、帰る時が来るわけですね。

頼めば延長もできたんですけど、満たされすぎて、いきなりゴールに来てしまったみたいになっていて「これ以上いたらダメだ」って思ったんです。「そもそもなんで名古屋に生まれたのかな？」みたいなことも考えはじめました。そんな時、たまたまテレビで、四国で歩き遍路をしている少年を取り上げていたんです。それを見て「歩き旅をしてみたいな」って思ったんです。それで、一旦名古屋へ帰って伊勢からスタートし、熊野古道、高野山、和歌山を歩いて、和歌山からフェリーで徳島に渡り、徳島からは札所と呼ばれる場所を順番に周りまわりました。徳島から高知に入る時、「自分をもっと高めなきゃいけない」という変な強迫観念に駆られていて、焦っていたんです。そしたら朝8時の国道で、僕の目の前でワゴンとトラックが正面衝突したんです。「えーっ！」って思ったんですけど、後続車両のドライバーが降りて駆け寄っているのを見て、「僕が出る幕はないな」と安心して歩き続けたんですよ。でも、自分を高めるためにお遍路をやっていたはずなのに、通勤ラッシュの中で一番ヒマな僕がなぜか一番焦っていて、人のために何かをやるチャンスだったのに動けなかった。「何をやっているんだ、俺は？」と思ったら、今やっていることが急激にバカらしくなって。悔しくて泣けてきました。「ダメだこれ。もう終わり！こんな旅」みたいな感じで、電車とバスに乗って名古屋まで帰りました。

-う〜ん。真っ先に動けなかった自分が悔しかったんですね。それでどうしたんですか？

特に何も決めずに名古屋へ帰ったのですが、僕の母親は薬剤師をやっていて、兄はその薬局で事務をやらせてもらっていたんです。僕が帰ったタイミングで、兄が問題を起こして働けなくなってしまって。母親も責任者をやっていたから、周りに迷惑をかけるわけにもいかないということで、僕が急遽取り出されることになりました。屋久島や旅で、完全に都会とチャンネルがズレている時に、家族の問題が起きて「助けないと！」ってなったので、一気に社会復帰できましたね。だからそのことに関しては兄に感謝しています（笑）。



- (笑)なるほど。じゃあそこでキッカケをもらって復帰して。そうですね。一年半ぐらい薬局で働いて、兄が大丈夫になったタイミングで、僕は会計事務所に転職し、税金の勉強をするようになりました。それが25歳ぐらいの時だったのですが、会計事務所で働く中で、地域を盛り上げる活動をしたくなってきたんですね。それで、地元のお祭りの運営を手伝ったり、演奏をして盛り上げたりしていました。色々な祭りを見ていく中で、お祭りが盛り上がっている地域は、経済も元気なところが多いということに気づき、自分も事業を始めて、その歯車的一端を担いたいと思うようになりました。ある時、地元の商店街のお祭りで「キュウリの一本漬けを売ろう」って思ったんです。どうせやるなら本当に美味しいキュウ리를売りたいなって思って、無農薬野菜を作っている知り合いに、キュウ리를分けてもらって作ったんですよ。そしたらそのキュウリがあまりにも美味しくて、僕自身が感動してしまいました。一本買って、一回家に帰ったおばちゃんが、家からビニール袋を持ってまた来て。「お兄ちゃんこのキュウリ美味しかった！20本ちょうだい！」みたいな人が一晩で2人もいたんですよ。それで「あれ？」と。「この美味しさは伝える価値のあるものなんじゃないか」と思うようになって、「八百屋さんをやろうかな」という考えが浮かんだんです。

- お客さんの反応が強烈だったんですね。

はい。友人にその話をしたら、彼もたまたま何か事業をやりたいというタイミングだったんですね。それで、とりえず移動販売から始めようという話になり、2人で20万円ずつ出し合って、軽トラックやテントを共同で買うことにしました。僕が出店先を探して、農家さんもあたって、3ヶ月後の2009年11月から移動販売を始めましたね。その頃は、会計事務所を辞めて、飲食店の運営を行っている上場企業で経理をやっていたのですが、週末だけ八百屋をやっていました。会社自体は社長も面白いし、飲食の現場上がりの人たちのノリがめちゃくちゃ好きだったんですよ。でも、僕は経理職で本部の運営側の配属なので、周りには上場するために中途で入ってきた、いわゆる普通のサラリーマン経験者の人たちばかりだったので、全く話が合わなくて大変でした (笑)。

- (笑)二足のわらじを履いていたんですね。そのサラリーマン時代から、どういった経緯で独立したんですか？

軽トラックで移動販売を始めた年末年始ぐらいにテレビの取材が入ったんですね。「サラリーマンが週末にこういうことをやっています」という趣旨の取材だったのですが、制作側としてはサラリーマンとして働いている風景を撮りたくないじゃないですか。だから「もしよかったら、会社で撮映させてもらえないですか？」みたいに言われて、上司に相談したら「犬飼君、何を考えているんだ？」となりまして (笑)。副業も公には認められていなかったから当然ですよ。それで、「自分は今こういうことをやっていて、感触もいいから本格的にやりたい」と上司に伝えて、



番組が放映される前に辞表を提出したんです。会社を辞めてからは、5、6坪ぐらいの場所で八百屋を始めましたが、全然儲かりませんでしたね。

- あ一儲からないですか。それで、どうしたんですか？

「事業を運営していく中で何を大切にするか」ということを考えたんです。僕の場合は「地域のコミュニティー」と「野菜」というキーワードがあったのですが、まずは野菜で稼げてこそ、それを地域の祭りに回せるっていうロジックだから、野菜というテーマをもっと掘り下げていこうと思いました。「野菜」に重点を置くことと決めた時に、生産者側に立つか、消費者側に立つかという事業のポジショニングで全くやり方が変わってきます。僕は、限りなく生産者さんに寄り添って八百屋を営もうと決めて、その瞬間にもっと畑に行ってお手伝いしたり、農家さんのことを知りたいと思うようになりました。それで、店舗販売もやめることにしました。自分で畑を手伝うと、いい農家さんを選ぶ眼が養われてきて、自ずといい野菜が集まってくるようになります。特に営業活動はしていなかったんですけど、紹介やネット経由で顧客がどんどん増えていって。取引のある飲食店さんの軒先を使って週末だけ直売をやらせてもらったりして、事業が回り始めました。

- そこからどういった経緯で化粧品との出会いがあったんですか？

2015年から自分でも試験的に野菜を作るようになって、その中で「キララの石」という、奥三河の段戸山で採れる天然鉱石に出会ったんです。この石を細かく粉碎したものを畑の土に撒くと、野菜の調子がいいし、生育がいいんです。知人にその話をしたら「この石を使った活性水素水を作って、化粧品を開発している人がいる」というのを教えてもらい、その人のところへ連れて行ってもらいました。その時の僕は、アトピーが一番ひどく出ていた時だったのですが、試作品のローションを使わせてもらったら、どんどん良くなっていって。今までも色々な化粧品を試してきて、どれもイマイチだったのに、「この化粧品はただ者じゃないぞ！」と感動してしまいました。僕は八百屋なので、自分で売ろうとは思っていませんでしたが、事業化しようとしていたその知人がどうしても資金の目処がつかないということで、僕が事業を引き継ぐ流れになったんです。

-開発されたものを御社で商品化して売るといことですか？

そうですね。開発者の方はご高齢で、容器も5000本手配してしまっていたし、困っている姿を見るに見かねて、化粧品事業の立ち上げに関わっていたうちの奥さんが「八百屋でやってくれない？」と言いついて。悩みましたが、仮に僕が「無理だよ」と言ったらこの事業は頓挫し、この化粧品は世に出ない。それは残念なので、やる決意をしました。最初は、「yaotomi@Life cosme」というブランドを作って、3点の化粧品を商品化しました。随分費用がかかりましたが奇跡的に資金繰りの目処が立って、今なんとかやらせてもらっています。次に新しい商品を一気に6点出そうとすると、それだけで2000万円ぐらいかかってくるんですよ。だから結構ギリギリの勝負をしていますよ（笑）。

-販路は東急ハンズさんがメインですか？

そうですね。棚をお借りしているのですが、販促物だけでは伝わらない部分もあるので、週末に僕が店頭立つ時もあります。最初は直接卸していたんですけど、やっぱり問屋さんを立てた方がスムーズにいくと思ったので、今は全てお任せしています。その問屋さんは、国際化粧品展で出会った方に紹介してもらい、お会いしたらとても好感が持てる方だったので、お任せした感じですね。その方も3年ぐらい前から急に顔に皮膚疾患が出るようになったらしく、うちの化粧品を使ってもらったら、会うたびにキレイになっていったんですよ。「これ、何が入っているんですか!？」って言われて。「せっかくこんなにいいものだから、一緒にブランディングしていきましょう!」「息の長いベストセラー商品を作っていきますよ!」と言ってきて。名古屋だったら僕がすぐに店頭にも立てるし、一度名古屋でベースを作ってから、一気に全国展開を狙っていると思っています。

-先日東急ハンズを覗いたら、目立つ場所に陳列されていて驚きました(笑)。ところで、幼少からの疑問、「何で生きているんだろう?」という問いに対しては、今、どんな感じなんですか？

心の面に関しては、2年ぐらい前に実はもう答えが見つかっていて。「人は一人で生きていけない」ということだと思います。誰か一人だけでもいいんですけど、本当に自分のことをわかってくれる人に出会う喜びや、出会ってその人と生きていくということかなと思います。それがわかるのに随分時間がかかったんですけどね（笑）。

-今後、yaotomiさんはどうされていくんですか？

今、ほうろく屋さんという会社の菜種油をyaotomiのホームページでも販売しているのですが、原料となる菜種を全て知多半島で賄うお手伝いをしたいと思っています。あと、知多半島の若手の就農希望者の受け皿になれるような仕組みを作りたいです。それと、化粧品の輸出もしていきたいですね。化粧品で稼いで、それを原資に農地や人材を維持・運営していくという構想なんですよ。野菜だけではできないことも、野菜と化粧品をやっているからこそで



きると思いますし、これからは原料も自分たちで作るので、さらに重厚になってくると思います。実際、原料から作っている人は他にもいると思うんですけど、僕らは農業の後継者がいないという問題を解決したり、耕作放棄地を管理していくってことが本当の目的なんです。それは、産直の八百屋を営んで、自分でも野菜を作って流通してきたからこそ感じる問題点で、今の段階ではコスメの展開でその問題が全部解決できるという仮説を立てています。

-今の農家さんはどんな状況なんですか？

高齢の方たちが中心なのですが、後継ぎがいてもみんな農家にはならないんです。逆に、就農希望の若い子たちは少しずつ増えているんですけど、彼らは土地も機械もないという状態から、単価が安く、収益性のない商品を作っているの、事業化するのが大変なんですよ。その両者をうまくつなげられれば、今後も自分がお届けしたいクオリティの野菜を作り続けられると思っています。今の状態のまま10年経ったら、自分が納得するクオリティで届けたい野菜を作ってくれる人がいなくなることに、僕は危機感を持っているんです。

-それは事業として成り立たないということですか？

成り立たないですし、農地もどんどん荒れていって、それを戻そうとするとすごいエネルギーを要するんです。若い人たちは機械もない、機械の直し方もわからない、どういいう機械が必要かもわからないっていう子ばかりです。おじいちゃんたちは、体は動かないけど、自分で機械も直せますし、部品のことも全てわかっているんです。新品で買ったなら1000万、2000万するような機械も揃え持っていますからね。積極的におじいちゃんたちと、交流を深め、僕が自分で農業生産法人を作って、南知多に拠点を持つことにしたんです。僕らが先に仕組みを作って前例を見せることで、「絶対に交流を深めた方が儲かるよ」ということを見せていきたいんですよ。

-今後は楽しみですね。

そうですね。ちゃんと回ればいいですけどね（笑）。

【プロフィール】

いぬかいりょう 1980年 愛知県生まれ

株式会社yaotomi

所在地: 愛知県名古屋市区あし原町220番地アクティブ横井D号

<http://www.yaotomi831.jp/>



デザインが後回しになっていないか？

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。

■名刺とWEBデザイン

先月に引き続き、デザインの話。中小企業はデザインに対する投資がまだまだ少ないと思います。経営者や起業家と話して思うのですが、差し出された名刺が自作の、ただ名前が書いてあるだけの、デザインのデの字も無いような、残念なものであることがあります。また、WEBサイトを持っていなかったり、持っていたとしても、これまた自作の、デザイン的に競争力のないものそのまま放置されていることも少なくありません。更新も1年前で止まったまま…とか。なぜこうなるのか？

声を大にして言いたいのですが、デザインの力をもっと重視して欲しい。名刺もWEBサイトも、世の中との重要な接点です。見た目だけで中身がないのも困りますが、見た目の良さに気を配れないことは、起業家や経営者にとって致命的なことだと思います。名刺やWEBサイトはあなたの会社、あるいはあなた自身の顔であり看板です。顧客が見たときに、好感を感じるような、引き付けられるような見た目にしておく必要があります。ほんの少しでも問い合わせのフックになるように工夫を凝らし、必要な資金を投下すべきです。

私は、名刺に切り取り用のミシン目を入れて、「お試し相談割引券」をつけています。この割引券を使うと、私のコンサルティングが割引で受けられる、というものです。この「割引券つき名刺」は映画やコンサートのチケットに切り取り線が入っているのをヒントに、半ばシャレで作ったのですが、名刺交換で思わぬ効果を発揮し続けています。

たいていの人はこの割引券に興味を持ち、いろいろと質問してくれます。会話のきっかけになるんです。初対面の人同士の名刺交換の場で会話のきっかけを生み出すこの名刺が、起業当時の私を大いに助けてくれました。制作費は通常の名刺の5倍です。その費用をかけてでもこの名刺を使い続けているのは、「ほんの少しのフック」になればいいな、という思いからです。何か、私から感じて欲しい。何かのときに思い出して欲しい、という思いです。実際、この名刺がきっかけでお仕事につながったり、割引券を利用して、コンサルを受けていただいた方もいらっしゃいます。先日はデザイナーにデザインをリニューアルもしてもらいました。お金はかかるけど、必要な投資です。



切り取りミシン目が入った名刺

■デザインが購買に大きな影響を与える

我々は、何かを買うときの判断基準として「デザイン」に重きを置いています。有意識、無意識にかかわらず、デザインの良いものから購買選択肢の上位に入れていきます。気がつけば、カッコイイものやカワイイもの、美しいものを優先しています。これは人間が生まれ持った習性だと思います。人間は一貫性のある、均整の取れたものを好みます。何か欠けていたり、偏ってバランスが悪いものに対して違和感を感じます。一貫性のある、均整のとれたものとは、デザイン性の良いものです。逆にあえてバランスを崩して違和感を感じさせることで注目を集めるデザインを採用しているものもあります。いずれにしても、デザインが購買に大きな影響を与えています。

ある調査によると、人は「色」で買うか買わないかを決めているそうです。色の良し悪しはデザインにおける重要な要素の一つです。良い色のデザインは選ばれやすいし、色の悪いものはスルーされる。あなたの会社のコーポレートカラーは何色でしょうか？商品のメインカラーは何色でしょうか？それがターゲットとする顧客から好感されるかどうかで、売上げに差が出てきます。ここにも気を配りたいです。

■伸びる会社はデザインにこだわる

デザインが後回しになっていませんか？「この会社は伸びるぞ」と感じる会社は、デザインに力を入れています。軽トラック用の幌(ほろ)である「ラクホロ」を製造販売する安田製作所の安田社長も、デザインに力を入れている経

営者の1人です。同社のWEBサイトもパンフレットも、とても見やすく、魅力的なデザインで、ついあちこち見たくくなります。事実、このサイトから注文がどんどん入り、「ラクホロ」の売上は伸びています。とても良いデザインだと感じたので、安田社長にこのWEBサイトの制作者を教えてください、私の別のクライアントのサイト制作を依頼しています。良いデザイナーを見つけ、その人に力を発揮してもらうことが、今後の企業の競争力に大きく影響するようになっていくと思います。

■新規事業にもデザインの力が役立つ

新規事業を進めるに当たっても、デザインの力が大きな推進力になる場合があります。以前、ある会社のプロジェクトに参加し、新規事業の立ち上げに関わりました。そのとき、プロジェクトの方向性が定まらず、メンバー間での話し合いが右往左往し、同じところを堂々巡りしてしまう事態に陥りました。新規事業ですので、今までやったこと

のない未知の世界を手探りで進まなければなりません。起業時も含めて、新しいことをやる時にはこういう事態に陥りやすくなります。

このプロジェクトで良かったのは、プロジェクト発足の初期からデザイナーが参加していたことです。メンバー間の議論が煮詰まりかけたとき、そのデザイナーがそのプロジェクトを外部に説明するためのパンフレットのヴィジュアルデザインを持ってきたのです。そのデザインが素晴らしく良く、そのプロジェクトの方向性をメンバー間で視覚的に共有するのに大きな手助けになりました。「そうそう、こういう感じだよね!」「この方向性で商品開発を進めるといいんじゃない?」という意見が活発に出て、プロジェクトがグッと前に進みました。良いデザイン、カッコイイデザイン、洗練されたデザインというのは、メンバー間のまとまりを促し、時にはモチベーションを上げる効果があります。会社のロゴマークをリニューアルするだけで、社員のモチベーションを刺激することだって可能なのです。



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イマック豊田が読み、その要点をズバットお伝えします

『謙虚なコンサルティング』エドガー・H・シャイン 著

■オススメ度 ★★★★★

ポイント1 **謙虚なコンサルティングとは？**

謙虚なコンサルティングは、これまでの知っていることを一方的にクライアントに「教える」コンサルティングとは異なる。それは、力になりたいという積極的な気持ちを持ち、クライアントに対する思いやりを持ち、誠実な「好奇心」を溢れんばかりに持つことで成せるものである。

ポイント2 **レベル2の関係を結ぶ**

レベル1とは、専門家としてほどほどの距離を保つ関係。レベル2はもっと個人的な関係であり、「パーソナライゼーション」によって、より深い内容についても話し合えるような関係である。コンサルティングが成功するためには、レベル2の関係をクライアントと築くことがとても重要である。レベル1のままでは失敗する。

ポイント3 **本当の支援とは？**

クライアントを支援するというのは、クライアントだけではできないことを、クライアントとともに、クライアントのためにすることである。ただ、それらが助けになったかどうかを最終的に判断するのは、基本的にはクライアントである。自分が助けたりも、クライアントがそう感じなかったら、支援しなかったことになる。

著者はMITスローン経営大学院の名誉教授であり、心理学の世界では大御所。そのシャイン大先生が、自らのコンサルティングの現場での失敗談をおしげもなく披露していることにまず驚き、親近感を感じた。シャイン先生は「コンサルタントは自分で答えを出すのではなく、クライアントが自ら道を見出せるように支援しなければならない」と言う。そして、「明瞭な理解というのは、どうすべきかわからないと認めて初めて得られるものだ」と言い、クライアントとのコミュニケーションを深めずに一方的な調査や診断から一方的な提案してしまう過ちを戒めている。本当は★5つにしたかったが、内容がやや難解な部分があること、コンサルティングを業としていない人が読んだ時にどこまで共感できるかが不明だったので★4つに留めた。

豊田の
結論

- ★★★★★ 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620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。

捨てることは、本気を見せること

(2016年7月1日発行第585号)

■ どこに絞るのか

ひとつの分野に絞って、そこに経営資源（ヒト・モノ・カネ）を注ぎ込み、徹底的に磨き上げていくことで競争力が増し、業績は上向く。言うのは簡単ですが、実際にやろうとすると二の足を踏んでしまう。

今コンサルティングで関わっている会社もそうでした。色々と幅広く事業を行ってきて、成長してきたのですが、業界の流れが変わり、業績が一気に下降してしまいました。「何でも屋」では生き残れないのは頭では分かっている。しかし、どこに絞り、何の専門家になればいいのか決断できない。絞ることは、他を捨てることですから、この決断は相当に勇気がいることです。

■ 経営者の重要責務

決断ができないのは、決断をする経験が少ないことも原因としてあります。これは2代目3代目の経営者に多く見られる現象。業界が好調で、普通にやっていたら売上が伸びていった環境では、ヒリヒリするような、身を削るような決断は必要ありません。だから、決断することに慣れていない。

しかし環境が変われば、方向性を変える決断が必要になる。「慣れていないから」では済まされず、放置しておけば業績は下がるばかりです。

会社をどの方向に進めるのかという決断。これをやらずに、経営者の仕事を全うしていることにはなりません。逆に言えば、これさえできれば、あとは何もしなくてもいいくらい。それくらい、経営者にとって重要な責務だと思います。

■ 本気がファンを生む

どこかに絞って、ひたすらその道に進むこと。それにかかる思いが本物であれば、多くの社員、そして顧客をも惹きつけ、ファンを作り出します。



すべてのメニューを一律280円でそろえる焼き鳥店の「鳥貴族」。全国に500店を展開し、業績も好調。さらに1000店の新規出店も視野に入れているそうです。外食チェーンの多くが新たな業態に手を広げる中で、鳥貴族は焼き鳥ひと筋をあえて貫いています。

社長の大倉氏は、このことについて、「そのほうが焼き鳥にかける思いを社員に訴えやすいから」と言っています。絞るということは、経営者の「本気」を見せること。それが、社員を動かすのだ、ということです。そして、顧客をも惹きつけます。本気がファンを生むのです。

■ 自分レベルの視点で

自分レベルではいかがでしょうか？どこかに絞るということは、何かを捨てることだから、すごく恐い。だから、捨てるに増やし続け、気がついたら何屋なのか分からなくなってしまう。そうすると、顧客から見ても魅力がないし、社員やスタッフさんの求心力も低下します。しかもすべてが中途半端になりがちだから、自分自身のストレスもたまる。

自分は何が得意で、何をしている時が充実感を感じるのか？そして、世の中は（顧客は）どう動いているのか？この2つ。そこに答えがあるはず。僕も頑張ります。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..

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

100回の刺激的な出会い。

そもそもが人見知りなので、初対面の人と話したりするのは結構緊張するんです。こういう人って、(自分で言うのもなんですが)感受性が鋭く、色んなことに敏感に反応しやすいのだそうです。感受性が鋭いと言われると少し嬉しい気もしますが、緊張せずにいろんな人とワイワイやれたらいいなーと思う自分もいます。

そんな性格だから、起業した時も、人に会ってお願いする「営業」をなるべくせずに、マーケティング活動だけで仕事が獲れるようにしたいと、WEBサイトとかメルマガとかニューズレターとかを、せっせとがんばってきました。これも結果的に良かったですね。

そんな僕なので、このレイマックプレスの取材のために、毎月、強制的に初対面の人に会い、根掘り葉掘りインタビューするという活動は、自分の幅を広げるのにとでも役立ちました。こんなことでもしないと、新しい人に出会わない人間ですからね。

インタビューに行くときは、やはり緊張します。失礼が無いようにしなくちゃ、とか、気持ちよく話してもらうために、あーしようこーしようとか、色々考えたりもします。

でもほとんどの場合それらは杞憂に終わり、起業家さんたちのお話はとてつもなく面白く、気がつくとその人の人生にのめり込んで聴き入ってしまっているんですね。そして帰る時は「本当に、この人に会えて良かった」としみじみと思うんです。そしてその後も良いお付き合いが続くこともあります。

人見知りの僕が、このレイマックプレスのおかげで、刺激的な出会いを100回以上も体験してきました。これは僕の人生に彩を加え、そして仕事上での大きなエネルギーになっています。本当に、感謝の気持ちでいっぱいなのです。🙏

【レイマッククラブ主催セミナーのお知らせ】

45回目となるセミナーは、小さな会社がモノやサービスを販売していくために必須の「伝え方」の技術について紹介するセミナーです。

「小さな会社が知っておきたい『伝え方』の技術」セミナー

日時: 2017年8月29日(火) 19:00~20:45

場所: ウィンクあいち904会議室 定員: 30名

料金: 5000円(税込) レイマッククラブ会員は2000円 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、レイマッククラブにご入会ください。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。

■正会員 2,160円
(月額)
■入会金 5,400円

 **Raymac**