

Raymac press



レイマックプレス

2017年10月号 Vol.110

自分の中で、 父が神様になった

有限会社カーライフスタッフ
代表取締役 山岸慎



サッカー漬けだった少年は、大学を中退して実業の世界に入った。1人で始めた中古車販売事業で力をつけ、広い敷地をもつショールームを開くまでに成長。そんな山岸社長を支えたのが、事業家でもある父親だった。海千山千のプレイヤーがひしめく厳しい世界で踏み張れたのは、父という心の支えがあったからだという。その父亡き後、さらなる成長を目指す山岸社長の見つめる未来とはいかに――。(インタビュー＝豊田礼人)

－山岸社長はどちらのご出身ですか？

生まれは埼玉県です。父はもともと名古屋出身で、豊田工機社に勤めていたのですが、東京へ転勤になったので僕は埼玉で生まれました。ただ、3歳の頃には豊田市に来たので「豊田出身」と言ってもいいぐらいです。

－あ、埼玉からこちらへ。そうなんですね。当時、どんな子供だったんですか？

小学校の頃からずっと「サッカー少年」です。毎日サッカー漬けで、中学校では全国大会にも行きました。高校は（強豪の）岡崎城西高校に特待で進学し、高校でもサッカーです。僕が高校を卒業する翌年からJリーグの発足が決まっていたので、大学もスポーツ推薦で中部大学に進学してプロを目指していたのですが、全くダメでしたね（笑）。

－大学でもサッカー漬けで？

いえ、高校までサッカーばかりやっていたので、大学生になったら「自分で車を買って彼女がほしい！」と思っていました（笑）。たまたま付き合った子がお嬢様だったので、その子のためにバイトを4つぐらい掛け持ちして、いいもの

を買ってあげたりしていましたね。中部大のサッカー部は弱かったので、練習しなくてもレギュラーが取れてしまって、「なんだこれ？」と思ってやる気をなくしてしまったんです。だから学校にもほとんど行かず、1年生の時は2単位しか取れなくて、留年です（笑）。

－（笑）。大学入るとユルんじやったんですね。バイトは何を？カラオケ屋さんやパチンコ屋さん、警備会社、土木会社などですね。そしたらある日彼女に「サッカーをやらないマコちゃんなんて大嫌い！魅力ないし！」と言われて、いきなりフラれちゃったんです。それで、次の日に学校も辞めました。僕は決めたらずるずる行動するタイプなので、彼女にフラれてしまったことでリズムが崩れてしまって、「学校に行く意味ないな」と思ってすぐに中退しました。サッカーも自分の中でやり尽くした感があったので、その後サッカーに打ち込もうとは思いませんでしたね。

－おっと急展開ですね。それでどうしたんですか？

父が脱サラして保険の代理店を運営していたので、フラれた3日後ぐらいに土下座して、「後継者をやらせてくれ」って頼んだんです。そしたら父は「いいよ」って言うてくれて、安田火災海上保険（現損保ジャパン日本興亜）の研修制度の中にあつた「後継者育成コース」と

今月の内容

- 経営者インタビュー 有限会社カーライフスタッフ 山岸慎 様
- 経営コラム 「ホームページを更新せよ」
- 書籍解説 『『バカな』と『なるほど』』
- メルマガバックナンバー ●レイマック豊田のひとりごと

いうものを受講しました。社員のような形で研修を受けながら、半年ぐらい勉強するというものです。保険の代理店を継ごうと思って父の仕事を手伝っていたのですが、僕は車が大好きだったので、車を欲しがっている人がいたら、知り合いの車屋さんに紹介していたんですね。人脈を使って相当数のお客さんを紹介していたら、その会社の社長が「そんなに紹介してくれるんだったら100%歩合でやってみない？」という話になりました。

-あ、フルコミッションで車の営業をやってみないかと。

そうです。で、その会社に入社したのですが、基本給がゼロで100%歩合の社員だったので、たくさん売らないといけない。でも3人でやっている小さな会社だったので、展示車も店舗もなくて大変でした。だからコンパや飲み会に参加して人脈を広げて売るというスタイルにしました。その会社では、ボロボロのトラックを積載車として使っていたんですけど、あまりにも不便で「新しい積載車を買ってほしい」と言ったら社長は了承してくれました。それで、楽しみにしていたのに、社長が勝手に自分の車を買ってしまって、がっかりしましたね。さらに、社長の同級生が社員にいたのですが、その人も100%歩合だと聞いていたのに、実は基本給をもらっているということが発覚してしまったんです。彼は年間2台ぐらいしか売っていなかったのに給料をもらっていたから、「もう辞めよう」と思いました。

-割りが合わないぞ、と。

そうです。たまたまその時に、僕の後輩が他の車屋さんを紹介してくれたんです。その方とお話をして「独立したいんです」と言ったら「うちで場所を貸してあげるから、タダで使いなよ!」と言ってくれました。その方には今でもお世話になっています。保険の代理店は続けながら、自分で車屋さんを始めることにして、さすがにタダで場所を貸してもらうわけにはいかないので、「車を1台売ったら5万円払います」と言ったらすごく喜んでくれました。

-車は自分で仕入れてくるんですか？

そうですね。その大久保さんという方がオークションの権利を持っていたので「僕の権利で買ってもいいよ」と言ってくれて、おんぶに抱っこで資金までいただきました。でもそれだけでは足りないの、消費者金融でお金を借りていましたね。独立当初から利用していたのですが、返済が早いから借りられる枠がどんどん増えていって、そのうち僕のところに消費者金融会社の法人担当までつくようになりました。それで、700万円、800万円と借りられるようになって、仕事を回していったという感じです。今思うとそこが原点ですね。

-そこでは、店頭で車を並べて売るわけじゃないんですね？

そうですね。注文販売だったので、お客さんに欲しい車種を聞いてきて、自分で仕入れてきます。当時、カルディナの注文をもらって買ってきただけのことがあったんです。お客さ

んに見せたら「いらない」って言われてしまって「困ったな、どうしよう?」と思ったので、またオークションに出したことがありました。そしたら15万円ぐらい儲かって、「何だこれ!？」って思いましたね(笑)。大久保さんが経営している会社はその「業販」という商売をやっていたのですが、僕は小売専門だったのであまり理解していませんでした。でもカルディナをオークションに出したことがきっかけで、僕もすぐ業販に転身しました。それから20年が経ちますが、今でも業販をメインでやっています。

-なるほど。オークションで買ってオークションで売るということですね。その時はすでに屋号をつけてやっていたんですか？

当時から「カーライフスタッフ」でした。最初は週に5台から始めたのですが、35歳の時には週に400台ぐらい出すようになりました。4年ほど前、ミャンマーの軍事政権が崩壊したのをきっかけに、日本車の輸入が約40年ぶりに解禁になったんです。その時に、20万円ぐらいで売っていたハイラックスサーフが、最高で350万円ぐらいになっちゃって(笑)。ミャンマー人が日本で買って現地に持って行って、1000万円ぐらいで売らしいんです。それに気づいてからは、ハイラックスサーフばかりを売ってましたね。その時にかなり儲かったの、この店舗を建てることにしたんです。

-うおお。すごい。その頃は1人でやっていたんですか？

業販を週5台から始めた時は1人でしただけ、台数が増えるにつれて人を雇っていきました。会社組織としては今年で13年目です。僕は40歳になったら自分で土地を買って、1000坪以上のワンフロアで業販と小売をやりたいという夢を持っていました。前々から(現在の)この土地が気に入っていて「店舗を持つならこの場所がいいな」と思っていたのですが、たまたま40歳になった時に不動産屋さんから「この土地が空いたけどどう?」って聞かれて、驚きましたね。こちらからはこの場所がいいなんて一言も言っていないのに(笑)。銀行で相談したら、ミャンマーフィーバーの時の売上が年商55億円ぐらいあったので融資してもらえることになって、店舗を建てることにしたんです。



キレイで広いショールームにたたずむボルシェ

-55億！すごいです。店舗で販売している車はどんな特長があるんですか？

他の店にはないものを仕入れるようにしています。僕は業販を20年やってきたので、オークションで年間何十万台と車を見ている。輸入車が多いのですが、珍しい色の車や、オプションがたくさん付いている車、限定台数しか作っていない車などを選んで店頭に並べていますね。業販でまず車を買ってきて見定めをして、例えば車内が臭かったり手間がすごくかかるものは業販に持っていきます。その中で、すごく綺麗で「これは絶対にお客さんが喜ぶ」と思った車は店頭に並べます。だから店頭に並んでいるもので、お客さんに文句を言われる車は、たぶん1台もないと思います。そこにはめちゃくちゃ自信がありますね。

-経験のなせる技ですね！小売のお客さんはどうやって集客しているんですか？

今は新聞広告ではお客さんが来ないので、Gooやカーセンサーに掲載しています。新聞広告だと1回出すのに30~40万円ぐらいかかりますけど、Gooとカーセンサーの両方に掲載しても40万円ぐらいなので、割がいいんですね。うちは4割ぐらいのお客さんが県外の方なので、車を見ずに電話だけで購入される方も結構います。

-マジですか。そういう世界があるんですね。社員さんは何人ぐらいいらっしゃるんですか？

今は15人ぐらいです。業販を扱うオークション事業部と、営業部、Yahoo事業部の3部門で構成しています。Yahoo事業部は、例えば業販で買ってきた車でスタッドレスタイヤやジェットバッグが付いていた場合に、その中古パーツをYahooで売る部門です。僕も営業をやっているのですが、中古車は直接の営業が難しいので、地元の商工会議所青年部の活動や、豊田ルネッサンスライオンズクラブでの活動を通して名前を売っているという感じです。あとは既存のお客様に、車検の時にお声がけしたりもしています。

-車売ることに對する理念みたいなものはあるんですか？

もちろん車そのものも大事ですけど、例えば雑草の上にダイヤモンドを置くよりは、綺麗な物の上に置いた方が売れるじゃないですか。だから、なるべく綺麗な店にしようと心がけています。うちの営業マンにはアクションプランを立てさせて、3年後や5年後の計画を立てるように指示しています。将来的には若いスタッフ2人が自分で店舗を持てるようにしてあげたいですね。その目標を持って、今何をすべきかというプランを立てさせて、PDS (Plan-Do-See 計画-行動-改善) を繰り返すように言っています。1ヶ月の目標台数と目標粗利を決めてみんなで「クリアしていこう！」と士気を高めていますね。

-スタッフさんとは定期的にコミュニケーションを取ってますか？飲み会は結構やりますね。僕は小学校、中学校とサッカー部でキャプテンをやっていたんですよ。生徒会もやってい



山岸社長もコツコツ流

たので、人に何かをするのが好きなんですよ。青年部に入って3年目ですけど、若いやつが結構ついてきてくれて、社外に部下がいっぱいいるんです(笑)。慕われるのは好きなので、慕ってくれたら2倍も、3倍も返してあげたいんですね。彼らに「車買ってよ」とも言わないし、彼らが新車を買っても「おお、いい車じゃん！」って心から言えるので、そういう欲はあまりないですね。

-これまで社長は順調にこられたと思うのですが、挫折や分岐点がありましたか？

いや、全然順調じゃないですよ(笑)。分岐点は間違いなく父が亡くなった時ですね。14年前、僕が31歳の時に父がガンを患って、余命3ヶ月と宣告されました。死ぬ3日か4日前まで「頑張る」と言っていたんですけど、死を察知したのか、死ぬ前日に「ちょっと話がある」と病院に呼ばれました。それで「どうした？」って言ったら「俺はもう死ぬから、俺の大事な嫁さんに毎月30万円絶対にあげてくれ」って言われて。「お前には負担かもしれないけれど、やってくれるか？」って言うから「いいよ、絶対にやるよ！」と言いました。それと、「今後お前が生きて行くのに辛いことがあっても、死ぬことが一番辛いんだぞ。俺はたぶん死ぬと思うけど、お前は辛いことがあっても死なないから、頑張れ！」と言ってから意識が朦朧としてしまって、翌日にはもう話せませんでした。最後は僕の腕の中で死んでいったんです。

-すごいお話です。大きな分岐点だったんですね。涙が出ます。独立してから父に助けられたことといえば、旧店舗で15万円ぐらいのエアコンを買ってもらったぐらいで、それ以外はあまり支援を受けていませんでした。でも「何かあったら相談しよう」という心の支えでした。それがなくなってしまったんですね。父は当時、保険の代理店を他の人と共同でやっていたので、父の死後、僕はそこの代表にもなったんです。色々調べてみたら、一緒にやっていた人間が父の売り上げも自分のものにしてたことが発覚して、彼をクビにしました。その時は結構もめて大変でしたね(笑)。でもあれから、「頼れるのは自分しかないんだ」と思って踏ん張って、人として急成長したと思います。

-仕事に対する意識が変わったということですね。

そうですね。父の遺品の処理など、細かいことは全部母に任せて、僕は葬儀が終わった次の日からバリバリ仕事をしました。無意識に「次に行こう!」という気持ちがあったんだと思います。僕はこれまで宗教を信じたり、誰かを師匠と讃えることもありませんでした。でも、初めて自分の中で父が神様になって、それが一番大きかったですね。あの出来事がなかったら、間違いなくこの店舗もなかったと思います。僕には姉が2人いますが、自分が長男なので母親を支えなくてははいけなかったし、父の遺した会社と自分の会社があるから、やることがたくさんあったんですよね。嫌なことも全部自分のところに転がってきて、処理をしなきゃいけない。保険の代理店も僕が社長としてやらなくてはいけなくて。今は姉がやってくれていますが、当時はお金もなく一番大変な時期でした。

-話が戻りますが、お父様は豊田工機から脱サラして独立されたんですね。

そうですね。脱サラした時は、ガス漏れの検査をする会社を立ち上げたんですけど、騙されて退職金を全部取られてしまったそうです。それで、夜中、父は僕の中学校のジャージを着て、宅急便のバイトに行ったりもしていました。だから結構苦労したと思います。父は、「サラリーマンは40歳ぐらいになると道が見えてしまって、自分が行きたいポジションに行けなくなる」という話をしていました。ただ、「俺は商売人にはなれない」とも言っていましたね。例えば岐阜県の郡上八幡というところにお客さんがいたのですが、1万8千円ぐらいの保険料を受け取りに、毎月必ず訪問していたんですよ。それでは割に合わないじゃないですか。だから「俺は商売人にはなれないけど、お前みたいにお金に執着のあるやつは成功する」と言われていましたね(笑)。

-ふふふ(笑)。話は変わりますが、山岸社長が日々コツコツ頑張っていることってありますか？

スタッフの育成ですね。会社にとって人材が一番大切だと思っているので、自分の考えを伝えるためにいつもきちんと説明をするようにしています。だから必ず「僕はこう思うけど、君はどう思う?」というような話し方をします。なかなかわかってもらえないですけど、そこはコツコツやっていますね。

-なるほど。最近の若い方たちが「ゆとり世代だから」と言われることがあります。山岸社長はそれをどう感じていますか？

僕らの世代でも「最近の若いやつは」ってよく言われていましたよね。それと一緒に、僕は言わないようにしています。例えば何かを伝えるのに「LINEを使うな」「面と向かって言っていこう」ってよく言うんですけど、でも自分もLINEを使ってるぞ、みたいな(笑)。若い子は物心ついた時から携帯電話があって、伝える手段に携帯を使うのも当然です。だから、彼らを「ゆとり世代だから」と一く

くりにしてしまうのは酷だと思いますね。外部の人に「スタッフどうですか?」って聞かれて、代表の僕が「ゆとり世代だから全然ダメなんです」って言ったら、「自分はダメな経営者だ」と宣言しているのと同じです。だから、それを言ってしまったら僕らの逃げ道になってしまうと思うので、絶対に言わないですね。

-スタッフさんとの関わりを丁寧に、コツコツ積み重ねているということですね。

そうですね。ここ数年は怒らず、必ず笑顔で言うように努力しています。真剣な顔で怒っても聞かないんですよ。僕は体育会系だったので昔はそんな感じでしたけど、スタッフがほぼ全員辞めてしまったので、「代表の僕が変わらない」と思いましたね。ここの店舗ができる前は、掘っ建て小屋でやっていたので、会社の理念もなく運営していました。でも、こうして店舗があって、会社となってくるとそうはいかない。営業マンにとってみれば、本当の笑顔って自分の充実感がないとできないので、まず代表の僕が実践しています。

-今後カーライフスタッフさんは、どうなっていく予定ですか？

できれば店舗を増やしたいと思っています。豊田市内には2、3店舗出したいですけど、夢は名古屋への出店です。それ以上は疲れちゃうと思うので、もういいです(笑)。会社を大きくすることが会社の成長につながるという考えは僕にはなくて、スタッフが頑張って裕福になることの方が、お客さんのサービスにつながると思っています。スタッフが成長して「店舗をやりたい」って言うのであればやってほしいですし、僕はきっかけづくりをして、やるかやらないかは本人次第かなと思っています。

-今日は貴重なお話をありがとうございました!



【プロフィール】

山岸 慎 やまぎしまこと 1973年 埼玉県生まれ
有限会社カーライフスタッフ 代表取締役
愛知県豊田市伊保町大鳥居31番地1
TEL 0565-41-7432
HP <http://carlifestaff.com>



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。

ホームページを更新せよ

■プロモーションの方法

商品やサービスを販売していくためには、まずお客様に知ってもらわなければなりません。知らないものは買えません。知ってもらうために、何らかのプロモーション（宣伝・広告）をする必要があります。

プロモーションの方法にもいろいろあります。折り込みチラシや、ポスティング、フリーペーパーなどの紙のツールを使う方法、あるいはインターネット上のホームページ、ブログ、SNS、動画、リスティング広告などを使った方法もあります。また、営業マンが訪問して商品を紹介したり、セミナーを開催して商品にまつわるノウハウを提供しながら宣伝を行うなど、人が直接動く方法もあります。どの方法が良いかは、ターゲットとしている相手が誰で、どんな商品を販売するのかで異なります。

■まずホームページがあるか

どんな規模の会社であろうと、必ず必要なのがホームページです。「ホームページはあったほうがいいですか？」と質問してくる経営者がいまだにいることに驚きますが、絶対に必要です。

私たちは、何か行動をするときにほとんどの場合、まず検索し、情報収集します。そのとき、検索結果にあなたの会社のホームページが出てこなければ、この世に存在していないことになります。見えない会社（店）を検討のテーブルに乗せることはできません。今の時代、ネット上に情報が出てこないということは、お客様の検討のテーブルに乗るチャンスをみすみす逃していることで、経営者の怠慢だといわれても仕方がありません。

例えば、真夏に部屋についているエアコンが急に壊れたとき、あなたはどうしますか？知り合いの電気屋さんがいればいいのですが、そういう相手がいない場合は、ネット上で検索するはずです。「地名＋エアコン修理」というキーワードで検索し、表示された業者さんのホームページをとりあえず見るでしょう。このときに表示されない業者さんは、「存在していない」わけですから、受注することは不可能です。

あるいは、あなたが街中を車で走っているとき、たまたまあるお店が目に入ったとします。車で走っているので急には止まれず、そのまま走り去ります。しかし、気になるので信号待ちのときにスマートフォンで検索し、情報が出てこれば、さらに詳しく読んで、関心が高まり、そのお店に行きたくなる…こういう経験が1度や2度はあるはずで、とにかく、私たちは、行動する前に「検索」しているのです。そのとき検索結果としてあなたの会社（店）の情報が出てこなければそこでアウトです。

検索結果として上位に表示されるためには、顧客が求めるニーズを「キーワード」としてホームページ内にしっかりと書くことが重要です。このとき、**あなたの会社はどんなキーワードとして思い浮かべてもらうのでしょうか。**ここをしっかりと検討し、そのキーワードをたくさん使って、ホームページ内のコンテンツを充実し続けることが重要です。

■更新する

ホームページを作った後、更新しないまま何年も放置していませんか？グーグルをはじめとする検索エンジンは、新しい情報を重要視します。鮮度の高い情報が載っているサイトほど「重要なサイトである」と認識し、優先的に検索結果の上位に表示されるように仕組みられています。古い情報のまま更新せずに放ってあるサイトは下に下がっていきます。

ホームページの情報は固定的になりがちです。いつ見に来てても変化のないホームページはつまらないので、お客様はリピート訪問してくれません。更新を欠かさずに行い、ホームページ来訪時の印象を変化させることでお客様を飽きさせないようにすることが大事です。これはリアルのお店でも同じで、こまめに陳列や装飾を変化させるお店にはいつでも新鮮な空気が漂い、お客様はワクワクし、それがリピート来店につながります。これができている店舗は繁盛店になるスタートラインに立ってます。ネット上でも同じです。

■ブログは「中付け」で

ホームページを定期更新するために、ホームページ内に

ブログを設置してください。そうするとブログを更新することで、ホームページが更新されたことになり、検索エンジン対策になります。もちろん来訪者にとっても新しいブログ記事を定期的に読めるので嬉しい（ここが一番大事）、来訪した意味があります。せっかく来訪したのに新しい情報が無いと、がっかりしてホームページから離脱していきます。そのときあなたの会社(店)のブランドは少し傷ついています。

ホームページ内に設置するブログを「中付けブログ」と言います。中付けブログ内で新しい記事をアップすると、ホームページ内のページが1ページ増えることになります。ページが増えることは、ネット上にあなたが仕掛ける網（アミ）がどんどん広がっていくことになり、検索エンジン対策上も非常に重要です。

ブログでは日々の出来事や新商品情報、業界動向、スタ

ッフの紹介などをしていきます。そこには、プロとしての知見を駆使した「プロ情報」を出し惜しみせず書いてください。マニアックすぎる内容でも、できるだけ噛み砕いて分かりやすく説明すれば、「詳しくは分からないけど、なんかすごそう」とお客様に思っただけです。この「なんかすごそう」が非常に重要で、ここに信頼も生まれます。

例えば、和菓子屋さんが「餡子（あんこ）」のことについて、材料の小豆の産地や製法についてマニアックな情報を発信しているとき、読者は「小豆という農産物」についての詳しいことについては分からなくても、その熱量の高さからその和菓子屋さんの「本気」を感じ取り、そのお店や会社に興味を持ち、アクセスしたくなるのです。🍡

あなたの読書時間を大幅短縮 気になった本を1分解説

レイマック豊田が気になった本を読み、その要点をズバットお伝えします

『「バカな」と「なるほど」』 吉原英樹 著 ■オススメ度 ★★★★★

ポイント1 バカにされる差別性が重要

戦略の差別性は二通りある。他者から尊敬され高く評価される差別性と、軽蔑されバカにされる差別性である。後者の方がはるかに重要である。前者は競争社会ではすぐに模倣され、利潤が無くなる。後者は「あんなことをしたらおしまいだ」と思われているから、誰も真似しない。その間にしっかりと利潤を稼ぎ、足元を固めることができる。

ポイント2 戦略を効果的に社員に伝える方法

戦略を社員に伝える方法は、まず口頭で、それから文書で。しかしこれだけでは足りない。人事、組織も新しい戦略を動かすために再編する必要がある。新規事業をやる戦略ならば、人と組織もそれに合わせて変える。加えて、予算をつけ、さらに、トップが日常の言動を一貫して戦略に沿ったものにする必要がある。

ポイント3 変化への行動は日常業務に駆逐される

日常業務は納期がはっきりしており、それを守らないとペナルティが課せられる。さらにやるべき中身が決まっており迷うことなく着手できる。一方で変化のための行動は、何をどうすればいいのかが不明確で、納期も無い。手を付けないことによるペナルティもない。ゆえに変化への行動は後回しにされ、日常業務にかき消され、企業は「手遅れ」になり、死滅する。

1988年に発行され、23年ぶりに復刊した。爆発的に売れた経営書「ストーリーとしての競争戦略」の著者楠木建氏が同書の中で絶賛したことから注目され、復刊されたと思われる。内容は、大学教授らしく、幅広い調査をベースに、ロジックもしっかりしているという印象。「ネタが古い」と評する人もいるが、普遍性があり、納得感はある。私は個人的には、大学教授が書く経営書は好きである。なぜかというと、主張と根拠がしっかりしていて、幅広い企業において応用可能なネタが多いからである。起業家が自己の体験をもとに書かれた本やコンサルタントが書いた本は、臨場感があって読んでいて楽しいが、視点が偏っていて普遍性がない場合も多い。この本は刺激は薄いが大切なことが地味に肅々と書かれている。玄人好みの一冊。

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650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。

応援される人間になりたい

(2016年8月26日発行第593号)

■お客様に応援団になってもらう

「お客様に、自分たちの応援団になってもらうこと」。これは、先日コンサルティングを行った居酒屋さんの経営理念です。

お客様が応援したくなるような店になろう。応援されるにふさわしいスタッフになろう。そうしたら、お客様は何度もリピートしてくれるだろうし、口コミしてくれるだろうし、友だちを連れて来てくれるはず。

この理念にもとに、店を作り、商品を作り、接客をする。この居酒屋さん、特に接客に関しては、常日頃から力を入れてスタッフの教育をしているそうです。

その経営者の思いたるやとても強くて、そして深い愛があり、とても感銘を受けました。

■一所懸命な人を応援したい

では、お客様に応援してもらえる接客とはどんなことか？まず、お客様に言われる前に気づいて、先回りのサービスができること。お客様ときちんと向き合い、お客様が言わんとすることを読み取り、行動できること。

そして、最も大事なことは、自分の仕事に一所懸命に取り組んでいること。たとえスキルや知識が不足していても、一所懸命やっている人に、僕たちは惹かれます。

そういう人を応援したくなるのです。

■応援はお願いするものではない

スポーツ選手がインタビューの最後で言う常套句、「これからも頑張りますので、応援よろしくお願いします！」という言葉。リオ・オリンピックでもよく耳にしました。

しかし、応援はお願いされてするものではありません。イチロー選手は以前、記者会見で、「これからも応援よろしくお願いします、とは絶対に言わない。」と発言しました。そして「応援していただけるような選手であるために、やらなければならないことを続けていくと約束する」と言ったそうです。

仕事にひたむきに取り組んでいる人を僕たちは自然と応援したくなる。だから仕事人として、ひたすら頑張るだけ。

応援は、その後について来る、ということです。

■自分レベルの視点で

自分レベルではいかがでしょうか？

僕たちは日ごろ、顧客に応援してもらうために、どんなことをしているでしょうか？もちろんお客様のことを考え、そして一生懸命に取り組むことは、最も重要なこと。

あとは？

応援して欲しかったら、まず自分からお客様を応援すること。お客様の成功を願い、心から応援すること。（フェイสบックのいいね！が欲しいなら、自分からいいね！をすることが大事ですよ。）

お客様を全力で応援し、自分は全力で目の前の仕事を。シンプルで当たり前だけど、これ、すごく大事だと思います。

僕も改めて、取り組んでみようと思います。

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

勉強カフェ。

10月にオープンした名古屋の新しいランドマーク、「グローバルゲート」に行ってみました。ホテル、オフィス、商業施設が一体となった複合施設で、この商業フロアに知り合いの起業家がインテリアショップを出店したので、会ってきたのです。この起業家のストーリーは次号に掲載予定ですので楽しみに。

施設内をブラブラしていると、「勉強カフェ」という店舗がありました。これはいわゆる「コワーキングスペース」ですが、ネーミングがストレートで分かりやすいのが、いい。

調べると首都圏に24店舗を展開中で、名古屋はグローバルゲートが初出店とのこと。会費制で、だいたい月額フリーで利用して7000円～10000円という価格設定。ビジター客は1時間500円で利用できるということです。

僕が時々利用するあるコワーキングスペースは平日8時間のビジター料金が1000円ですので、それと比べるとちょっと高い。

でも最近はスターバックスなどが「勉強禁止」なる方針を出し、長時間滞在者を排除しようとしているので、こういう施設を望む層はいるでしょう。



モノが溢れて、欲しいものが特に無いという時代。「勉強」というワードは意外に心にグッと来ます。今度、入ってみようかな。🍷

【レイマッククラブ主催セミナーのお知らせ】

46回目となるセミナーは、これからの企業に必須となる「コンサルティング技術」についてお話しします。経営者と社員を「コンサルタント化」する方法を学びます。

「ファンを増やせ！小さな会社は「コンサル化」で顧客をつかむ」セミナー

日時：2017年11月14日（火） 19:00～20:45

場所：ウインクあいち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

