

Raymac press

レイマックプレス

2019年6月号 Vol.130

もっと多くの人にこのビールを



株式会社ワイマーケット
代表取締役
山本康弘

父親が急逝し、18歳で家業の酒屋を継ぐことになった。漠然と思いついていた海外への思いを断ち切り、覚悟を決めた山本康弘社長。自分たちにしかできない事業とは何かを突き詰め、クラフトビールメーカーになる、という解を出す。生まれた「Yマーケットブルーイング」はジワジワと認知され、今年に2月には新工場を開設した。「もっと多くの人にこのビールの魅力を広めたい」と奔走する山本社長に、これまでのこととこれからのことを聞いた。(インタビュー＝豊田礼人)

—今回は名古屋の柳橋市場でクラフトビールを作るワイマーケットの山本康弘社長にお話を伺います。実は私、ワイマーケットさんのビールが大好きで、お店にもよく飲みに行っていて、大ファンなんです。今日はお話が聴けて嬉しいです。そうなんですか(笑)。いつもありがとうございます。

—さて、クラフトビールの製造に至るまでのお話をお聞きする前に、このインタビューでは恒例で小さい頃からの話を聞いています。山本さんは名古屋のお生まれで？

そうです。生まれも育ちも名古屋駅近くのこの場所です。もともと実家が酒屋をやっていて、父が商売をしているのをずっと見てきました。小さい頃は、日曜日になると、姉、僕、弟の3人で父の配達についていたり、夏休みには従業員のお兄さんの配達についていたり(笑)。

—小さいころから身近に商売があったんですね。勉強の方は？

ガリ勉の優等生タイプではないけれど、自分で言うものなんですが、まあまあできた方だとは思いますが。性格的には大人しい方で人畜無害なタイプでしたし(笑)、中学校では野球部に入りましたが途中で辞めてしまいました。ボク、何の面白い話もないですよ(笑)。

—いえいえ大丈夫です(笑)。高校の先の進路についてはどう考えていたんですか？

結果的には大学に行きませんでした。なぜかという、僕が高校1年生の時に父親がガンになってしまい、手術したんですね。僕が長男ですので家を継ぐために「商業高校に転校した方がいいのかな」とか、リアルに考えていました。結果、「手術が成功したから大丈夫」と母には聞かされていたので、何もせずに過ごしていましたが、後から聞いた話では、その時点で余命3ヶ月と言われていたみたいです。

—その時お父様はおいつだったんですか？

45歳でしたね。高校1年ぐらいの時から漠然と「僕が家を継ぐんだらうな」と思っていたので、大学では経済学部とかそういった方向に行けば役立つだろうと考えていま

今月の内容

- 経営者インタビュー
株式会社ワイマーケット 山本康弘さん
- 経営コラム 紙に書くと実現する？
- 書籍解説 『一切なりゆき』
- メルマガバックナンバー ● レイマック豊田のひとりごと

した。でも高校3年生の時に、砂漠で井戸を掘って水が出て、現地の人が喜んでるっていう映像を見て「あれがやりたい！」って思ったんです。それが青年海外協力隊だということを知り、だったら経済学部よりも外国語や社会学などを専攻した方がいいのかなと思うようになりました。ただ、青年海外協力隊はボランティアですから、最終的には国連にでも入ろうかなと思っていました（笑）。

—(笑)。なるほど、海外や国際貢献に興味があったのですね。そうですね。そんなことに憧れながらセンター試験に申し込みました。そのタイミングで父がまた手術をすることになりました。僕はそんなに悪いと思っていなかったのですが、「もう一度検査入院するのかな」という程度に受け取っていたんです。ある時、塾の模試で第一志望の大学がA判定だったので、喜んで帰ってきたら、僕の部屋に母が入ってきて父の状況を説明し、あと余命3ヶ月だという話を聞かされました。その時は本当に落ち込みました。母は18歳の僕に「社員もいるから会社を存続させないといけない」と言い、僕には断る術がありませんでした。

—え、18歳の長男に会社を継いでくれ、と？

そうです。今思えば、夢を追いかけることもできたのでしょうけど、「なんとなくやりたい」という程度の夢だったのかな。結局、強い意思もなかったのだと思います。それで、早々に決断しなくてはならず、とにかく母から話をされたその日にお見舞いに行き、もう何もしゃべれない、管につながれた父を見て大泣きしました。そんなこともあったので、結局センター試験も受けず、父は3月に亡くなったのですが、高校3年の2月に会社に入社して、3月17日から社長になりました。

—そうなんですか。若い社長の誕生ですね。社員さんは何名いらっしゃったのですか？

その当時は12、13人ぐらいです。僕が18歳で社長を引き継いだ時は1992年。バブルの余韻があったので、引き継いだ年に歴代最高の売上げを記録しました。当時はまだ既存の酒屋さんが強かったですし、バブル崩壊直後という時期なので需要も高かったわけです。だから競争もなく、右も左もわからない18歳の子供が社長になっているのに、幸い社員もほとんど辞めずに頑張ってくれました。お客様や業者さんからも気を遣っていただいたり、全体で守られていた部分はありますね。最初は社長とはいえ、従業員について配達したり、自分で配達にまわったりというレベルです。数年してから経営に入っていました。ちょうど会社を引き継いだころからディスカウンターがではじめ、徐々に勢力を拡大し、法的にも酒販免許の規制が緩和され、競争が激しくなってきました。会社を継いで、日常的にいろ

いろな問題が起こります。その中で「やりたくてやっているわけではない」と自分の中で言い訳したり、「いつでも辞めてやる」と思ったりしていたので、母とはしょっちゅうケンカしていましたね。

—やりたくないのに、やられているという感覚がずっとあったわけですね。

そうですね…。仕事自体はそれなりに覚えてやれるし、みんなも頑張ってくれていましたので、仕事に対する大変さというのはさほどありませんでした。でも、自分の心の整理をつけることが一番大変で、かなり時間がかかりました。売り上げは伸びないし、先が見通せる業界でもない。一方でそれなりに収入はありましたし、年数が経つごとに、辞めるに辞められなくなっていました。

—その間は精神的にずっと沈んでいる状況なのですか？

沈んでいるというよりは悶々としている感じです。27歳で結婚するまではずっとそんな感じでした。そんな中でも、異業種交流会に顔を出すことは気分転換になりました。周りの経営者が一生懸命にやっているのを見て、自分は言い訳ばかりしているなど感じたし、いつまでもそんなことは言っていられないと思うようになりました。色々な人と話す中で、夢をそのまま実現している人なんてほとんどいないということに気づき、じゃあ自分が描いていた夢の根源にあったものは何だったのかを真剣に考えました。井戸を掘って人に喜んでもらうことに魅力を感じていたので、今の仕事の中でそれを実現しようと思ったら何ができるのかを考えるようになりました。無理やりですけど（笑）。

—(笑)。でも大事なことです。それで、自分で何か仕掛けていくみたいなきもちになっていったわけですか？

そうですね。酒屋の売上げが落ちてきた時期に、たまたま隣の建物が空いたので、買うことにしたんです。もともと自宅兼会社のこの場所で配送がメインの酒屋をやっていて、専門化を進めるために少しずつ品揃えを増やしていったんです。でもそれをお客様に見ていただく場がありません



ん。それで隣の建物を買って、お店としてオープンさせたのです。大手メーカーの商品ではなく、専門的な商品を売って、酒屋の付加価値を高めるための店舗にしよう、と。それが今から十数年前のことで、僕にとって最初のチャレンジです。店舗を作った結果、劇的に売上が伸びたわけはありませんが、うちが扱っている商品を並べることで、コンセプトを発信することができましたし、店舗をきっかけに商売がスタートするということもたくさんありました。一番の営業ツールという感じでうまく機能しました。

一なるほど。やはり店舗を持つと発信がしやすくなるんですね。コンセプトに沿ってどんどん専門性を高めていこうという感じだったんですか？

そうですね。地酒だったり、当時は焼酎ブームだったので焼酎だったり、人気のある銘柄を仕入れようと思いました。しかし酒業界には特約店制度というものがあって、仕入れたくても簡単には仕入れられません。メーカーには「名古屋だったら〇〇さんに卸しているから、他のところには卸せません」という具合で、焼酎や日本酒は全然仕入れられず、専門店化が思うように進みませんでした。悩んでいた時に、名古屋の金しゃちビールの営業の人がうちに来てくださって、「クラフトビールはどうか？」とすすめてくれたんです。クラフトビールといえば、20年前ぐらいに「地ビール」としてブームがきて、2、3年で一気に火が消えたイメージしかないから、僕は「そんなの売れるわけないじゃん」と言いながらも、その方が「東京では話題になっている」と言うので、色々仕入れて飲んでみました。すると、その中で「何だこれは!？」とびっくりするようなビールがいくつかあったんです。

一お、これは美味しいぞ、と？

美味しいというのももちろんですが、今までのビールの感覚で飲んだ時に、味も香りも全く違いました。「美味しい」という前に「何だこれ!？」という純粋な驚きですね。それで金しゃちビールの営業の方が「一度東京のイベントをのぞいてみてください」と言っていたので、行くことにしました。金しゃちさん以外にも全国の地ビールメーカーさんが何社か出ていたのですが、そのイベントがすごく盛り上がっているわけです。それを見て、日本酒や焼酎が無理ならクラフトビールでいけるかもしれないと思いました。日本中を見渡しても酒屋としてクラフトビールを専門に扱っている会社はほとんどありませんでしたし、名古屋では当然ありません。イベントに来ていた人たちの熱量を見て味を知った上で、思い切って仕入れてみることにしました。それが13年ぐらい前の話です。

一ふむふむ。売れ行きの方はどうだったんですか？

最初は全く売れません。1本500円ぐらいの瓶ビールを売るのが、そんな市場は名古屋にはそもそもありません。最初はお付き合いのある居酒屋さんをお願いして仕入れてもらいましたが、売れないので賞味期限がきて一巡したらもういいや、となくなってしまいうわけです。でも僕は「クラフトビールの市場はいける」という自分の感覚を信じていたので、パートの人を1人雇って楽天でネット販売をはじめ、賞味期限はなんとか切れない程度に回るようになっていきました。それでひと段落はしたのですが、ほとんどが関東からの注文なので、名古屋に市場を作らないと商売としては成り立たないと思っていました。当時、焼酎ブームが起こったのは健康にいいからという理由もありましたが、飲食店がこぞって焼酎を売り出したからだと思うんです。それ以前は全く扱っていなかった店でも一気に5種類、10種類の焼酎をメニューに入れるようになり、市場がどんどん広がっていった。それと同じで、名古屋でクラフトビールを専門に出すような飲食店をやれたらいいんじゃないかと思うようになりました。

一なるほど、確かにビールと一緒にご飯を食べられる場があると受け入れられやすいですね。

はい。うちは酒屋ですけど、日常的に不動産屋さんから不動産情報もらっていて、お客さんに物件を紹介していたんです。ある時、自分でも気に入った物件があったので、お客さんに紹介したのですが、タイミングが合わず誰も入りませんでした。そこで、じゃあ自分でやってみようかなと思い、申し込みを入れたんです。異業種に足を踏み入れるわけですので、かなりの覚悟でしたが、名古屋でクラフトビールを専門に扱う飲食店はうちが初でした。今から11年前です。本当にいいスタッフに恵まれたこともあり、程なくしてそれなりに軌道に乗って、クラフトビールも少しずつ認知されていきました。飲食店に来てくださったお客さんが酒屋のショップに直接買いに来るという相乗効果もありましたね。

一酒の卸、コンセプトショップ、飲食店の3つの柱になったということですね。



そうですね。卸の話に戻りますが、うちのお客さんの中でぐんぐん成長して数年で十数店舗展開し、うちの売り上げも大きかった飲食店さんがありました。ある時、そのお客さんから「店舗を残して、あとは他の酒屋さんから仕入れられます」と言われてしまったんです。価格以外の理由はなかったと思うのですが詳しいことは分かりません。でも、痛かったですね。そのとき、「うちでなきゃダメ」という絶対的な強みや理由がないということを感じました。それを機に、強みを打ち出していくためにはどうしたらいいかを考えました。インターネット通販はずっと継続しているのですが、相変わらず赤字です。色々な人に相談する中で、ネットショップはお酒のアイテム数で勝負してもすぐに追いつかれてしまうという話を聞き、うちが例えば100アイテム扱っていたとしても、別の酒屋が200アイテム扱おうとすれば、すぐに逆転されてしまうということに気づきました。これはまずいと思う中で、ふとメーカーをやってみようという気持ちが芽生えたのです。

—おお。自社でクラフトビールを作ろうということですか？

そうですね。色々なメーカーに見学に行って気づいたのですが、クラフトビールの工場って、日本酒や焼酎の工場に比べるとかなり小さいんです。極端な話、鍋で作っているところもあるぐらい（笑）。自社でメーカーをやれば圧倒的な差別化を図れるのではないかとこの気持ちが芽生えました。メーカー、卸、ショップ、飲食店の全てをやっているところなんてないですし、そこに戦いを挑む人はいないですから。たまたまそう思った時に、うちの祖父の代からお世話になっているお寿司屋さんがお店をたたむことになり、その建物を使わせていただけることになりました。その時に「ここでクラフトビールが作れるんじゃないか」という思いが出てきました。ビールメーカーだけで事業を成り立たせようと思ったら雲をつかむような話なのですが、うちは他の事業という保険もありますのでここで勝負に出よう、と。まずはビールを作れる人材を探すことにし、周りに声をかけたら、いい人が見つかったんです。タイミングよく設備も中古でいいものが見つかったので、5年前にメーカーをスタートしました。

—いや、すごい決断ですね。ビールの味や方向性は社長が決めるのですか？

それは製造の責任者が決めます。彼には、僕が初めてクラフトビールを飲んだ時の衝撃について伝え、「人に驚きを与えるようなものを作ってほしい」と話しました。そして、ビールの味はこれほど幅広くて奥が深いのに、日本人はほんの一部分しか体験していないので、その広い世界観を感じられるようなビールを作ってほしいという話もしました。彼も僕と同じように、クラフトビールの味わいに驚きを感じ

たことがきっかけでクラフトビールにハマり、作り手になった人なので、その思いが共有できたんだと思います。なので、僕は彼に全幅の信頼を寄せていますので基本的には全て任せていますし、うちのビールは本当に美味しいと思っています。

—本当に美味しいです。最近、新工場も作ったと聞きました。

そうです。スタートしてからおかげさまで好評だったので、発売しても数秒で売り切れてしまい、作った分の6、7割はうちの飲食店ではなくビール専門店さんに出荷するという状況でした。しかも「名古屋の人に名古屋のビールとして認知されたい」という当初の思いとは裏腹に、作ったらすぐに東京に出ていってしまいます。名古屋では「ワイマーケット」はレストランとして認知されていますが、ビールブランドとしてもっと認知されたいな、と。例えば名古屋駅周辺の飲食店でうちのビールを扱っている店が何軒かあって、県外の人も名古屋に行ったら「あのビールを飲まないといけないよね」と言ってくれるぐらいの状況にしたんです。そのためには、もっと生産量を増やしたい。それで思い切って大きい工場を作ることにしました。

—新工場もぜひ見学に行きたいです。さて最後に、今後ワイマーケットさんはどうなっていく計画なのか教えてください。

クラフトビールが話題になっているとはいえ、ビール市場の中では1%程度のシェアしかありません。だから、僕たちが感じているビールの魅力をもっと多くの人に感じてほしいですし、もっとビールを楽しんでほしいので、そのために供給し続けていきたいですね。社内的なことでは、スタッフに楽しく仕事をしてほしいと思いますし、仕事を通して豊かな生活を送ってほしいです。だから、お客さんに対してもスタッフに対しても、お酒や仕事を通じて人生を楽しく彩ることができる会社でありたいなと思っています。

—なるほど。ファンとして応援しています！今日はお忙しい中、貴重なお話をありがとうございました！🍷



【プロフィール】

山本康弘 やもとやすひろ 1974年 愛知県生まれ
株式会社ワイマーケット 代表取締役
名古屋市中村区名駅4-16-19
会社HP <https://craftbeer.nagoya/>



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。

紙に書くと、実現する？

■ 目標を紙に書くと実現する

2019年がもうすぐ半分が終わろうとしています。「今年が半分終わる」と言われると少し焦りみたいなものを感じますが、とにかく月日が流れるのは早い。かつ年々早くなる。そして「もう6月だけど、こんな調子で今年目標を達成できるのだろうか」と思い始める。さらに「いや、そもそも今年目標って何だっけ？」と首をかしげる。立てたことは覚えているけど、どんなことだったかは、もうすっかり忘れてしまっている…。こんな感じで、毎年、1年が過ぎていく。

だから目標は紙に書くといい、と言われるのかもしれませんが。なぜなら紙に書いて、それを壁に貼ったり持ち歩いたりして、常に見えるようにしておけば、目標を忘れなくて済むから。「目標が達成できない最大の理由は、目標を忘れてしまうからである」としたり顔で言う識者がいますが、おそらく、それは当たっているのでしょう。

「目標を紙に書くと実現する」と言ったのは経営コンサルタントの神田昌典氏。ベストセラーの著書『非常識な成功法則』（フォレスト出版）の中で語られたその内容を読んだとき、私は少なからず驚きました。目標を紙に書くだけで実現するなんて、本当なのだろうか。



神田さんは、「朝晩、紙に書いた目標を眺め、ニタニタする」だけでいい、と言っています。そしてそれを習慣にする。脳の潜在意識にその目標を記憶させると、意識せずとも目標達成の方向に思考が働き、それに向かって自然に行動するようになる。ゆえに紙に書くと目標は実現するのだ、というメカニズム。

このことは自己啓発界のレジェンド、ナポレオン・ヒルの著書『思考は現実化する』の中にも出てきます。「願望実現のための6か条」がそれです。引用します。

【願望実現のための6か条】

1. **あなたが実現したいと思う願望を「はっきり」させること。単にお金がたくさん欲しいなどというような願望設定は、まったく無意味なことである。**
2. **実現したいと望むものを得るために、あなたはその代わりに何を“差し出す”のか決めること。この世界は代償を必要としない報酬など存在しない。**
3. **あなたが実現したいと思っている願望を取得する「最終期限」を決めること。**
4. **願望実現のための詳細な計画を立てること。そして、まだその準備ができていなくても、迷わずにすぐに行動に移ること。**
5. **実現したい具体的願望、そのための代償、最終期限、そして詳細な計画、以上の4点を紙に詳しく書くこと。**
6. **紙に書いたこの宣言を、1日2回、起床直後と就寝直前に、なるべく大きな声で読むこと。このとき、あなたはもうすでにその願望を実現したものと考え、そう自分に信じこませることが大切である。**

この6か条の5と6の部分に、紙に書いて、それを毎日読むことが推奨されています。とにかく願望や目標を明文化し、それを忘れないように毎日見て、声に出して読んで、潜在意識に刷り込みなさい、とナポレオン博士も神田氏も言っているのです。

■ 成功者は日記を書いている

スポーツ選手が日記をつけることで目標を達成した、という話はよく耳にします。メジャーリーグのシアトル・マリナーズで活躍する菊池雄星選手もその一人。

菊池選手の『メジャーをかなえた雄星ノート』（文藝春

秋)を読むと、紙に書くことの重要性がたくさん書かれています。

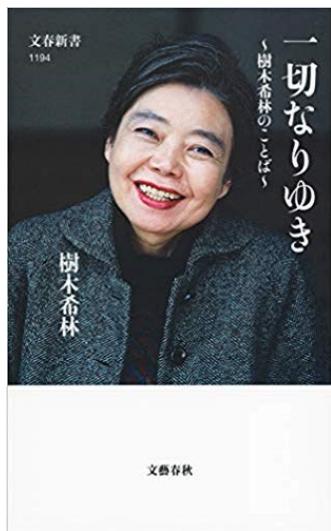


菊池選手は花巻東高校時代の恩師・佐々木洋監督から「成功者はみんな日記を書いている」と勧められたことをきっかけにノートを書き始めます。それから日記を書くことが習慣となり、現在も続けているそうです。この習慣が菊池選手をプロ野球選手にし、メジャーリーガーへと導いたのです。

菊池選手の本を読むと、目標を明確にノートに書くことの重要性がよく理解できます。さらに、「目標に近づぐために、今日やるべきことをやれたのか？」について、ノートに書いて振り返ることが何よりも大切なのだ、と気づかされます。

本の中で菊池選手はこう言っています。「書くことで自分自身と向き合うきっかけが生まれる」「書くことによって、自分の気持ちを整理することができる」「自分と向き合うというのはものすごく大事だと思います。その時間を作っていないと、気づかないうちに、進むべき方向がズレていくからです」

毎日ノートに書くことで、毎日自分と向き合い、心の中を整理していく。これを習慣化していることが、菊池選手の強さの秘密なのです。私たちも、自分の目標や思いを紙に書くことの効果を積極的に活用すべきだと思います。📖



あなたの読書時間を大幅短縮

気になった本を1分解説

レイマック豊田が最近気になった本を読み、その要点をズバツとお伝えします

『一切なりゆき』 樹木希林 著 ■オススメ度 ★★★★★

ポイント1

しっかり傷つけば、自分の足しや幅になる

生きるというのは、いろんなところをぐり抜けて、どう墓穴に入るかという道。どうやったって結果はついてくるから、そのときどきで納得するやり方をするしかない。その途上で結婚でも別れでも仕事でも、しっかり傷ついたりへこんだりすれば、自分の足しや幅になる。

ポイント2

「もっと、もっと」という気持ちをなくす

もっと、もっとという気持ちをなくす。「こんなはずではなかった」「もっとこうなるべきだ」という思いを一切なくす。自分を俯瞰して「今、こうしてられるのは大変ありがたいことだ、本来ありえないことだ」と思うと、余分な要求がなくなり、すーっと楽になります。もちろん人との比較はしません。

ポイント3

ゆとりはどういうところから出ているか

私の芝居のゆとりはどういうところから出ているかと言うと、不動産をひとつ持っているから。いつ仕事がダメになっても、家賃収入があるからいいや、と思ってやっているからなのだ。私は、芸能界に入った時から喧嘩っ早くて、これは夫(内田裕也)の比ではない。だからいつかは喰いっぱぐれるかもしれないと思って、不動産を手に入れたのだ。

100万部売れて、平成最後のミリオンセラーとして、本屋に大々的に平積みされている。「計画を立てろ」「PDCAを回せ」と叫ばれる世の中において、「一切なりゆき」に、無理せず流れに身を任せて生きるのが良いのだ、とする希林さんの生き方に、多くの「計画疲れ」の日本人が心地よさを感じたのだろうか。面白いのは、一切なりゆきに、無計画に生きたように思われる希林さんが、じつは自分の気性の粗さゆえ職を失うかもしれないというリスクを、不動産収入によって回避していた、というゴリゴリの計画性。これによって、他人に嫌われようが何しようが、言いたいことを言い、やりたいようにやれたのだ、そこから生まれるゆとりが自分の仕事に良い影響を与えたのだ、という。無計画に、なりゆき任せに生きるために、計画的な手を打っていたという希林さんのしたたかさが鮮烈。合掌。

豊田の
結論

- ★★★★★ 読まない損をする
- ★★★★★ 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700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。

和菓子屋さんのやる気

(2017年9月1日発行第646号)

■ 美味しい和菓子屋さんの悩み

今、売上アップのお手伝いをしている和菓子屋さんの話。昔ながらのお店で、栗むし羊かん、ういろ、おはぎなどの伝統的な和菓子を販売しています。味も確かで、その品質の高さは折り紙付き。

しかし、売り方や宣伝の仕方があまり良くなく、このところ業績が伸び悩んでいます。そんな状況の中、僕に相談があったのです。

■ 本当に「やる」人かどうか

いろいろと打合せをしていく中で、お店の看板商品を育て、それを軸にして売り方も宣伝の仕方も統一していくことにしました。使える資金も限られるので、とりあえず近隣に看板商品を紹介するチラシをポスティングすることに。

そこで、チラシの原案を考えて僕にFAXするように宿題を出しました。

ただ、僕は内心「本当にFAXを送ってくるかな？」と心配していました。というのも、相談者の中には「やります」と言っておきながら結局やらず、次に会ったときに「忙しくて…」と言い訳をする人が結構いるんです。そういう人たちは決して悪気があるわけではなく、本当に忙しかったのだとは思いますが、正直、こちらの熱もちょっと冷めてしまいます。

さて、その和菓子屋さんはどうだったか？僕の予想を反し、すぐにFAXを送ってきたのです。しかも、内容もしっかり考えて書かれています。

■ やる気は伝染する

素早い行動は、「やる気」の現れです。そして「やる気」は伝染します。和菓子屋さんのやる気は僕にズドンと

伝わりました。僕はそのFAXで送られてきたチラシの原案に手を加え、よりお店の良さがお客様に伝わるような内容に改善し、仕上げたあげました。（自分で言うのもなんですが、すごく良くなりました）

翌日、興奮冷めやらぬ僕は作り直したチラシ案を、和菓子屋さんに直接持って行きました。伝染したやる気が僕を突き動かしたんです。

店主も奥さんもすごく喜んでくれました。そしてこのチラシは、多くのお客様を連れて来てくれました。

■ 自分レベルの視点で

自分レベルではいかがでしょうか？

スピードはやる気を相手に伝えます。遅かったり遅れたりすると、やる気がないと思われれます。やる気は相手に伝染し、その相手を動かし、新たな相乗効果を生み出します。

スピードはやる気の現れですから、僕は、メールや電話の返信はなるべく早くするようにしています。頼まれた仕事は、素早く、できるだけ納期よりも前に仕上げ、提出するようにしています。

スピードは愛です。相手のことを思い、相手を待たせないように、相手を喜ばせたいから、素早く行動できるのです。

そしてその愛は伝染します。愛があるから、良い人間関係が生まれ、相乗効果が生まれ、良い成果が生まれるんじゃないかな。愛を感じられない人とは仕事をしたくないですよ？そう思います。

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

僕らはスマホ依存症？

先日、スマホがフリーズしまして。

突然、黒い画面に切り替わり、クルクルと回る表示が消えません。対処法をパソコンで探し、いろいろと悪戦苦闘した後、再起動させたら直りました。よかった～。



クルクルが止まらない

このクルクルが回り続けている間、ものすごく不安な気持ちになりました。「もしこのまま直らなかつたら、明日からの仕事でどんな支障が出るか？」ということを考えていたら、どんどんブルーになっていく。ああ、これほど自分はスマホに依存しているんだな、と痛感させられました。

依存症なのかどうなのか分かりませんが、世間には私以上にずっとスマホを触り続けている人がいます。この前も私のセミナーの最中、最初から最後までスマホを見ている人がいて、悲しかったです。だって、こっち見てくれないんですから！(笑)。その人は「いや、ちゃんと耳では聞いてますよ」というのかもしれませんが、とにかく、やりづらい。

セミナーで話していると、受講している人たちが何をしているのか、実はすごくよく見えるんです。スマホをいじっている人はバレてないつもりかもしれませんが、バレバレです。学生時代に、先生たちが授業に集中していない生徒を叱る気持ち、わかります。とにかく、寂しいんですよ、無視されているみたいで(笑)。

まあそんなことに惑わされてちゃダメなんですけどね。要は自分の実力がなくてそうなるわけで。とはいえ、スマホに依存し過ぎるライフスタイルを見直す必要性はヒシヒシと感じています。🍷

【レイマッククラブ主催セミナーのお知らせ】

53回目となるセミナーは、コンサルタントや士業、カウンセラーなど「先生型」のビジネスで稼ぐ方法をお伝えします。「コンサルティング営業」を目指す企業も必見。

「先生型ビジネスで稼ぐ！基礎講座」セミナー

日時: 2019年8月22日(木) 19:00～20:45
場所: ウィンクあいち1004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



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

【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。



Raymac