



ヒット商品は妻の一言から

山田木管工業所
代表
山田等



32歳から始めた事業は下請け体質で、取引先の都合や事情によって振り回される。「何とか自社オリジナル商品をつくり、下請けから脱したい」そう願っていた山田代表は、ある日、妻からの一言で「手ぬぐい額」を商品化することを決意。ネットショップで販売を始め、試行錯誤の末、人気商品に成長した。脱下請けを目指す中小企業の先駆者とも言える山田代表。そこに至るまでにどんなことがあったのか。レイマックの豊田が聞いた――。(インタビュー＝豊田礼人)

—今日は、手ぬぐいを部屋に飾るための「手ぬぐい額」で大ヒットを飛ばす、山田木管工業所の山田代表にインタビューします。山田さんはこの「手ぬぐい額」を楽天市場で売り始め、業績を改善させ、脱下請けを果たしたというストーリーの持ち主です。今日はよろしくお願いします。こちらこそよろしくお願いします。

—さて、なぜ手ぬぐい額を作ろうと思ったのか、そしてそれをどうやってヒット商品に育てたのかについてじっくりとお聞きしたいと思いますが、まずこのインタビューでは恒例で、経営者の子供時代について伺っています。山田さんはこのあたり(岐阜県山県市)のお生まれですか？

そうです。山もすぐ近くにあるので、子供の頃はカブトムシやセミを捕まえに行ったりしていました。私の息子は今29歳ですが、息子が子供の頃にはもうカブトムシはいなくなっていましたね。

—子供の頃は家業を継ごうと思っていたんですか？

あの頃は家を継ぐのが当たり前の時代でしたので、そう思っていました。私は昭和32年生まれなので高度成長期と共に育っていますし、今と違って家の仕事をやっていけば食べていけるだろうと思っていました。よそで働くよりも、うちに入れば飯は食べていけるだろうということで、父親は私を家業の木工所に入れたのだと思います。

—高校卒業後に？

そうですね。私は父親がシベリア抑留から帰ってきてから生まれた子供なので、父が40歳の時に生まれました。姉もいたようなのですが、戦争中に死んでしまったので、私は一人っ子として育ちました。自分としては大学にも行きたいと思っていたのですが、いつも親からは「自分が年寄りだから、早く世に出ないといけない」と言われていて、3月31日生まれなので4月からの子と一緒の学年に入ることも出来ましたが、そのままの学年に入りました。私がこの家業に入る前は両親と、私より20歳ぐらい年上のいとこの3人で働いていました。

—当時から木工や木管のお仕事を？

今月の内容

- 経営者インタビュー
山田木管工業所 代表 山田等さん
- 経営コラム 経営コンサルタントという職業
- 書籍解説 『劣化するオッサン社会の処方箋』
- メルマガバックナンバー ●レイマック豊田のひとりごと

それまでは関の包丁や刃物関係の木の材料を売っていたのですが、私が入る時に、フォークやスプーン、ナイフの木柄の部分を作り始めました。このあたりは丸柄の産地になっています。うちは丸柄に関してはゼロからの参入でしたので、私はどこか他社で仕事を覚える必要があると思ったんですが、修行に行くと職人はバカにするという風潮があるとかで、父親は「かわいい息子がバカにされたいいけない」ということで、設備を整えるからとにかくうちに入り自分でやってみると。近所に面倒見のいい木工屋さんがあったので、わからないことがあったらそこで教えてもらいながらやれとの事でした。その時に父親が新しい事業を始め私に1から全部やらせてくれたので、新しいことにチャレンジするということに対しては、ハードルが低くなったのかなと思います。

—このあたりは木管屋さんが多いのですか？

全国で木管製造のシェアの8割はこの地域だったと言われてますね。今は廃業しているところが多いですし、やってもみんな歳をとってきているので、体力が続く限り細々という感じのところが多いですね。

—家業に入ってから、木管の市場は沈んでいったのですか？

仕事がなくなってって、食べていくのに精一杯というレベルでした。まだ父親が生きている頃に円高不況で仕事なくなり、私が30歳の時に父が70歳で死んでしまったので、「こんなことを続けてはいけない」という危機感を持ちましたね。32歳の時に照明器具の木枠を作る仕事を始めて、それで枠を作る技術を覚えました。でもその仕事はあまり儲からなかったです。それでまた色々調べていく中で建材がいいだろうということで始めました。

—建材のお仕事の方は順調でしたか？

10年くらいは順調でしたが、住宅着工戸数の減少もあり、仕事が減っていききましたね。家が建たないので中に入る建材の仕事も少なくなって、値段の叩き合いになっていきました。さらに、BIS規制（銀行の自己資本比率に関する国際統一基準）の影響で銀行がたくさん潰れた時に、取引先だった大手の建材メーカーさんも倒産してしまって、仕事がゼロになってしまいました。

—うわ、大変ですね。その時は従業員さんを雇っていたのですか？

その時は数名いましたが、それまでの期間に利益を出してましたので資金的にも余裕があったし、私もまだ若くて前向きで、悲壮感はありませんでしたね。困ったなとは思いつつも、また新しい仕事を始めようと思っていました。

—一次の行動としてはどういった感じで？

キッチンの扉で扉の周囲を厚いテープで化粧するフラット扉というのが今後流行り出すという話があったので、2000万〜3000万円ぐらいかけて設備投資をしたんです。大きく儲かりはしないけれど、それなりに軌道に乗ってきた矢先に取引先が倒産してしまい、急にまた仕事がなくなってしまいました。その時に、キーマン2人を残して他の従業員に辞めてもらわざるを得なくなってしまったんです。お金も工場用地の購入や設備投資で出ていってしまいましたし、フラットの扉の仕事がなくなってしまった時は一番資金的に苦しかったですね。新しい事業を立ち上げて1年、2年は最低でもかかるので、ダメになってから新しいことをやっても遅いんですよ。だから私は常に次のことを考えていて、次は何をやるかと考えた時に「オリジナル商品を作ってネットショップで売っていかう」と。フラットの扉の仕事が激減する前に着手していたのですが、今度は貯金もありませんでしたし、ネットショップがなかなか軌道に乗らなかったの、その間は苦しかったです。

—自社商品をやりたいと思ったのは、「脱下請け」したいという気持ちで？

はい。例えば、製品の品質が悪いとか、納期が守れないということで仕事が切られるなら我々の責任なんですけど、全然関係ないピラミッドの上の方にある会社の思惑で、下請け会社の仕事が突然なくなってしまうということに理不尽さを感じていましたね。下請けがいくら文句を言ってもそこは変わらない。だから下請け比率を半分以下ぐらいにして、オリジナル商品を作りたいと思ったのです。

—で、まず販路をネットショップにしよう。

そうですね。何をどこに売ろうと考えた時に、どこかに持って行って売ってもらおうのだとしたら、下請けと一緒にじゃないかと思って、やっぱり直接お客さんに買ってもらえるネットショップだなと思いました。そんな矢先にたまたま岐阜県と楽天が提携することになりました。結果的にうちはその提携と共にオリジナル商品を売り出して伸びて



いきました。そんな経緯があったので、ゼロからネット販売を始めた事例として、その後に岐阜県の商工労働部や他の方達も色々なところで紹介をしてくれました。やはりまずは知ってもらうということが重要ですので、小さな媒体でも大きな媒体でも機会があったら取材を受けますし、先日セミナーのお話もお引き受けしました。

—ネットショップを始めて、当初の売上はいかがでしたか？

すぐには売れなかったです。今も楽天で利益が出ているのは少数の店舗とも言われていますし、ネットショップをやれば売れるわけじゃないと思います。最初は何もわからないのでとにかくやってみて、いいものは広げて悪いものはやめる。試行錯誤を重ねる中で、商材によって売り出し方が違うということが徐々にわかるようになっていきました。

—「手ぬぐいを飾る額」というアイデアはどのようにして浮かんだのですか？

2000年5月に楽天のショップをオープンしました。それに遡ること2か月、3月に岐阜県と楽天が行なった説明会を聞いて、とにかく出店しようと思い、申し込んだのです。販売する商品として色々な額も考えましたが、普通の規格のものを作ってもやはり海外で量産しているところには太刀打ちできません。だから、うちならではの商品を作らなくてはいけないと思っていました。何を作るかなかなか決まらない頃、5月の連休で伊勢神宮にお参りに行って、近くのお土産屋さんで家内が手ぬぐいを買ったんですね。ちょうど5月でしたので鯉のぼりの手ぬぐいだったのですが、「この手ぬぐいを部屋に飾る額を作ってよ」と言われたのです。作って飾ってみたら、普通の布がすごくいいものに見えたんです。

—奥さんは手ぬぐいがきれいだから飾りたいと思ったのですね。当時手ぬぐいを飾っている人って、世の中にいたのですか？

よくは分かりませんが、その頃はそんなにいなかったんじゃないかと思います。でも調べてみたら、手ぬぐいが静かなブームになっているということがわかりました。額に飾るという文化はなかったと思いますが、浅草などの手ぬぐい屋さんを見ると、どこかで特注したような額に入れて飾ってあったので「これはいいな」と。

—なるほど。色々な所に出向いて、研究しに行ったわけですね。

そうですね。名古屋はあまり手ぬぐい屋さんがなかったので、東京まで見に行きました。ディスプレイされていたフレームを見てみると量産している感じではなく、おそらく近くの木工屋さんか額縁屋さんに頼んで作ってもらっているんだろうなと思いました。今ではうちも全国の手ぬぐい屋さんやお土産屋さんに額を卸しています。



手ぬぐいを額に入れて飾ることが静かなブームに

—まずは奥さんに作ってあげて、家に飾ってみたわけですか？

そうですね。玄関に飾ってみたら、これはいいなと思いました。それを見た娘が「お父さん、これをネットで売ればいいんじゃないの？」と言い、「そうだな。売ってみようか」みたいな話になりました。今ある材料で試しに作ってみたら思いのほか良かったので、これでいこう、と。最初は全く売れませんでしたけど、まずは知ってもらうということで、広告やオークションなど、やれることはほぼ全部やりましたね。

—メディアで取り上げられるきっかけは何だったんですか？

地元の岐阜新聞に、ある中学校の記事が載っていたんです。岐阜県内の中学生が擬似会社を設立して手ぬぐいを作りましたという内容だったので、「是非うちの手ぬぐい額を寄贈したい」と思い、新聞社に電話しました。すると、新聞社が橋渡しをしてくれて一緒に学校へ行って額を寄贈し、そのときの記事が岐阜新聞に載ったというのが最初です。テレビやラジオの取材も合わせると、これまでに80回以上は取り上げてもらいました。

—80回！すごいですね。ということは毎月のように取材がくるのですね。新聞に記事として取上げられるコツってあるんですか？

プレスリリースの書き方も色々勉強しましたが、それよりも記者と知り合いになるのが一番ですね(笑)。記者のメールアドレスは名刺交換で分かりますので、新しい商品を開発したらプレスリリースを送っています。商工会議所の記者発表会にも参加したりしています。広告も何回かは出しましたが、あまり効果がないので今は出していません。それよりも新聞で記事に取り上げられる方が広く知っていただけますし、新聞に広告ではなく記事が載っていたということで信頼を得ることもできます。

—今、下請け比率はどのくらいですか？

昨年の比率で自社のオリジナル商品が85%で、下請け比率が15%です。でも面白そうだなと思う仕事で金額が合えば下請けの仕事もやって行こうと思っています。

—『坂上&指原のつぶれない店』という番組で取材されたと伺いましたが、その時の反響はいかがでしたか？

番組のうちの出演が午後7時35分に終了して、午後8時頃までに300件ぐらいの注文が入ってきましたね。ピークは2、3日で終わりましたが、テレビの影響がなくなったと思うのは2ヶ月後ぐらいでした。正月明けに放送したいというお話が来たので、放送日に向けてみんなで残業してたくさん在庫を作りました。反響が出るかちょっと心配だったので、「もし売れなかったら1ヶ月間そんなに仕事しなくていいぞ!」と言っていたぐらいです（笑）。でも作った分だけちょうどうまく売れたので、ギリギリ間に合ってよかったですね（笑）。

—こげ茶色の額が一番売れるとお聞きしました。

そうですね。こげ茶木目が一番売れます。宣伝するにしても、こげ茶木目一本に絞って、そこに全精力を集中しました。あれもこれもではなく、一点集中です。そうすると自然に他の商品も売れるようになって来ました。とはいえ、最近はネットショップはスタッフに任せているので、あまり口出しはしないようにしています。スタッフも一生懸命考えてやってくれていますし、やり方は間違っていないので、方針だけは相談してあとは任せていますね。

—パンフレットやホームページを作るにしても、ある程度お金を投資されているように感じます。お金の使い方にポリシーなどはありますか？

使うところは使うというメリハリは持たせています。楽天に出店して1年ぐらいで、額を卸してくれないかという小売店さんからの要望が5件程ありました。それを受けて卸しルートを開拓するために展示会に出展しようと思い、その時にパンフレットも作りました。展示会に関しては、出展料が安いものに出したこともありましたが、やはり効果はありません。やるからには一番大きな展示会に出そうということで、東京ビッグサイトで行われる展示会、特にインターナショナル「ギフト・ショー」には9年連続で出展しています。私たちは知名度もありませんから、知ってもらうためにはホームページもしっかりと作らないといけないと思っています。やはり昔から言うように、逐次投入はいけませんね。やるからには全力でやってみて、それでも結果が出ないなら、商品ややり方に悪いところがあると考えて課題を見出していきます。

—すぐく勉強になります。さて今後、山田木管さんはこういった方向に進む予定ですか？

やはり当面はネットショップがメインですね。ネットショップも町の商店街と一緒に大きい店舗がたくさん入ってきていますので、型番商品を売っているようなところは特色が無いと近い将来生き残りが難しいように思います。うちは工場を持ってオリジナル商品を製造販売しているのでそれが強みになっています。ただ、先々はどうかかわかりませんので、卸しも含めて他の事も考えていかなくてはと思っています。世の中の流れとしては木工の同業者がどんどんやめていくので、逆に残ったものが強いと思うんですね。

—またチャンスが出てくるかもしれないということですね。最後に、これから起業したいという人に向けて、もしくは起業したての人に向けて一言メッセージをお願いします。

自分で起業するからには、一部の天才は別にして私たちのような普通の人はサラリーマン気分でやっていてはダメだと思います。特に立ち上げ当初は人の倍以上やらなくてはいいと思うんです。最近は働き方改革という取り組みがありますので今の風潮とは逆ですけど、とにかく時間をかけて量をこなしてみないとわからない部分はあると思います。右も左もわからないうちは量をこなしてほしい。余暇を楽しんで、休みを取りたいような人はサラリーマンをやっていた方がいいと思います。起業するなら軌道に乗るまでの何年かは仕事だけを考えてやらないと成功しないと思いますね。偉そうなことを言ってしまうんですけど。

—いえいえ。たくさんのヒントを頂きました。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】

山田等 やまだひとし 岐阜県生まれ
山田木管工業所 代表
岐阜県山県市 佐賀159番地1の1
会社HP <https://www.yamamoku-gifu.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。

経営コンサルタントという職業

■うさんくさい職業の代表格

職業名だけで嫌われる職業というのがあります。私が名乗る「経営コンサルタント」という職業もその一つです。うさんくさい職業の代表格と言っても良いでしょう。

この職業を斜めから見て、批判する人は世の中に結構多くて、その人たちの批判の要旨は、「経営をやったこともないのに、偉そうなことを言う、口だけのやつら」というものです。(あと3か月に一回くらい「経営コンサルタント」を名乗る男が犯罪をおかして新聞記事になることも、この職業の印象を悪くしていますね)

この「口だけのやつら」という批判に対して反論するつもりはありません。事実、そういう面があるからです。私はそうならないように気を付けてはいますが、「やったこともないクセに上から目線で偉そうなことをいうコンサルタント」は残念ながら、本当に多いのです。やったことがないからこそ客観的にその会社や業界を見られる、という存在価値は確かにあるのですが、まずは、その会社の現場で戦っている人たちを尊重するというのを忘れてはいけません。

■コンサルタントは黒子

私はこういう批判を真摯に受け止め、少しでも経営を「自分事」として捉えられるように、日々、「実践」を肝に銘じて活動しています。私の専門分野はマーケティングなので、マーケティングについては自ら実践し、時間もお金も積極的に投資しています。ホームページ、ショッピングサイト、メルマガ、ブログ、SNSなどのWebツールの他、ニュースレター、小冊子などの紙ツール、あるいは自主開催のセミナーや会員制組織でのサブスクリプションの実践など、自らやってみることを大切にしています。この「実践」を踏まえたコンサルティングサービスこそが、私の強みだと自負しています。

本来、コンサルタントは裏方の仕事であり、主役である経営者さんや社員さんが力を発揮できるように側面支援し



ていく立ち位置のはずです。つまり黒子なのです。黒子が主役よりも威張ることなんてあり得ないのですが、威張っているコンサルタントが多いのは事実。コンサルタントなんて目立たなくて良いし、威張る理由なんてまったくありません。なまじ「先生」と呼ばれちゃうから、勘違いしちゃうんですね。

もちろん、コンサルタント側も仕事を受注していかないと事業を存続できませんので、自分を宣伝したりアピールすることは批判されるものではありませんし、私自身もやっています。但し、あくまで立ち場をわきまえた発信の仕方に留意すべきだと思います。

私はコンサルティングに入るとき、まずは実践している経営者をリスペクトし、私自身では伺い知れないその仕事特有のノウハウや考え方などを「教えてください」という姿勢で接しています。そしてそのプロセスで感じたことを「フィードバックさせていただく」というスタンスでコンサルティングをしています。

あくまでも経営者や社員が主役。彼らが能力を発揮してこそ、会社は成長もするしV字回復もする。そういう環境になるように、提案をしたりアドバイスをしたり、時には励ましたりするので。外部のコンサルタントが「俺は会社を変えられる」なんて思っていることほど馬鹿なことはありません。

それを勘違いして、コンサルタントが「自分のおかげ」とばかりに功績をアピールするのは、とても恥ずかしいことです。

■相手を輝かそうと努力する人もまた、輝く

「クライアントに良い支援をする」というテーマに関して印象的な話があります。お客様（クライアント）に「あのコーチ（コンサルタント）のおかげで前に進むことができ、仕事で成果が出ました」と言ってもらうようではまだまだ甘い。お客様が「自分の力で前進できた」と思えるほど、目立たないように側面支援することができてこそ、真の支援者である、ということなのです。

それくらい本人も気づかないくらいそっと支援することができるコーチやコンサルタントこそ、本当に一流の仕事

人なのだと思います。

あなたが輝こうと思う気持ちを抑えれば抑えるほど、相手に目にあなたが輝いて見える。反対に、「俺が俺が」「私が私が」とアピールする人はドンドンくすんでいきます。このことはコンサルタントの世界だけでなく、お客様に対して何かを売ったりサービスを提供している人や会社であれば、すべて、あてはまると思います。

いかにお客様を理解し、単なる「売り手—買い手」の関係ではなく、パートナーとしてお客様を支援できるか。専門家としての知識やノウハウを活用して、お客様が実現したいと思っている理想を実現できるように寄り添い、夢や目標を共有し、自分事として考えること。これができるかどうか、今後の世の中で生き残れるかどうかが決まります。我々コンサルタントも、このことを肝に銘じて、日々精進していかなければなりません。



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

『劣化するオッサン社会の処方箋』 山口周 著

■オススメ度 ★★★★★

ポイント1 オッサンの言うことは聞かなくて良い

オッサンとは50代・60代の世代で、右肩上がりの良い時代の日本で20代～30代を過ごしたゆえに、「会社や社会が示すシステムに乗っかってさえいえれば、豊かな人生が送れる」という幻想を抱いている、時代錯誤の人を呼ぶ。だから彼らはチャレンジ精神も無く、また勉強意欲もなく、当然実力もないくせに、威張っている。

ポイント2 革命の武器はオピニオンとエグジット

オピニオンは意見、エグジットは脱出。劣化したオッサンが会社のトップにいる場合、その会社は間違いなく衰退していく。こういう権力を握ったオッサンには、はっきりと意見をしたほうが良い。それでも変わらない場合は、その影響下から脱出した方がよい。このオピニオンとエグジットを武器に、若者はオッサンと戦うのだ。

ポイント3 出世した人は優秀だから出世したのではない

出世した人は強欲で権力志向が強く、プライドを捨てて上司にオベッカを使ったから出世したのだ。人生100年時代では、会社でオベッカを使って出世することを目指すのではなく、人生の後半をしっかりと見据えて、自分の実力を磨いておくことが重要だ。会社が無くなってもどこでも通用するスキルを身につけなければ、人生はしりすぼみに終わる。

会社の中で実力も無いのに、年長だと言うだけで上級ポストに就いてる無能な「オッサン」を痛快なまでにこき下ろす(笑)。著者は組織コンサルタントなどをしながら多くの著作を発表している優秀な人。今回、たまたまこの本のタイトルが面白くて読んでみたが、時代の変遷とともに日本人の働き方や生き方も変えていかなければならない、という主張が分かりやすく、引き込まれた。日本の大企業のトップやお役所の上層部の人たちは、ほとんどが転職経験がなく、新卒で入った組織に定年までいることが「善」だと信じ、転職をしたり、副業をしたり、脱サラして起業したりする人たちのことを全く理解できない「オッサン」集団である。こういう日本で生き残っていくために必要な戦略が書かれている。大いに刺激もらった。

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。

正直者はバカを見ない。絶対に

(第651号)

■ トップがブレないこと、

以前、レイマッククラブの会報誌『レイマックプレス』の人気コーナー、「起業家インタビュー」の取材で、中古車販売事業を行う経営者にインタビューしました。

保険代理店からスタートした後、中古車販売で頭角を現し、現在は郊外の広い敷地に、ショールーム（キレイでカッコイイ！）、整備工場、広告用写真の撮影スタジオ、広い展示スペースを備えた企業に成長しています。社員さんも20名くらいいるそうです。

インタビューの中で、「どうやって社員さんをまとめ、組織を引っ張っているのか？」という僕の質問に対する答えが、とても印象的でした。

「とにかくトップがブレないこと」

当たり前だと言われるかもしれませんが、ゼロから組織を作ってきた人の言葉には、やっぱり重みと深みがありました。

■ 正直者はバカを見るのか？

その経営者いわく、特に重要なことは、お金、税金に対して、絶対にグレーなことをしないこと。どこまでも透明で、公明正大であること。ここがブレると、組織もブレる。トップが透明でないと、組織は濁る。

僕も絶対的にこの考え方を支持します。

多くの偉大な経営者にインタビューして感じるの、やはり透明感や潔さです。誤魔化しが無い。「正直者はバカを見る」というオールドエコノミー的な嫌な言葉が日本にはありますが、僕は大好きですね。これから来るニューエコノミーでは、正直で誠実な者だけが生き残る時代になっていきます。

■ 法律的にはシロでも…

GAFA（ガーファ）というのは、グーグル、アップル、フェイスブック、アマゾンという、アメリカを代表するデジタル企業の4巨頭です。これらの企業の偉大さは今さら

語るまでもありません。4社の株式時価総額は75兆円だという情報もあります。日本の国家予算に迫る勢いです。で、売上高も巨額ですので税金も巨額。

しかし、タックスヘイブン（租税回避地）を活用し、税金の支払いを不当に逃げていて、というEUの欧州委員会からの追求もあります。「正当な節税かどうか」、が争点だと思いますが、こういう偉大な企業や経営者は、どこまでも透明で誠実で公明正大であってほしいと、ファンは思います。グレーなところが見えると、心情的に、正直がっかりしますね。

たとえ法律的に「シロ」でも、グレーな印象がつくと、ブランディング上はマイナスです。そこで働くスタッフもシラけると思います。ルールに沿って誠実に行動し、その分政治に対しても言うべきことは言う、という姿勢を見せて欲しいと思います。

■ 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、「誠実さ」についてもっと真剣に考えないといけないと思います。

誠実さとは、「言っていること」と「やっていること」を一致させることだと、僕は思います。社員に「隠し事をするな」と言っている経営者が、自ら隠し事をしていれば、それは不誠実。経営計画書が重要だと顧客に説いているコンサルタントが、自分の経営計画書を作っていなければ、それは不誠実。「オシャレは足元から」と説く靴屋さんが、磨かれていない汚れた靴を履いていたら、不誠実。説得力がない。

人は人を鋭く観察しています。企業に対しても然り。不誠実さは、隠しきれず、ジンワリ外ににじみ出ます。自分がブレないように。

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

「いらっしやいませえええ！！！」

この前、仕事で夜8時過ぎまで打ち合わせた後、2人で居酒屋に入ったんです。駅前に新しくできた店で、外から見る限り感じ良さそうだったので、いつか入ろうと思ってて。

すると、入って、座って、注文して、と進む過程で、いちいちスタッフ全員、およそ7人くらいが一斉に「いらっしやいませえええ！！！」「ありがとうございますうう！！！」「ご注文いただきましたああ！！！」と叫ぶんです。本当に「！」が3個並ぶくらい、大声で叫ぶんですよ。いかつい男たち7人で。

で、食べてる最中でも他のお客が入ってくると「いらっしやいませえええ！！！」、他のテーブルで注文が入ると「ご注文いただきましたああ！！！」、誰かが帰るときには「まーたよろしくお願ひしますううう！！！」って感じで、とにかく元気がいいのを通り越して、もう、うるさいんです。

居酒屋は飲食店ですので、当然お客は食欲を満たしに行くわけですが、同時に、いやそれ以上に、「酒を酌み交わしながら、友人や仲間と会話を楽しむ場所」でもあるわけです。仕事終わってさっさと帰るのもなんだし、せっかくだから一緒にお酒飲んで、仲良くなって、情報交換しよう、と思っていく場所なんですよ。それなのに、前横斜め後ろから全員で「いらっしやいませえええええ！！！」とやられると、うるさすぎて、会話を楽しむどころじゃないんです。だから、会話もそこそこに早めに退散することになりました。

まあ居酒屋は活気があったほうがいいということで、あの感じが好きな人もいるんだろうな、と思いつつ、ふと「うるさくすることでお客を早く帰らせ、か、回転率を上げる作戦なのかああっ！！！」と思って、再び少しいラッとして。という話(笑)。

【レイマッククラブ主催セミナーのお知らせ】

54回目となるセミナーは、価格戦略がテーマ。もっと高く売れないか？値上げできないか？について考えます。

「もっと高く売れないか？価格戦略基礎講座」セミナー

日時: 2019年11月26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



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**