

Raymac press

レイマックプレス

2020年4月号 Vol.140

家具は人を幸せにします ↗

有限会社
みずのかぐ
代表取締役社長
水野照久



父親から継いだ家具屋は大変な状況だった。それでも一心不乱に働き、前に進んで来た。方向性が定まらず何にでも手を出し、目が回るほど忙しく、心がすさんでいた時に会ったのが「家具は人を幸せにします」という言葉。救われた気がして、この言葉を胸に刻み、理念にして踏ん張った。そして見えた光——。今回のインタビューは、一枚板の再生家具「リウッド（rewood）」や国内産の木を使った「コダマプロジェクト」など、思いが詰まった家具をリリースし続け、家具と共に生きている男、水野照久さんの半生に迫ります。（インタビュー＝豊田礼人）

—現在、どのような仕事をしているのですか。

「コネクト」という家具店を経営しています。社員はパートさん合わせて6人。オリジナルオーダー家具の店舗販売がメインで、ネットショップも展開しています。昔と比べて自分の使命や理念に向き合いながら仕事をしている感じがしますね。ライフワークとして、「上流の山」と「下流の街」の人と人をつなぐ「コダマプロジェクト」の活動もしています。

—水野さんとは知り合ってから10年以上になりますね。

知り合った当時は、社員は30人ぐらいで、忙しすぎて寝る間を惜しんで働いていました。あの頃は本当にガチャガチャで、粗利のない仕事、嫌な仕事など、何でもかんでも

取捨選択せずにやっていました。今は一枚板の家具の販売に絞り込んでいます。3つあった店も1つにし、お客様も選択し、社員も減らしました。

—より筋肉質にして再スタートしているわけですね。そのあたりの経緯も興味深いです。その話をお聞きする前に、このインタビューではいつも経営者の小さい頃からの話から聞いています。水野さんは、お父さんも家具屋さんでしたよね。

親父は家具職人です。いつもランニング姿で泥まみれになりながら、家具を作っていました。私は中学時代から配達の手伝いをしていましたね。

—その頃、水野さんはどのようなお子さんだったんですか？
落ち着きがない子と言われていました（笑）。部活は中学・高校とずっとバスケットボール部。地元の高校に進学し、適当に遊んでいました。何かを成し遂げたわけでもありません。でも高校・大学の学祭などのイベント活動は一生懸命やっていました。お祭り男みたいな感じで、人を集めては楽しくやっていました（笑）。

今月の内容

- 経営者インタビュー
有限会社みずのかぐ 代表取締役社長 水野照久さん
- 経営コラム 良い名前は何よりも大事
- 書籍解説 『成長マインドセット』
- メルマガバックナンバー ●レイマック豊田のひとりごと

—(笑)。昔からお祭り好きで(笑)。就職はどうされましたか。
数字が昔から苦手だったので、苦手を克服しようと思い、銀行に就職しました。銀行から内定を頂いて、研修まで行ったのですが、1単位足りずに大学を留年してしまいます。大学の先生の自宅へ1週間通い続けて、お願いしたのですがダメだった(笑)。内定は取り消しです。大学5年生の時は、大学とインテリアコーディネータの学校、コンピュータスクールに1年通いました。そして1年前に入るはずだった銀行に就職しました(笑)。両親からは「家業を継げ」とは一度も言われませんでした。

—銀行員の仕事は営業だったのですか。

初めは内勤でした。そろそろ外回りに出るという頃に、母親から連絡があり、名東店の店長が辞めるから、(お前が)帰って来なかったら会社をやめる、と言われました。就職して1年経った頃です。で、自分の意思で銀行を辞めました。もし親父たちから「頼むから帰って来い」と言われたならば、苦しい時に親のせいにしていたかもしれません。誰のせいにすることもなく、仕事を続けられたのは自分で決めたからだと思います。決算書も見ずに、自分の決断で帰ってきました。

—どんな仕事から始まったのですか。

配達や、商品を並べるといった肉体労働を1、2年間行いました。それから店の運営を担当しました。入りたての頃は、家具の製造はしておらず、小売りだけ。タンス、食器棚、学習机など、安くてお手頃価格の家具を取り扱っていました。当時の建物は青色で、看板が黄色。アメリカでイケアのお店を見かけて真似したんです(笑)。

—イケアを真似するなんて、先見の銘がおありですね(笑)。会社はもうかっていたのですね。

いえ、入社したのはバブルが終わった頃で、全然もうかっていません。父親は商売が下手で、何も考えずに大量に家具を購入しては倉庫に詰め込んでいました。家具であふれた倉庫は、足の踏み場もないくらい。しかも、いつも運転資金が足りない状態でした。すると、それを知った銀行が「土地を買ってくれるならば、土地を担保にお金を貸しますよ」と言ってくる。バブル時代の常とう手段です。入社後に初めて知ったのですが、銀行と地元の不動産屋が組んで、父親にいらぬ土地をパンパン買わせていました。売上が1億2千万円の会社で借金が2億円ありました。すべて土地を購入した代金です。資金繰りができないので、何度も何度も土地を買っていた。元金と金利で月400万円返さないといけない状態でした。売上を上げないと返済できない。絶対借金を返すと決めて働いていました。その頃、疲れ果てて、流し台にもたれて寝ていたこともあります。

—父親に対して「なんで親父の借金を(肩代わりしないといけな
いんだ)」みたいなことはなかったのですか。

親父とケンカをした時は言っていました。入社して5年ぐらいで社長になったのですが、銀行は、親父と自分の仲が悪いことを知っていて、私がまだ専務だった頃に借金の名義替えを提案してきました。親父と叔父が連帯保証人になっていたのですが、「借金の名義を替えてくれたら、保証人は専務だけでいい」と銀行から言われた時、勢いに任せて応じてしまいました。今思えば、借金の名義を替えたのは失敗でした。あの時、借金2億で一度会社を倒産させて、自分の名義で新しく会社を作るという選択肢もあったはず。バブルの頃、銀行から変な土地を買わされて、つぶれた中小企業はたくさんあります。

—安売り家具の販売から変えていこうと思ったきっかけがあるのですか。

10年前ぐらいでしょうか。春日井市にあった高蔵寺店を閉店しようか悩んでいた時に、ニトリなどの大型家具店が相次いで進出してきました。店内に無理やりタンス10本とか、ベッドを3段積みで10本といった具合にたくさん並べて販売していたのですが、ニトリはベッドを3段積みで100本売っている。「(大型店に)負けないぞ」という気持ちで安売りのチラシを出したりしていましたが、大型店と価格で競争するのは、そもそも無理なこと。当時、店内には家庭に必要な家具を全部置いていたので、店の中の商品を減らしていくところから始めました。

—支店を閉めて筋肉質にしていっていいわけですね。

はい。好きでもない商品はいくら頑張っても売れません。当時は自分がいいと思えない家具もいっぱいありましたから。お客さんに本気で勧められない。お客さんにも自分にも嘘を付きながら、仕事をしていました。規模を縮小して、本当に自分が売りたいものを売っていこうと思いました。

—それが一枚板だったのですね。一枚板のテーブルや天板の販売がメインとなっているようですが、一枚板に出会ったのはいつ



頃ですか。

9年前に店を改装した頃です。東京のAD WORLD（エーディーワールド）という床材の資材屋さんが名古屋市で営業所用の場所を探していて、店舗の一部を貸したのがきっかけです。たまたま一枚板を貸してくれて、無料でお店に置くことができました。その頃一枚板を売っている店はありませんでした。

—一枚板についてもう少し詳しく教えてください。

一枚板は樹齢100年から300年の貴重な木を切って製材しています。天板にするのは日本独自の文化です。中国はよく似た手法があるのですが、ヨーロッパにはありません。一枚板は4、50年前に大きなブームがありました。昔の田舎の座敷にあった大きなテーブルを思い出してください。実は今、一枚板は再びブームになっています。

—座敷にあった、つやつやピッカピカのテーブルですね。思い出しました(笑)。このテーブルは面白いですね。真ん中に穴が空いています。

テーブルの真ん中に穴が空いている一枚板が、本格的に一枚板に取り組みきっかけとなった商品です。自然にできた穴なのですが、穴から環境植物や木、ライトスタンドを出すなど、いろんな演出ができます。家具屋や建築屋に卸している材木屋からすると、穴あきの一枚板は「ゴミ」同然です。倉庫の外に捨ててあるくらいの価値のない商品でした。穴がない、キレイな無節（ムブシ）より、穴あき一枚板はインパクトが大きかったようで、お客さんも興味を持ってくれました。どこも取り扱っていなかったため注目を集めました。

—手ごたえを感じたのですね。



そうですね。でも穴あきの一枚板ばかり探していると、材木屋が気づいて真似して、同じような一枚板を売り出すようになりました。材木屋のショールームへ行くと、穴のあいた一枚板を展示してあったり（笑）。素材の売り方は真似されます。材木屋は、お金も機械も持っているので、丸太を一本買ってきて売ることができます。同じ土俵では勝ち目はありません。我々は売だけの立場。戦うために何かできないか考えるようになりました。

—それがWEBで取り組んでいる一枚板の買い取りですね。

はい。3年前から一枚板の「リウッド」という新ブランドを作り、販売しています。インターネットを通じて、全国のご家庭から不要になった一枚板を買い取り、工場で再加工して再販するというシステムです。4、50年前に一大ブームとなった一枚板ですが、まだまだご家庭に眠っているようです。おじいちゃんが亡くなって、家を片付ける時、一枚板は大きすぎて行政のゴミとして捨てるできません。リサイクル業者も買わない。処分できなくて、困っている方が結構多い。一枚板を取り扱っていると、ご近所さんから引き取ってほしいとの依頼があるくらいです。

—材木屋との競合の中から新ブランドが生まれたのですね。

そうです。4、50年前に売れた一枚板ですが、今では市場に出回っていない貴重な木も多いです。競合の中から新しいアイデアが生まれました。「リウッド」で取り扱っているのは、日本国内に眠っていたヴィンテージ物で、1点モノの一枚板です。手間賃も運賃もかかるのですが、市場で流通している現在の価格と比べると、ほぼ3分の1の値段で販売できます。一枚板は今ブームで、売れると分かったと商社は発展途上国やアフリカでバンバン伐採して、無茶苦茶な流通をするようになってきています。そうすると環境や生態系も崩れてくる。昔の一枚板を買い取って、微力ながら生態系を守る一助になればと思っています。

—コダマプロジェクトを仲間と始めた経緯を教えてください。

コダマプロジェクトをスタートしたのは7年前です。ある日お店を見渡すと、外国の木の家具ばかりということに気付きました。市場にも国産の家具はほぼありません。なぜ国産の家具がないのだろう。岐阜県郡上八幡市で林業をしている方に山を案内してもらっている時に、国土の7割が森林なのに国産の木の需給率は2割ぐらいで、今の林業には未来がない、という話を聞きました。それまで何も不思議に思わずに外材の家具を売っていた自分。これからは日本の素材を活用したいと思いました。

—具体的にはどのような活動ですか。

地域の木でオリジナル家具を作ろうと、岐阜県中津川市の



コダマプロジェクトの学習机

付知峡（つけちきょう）の職人さんの元へ相談に行きました。すると職人さんが材料を買っている製材工場を紹介してくれ、その方から木こりさん、木こりさんから岐阜県東白川村の村長さんへとつながりました。酒を酌み交わしながら、上流へ上流へと向かっていきました。1年目の活動は飲んで話し合うだけ(笑)。そのうち家具デザイナーの村澤一晃さんがコダマプロジェクトの相談役に加わり、話し合いを進めるうちに学習机を作ろうということになりました。

—ふむふむ。地域の木でつくる学習机。いいですね。

はい。私は家具屋を25年やっているのですが、木が切り倒されるところを見たことがありませんでした。プロジェクトで山を訪れて、生まれて初めて木が切り倒される現場を見ました。枝打ちをしたり、湧き水を飲んだり、おにぎりを食べたり、山での体験に感動しました。上流の杉材でできた机を売るだけでは面白くない。子供たちにも感動を味わってもらおうと思いました。学習机は14万8千円(税抜)ですが、親子の体験合宿付きです。合宿に参加しないと売らない、というコンセプトで7年前から始めました。

—ふふふ(笑)。体験合宿は楽しそうですね。

村の人たちも参加する体験合宿です。合宿では、ランドセルのフックを親子で作ります。森林インストラクターが森を案内し、湧き水を飲んだり、木を切ったり、チップの中に飛び込んだり、魚をさばいて食べたりと、大人も子供も楽しめる内容です。散策で拾ったモノを入れる宝箱も付いてきます。山の合宿で忘れられない思い出を作った後に、机が届くというストーリーです。

—コダマプロジェクトは広がっているのですね。

家具屋や材料屋、工務店、建築家など14社がプロジェクトに参加しています。素材チーム、家具チーム、食品チーム、生活雑貨チームの5つに分かれて、チームで活動しており、上流下流のつながりの中から生活雑貨、家具などの新しいモノが生まれています。コダマ漆喰は、ヒノキを混ぜ

た漆喰です。2年前には名古屋市守山にモデルハウス「コダマハウス」が完成しました。2か月に1回、オープンハウスとして開放しています。動かせる小屋「コダマベース」は10平米以内で作っており、大型トラックで移動できるため固定資産税がかかりません。

—なるほど。コダマプロジェクトの活動は面白そうですね。

もう私のライフワークです。売上は全体の5~10%しかありませんが、地域の素材を使って仕事をしていると、企業や個人から色々な提案や相談が舞い込んできます。「ネットショップに負けない」って感じで、実店舗の意義を考えていた時期がありました。ストーリー性のある売り方なら残っていけるかもしれない。「山まで合宿に来い」っていう商品ですからね(笑)。そんな負荷をかけてでも欲しいと言わせたい。わざわざ足を運んでも「欲しい」と言われる商品を売りたいです。ある意味ではネット販売への挑戦状ですね。

—学習机を買った子供たちを後追い取材をして、中学生になった子供たちに思い出を語ってもらうというのも面白そうですね。ところで水野社長、挫折しそうなになったことってありますか。そうですね...忙しいばかりでお金がなかった時でしょうか。毎晩遅く帰ると、家族がボロ雑巾みたいに寝ていた。気絶したみたいに寝ている姿を見て、こんな人生嫌だ、と思いました。月末になると険悪な空気が流れて、親父とは毎日ケンカばかり。仕事をしていても誰のためにもなっていなかった。何のために働いているのか。何のために、何のために、と考えているうちに「家具は人を幸せにします」という言葉に巡り合えました。生きる使命を感じました。「家具で人をシアワセにする」は会社の理念です。今では会社の理念とちゃんと向き合えています。

—すごいです。最後に、今後やっていきたいことはありますか。

一枚板の新ブランド「リウッド」もそうですが、新しい資源を見つけたので広く進めていきたいです。広めることで地球環境や生態系を守る一助になりたい。コダマプロジェクトも、上流と下流のつながりの中から新しい仕事を生み出せる場所となってきています。

—今日は貴重なお話をたくさん聞かせて頂きました。水野さんの思いもヒシヒシと感じました。本当にありがとうございます！🍷

【プロフィール】

水野照久 みずのてるひさ 愛知県生まれ
有限会社みずのかぐ代表取締役社長
店舗「コネクト」所在地:愛知県名古屋市守山区守山1-1-18
会社HP <http://www.mizuno-kagu.jp/>
コネクト<https://connect-m.jp/>



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。

良い名前は何よりも大事

■マクドナルドを広めた男

新型コロナによる影響で、自宅で過ごす時間が増えています。その時間を利用して、先日、オンラインで前から見たかった映画「ファウンダー」を見ました。ハンバーガーチェーン「マクドナルド」を世界的に広めたレイ・クロック氏の半生を描いた映画です。

1950年代半ばのアメリカ。主人公のレイ・クロック氏は、飲食店向けのミキサーを販売するセールスマン。ある日、一度に8台もミキサーを注文する店があり、興味が湧いて訪れたのが、マクドナルド兄弟が運営するレストラン「マクドナルド」です。その画期的な厨房内オペレーションとハンバーガー、ポテト、ドリンクに絞った商品構成に感銘を受けたレイ・クロックは、マクドナルド兄弟と交渉し、店舗をフランチャイズ化して拡大する契約を交わします。レイは短期間で爆発的に店舗数を伸ばすことに成功するも、その一方でマクドナルド兄弟との関係は徐々に悪化。モメにモメた後、最終的にはマクドナルドに関する全権利を兄弟から買い取ります。

ある人にレイは「なぜマクドナルドにこだわるのか、あなたなら新たに自分の店とチェーンを作り上げることなんて簡単でしょうに」と聞かれます。彼は「『マクドナルド』という名前が欲しいんだ。この名前には特別なものを感じる。もし私が仮に「クロックス」という名前と同じようなことをやっただとしても、マクドナルドのような成功は望めないだろう」と言っています。名前が、マクドナルド成功の重要な要素になっているのだ、とレイは考えていたのです。

コーヒーチェーンの「スターバックス」も、マクドナルドと同様に創業者と実質的なチェーン拡大の実行者は異なります。1971年にシアトルで開業されたスターバックスは当時、コーヒー焙煎の会社にすぎなかったそうです。1982年に後の会長兼CEOのハワード・シュルツが入社し、現在の店舗とチェーンの形を築き上げます。シュルツは1987年にスターバックスの店舗と商標を購入し、全権を掌握します。シュルツ氏は「スターバックス」という名前について、その響きに「強い魅力を感じた」と述べています。

■良い名前は何にも代えがたい

事業が成功するためには様々な要素が必要ですが、名前もその重要な要素の一つです。というよりも、上記の2人の経営者によれば、「良い名前」というのは、なにごとにも代えがたい、



最上級に重要な要素だ、と考えるべきかもしれません。

かのアップルコンピュータは、そのおよそコンピューターメーカーのイメージとは程遠い果物の名前をつけたことで、何とも不思議でかつ特異な雰囲気身をまとうことに成功しました。いわば一風変わった「異端児」のイメージでしょうか。その後の発展と成長は言うに及びません。

私ごとで申し訳ありませんが、私の事務所は「レイマック・コンサルティング」と言います。起業当初は「レイ・マネジメント・クルー」と名乗っていました。レイは私の名前の礼人(あやとと読みます)の礼から。マネジメントは「経営」で、クルーは「乗組員」の意味です。上から目線の「先生」ではなく、乗組員として、同じ目線でマネジメントのお手伝いをしたいという意味でこの名前にしました。

しかし、いかんせん長い。長すぎる。自分で名乗るときも舌を噛みそうなので、「レイマック」に縮めることにしました。名前です事業内容を表したいので、「コンサルティング」をつけるのが正式名称ですが、通常は「レイマック」で通しています。この名前が良い名前なのかどうなのかわかりませんが、最近こんなことがありました。

以前は「レイマック」とグーグル検索すると我がページのみが表示されましたが、最近、別会社の「レイマック」さんが頻繁に出てくるようになりました。この会社は滋賀県にある画像処理関係のメーカーのようで、そのサイトによると、以前は「イマック」という名称だったようです。それが最近「レイマック」に改名し、がぜん検索結果の私のページの上下に並ぶようになったのです。

業種も場所も規模もまったく違うので混同する人はいないとは思いますが、今までは私だけの「レイマック」だったのに、

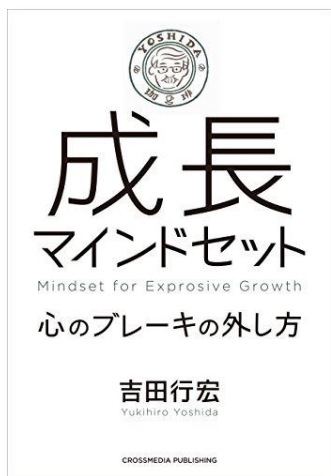
取られてしまったような、少し寂しい気持ちになりました。しかし、画像処理のレイマックさんは、「イマック」よりも「レイマック」の方がいいんじゃない？と判断して変えたのでしょう（たぶん）。だとすればそれはそれで、「レイマック」という名前の良さを感じたわけですから、レイマックの先輩（笑）の私としては、喜んでいいのでは？と思ったりもします。（どうでもいい話ですみません）

■パンのサブスク、パンスク

さて、私が最近良いと感じた名前は「パンスク」というサービス名称です。正式名称は「オフィス・パンスク」で、全国のパン屋さんのパンを冷凍にして、定額で毎月、契約した会社のオフィスに届ける、というサブスクリプション（定額制）サービスです。このパンスクの運営者はパンフォーユーという会社（この会社名も良いですね）。地方の美味しいパン屋さん和都心の会社や個人とを結びつけることで、都心の人には都会にいながらにして全国のパンを「旅」をするかのように味わうことができ、一方で、人口減少が激しい地方でがんばるパン屋さんは販路を拡大でき

る、というWIN-WINなサービスとなっています。「地方に雇用をつくること」を信念とする代表の矢野さんは「日本の町のパン屋さんは『こんなにおいしい』ということを知ってほしい」という思いで、このビジネスを始めたそうです。このパンスクの利用社数は150にのぼり、大小さまざまな会社が利用しているそうです。また個人向けのサブスクサービスも始まり、月額3700円で冷凍パンが自宅に届くサービスを、現在750人が利用しているそうです。このパンスク、WEBサイトもおしゃれにいい感じで仕上がってますので、ぜひ覗いてみてください。そして、このビジネスモデルの仕組みや面白さを感じてみてほしいと思います。

さて、名前の大事さは、私も常々感じていて、マクドナルドの件で、再びその意を強くしました。今はレイマックを名乗っている私も、もっと良い名前に付け替えるとしたら、どんな名前がいいかな、と考えたり、お客様の会社や商品の名前について考えたりしています。みなさまも、もし名前を付け替えるとしたらどんな名前が良いか、一度考えてみてくださいね。🍷



■オススメ度 ★★★★★

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

『成長マインドセット』 吉田行宏 著

ポイント1

「100%当事者意識」が成長のコツ

誰のせいにもせず、当事者意識を100%持っている大きなメリットがある。誰が悪いとか、損だとか考えずに、自分にできることは何だろうと考えて、小さなことから、やると決めて行動する。こういう習慣を身に着けると悩みづらくなる。そしてこの習慣が自分の成長につながり、心の健康にもプラスになる。

ポイント2

結果は選択できないが行動は選択できる

結果は選べないにもかかわらず、結果に意識や関心が向き過ぎる。行動や計画に意識が向かず、ベストが尽くせない。こういう人が多い。どんな結果でも受け入れるという覚悟をもって、ものごと臨むことが大切。そうするとほとんどのことが良い結果を生む。

ポイント3

自分の中の「大きな子供」をコントロールする

大人の中にいる大きな子供。その特徴は、①自己中心的②他者を理解しない③好ましくないプライド、執着④トラウマに影響され過ぎている⑤正しい軸がない、の5つである。これを「大きな子供ブレーキ」という。このブレーキは外すためには、まずはその存在を認め、大きな愛情をもって、自分自身も周りの人たちもその子供を大人へと育てよう意識することが大切。

- ★★★★★ 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

豊田の
結論

元ガリバーインターナショナルの専務取締役。一貫して人事畑を歩き、現在は若手経営者の育成を手掛ける会社の代表を務めている。部下の教育に悩む若手課長の主人公が、メンターともいうべきカフェのマスターのアドバイスをもらいながら、仕事人として、また管理職として、仲間とともに成長していく姿を描く物語になっている。知識としてすぐに広く知れ渡っていることも、あらためて分かりやすく解説されており、初心者には分かりやすく、またビジネス書を読みなれた人にとっても再発見がある。特に「自分の中に大きな子供がいて、それがブレーキになって、成長を止めている」というテーマは誰も思い当たるはず。物語調で読みやすく一気に読めてしまうが、その過程で体にジワジワと染み込んでくる納得感がある。部下を持つ人はもちろん、自分自身を成長させてい人へ。



限界は自分が作った安全圏

(第669号)

■甲子園球児の人気ドーナツ店

限界とは自分で作った安全圏だ、という話。

以前、東京の下北沢と名古屋の大須で、「キャプテンズドーナツ」を経営する、伊藤元長さんにインタビューしました。伊藤さんは名古屋市内の東邦高校という野球の名門校で、キャプテンとしチームを率い、春と夏の2度甲子園に出場した人です。

卒業後に進んだ大学の野球部でもキャプテンを務め、そこから「キャプテンズドーナツ」という名前をつけたそうです。青大豆の豆乳とオカラをベースにしたドーナツはふわふわでほんのり甘く、とても美味しかったです。

■立場が限界値を上げる

少年のころ太っていて、走るのが苦手だった伊藤さん。運動神経もそれほど高くはなかったそうです。だから、走ることが多い練習についていけなかったそうです。練習が厳しくて、監督が厳しくて、先輩が厳しくて、毎日が本当に苦しかったそうです。

しかし、変化が起こります。3年生のとき、キャプテンに選ばれると、今までいつもビリだった、大嫌いな「走る練習」で、先頭で走れるようになったのだそうです。キャプテンになった途端、自分がみんなに率先して頑張らないといけない、という意識が芽生えた。その瞬間、スイッチが入ったように、走れるようになったそうです。

つまり、「自分はできない」「走れない」と、自分で限界を作っていただけ。そこが自分の安全圏だったわけです。それを取っ払ったら、「もっと先にいけてしまった」という話です。

■セルフイメージの持ち方で限界は広がる

自分は何者なのだ、というセルフイメージをどう持つか。自分はできないヤツだ、と置いていけばそれまで。自分はいくらでもできるヤツだ、と置いていけば、もっと先にいける。

伊藤さんは高校野球で身をもって得たこの体験を武器に、今はドーナツ屋さんというビジネスで、自分で自分の限界を設けず、壮大な目標に向かって頑張っておられます。自分の限界を自分で決めないこと。改めて、それを学びました。

■自分レベルの視点で

自分レベルではいかがでしょうか？

僕たちは、知らぬ間に自分で自分の限界を作っていないでしょうか。気がつくと、「ここくらいまでなら、無理せず平穩無事にこなすことができる」という安全圏の中で仕事をしている。そういう中で日々をやり過ごしている。しかし、実はもっとできる。もっと先にいける。自分で設定した安全な「限界」が邪魔しているだけ。

こういう限界を取り払うための方法のひとつが、自分のセルフイメージを変えること、です。単純な話ですが、自分の肩書きの前に「スーパー」をつけてみてください。

あなたが社長ならば、今日から「スーパー社長」。

あなたがデザイナーならば、今日から「スーパーデザイナー」。

あなたが主婦ならば、今日から「スーパー主婦」。
(スーパーが嫌なら「超すげえ」でもいいです笑)

これで、限界が少し広がるイメージが湧きませんか？僕も、今日から「スーパーコンサルタント」になります。ぜひあなたも、スーパーな人に。そして、一緒に限界を広げましょう。

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

今、何が売れているか。そしてその次は？

新型コロナウイルスの影響で、政府や自治体から外出自粛要請がかかり、経済が停滞しています。

飲食店や宿泊施設、旅行関係の他、スポーツや理美容院、塾やサロン系など、顧客が集まり、密接するような店舗・サービスはかなりの打撃を受けています。知り合いの婚活・お見合い事業をしている事業者さんは、お見合いや婚活パーティが一切開催できず、売上の確保に四苦八苦しています。

BtoBでも、広告関係企業もかなり広告主の予算が減っているようで、これまた影響が出始めているようです。リーマンショックの時に言われた「3こう」、つまり広告費、交際費、交通費に関連する事業は、今回のコロナ禍においても大きく減る可能性があります。

一方、こういう状況で売上を伸ばしている商品やサービスもあります。マスクや消毒液などはもちろんですが、ネット通販は全般的に通常月よりも売上を増やしている事業者が多いようです。私のクライアントの化粧品のネット通販会社さんは好調ですし、知人社長が運営するおもちゃ・雑貨のネット通販事業は前年比2倍の売上をマークしています。巣ごもりニーズの高まりでゲーム関連や、入浴関連商品、アロマやリラックス商品が伸びているそうです。

もちろん経済よりも人命の方が大事なので、まずは家に居て、感染の拡大を一刻も早く収めないとはいけません。それを願うばかりですが、ピンチの次に来るチャンスをものにするために、現在の社会の動きと未来の兆しをしっかりと見ていくことも大切だと思います。

【レイマッククラブ主催セミナーのお知らせ】

56回目となるセミナーは、成果を出すための組織の在り方、チーム作りについてがテーマです。

「やる気と成果が出るチームづくりとは？」セミナー

日時：2020年5月19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

※延期します。



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 2,200円
(月額)
■入会金 5,500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