

Raymac press



レイマックプレス

2020年6月号 Vol.142



やりたいことを
やっていれば
いいんだよ

パティスリーメリメロ
オーナーシェフ
塩田秀樹

静かでおとなしかった少年は、小学校の先生に言われた一言で勇気づけられた。「人間は自由なんだ。やりたいことをやればいいんだよ」。料理が好きで、学校を出た後はパティシエを目指す道に入る。短期で辞めていく人が多い世界でじっくりと腕を磨き、独立。地元で開いたケーキ店「メリメロ」は、新規移転オープン後はさらに地元で愛されるお店へと成長した。ハードワークをしながらも、お客様が喜んでくれるお菓子づくりを追求するパティシエ、塩田秀樹さんにインタビューした。（インタビュー＝豊田礼人）

— **最近の状況をお聞かせください。新しいお店、繁盛されているようですね。**

移転したことで忙しくなりました。店の広さなど移転前の店舗とほぼ同じですが、冷凍庫と冷蔵庫を大きくして品物を貯めるスペースを広くしました。基本的には持ち帰りのお客様が中心ですが、3、4人ぐらいになるとお店の中は、密になります。お客様は外から店内の様子を見て、待っててくださいます。あと、店前に駐車スペースがきちんと確保できたことで、お客様に来ていただきやすくなりました。

— そうなんですね。地元のケーキ屋さんとしてしっかりブランディングされていらっしゃるように感じます。さて、ケーキ店を開業するまでの経緯をお聞きする前に、このインタビューではいつも子供のころの話から聞いています。塩田さんはどんなお子さんだったのですか。

幼稚園から小学4、5年生ぐらいまで、一人で遊んだり、女の子と遊ぶことが多かったです（笑）。大將みたいな女の子がいて、その子とその仲間の子たちとばかり遊んでいました。あまり発言はしない、おとなしいタイプでした。一人っ子なので、一人で遊んでいるのが苦になりません。自分でクイズをラジカセに吹き込んで、自分で答えて遊んでいる子供でした。成績表に「いろいろな人としやべりましょう」と書かれたくらいです（笑）。

— （笑）。今のお姿からは想像が付きませんね。

（笑）。小学5、6年の時の担任の先生との出会いが転機でしょうか。すごく変わった先生で1年ぐらいインドで放浪していたそうです。この先生との出会いが大きかった。当時、先生の家に泊まりに行って、先生の人生観などの話を聞いて、自分の中で何かが変わりました。遊ぶのも、女の子から男の子に変わりました。

— 先生から言われた印象深い言葉は覚えていますか。

「人間は自由でいいんだよ」「一つのことばかり考えていないで、やりたいことをやっていればいいんだよ」と

今月の内容

- 経営者インタビュー
パティスリー メリメロ 塩田秀樹さん
- 経営コラム D2Cとバーチャル工場見学
- 書籍解説 『教えるということ』
- メルマガバックナンバー ● レイマック豊田のひとりごと

言われました。今思えば、小学生にそんなことを言ってもいいのかな、って感じです（笑）。当時、先生は30代後半ぐらいでした。小学校を卒業した後、中学、高校時代にも先生のお宅によく遊びに行っていました。よその中学の友人も先生が好きだったようで、一緒に遊びに行っていました。その後、先生は教師を辞めて、塾の先生をされていたようですが、それからのことは分かりません。うちの息子のことで相談しに先生の家を訪れたのが最後です。本当にどうされているのか、お会いしたいです。

ーその先生の影響が変わった。

ほんと、そうですね。うちの両親は、自営で段ボール箱を作る仕事をしていました。家の裏に工場があり、いつも両親が家にいたのですが、小学5年生の時、工場が家から離れた場所に移転しました。その頃から、自分でご飯を作るようになったんです。カギっ子で、いつも一人でいました。母の日だったかな、初めて親に手料理を作りました。以来高校3年まで、母の日、父の日には必ずご飯を作りました。将来は食に関係した仕事に就くであろう、と思っていましたね。あと、音楽も好きで、桜田淳子のファンでした

（笑）。小学6年生ごろからキッス、クイーン、セックスピストルズに移行。パンクロックにはまって、ロンドンに行きたくてしょうがなくて（笑）。その頃もやはりご飯は作っていましたが、音楽が好きなのでDJになりたい、と思ったこともあります。もともと凝り性です。高校時代は、なぜか「コカ・コーラ」にはまり、コカ・コーラの瓶やグッズを集めていました。部屋中がコカ・コーラ一色です。そのうちコカ・コーラの配達員が当時着ていた、茶色地で赤ラインが入ったつなぎを着たいと思うようになり、そのためには、コカ・コーラに入社しないといけなく、とまで考えるようになりました（笑）。

ーなりたい仕事がいっぱいですね（笑）。

高校は、岐阜中京商業高校に進み、部活は応援団を3年間やっていました。学校直属の部活で、OBがよく指導に来てくれていました。その中に父親がコカ・コーラ東海工場の社長という方がいて、コカ・コーラに就職できそうな話になりました。しかし、外国の会社だから、高卒で日本人が入っても出世できない、途中でクビになるかも、などと考えるようになって、コカ・コーラに入るのを断念（笑）。その頃レアチーズケーキを作るのが好きで、ケーキ屋だったらモテるかも、と思うようになり、ケーキ屋さんの就職先を探したところ、高砂本家（現在の萌シェ）に入社することができました。

ー確かにケーキ屋さんはモテそうですもんね（笑）。

昔はパティシエという言葉がありません。モテたい、という気持ちがあったのは事実です（笑）。でも、高砂の娘さんの友人や親戚が東京から遊びに来ると、バイトの女子大生は東京六大学の男性になびくわけです。18歳になって初



めて、学歴は大事だと痛感しました（笑）。またバイトの女子大生もお金持ちの家の子ばかりです。貧富の差があることも18歳で知りました。生活レベルが違う。夏休みはお友達のクルーザーに乗って遊びに行く。僕はゴムボートしか知らなかったのが衝撃的でした。その反動で、モテたいがために一生懸命働くことに拍車がかかりましたね（笑）。

ーなるほど。色んな人に会って視野が広がったわけですね。入社したての頃はどんな仕事をされていたのですか？

会社が運営する喫茶店で働きながら、同期と交代で配達を担当していました。4店舗にケーキを配達しながら、最後に喫茶店でお茶とケーキを出す、という形です。その頃、洋菓子より和菓子の方が世界観がおしゃれでカッコイイ、と思っていました。高砂は洋菓子も和菓子も作っていて、2年目になるとどちらかを選択することになっていました。僕は和菓子をやりたいかったけど、洋菓子部門にどうしても人が足りないから、やってくれないか、と言われて、そのままずっと洋菓子が続いています（笑）。

ーそうなんです。和菓子に興味があったのに、洋菓子に。

はい。当時、和菓子の世界がものすごく機械化が進んだことも、洋菓子に留まるきっかけになりました。機械が休まずに、まんじゅうを一気に何千個も作ります。和菓子は機械が作れるけど、洋菓子は機械化できない、やっぱり洋菓子だな、って感じです。また洋菓子だと、ショートケーキなど、毎日違うケーキを作るので飽きなかった。

ーそうなんです。和菓子って洋菓子より機械化されているって、知らなかったです。

そうなんです。でまあ、そんなこんなで仕事に慣れてくると、夜の街へ遊びに出ることを覚えて（笑）。5時から24時まで仕事をものすごくしていたのですが、24時から5時までは時間が空いている（笑）。遊べるぞ、と。ほんとに寝ないで遊んでいましたね。仕事中、立ったまま寝ていた時もあります。夜な夜な遊んでいると夜の世界が楽しく見えてきて、バーテンダーになろう、DJになるんだ、と思った時期もあります。会社を辞めようと決意して、上司に相談に行くと、寿司屋に連れていかれて、ほめられたり、おだてられて、

結局、元の鞘に収まる、ということを繰り返していました。辞めると切り出すと寿司屋に連れていかれ、「キミは見込みがあるよ」「はい、頑張ります」って感じで（笑）。

一ふふふ（笑）。引き止め上手な上司さんですね。でも塩田さんは、何度か辞めようと悩んでいたのですね。

そうですね。ケーキ作りは面白いのですが、このまあいとも将来が見えなかった。当時、東京から来ていたチーフから「東京に来ないか」と誘われました。その人はオーナーと上手くいってなくて、僕のような若い職人の引き抜きをしていたようです。高砂から引き抜かれた先輩が八王子市の店で働いていたので、試しに数日間働いてみたのですが、地獄のように忙しかった（笑）。こんなところにいると死んでしまうと思い、3日で辞めました。愛知に戻ると岐阜から新しいシェフが入ってきました。その方は今、岐阜市でル・スリジェダムールというお店をしていますが、本格的なフランス菓子を作るシェフでした。その方と2年間、一緒にコンテストを目指して頑張りました。高砂では自分がいる時で8回ぐらいシェフが変わっています。東京から来る人たちにとって名古屋で働くのは「都落ち」なので、基本、やる気がない。独身のシェフは働かずにプラプラしている人ばかりでした。その頃、自分はセカンドの立場でしたが、同じ年かちょっと上で大したことの無い人がシェフとしてやってきて、自分の上役になるのが、腑に落ちなかったですね。

一確かに。モヤッとしますよね。それから、どうされたのですか。

もやもやしている頃、八王子のシェフが別の店のチーフをすることになり、私も高砂を辞めてついていくことにしました。そこで数年間頑張って働いたあと29歳の時、さらに別のお店に移りました。その頃、結婚したばかりで、2店舗のチーフを任されていました。ただ、これ以上給料は上がらないかもしれない、と思っていたところ、高砂から「シェフとして戻ってきて欲しい」とのオファーが来ました。高砂の歴史の中で、自分が一番長くいたような気がします。家族経営のお店では、人間関係が嫌で辞める人が多い中、僕は高砂では家族の一員のように、それこそ家族会

議にも加わってしまうくらい（笑）。社長の息子が1つ下、社長と話すときも親父と話すような感覚で、親子みたいな感じで会話をしていましたね。もちろん今でも仲がいいです。

一なるほど、素晴らしい関係ですね。やはり高砂さんの社長さんたちに信頼されて呼び戻されたんですね。で、自分で店を持とうと思うタイミングが来るのですか？

はい。子供もできて、このまま給料をもらって働くよりも、好きなことを自分の店でやりたい、という気持ちが強くなってきました。いい物件が地元で見つかったので、今がタイミングかと思い「自分の店をやりたい」と切り出しました。

一お店を出すとき、お金はいくらぐらいかかるものですか？

貸店舗でやったとしても1200万ぐらいですかね。設備投資があまりにも高い。コソコソ貯めている人間はいいのですが、遊びほうけていた自分には、お金はありません。高砂の社長から見せ金を借りて融資を受けて始めました。運転資金は借りずに始めたので苦しかった。お客さんが来てくれたのは、開店の時だけ。前の店の感覚で、バイトをたくさん入れていたのですが、やっていけません。バイトを減らし、駅前でピラを配ったりしました。

一固定客が着いて、軌道に乗るまで、どれくらい時間がかかるんですか。

区切りの3年といわれるように、3年ぐらいやってようやく認知されます。当時、洋菓子の協会にも入らずに、一匹狼みたいに一人でやっていましたが、孤独を感じるようになりました。会話は隣のうどん屋のおばちゃんと話すくらいで、商売の友人がいなかった。そこで、行きつけのイタリア料理屋の経営者に「商売の友だちになってください」とお願いに行きました（笑）。カメラ屋さんとも友だちになってもらって交流しているうちに、商店街や異業種交流会のことを知るようになりました。グループに入ることによって友達の輪が広がる。これが良いきっかけになりました。

一つながりの大切さを学び、一匹狼から脱却するのですね。

そうですね。ある日商工会からのお知らせで、地元の有名パン屋さんの社長が講師を務める勉強会があることを知って申し込みました。参加すると、メリメロさんでしょ、知ってるよ、と声を掛けられて、「かちがわ大学」に誘われました。かちがわ大学は、商工会の偉い人や学長、経営者などが参加している人間力を高める会です。これは本当に参加してよかった。横のつながりは大切です。一匹狼だとやっていけません。会社を大きくしようとは、今でも思っていないのですが、家族を養って、食べていくためには、お客さんに来てもらわないといけません。かちがわ大学では、マナー講師、クラウドファンディングをしている方、経営コンサルタントなど、いろんな業種の方から話を



メリメロ人気の塩シュー

聞くのが勉強になりました。倫理法人会や士業の会なども行きました。ただ、人とのつながりで入会すると、確かに大きな注文は入りますが、自分には合わないものもありました。そこは見極めが大事なかなと思います。ケーキ屋さんの同業者の方とも付き合うようになりました。

一同業者の方はライバル関係でもありますよね。バチバチする感じはないのですか？

地元の勝川だと、さすがに詳細な話をするのは、はばかられますが、多治見や瀬戸、名古屋など、離れた地域だと、今度新作のケーキこういうのを出すけど、どう思う？とか気軽に話せます。

一そういう情報は貴重ですね。

そうですね。フランス菓子研究会という大きな会があります。多治見の同業者から誘われて、フランス菓子研究会に入ったところ、いきなり副会長になりました。4年ぐらいやっていました。研究会では司会ばかりやらされて(笑)。でもやっているときは大変でしたけど、いい経験になりましたね。こういうことも大事だなと思います。

一最初のお店はなぜ移転することになったのですか？

きっかけは「駐車場問題」です。店舗の隣に4台ぐらい借りてあった駐車場がなくなりました。たまたまその土地を購入した方がもう一度駐車場をします、と言ってくれたので、助かったのですが、今は東京の会社が土地を所有しているので、この先どうなるか分からない。今後なくなる可能性が高いので、物件を探し回りました。せっかく付いてくれたお客さんがいるので、そんなに遠くには移転したくない、思い切って飲み屋街へ行こうか、どうしようか、と考えていた時、ひょんなことからこの店舗のことを知りました。この店舗は元ラーメン屋でしたが、その隣に住んでいたのが、かちがわ大学で出会った英語の先生です。その先生が、フェイスブックで「ラーメン屋さんがなくなった」と書き込んだのを見て、不動産屋に電話をすると、話が勝手にドンドン進んで、買うことになりました(笑)。決まる時はそんなものです。土地は20年で借りて、建物は購入する形になりました。

一この店舗、天井が高くてすごくいいかんじですね。一から建て直したみたいですね。

いえいえ。一から建てるのと、とんでもないお金になります。外枠だけ残して、内装は総替えしたんです。本当は2階を作ったかったのですが、今回は見送りました。元々は中華料理屋さんだから、床は油でベタベタするし、臭いがひどかった。それを取り除くことから始めました。あと、店の前に駐車場があるメリットはやはり大きいです。お店が小さくても、駐車場があれば、お客さんは来てくれます。以前は店前に駐車場がないという理由で、お店に来ない女性客もいたくらいです。オープン後は好調でしたが、これか

ら夏はケーキ屋さんにとっては「冬の時期」です。5月、6月はガタッと売り上げが落ちます。ゼリーなどで乗り切りたいですね。

一以前にも増して商売繁盛で素晴らしいです。

年齢も年齢ですので、ゆっくりやっていこうというスタンスだったのですが、そんな訳にはいけなくなりました。バイトさんにも前より長時間入ってもらい、自分は朝4時半ぐらいに起きて仕事をしています。営業は10時からですが、自分の時間がなくらい忙しい。近い将来、お茶も飲めるスペースも作り、ケーキの種類も少なくして、焼き菓子も抑えて、と考えていたのですが、ショーケースを大きくしたため、ケーキの種類も増えました。一方で、働き方改革じゃないですが、休みも増やしました。あと、前の店舗の時と変えたことは、アニメなどのキャラクターのケーキをなくしたことです。1日20個以上作っていた、キャラクターのケーキは、一切やめました。キャラクターケーキでお客さんと呼んでいたつもりが、それがメインになっていた。キャラクターを描くのは好きなので描きたいのですが、やはりすごく手間がかかるので、経営的に難しいんです。それよりも、日々のケーキやお菓子でお客さんに喜んでもらいたい。この新店舗は昨年秋に移転したのですが、お客さんがもっと喜んでくれる商品を作りたいという思いが強くなりました。

一今後の展望は何かありますか。

今でも看板商品として「塩シュークリーム」というのがあるのですが、うちの焼き菓子はこれ、生ケーキといえばこれ、という感じである程度絞って、強い商品がドン！ドン！とある感じでやれたらいいですね。メリ・メロはフランス語で「ごちゃまぜ」という意味で、元々は何でもあるよ、という感じで始めたのですが、これからはある程度絞った方向性にシフトしていけたらな、と思っています。

一これからが楽しみです。皆さんが喜ぶ美味しいケーキを作り続けてください。今回はありがとうございました！



【プロフィール】

塩田秀樹 しおたひでき 愛知県生まれ
パティスリーメリメロ オーナーシェフ
愛知県春日井市神明町25-2
<http://www.patisserie-melimelo.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。

D2Cとバーチャル工場見学

新型コロナウイルスの感染拡大により、私たちの生活スタイルは色々な面で変化せざるを得なくなりました。その変化のプロセスの渦中で、私たちは多くの「ムダ」に気づきました。また、本当に自分にとって大事なものを見極めたいと思うようにもなりました。今回はそんな話です。

■D2Cが加速している

最近、コロナ禍で「ダイレクト・ツー・コンシューマー(D2C)」が加速しているというニュースをよく目にします。D2Cとはメーカーやブランドが中間業者を通さずに直接消費者に販売する形態のことです。

政府が緊急事態を宣言し、都道府県から店舗などに休業要請が出され、人々は外出を自粛しました。その後、緊急事態宣言が解除され、店舗も徐々に営業を再開し始めましたが、なかなか以前のように人の流れは戻りません。そうになると当然、店頭の商品はダブつき、倉庫には在庫が積み上がり、メーカーなどからの仕入れは滞ります。

既存の流通経路で売れずに困ったメーカーは、自ら直販サイトを立ち上げ、D2Cを加速させます。もともとメーカーの直販サイトは限定商品やカスタムオーダーなどを求めるコアなファン向けでしたが、このコロナ禍で小売店が十分な品ぞろえができなかったり、そもそも外出したくない消費者が増えたことにより、メーカーの直販サイトに客が流れ込む、という状況が起きています。

一方、卸先や小売店が運営している通販サイトでは、リアル店舗で落ち込んだ売上を取り戻すべく在庫をたたき売りし始めているそうです。リアルではある程度歯止めが効く値引き販売も、ネット上だとお構いなしに加熱し、ブランド価値が著しく毀損されることをメーカー側は憂います。こうしたことを経験しながら、メーカー側も消費者側も、流通過程の中間に挟まっている中間業者の存在意義について考えはじめ、それらが無くても良いのでは？と思い始めます。D2Cが加速している背景には、こういう意識の変化が見え隠れします。(参考：日経MJ 2020年6月19日)

■クルマをネットで買う

クルマもD2Cで買う時代が来ています。独フォルクスワーゲン(VW)は、今夏に出荷を始める新しい電気自動車(EV)から、ネットで購入できるようにすると発表しました(日経MJ 2020年6月19日)。消費者は、VW本体



フォルクスワーゲンのホームページより

が運営するウェブサイトから直接新車を購入し、その際、納車や点検などのサービスを受ける実店舗を自ら選び、その後のサービスを担当してもらいます。選ばれた販売店は、店舗で販売したのと同じ手数料をVWから受け取ります。VW側は「消費者は(メーカーと販売店の垣根のない)シームレスな購買体験を待ち望んでいる。販売店にとっては仕入れ資金の心配がなくなる」と話しています。英国では、新型コロナの影響で店舗営業が禁止された4月と5月、オンラインで販売しているテスラの「モデル3」が2か月連続で販売台数で首位になったそうです。クルマの世界でもネットでメーカーから直接買う「D2Cスタイル」はすでに始まっています。

■バーチャル工場見学で消費者とつながる

一方で、デジタルツールを通じて、メーカーが消費者と直接つながり、購入体験を充実させる試みも広がっています。独のポルシェは、消費者が自らが注文したクルマがどのように生産されていくのかを、同社のWEBサイトやアプリから画像を見られるサービスを行っています。これにより購入者に「自分だけの体験」を提供し、ブランドの愛着を狙っています。

同じように日本でもデジタルを使ってブランド愛着を高める動きがあります。コロナ禍で工場見学の受入れが困難なアサヒビールは、仮想現実(VR)映像で生産工程をユーチューブで公開しビールへの関心を高めています。またメルシャンは、ワインの醸造所に近い自社畑で栽培するブドウの品種や生育状況などを工場長がインスタグラムで話すバーチャル畑ツアーを開催するそうです。どちらの企業も、自社の生産工程や栽培状況などを消費者に直接届け

届けることで、自社ブランドや商品への親近感を強めてもらうことを狙っています。コロナ禍でも、ちゃんと消費者とつながりたい、という意思の表れです。

■中小企業が取り組むべきこと

さて、これらのことから我々中小企業が学べることはなんでしょうか？まず言えることは、コロナウイルスによる影響で、人々の生活様式が変わり、世の中に潜んでいる多くのムダが見えてしまった今、それらは排除の方向へ向かうということです。消費者は、ムダによって発生していたコストを自分が負担することを嫌い、旧態依然とした形で商売をしている会社に対して不満を持つようになります。このことは、直接的にしる間接的にしる、我々中小企業者や個人事業者にも影響を及ぼします。ゆえに我々は、自らが提供している「価値」について今一度振り返り、ムダによるコストを顧客に負担させていないかを真摯にチェックすることが求められます。

例えば店舗を持っている会社は、「本当に店舗は必要な

のか」「店舗があることによって顧客にどんな価値を提供できるのか」を考えないといけません。また営業マンを配置している会社は、「営業マンを顧客へ訪問させることは、どんな価値を生み出すのか」について今一度考えなおす必要があります。また、今まではネットで売りにくかった商品でも、コロナによる顧客の意識変化によって、新たな販売の可能性が出てくるかもしれません。今までクルマをネットで買うなんて想像できませんでした。そういう行動様式の変化があちこちで生まれています。

一方で、売り手側は購入者からの親近感や愛顧を得ることによってブランド価値を高め、「やはりこの会社でなくちゃ」という指名買いを生み出す活動も必要です。ムダを嫌う傾向が強くなったお客様は、より「ここで買う理由」をしっかりと持つようになっていくでしょう。その理由づくりを、我々は引き続き行わなければなりません。その時、デジタルのツールは、強力な武器になる可能性を秘めています。前述した大企業の事例をヒントに、ぜひチャレンジしてもらいたいと思います。



■オススメ度 ★★★★★

- ★★★★★ 読まないとい損をする
- ★★★★★ 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

あなたの読書時間を大幅短縮

気になる本を1分解説

レイマック豊田が最近気になった本を読み、その要点をズバットお伝えします

『「教える」ということ』 出口治明 著

ポイント1

「変態コース」と「偏差値コース」

日本は色々なことを幅広く知っているゼネラリストを育成してきた。なぜなら工業化社会が「素直で、我慢強く、協調性があるタイプ」を求めてきたからだ。しかしこれからの時代はアイデアで勝負するスペシャリストが必要だ。そのために、好きなことを突き詰める「変態コース」を高校の中に置くべきだ。普通の人は「偏差値コース」に進めばよい。変態が日本を救うのだ。

ポイント2

愚直に1対1の対話を繰り返す

人間は感情の動物。「時間をかけてもらえないと、上司に愛着がわかない」「時間を割いてくれない上司に部下は反発する」もの。1対1のミーティングは、その行為自体が、部下を尊重しているシグナルになる。その際、好きな部下も嫌いな部下も、公平に接することが大事である。

ポイント3

川の流れていく人生が一番素晴らしい

川の流れていく人生が一番素晴らしい。著者が日本生命に入社したのも、ライフネット生命を立ち上げたのも、APUの学長に就任したのも、さまざまな巡りあわせや偶然によるもの。自分の適性も、何に向いているのかも、何がやりたいのかも、よく分からない。だったら、川の流れて身を任せて、着いたところでベストを尽くせばいい。

豊田の結論

立命館アジア太平洋大学（APU）学長。京大卒業後、日本生命でロンドン現地法人社長などを歴任したのち、ライフネット生命を創業。代表取締役社長として活躍した後、現職。幅広い知識と教養で、現在の日本の立ち位置を明らかにしてくれたり、ものごとをどのように考えればよいかのヒントをたくさん与えてくれる人。氏の著書は何冊か読んだが、良い意味で毎回言っていることは同じである。それがいつもブレないし、主張が直球で分かりやすいので、何度読んでもその都度学びがある。この本も「教える」ということを軸に、出口節が全編で展開されていて、出口流思考を再確認できた。途中で挟まる学者さんたちとの「対談」がこの本をやや冗長気味にしてしまったのが残念。出口さんの言葉だけでOKだと思う。



メルマガ
バックナンバー

連続790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。

売れる人って、こういう人

(第674号)

■家を建てる仕事

最近経営の相談に乗っている女性経営者。ある事情から、旦那さんが経営していた建築設計事務所を引き継ぐことになり、現在、経営者業務に奮闘しています。その方、先日、新築住宅を建てたいお客様の依頼を受け、最初の打ち合わせから、設計、施工を経て、完成後の引渡しまでの全工程を自分ひとりで管理したそうです。これは初めての経験だったそうです。

完成後の写真を見せてもらいましたが、とても洗練された素敵な空間に仕上がり、お客様も大喜びだったそうです。新築物件の全工程の管理は未経験だったのですが、トラブルもなく、納期も前倒しで完成したそうです。今回の経験でかなり自信がついたようでした。

■仕事の入り口でしっかり打ち合わせ

うまくいったポイントを聞くと、「とにかくお客様との打ち合わせを大事にし、コミュニケーションを密に取ること」と言っていました。最初にお客様の欲するところをしっかりと把握しないと、のちのちの不満やトラブルにつながるのだ、と。

打ち合わせでお客様が求める「絶対に外せないこと」をつかみ、そこを重点的に管理し、その部分には最高の職人さんを手配する。そうすることで素早く確実に、かつ素晴らしい仕上がりになるのだ、ということを体現できたそうです。

■小さなサプライズを重ねる

それとこの経営者のすごさは、お客さまの期待を上回るサプライズをたくさん提供していることです。大きなサプライズではなく、小さなサプライズがたくさん。

例えばコンセントをつける位置とか、ちょっとした隙間に設計図にはなかった収納棚を追加するとか。きちんと打ち合わせをしてコミュニケーションをとっているのだから、お客様の好みや「絶対必要なこと」がわかっている。だから

気の利いたサプライズが起こせる。これをやったら嬉しいよね、ということを常に考えていて、それを躊躇なくどんどん実行していくのです。お客様は事前の期待を大きく上回る完成品を受け取り、大喜び。それが口コミになり、紹介案件がとてまたくさん入ってくるそうです。

この経営者の話を聞いて、紹介が得られる人の秘密は、「お客様としっかりコミュニケーションを取ること」と「事前期待値を上回る小さなサプライズの積み重ね」だということが分かりました。

■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、仕事の入り口で、お客様としっかりと打ち合わせをしているでしょうか。コミュニケーションを密に取り、相手が欲することや「絶対に外せないこと」を理解しているでしょうか。ここをおろそかにして、あとで確認すればいいとか、何か希望があったら後から言ってもらえばいい、と安易に先延ばしにしていると、結局、2度手間・やり直し・漏れ、などが発生し、経費も時間も余分にかかり、利益が減っていくことになります。

何より、お客様からの信頼を失い、不満足が蓄積されていきます。

入り口をしっかり管理することで、顧客満足は高まる。そして、小さなサプライズ。

僕も、その女性経営者と話しながら、家を建てる時、あるいはリフォームするときは、この人に頼みたいな、と思ってしまいました。

売れる人って、こういう人なんだな、と。ぜひ、見習いたいですね。

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

キレル老人。

この前の休日、家からコンビニに向かう途中、見知らぬおばあさんにすれ違いざまに「＃％\$△!!!」と怒鳴られたんです。よく聞こえなかったのですが、おそらく、僕がマスクをしていないことに怒ったのだと思います。コンビニに入ったら付けるつもりポケットには持っていたのですが、住宅街の中の人通りがほとんどない道だったので、つけてなかったんですね。

いきなり怒鳴られたんであっけにとられ、しばらく呆然。その後、ジワジワ腹が立ってきましたが、追いかけて怒鳴り返すのも不毛なので、怒りを抑え、その場を去りました。(みなさんならどうします?)

そんな出来事を奥さんと話していた翌日。奥さんの仕事仲間のママさんも、マスクをつけずに自転車に乗っていたら、「マスクしろ!」とおばあさんに怒鳴られたのだとか。こりゃ、あちこちに「マスク警察」がいるんだな、とあらためて可笑しさと悲しさが沸き起こってきましたね。

そんな話をしていたら今度は奥さんが自転車に乗っているとき、見知らぬおじいさんに「自転車は左!」と怒鳴られたそうです(笑)。確かに、自転車は左側通行しなければいけませんが...

「キレル老人」が世の中で問題になって久しいですが、このコロナ禍で、キレ具合がさらにエスカレートしてきているのでしょうか。マスクにしても、自転車にしても、向こうの言い分も分からなくもないですが、問題は「言い方」ですね。言い方ひとつで、コミュニケーションは変わります。怒鳴られれば、怒鳴り返したくなります。怒りは連鎖していきますから。

「キレル老人」を反面教師に、自分のコミュニケーション力を磨かなくちゃね、と思います。



【レイマッククラブ主催セミナーのお知らせ】

レイマッククラブのセミナーは、新型コロナウイルスの感染拡大のため、しばらくの期間、開催を見合わせています。

再開の時期については、新型コロナウイルス感染者数などの収束状況を見ながら、決めていきたいと思っています。

また、オンラインセミナーの開催も合わせて検討していこうと思っています。今後のことはまた改めてご連絡していきます。

今後ともよろしくお願いします。 豊田



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



Raymac