

Raymac press

レイマックプレス

2021年4月号 Vol.152

神社のファンを増やしたい。



国重要文化財
富部神社
宮司 金原佳子

金融機関のOLだった金原佳子さんは、ある時、神職への道を志す。400年以上続き国の重要文化財でもある富部神社の宮司に就いてからは、神職に勤しむ一方で、参拝者を増やすために日々奔走する。「神社のファンを増やしたい」という思いを胸に、神社を訪れる人に向き合う毎日。そして今、コロナで痛む日本、そして世界のために祈り続ける――。（インタビュー＝豊田礼人）

— 宮司さんのお仕事について詳しく聞くのは初めてです。

宮司さんの一日って、どんな一日なんですか。

毎朝8時に神社に来ます。7、8人ぐらいの氏子さんが毎朝8時から10時ぐらいまで来てくださっているのですが、氏子さんと話をすることが毎日の始まりになっています。氏子さんは全部で25人ぐらい。お祭りに使う野菜などを畑で作って頂いたりして、その方たちに「困っていることはないですか、必要なことはありますか」などと伺います。いつも来てくださる氏子さんの顔が見えない時は、「あの方は来ないけど、大丈夫かしら」と電話をかけたたりすることも。ご祈祷の申し込みが9時から入るので、その後は準備に取り掛かります。掃除や看板などのレイアウトを変えるのも仕事です。

—なるほど。午後はどんな感じですか。

ご祈祷が終わると、午後からは社務所で、御朱印を書きま

す。打ち合わせで人が来ることもあります。例えば、神事に使う三方（さんぼう＝供物、お神酒、水を載せるための台）を木曾ヒノキから作っている業者さんが、廃材を使って除菌・抗菌スプレーを開発し、「香り守り」として社務所で販売してみてもどうですか、との相談を受ける、といったことなどです。雑誌の取材や、写真の掲載依頼の話に対応するのも午後が多いです。神社の事務仕事は、細かいことを挙げると、きりがありません。

—ふむふむ。そういうお仕事をされているんですね。普通の会社に置き換えると、宮司さんは、神社における社長に当たるのですか？

神社の代表という認識はありますが、社長という意識はありません。組織を代表する人という位置づけですね。むしろ潤滑油みたいな立場だととらえています。

—外へ出かけることもあるのですか？

ご祈祷と打ち合わせで出かけることが多いです。先ほどかかった電話は、家を改装するからご祈祷してほしい、というご依頼でした。ご祈祷となると、半日ぐらい時間

今月の内容

- 経営者インタビュー
富部神社 宮司 金原佳子 さん
- 経営コラム 迷ったら突き進め。間違ったらすぐ戻れ
- 書籍解説 『パン屋ではおにぎりを売れ』
- メルマガバックナンバー ● レイマック豊田のひとりごと

が取られます。社務所は、3時で閉めるのですが、仕事は続き、パソコンで集計作業をしたりします。例えば、七五三に申し込まれた方のリストアップ、次の日のご祈祷の準備、送られてくる記事の校正をすることもあります。国指定の重要文化財がある神社ですので、申請書類の作成などもあります。銀行と同じように、3時で閉めても、それ以降事務作業が残っています。社務所当番は氏子さんに代わりをお願いできますが、事務作業は自分でやるしかありません。結構負担になったりします（笑）。

一世の中はコロナで大打撃を受けていますが、神社業界はコロナの影響はありましたか？

業界はコロナでいろいろ影響を受けています。大きな神社ではお参りに来る人が減っていると聞いています。一方、私たちのような地方の神社は逆に増えています。密にならない神社を選んで来られているのか、未曾有の状況で神頼みしたいという思いが強くなっているのか、理由はいろいろです。両方相まって、神頼みをしたけれど密の場所には行きたくないという感じでしょうか。初詣も増えていますし、日々のご祈祷も増えています。ピンポイントで「疫病退散」のご祈祷をしたいとご依頼される方や、「コロナにかかりませんように」とお祈りされる方もいます。ここ1、2年はコロナの影響で、例年とは違った感じです。参拝者が減ると、お賽銭、お守りやお札を買われる方も減ります。参拝者が増えると、お守りやお札を買われる方が増えます。

—そうですか。こんなご時世なので、お祈りをされる方も増えているんですね。

そうですね。真剣に参拝に来られる方が増えているので、こちらでも真剣に向き合います。どこにも遊びに行けない中で、改めて自分の仕事と向き合うことができている。私にとっては貴重な時間です。どんなに医療技術が進歩しても、どんなに便利になっても、最終的には人間の力ではどうしようもできないものがある。千年経っても、人間の力ではどうすることもできないことがあるから、目に見えない存在の神様を頼りにお参りされるのだと思います。不思議ですよ。神社で毎月のように行っているイベントは中止せざるを得なかったのですが、神事は私一人でも執り行います。それが私の役割です。

—お気持ちが伝わります。すごいお仕事ですね。神社を続けていくうえで、大変なことはありますか？

うちの神社は、巫女さんや職員がたくさんいる神社ではありません。窓口も私、ご祈祷するのも私、事務処理もすべて一人でやらなければいけません。同じ規模の神社はどこも同じような状況です。全部自分でするのが基本です。掃除は氏子さんに助けてもらっているのですが、大きな神社だと、普通の会社のように、広報や庶務などの担当が決まっています。そういう神社さんの宮司は社長らしく対応

されているのかな。うちはまだまだです。女性の宮司は珍しいがられるのですが、嫌がられることはありません。外のご祈祷にいくと、「女性だったのですか」と驚かれるのですが、逆に「女性の方が安心できて良かった」と言われることも多いです。

—女性の宮司さんはどれくらいいるのですか？

愛知県3000人の神職の中で、300人が女性です。私は元々OLで、女性の総合職として働いていたので、ジェンダー問題にも関心があります。

—え、OLさんだったんですか？その話も含めて、少し金原さんの歴史をさかのぼりたいと思います。生まれはこの辺りなんですか。

生まれは神社の横で、私の家系は400年前から同じ場所に住んでいます。神社が創建されたのが江戸時代です。江戸から明治に入るころまで、ご先祖は神主をしていたのですが、曾祖父と祖父、父は神職をしていません。父は普通のサラリーマンで、神主ではなかったのです。ですから、私はサラリーマン家庭で育ちました。この家は代々神主の家だと聞かされていたのですが、父に聞いてもよく分かりません。ずっと神職に興味を持っていたのですが、36歳のときに、どこへ行ったら宮司になれるのだろう、どこで勉強すればいいか、などを調べ出しました。すると、東京の国学院大学か三重の皇學館大学しかないことが分かりました。東京に1年だけの養成コースがあって、神職の資格が取れると分かり、国学院大学に入りました。それでも宮司になろうとは全く思っていなくて、ただ興味があるだけでした。でも宮司になったときに、宮司になるべくしてなった、と感じました。

—学校は、普通の小学校、普通の中学校、普通の高校だったんですね。

本当に普通の学生で、大学も普通の文学部でした。大学を卒業して、普通に就職しました。就職先は、金融関係です。



クレジットカードの法人向けの営業をしていました。自分の希望で営業職に就きました。宮司とは全く違う業界です。

一ふむふむ。営業を希望するってことは、積極的な新入社員ですね。

入社式のときに、何をしたいか聞かれて「企画か営業」と答えました。格好よく感じたようです。小学校まではおとなしかったのですが、いつからか積極的な性格になりました。女性で初めて総合職を採用したのが、その会社でした。どこの会社を受けても「女の子だから庶務かな」という感じの面接だったのですが、その会社だけが女性の総合職を採用するということだったので決めました。私は女性で初めての営業職だったんです。法人回りを始めると、「22歳の小娘じゃ話にならない」「上司を呼んで来い」と年配のクライアントから言われて、最初の2年間は、ずっと喫茶店で泣いていました（笑）。追いつかれても毎日毎日押しかけて、「話を聞いてください」と繰り返していると3年目になるとお客様の態度が変わり始めました。「君じゃないと話にならない」「上司なんかいらん。お前じゃないとだめだ」と言われるようになりました。石の上にも3年ということわざを実感した経験です。その時は営業が楽しいと思っていたのですが、神職への思いが断ち切れずに、会社を辞めて、国学院大学へ入りました。

一営業職としてお客様に認められていたんですね。金原さんが宮司になるまでは、神社はどうされていたのですか。
お祭りのときだけ、よそから宮司さんが来てくれていました。常駐の神主がおらず、地域の方が主体となって神社を守ってくれていたんです。国学院大学での授業はこれまでの学校で教えてくれない話ばかりで、「何なの！この面白い世界は！」とのめり込んでいきました。周りにいる同級生は、大きな神社の御子息が多く、私はそのような環境ではなかったため、専門用語は全く分かりませんでした。1年やっていけるか不安だったのですが、大きな教室の一番前で先生の話聞いて、夢中でノートを取っていました。「あれほど勉強したことがない」と思えるほど勉強しました。勉強が面白くて1年で帰らなくなり、先生に相談したところ「大学院へ行けば？」と軽く言われて（笑）、大学院で合計5年間勉強しました。修士課程が2年、博士課程が3年です。神道は合計6年間学びました。論文を書くことが楽しくて、朝から晩まで論文の内容のことばかり考えていました。そのような環境を与えられたことが、本当に貴重でした。

一名古屋に戻ってくるようになったきっかけは？

博士課程を修了して、東京に残るか、名古屋に帰るかを悩んでいたとき、お祭りのときに来てくれていた神主さんから、「私はもう高齢でできない。神主の資格を取ったのだから、君がやりなさい」と言われました。それで意を決し



て名古屋に戻り、その宮司さんのお手伝いを5年間しました。その方がお亡くなりになられた後、正式に宮司になりました。今年で10年目です。

一今はすごく生き生きと仕事をさせていらっしゃるんですね。宮司というお仕事は金原さんに合っていたということですね。

そうですね。でも引き受けた以上、ただ神職をやるだけでなく、参拝者を増やすという仕事しなければなりません。宮司になりたてのころ、うちの神社、お正月なのに参拝者が全然来なくて、閑散としていました。七五三祝いで2、3組ぐらい。通常時なんて全然参拝者がいなくて、お昼寝ができるくらい時間がたっぷりありました（笑）。どうしたら人が来てくれるのだろうと、必死に考えました。参拝者が来なさ過ぎて、とてもお給料がもらえる状態ではありませんでした。

一むむむ、そうだったんですね。で、立て直すために、まず何をしたのですか。

とにかく来てくれている参拝者に声をかけていました。七五三に付いてくるカメラマンさん数人に「七五三セットというプランを低価格でやってくれませんか。興味あったらご連絡ください」と名刺を渡し、一人だけ協力してくれるカメラマンさんが見つかりました。近所の美容室に声をかけると、破格の値段でやってくれるところが現れました。そうやって協力してくれる仲間を増やしていきました。貸衣装と着付けと写真、ご祈祷をセットにしたのが「七五三セットプラン」です。10、11月の七五三の期間だけのプランで、最初は一ケタのお客様だったのですが、今では200人ぐらい来てくれるようになりました。

一おーすごい。他にはどのようなことをしたんですか。

お祭りの数を増やしました。機会をつくって、とにかく来てくれる人を増やそうと思ったのです。4月の観桜祭、8月の七夕祭など、新しいお祭りをつくりました。お祭りのときは、屋台が並ぶのが一般的ですが、新しいお祭りでは、

地元の方にマルシェを開いてもらうことにしました。コーヒーやパンなどが並ぶ、おしゃれなマルシェを定期的に実施するようになると、クリエイターの方が来てくれるようになって、クリエイターの方と話をするうちに、ユニークな御朱印を作ってくれる、という話になりました。御朱印にもひと工夫をしようとアイデアを練っていたところで、切り絵作家さんが毎月御朱印のデザインを変えてくださることになりました。

—毎月デザインが変わるのは面白いですね。毎月通うと12種類の御朱印が集まる？

そうなんです。2年ぐらい経ったときに、いろんな雑誌から取材が来てくれるようになりました。御朱印がブームになり、ストーリー性がある御朱印が話題となり、テレビや新聞などが取材に来てくれるようになりました。お参り目的よりも御朱印が欲しくて来る方もいらっしゃいます。御朱印がきっかけとなり、「名古屋にこんな素敵な神社があることを初めて知りました」という方が増えてきたのは、うれしい限りです。お祭りの数を増やしたこと、声をかけて一緒にやってくれる仕事のパートナーを探したこと、近所の方を巻き込んで、マルシェをするようになったこと、そして御朱印の効果もあり、参拝者が増えてきました。氏神様のためだから、といって地元の方も助けてくれるんです。

—ホームページも作られていますよね。

名古屋に帰ってきて驚いたのは、ホームページを持っている神社が少なかったことです。東京の神社は当然のように持っていて、お祭りの情報やご祈祷の受け付けをホームページで行っています。大学で一緒に勉強していた仲間の神社は規模の大小にかかわらず、情報発信をするツールを持っていましたが、名古屋の神社でホームページを持っているところは少なかったのです。まずホームページを安く作ってくれる人を探したのが、名古屋に帰って最初に行ったことです。きちんとした立派なホームページを作ろうと思いました。

—元営業ウーマンですから、発想がマーケティング視点ですよね（笑）。すばらしいです。ホームページをアップして反響はありましたか。

ホームページを見て、ご祈祷に来られる方が多くいらっしゃいます。そして「きれいなホームページですね」と言ってくれる方も多いです。神社のパンフレットも作って、ご祈祷してくれる方にお配りし、神社をPRしています。

—そういう地道な発信活動が続けることで、参拝者が増えてきたんですね。

そうですね。でも増えてきてはいますが、まだまだこれからです。あとは何ができるか、ずっと考えています。柄杓

(ひしゃく)をプラスチックからヒノキに変えてみましょうか（笑）。論文を書いていたときのように、どうすれば参拝者が増えてくれるだろうと朝から晩まで考えています。

—まさしく経営者の発想でお仕事をされていますね。さてこれから、富部神社さんはどうなっていくんですか？

スタッフを増やして、次なる展開に取り組みたいと思っています。人を雇うと、私ができる仕事広がります。それで、もっとご祈祷数を増やしていきたいですね。高い建物も周りになく、鳥の鳴き声と、風の音が聞こえる神社です。国の重要文化財もあるこの神社で、400年以上も前から神様が鎮座しています。多くの人に富部神社を知ってもらいたいですね。

—すてきな場所ですよ。本当に落ち着きます。さて最後に、金原さんのように、現在の仕事から方向転換して、新しいキャリアを始めたいと考えている方や起業家の方にメッセージをお願いします。

そうですね…何だろう？（笑）。興味ですね。うん、興味があれば、情熱を持って続けることができると思います。情熱を持って続ければ、必ずうまくいくと信じています。私は神職にすごく興味があったので、今日まで歩んでこれたと思います。私の今の興味は、神社のファンを増やすために、どうすればいいかということです。自分の仕事にとことん興味を持つと、応援してくれる人も自然と増えてきます。

—本当にそうですね。今日は素敵なお話を聞かせて頂き、ありがとうございました！🍵



【プロフィール】

金原佳子 愛知県生まれ
国重要文化財 富部神社 宮司
所在地:愛知県名古屋市南区呼続4-13-38
電話番号:052-821-2909
URL:<https://www.tobe-shrine.org/>



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。

迷ったら突き進め。間違ったらすぐ戻れ

■訳が分からないけど、面白い

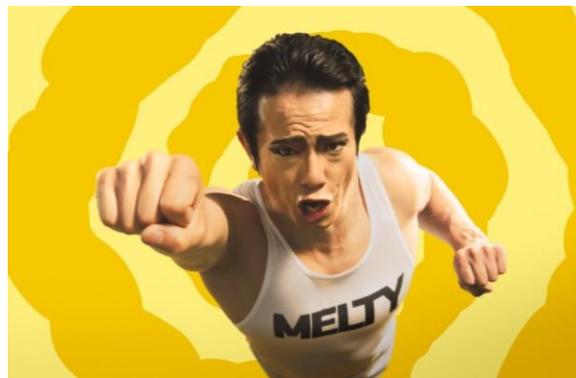
遊び心のあるプロモーションで話題を集めることの多い日清食品ホールディングス。同社のロングセラー商品「カップヌードル」のCMが面白く、若者を中心にネット上で話題を呼びました。擬人化されたチーズが削られながらカップヌードルに投入され、最後にお笑い芸人の庄司智春さんが「メルティー！」と叫ぶ。わけがわからないけど、そのわからなさが面白く、ついつい見てしまいます。

同社の白沢勉ブランドマネジャーは「商品を深く理解されなくてもいい」と断言し、分かりやすく、耳に残り、もう一度見たいと思えるかどうかに価値をおく、と言っています。スピード感を大事にし、「人に伝えたいこと」が重要なのだそうです。時流を逃さず話題になれば、ネット上で拡散され、より多くの人のもとに情報が届くこととなります。現代のプロモーションでは、この「ネット上で拡散する」ということがとても大事で、一見「？」となるプロモーションでも、「なんか面白くて見てしまう」とか「キャッチーなメロディでついつい口ずさんしまう」ということが強く求められているようです。

■社員をチャレンジさせる行動規範

しかしこういう話題性を優先するプロモーション方法はリスクも伴います。16年3月に同社が放送したCM「いまだ！バカやろう！」は、ビートたけしさんが学長、小林幸子さんや矢口真里さん、新垣隆さんなどが教員に扮するCMでしたが、意図せず「不倫や虚偽を肯定している」という苦情が殺到したそうです。そして放送開始からわずか8日後にこのCMは中止を余儀なくされ、おわび文をホームページに掲載する事態に追い込まれました。

こういう失敗を経験しつつも、その後も同社が「攻めた」プロモーションを続けられるのは、「**迷ったら突き進め。間違ったらすぐ戻れ**」という行動規範が定められているからなのだそうです。これは、まず行動することが推奨され、間違っていてもすぐに訂正すればいい、というメッセージ。やることが前提で、かつ、失敗を恐れるな、という精神が、会社の風土としてベースにあるのだそうです。これがあるからこそ、失敗を恐れず、エッジの効いたマーケティング



日清HPより転載

が可能になるのだ、と分析されています。(日経M J 2021/4/21)

■迷う女性起業家

先日相談に乗った起業家は、鍼灸師として仕事をする女性。複数の鍼灸院に所属し、曜日ごとに職場を変えて働いています。そんな彼女が、最近、自分の店舗を持つことを検討し始めたとのことで、私のところに相談に来ました。聞いてみると、店舗を持ちたい気持ちはあるのだが、物件を借りるのには敷金・礼金の他、内外装を工事するなど、結構お金がかかります。営業を開始すれば毎月の家賃がかかりますし、広告費や通信費など諸々の経費がかかります。これらのコストを賄ってさらに利益を出せるくらいの売上を稼げなければ、オープンしたところで行き詰まる。そのことを心配して、店を持つべきか、あるいは今のままのスタイルで行くべきか、迷っている、というのです。

そこで店を出す場合のメリット、デメリット、出さない場合のメリット、デメリットをあげてもらい、現在の状況を客観的に把握できるように整理しました。それでもなかなか煮え切らず、結論が出せません。でも私は、彼女は店を出したがっている、と感じました。でもそれに伴うリスクや色々な面倒なこと(物件を探すとかお金を工面するとか集客をしなければならぬことなど)を考え始めると躊躇してしまう自分がある。そこをグルグル回っているようでした。

そこでシンプルにこんな質問をしました。「**店を出さないまま、死ねますか?**」と。こうして文字に書くとギョッとしますが、そのときは少し冗談めかしたトーンも入れな

がら、質問してみました。彼女は少し驚いた表情をしていましたが、目の奥で何かに気づいたような、そんな表情にも見えました。そして「もう少し一人で考えてみます。決断したらまた伺います」と言って帰っていきました。

「迷ったら突き進め。間違ったら戻ればいい」。どんなに調査しても、どんなに準備しても、この世はやってみないと分からないことだらけ。どこまで行っても、私たちは迷う。迷うなら、やってみよう、と日清食品の行動規範は言っています。胸にズシンと響く言葉です。

■シニアの起業

その日はもう一人、迷っている人に会いました。会社に勤めて40年近くが経ち、もうすぐ定年を迎える男性。定年の後、再雇用の制度を使えばもう3年くらい同じ場所で働けるらしいのですが、自分のやりたいことで起業したいと

いう気持ちもあるといい、迷っている。勤めをしながら、何かやりたい、何かやりたいと思いつつ、結局やらないまま来てしまったんです、とうつぶく。でも家庭を守るためにそうするしかなかったその人を責めることなんてできないし、お子さんたちをきちんと育ててきたことは誇りに思っているはず。ただ、残りの人生、自分の事業を立ち上げ、自分で稼いでみたいという思いが強くなっている。

「やらずに死ねますか?」。その日2度目の質問をぶつけてみる。リスクがあるのは当然だけれど、やらずに最後の日を迎えたとき、自分の人生にOKを出せるのか?死ぬ間際の自分は、そのことを納得できるのだろうか?

そういうようなことをその人に言いながら、気が付くと自分自身にも問いかけているようでした。迷ったら突き進め、間違ったら戻ればいい。そのプロセスこそが面白いんじゃないか。そんなことを考えた一日でした。🎯



■おすすめ度 ★★★

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、その要点をズバツとお伝えします

『パン屋ではおにぎりを売れ』 柿内尚文 著

ポイント1

考える = 「広げる」 + 「深める」

考えるとは「広げること」と「深めること」である。「広げる」とは可能性を考えていくこと。今まで存在しなかったものを生み出したり新しい価値をつくっていくこと。「深める」とは本質的価値を考えていくこと。「そもそも」を考えることでもある。

ポイント2

非論理的に考える

「考える」には「論理的に考える」と「非論理的に考える」の2つがある。過去のデータをもとに考える時は前者だけでもよいが、未来について考える時は後者が必要になる。先が見えない今の時代を生きていくうえで、論理ではなく、直感や思いなど、非論理的なところから始める思考法が求められる。

ポイント3

「正体探し」で本質をつかむ

「正体探し」とは、人の心の中にある見えない心理を見つけ出す方法である。感覚的に理解していることや曖昧なものを見る化したり言語化したりすること。世の中のうまくいっていることの仕組みや構成要素を分解し、それらを見るようにして、それぞれについて考え、行動することで成果に結びつきやすくなる。

著者は編集者として数々の本の出版に携わり、10万部を超えるベストセラーを50冊以上企画してきた人。だからなのか、本のタイトルのつけ方が上手で、ついつい手に取ってしまう仕掛けがしてある。そういう点からも興味深い本であるが、このタイトルの意味するところの種明かしについて読むと「な～んだ、そういうことね」くらいのことで、拍子抜けするほど大したことはない(すみません)。パン屋でおにぎりを売ったら大成功した、という実例があるわけではなく、こういう発想でものごとを考えると広がるよね、という提案である。本人は自称「凡人」で、凡人である自分でも「考える技術」を磨くことで、編集者として成功できた、というのがこの本の軸となっている。考えるヒントは満載で、さすが本づくりのプロらしく、とても読みやすく仕上がっている。ベストセラー本の作り方を学ぶ本という意味でも、面白く読める本。

豊田の
結論

- ★★★★★ 読まないと損をする
- ★★★★ 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800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。

やる、やらないは、お客様の勝手だよ

(第690号)

■お客様の勝手だよ

中村天風先生の言葉で、「教えはこっちのもの。やるやらないはそっちのもの」というのがあります。これは「俺はあなたたちに色々と教えることはできるけど、それを実行するかどうかは、あなたの勝手だよ」という意味です。

同じ意味の格言で、「馬を水辺に連れていくことはできるが、水を飲ませることはできない」というのがあります。外部から教えたり導いたりすることはできるけど、無理やりやらせることはできない、ということです。

人間が行動するかどうかは、本人の気持がその方向に動くかどうかで決まります。外部の圧力でどうこうできる問題ではありません。それを無理やりやるとどこかでひずみが生れます。

■本人次第

会社内でも同じです。自分の会社で働く社員・スタッフさんに教えたり、お手本を見せたりすることはできます。しかし、首根っこを捕まえて、無理やりやらせることはできません。やるかやらないかは本人次第です。

コンサルティングの現場でも同じようなことが起きます。こちらが良いと思うことや成功事例を話すことはできますが、やるかやらないかは本人の問題です。せっかく教えたのに行動しない人を前にして怒り出す人がいますが、それで怒るのはお門違い。

教えるのはこちらの問題。やるかやらないかはあちらの問題なんですから。

■お客様をやる気にさせる

だからこそ、いかに行動してもらえるように動機づけるか、が仕事人にとって重要になります。正しいことを教えても人は動かない。動きたくるように、こちらも努力しなければなりません。この努力をできる人が、本当に意味での「仕事のできる人」なんだと思います。

ビジネスにおいては、買った商品を積極的に使ってもらわないと、商品の良さが発揮されず、結局満足度が上がらず、リピート購買が生まれません。だから売ればいいってもんじゃない。

売るだけでなく、商品やサービスにもっと興味をもってもらい、使い倒してもらおうこと。それで初めて、商品やサービスが持つ価値を感じてもらえます。そのために、お客様の「やる気」を引き出し、どんどん参加してもらおうことがすごく大事なんですね。ライザップも、ダイエットが売り物ですが、その真価は「お客をやる気にさせること」にあるのだと思います。

■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、お客様に「やる気」を出してもらえるように、努力をしているでしょうか。

僕たちのアドバイスを実行したくなったり、商品を使いたくなったりしてもらうように、お客様を導いているでしょうか。時に励ましたり、時に褒めたり。あるいは、背中をポンと押してあげたり。

単に売るだけの人でなく、売った後も、励まし、褒め、やる気に火をつけてくれる人。そうなったら、お客様はあなたのファンになります。ファンが増えると、商売はがぜんやりやすくなります。

ビジネスの目的は、商品を売ることではなく、それを介してお客様の生活や人生を豊かにすること。そのために、お客様を励まし、応援しよう。

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

お葬式のお花

ある人のお葬式に出ました。仕事関係以上に1人の友人としても親しくしている人でしたのでとてもショックな出来事でした。葬儀にお花を出そうと思い、葬儀屋さんに電話をすると「お名前の前に、社名を入れますか?」と担当者。「友人としてお花を出したいのだ。葬儀でまで、自分の会社名を宣伝したくない」となぜか思った私は、その提案を断った。

いざ葬儀に出てみると、私の出したお花が見当たらない。少なくとも、メインのところには並んでいない。参列している知り合いと故人の思い出を偲びながらも、目で自分の花を探している自分が情けない。オレって結局、なんとセコい男なのか…。

しばらくして、会場を見渡すと、駐車場の奥の方にも花が並べられていることに気が付き、その中に私のものがあることを発見した。しかしそれは、背の高いワゴン車の陰に隠れて、ほとんど誰からも見えないところに立っていた…。

結局、会場のメインのところにはバーンと並んでいるのは「〇〇会社 代表取締役 △△」と社名と肩書が書かれているお花たち。「こんなところでまで自社を宣伝しようとして」とゆがんだ思いが浮かんだ瞬間、故人の声が聞こえてきた。「豊田さん! つべこべ言わず、私の葬式で、バンバン宣伝しちゃってよ!」と。

そうだな。もし自分の葬式に誰かがお花を出してくれるなら、葬式を利用して、どんどん宣伝してほしい。それでその人の業績が伸びたら嬉しいよな。本当にそう思います。ですのでみなさん、将来私の葬式にお花を出してくれるならば、会社名はもちろん、何なら会社のキャッチコピーとかロゴマークもつけちゃっていいですからね。そんなことを感じた2021年の春でした。🙏

【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おります。

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祈りします。 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

