

行動すると ワクワク してくる。

株式会社好生館プロジェクト
代表取締役社長

横井優樹

大学を休学して起業。現在は企業と学生を長期インターンシップで結びつけ、winwinを築く「ウィンターシップ」事業を展開する。自身のルーツからもらった「好生館」という名前を掲げ、新しいことにチャレンジすること、さらには生きることの素晴らしさを噛み締めながら突き進む若き起業家のこれまでと現在、そしてこれからのことについてインタビューした。（インタビュー＝豊田礼人）

—横井さんの現在のお仕事について教えてください。

愛知・岐阜・三重を中心とした地域の企業と連携し、大学生と協働する「共創型アウトソーシング」事業を展開しています。メインは事業貢献型の長期インターンシップ（就業体験）で、関係者全員がwinになって欲しいという意味を込めて「WINTERNSHIP（ウィンターシップ）」と名付けています。インターンシップを仲介する事業は、お客様である企業と学生が一緒になって作り上げてこそ成果が出るので、共創型のアウトソーシングというコンセプトで展開しています。

—ふむふむ、なるほど。インターンシップの期間はどれくらいなんですか？

一般的なインターンシップは3日や5日など、短期間で行うことが多いのですが、我々のプログラムは3か月、半年、1年と長い期間で行います。就職活動や、新規採用のために

今月の内容

- 経営者インタビュー
株式会社好生館プロジェクト 代表取締役社長 横井優樹さん
- 経営コラム 吉野家幹部の不適切発言に見るマーケティングのワナ
- 書籍解説 『スモールビジネスの教科書』
- メルマガバックナンバー ● レイマック豊田のひとりごと

プロジェクトを体験するのではなく、会社と実際の業務を一緒に行い、最後まで遂行するというのがポイントです。私たちが企業と学生をマッチングし、実施するプロジェクトをコーディネートして完成するまで伴走し、やり遂げるというものです。流れとしては、まず企業から悩みや課題をヒアリングした後、独自のプロジェクトを企画し、学生と企業をマッチングします。企業へはコンサルティングを行い、学生にはプロジェクトマネジメントの手法をアドバイスするなど、教育研修を行います。学生は初めて仕事をするわけですから、不安や悩みを抱えているので、我々が積極的にフォローします。

—実際にどんなプロジェクトを行っているのですか？

例えば、デンソーさまと社会貢献のイベントを行いました。デンソーさまは地域に根付き、社員をボランティアとして送り出したいという会社の思いがあり、敷地内にある体育館に社会貢献事業を行うNPO（特定非営利活動法人）と社員をマッチングするイベントを7、8年続けていました。コロナ禍でイベントが開催できなくなり、企業として方法を模索している中でご縁を頂きました。学生がNPO取材して、動画を作成・編集し、アップした動画を社員の皆さまに見てもらうことを企画しました。

一なるほど。それ以外にも成功事例をたくさんお持ちのようですね。その活動を行うに至った経緯についても非常に興味があります。そのお話をお聞きする前に、このインタビューの恒例として起業家の子どもの頃の話にさかのぼりたいと思います。横井さん、生まれは愛知ですか？

名古屋生まれの名古屋育ちです。名古屋の病院で生まれ、幼いころから、ずっと同じ場所に住んでいます。幼稚園の頃は、大人の真似ごとをするのが好きな子どもで、保母さんとばかり話をしていました（笑）。小学校時代は、皆を巻き込んで何かを行うのが好きな子どもでした。例えば・・・警察官ごっこを企画したり（笑）。ある種の「ひねくれもの」で、小さい頃から人と違うことがしたいと思っていました。南山大学附属小学校時代、朝の読書タイムでもちょっと変わった本を選んでいて、京都の観光雑誌や、父親の会社の社内報を読んだり（笑）。

一ふふふ（笑）。小学校は南山大学附属だったんですね。

はい。小学2年まで、名古屋市立瑞穂小学校に通っていたのですが、母親が南山大学附属の小学校が設立されるという話をどこかで聞いてきて。子供ながらに興味を持って、「行きたい」というと、両親はすんなりと受け入れてくれました。自分の実力で行きなさいと言われていたため、お受験の塾には通わずにありのままに受験したところ合格しました。南山大学附属小学校の第1期生です。

一公立の小学校から私立へ転校したんですね。ということは中学も南山ですね？中学生のときはどのような少年だったのですか？

中学のときは奇術部に所属していました。ただ、実は中学2年の夏ごろから、精神的なバランスを崩し、長期間入院をしていました。中学3年の終わりごろに、何とか学校に復帰しました。勉強は遅れてしまったのですが、定期テストのとき得意学科でよい点数を取り、先生を納得させて、なんとか高校に進学できました。

一そうですか・・・高校に進学した後は順調だったのですか？

中学で1年半ぐらい入院していたため、基礎学力がなく、自分は普通ではないというコンプレックスを抱えていました。ちょうどその頃、私が通っていた塾に、京都の大学を卒業後、社会人になったのに医者になりたくて大学受験を続けていた塾講師がいました。35歳で山梨大学医学部に合格したのですが、その先生からD.カーネギーの大ベストセラー「道は開ける」「人を動かす」「話し方入門」の三部作をもらったんです。私は本を読むのが苦手だったのですが、せっかく頂いたので頑張って読みました。そこには人間としての本質的な内容が書いてあり、何というか、スッキリしました。基礎学力がないことに劣等感があったのですが、



生きるにおいて重要なのはそこじゃないことを発見しました。その本と出会ったことから自分が変わり、とにかく行動してみようという気持ちが湧いてきて、例えば、時計が好きだったので、時計愛好会というサークルを立ち上げて活動を始めました。

一ふむふむ。カーネギーの「道は開ける」がまさに道を開いてくれたんですね。さて大学進学にあたり、学部選びはどうしたのですか？

時計が好きなので、時計の勉強ができる学部を探していると、南山大学日本文化学科で地域文化論を担当している教授から、時計の歴史や産業の確立に関しては、日本文化学科で勉強できるといわれ、そこに決めました。

一本当に時計が好きなんですね（笑）。さて、横井さんは大学2年で起業されたそうですが、きっかけは？

大学2年のとき、日本文化学科の友人が事業を始めました。買い物難民のお年寄りから依頼を受けて、買い物代行をして手数料をもらうという仕事です。私は彼から委託を受け、ホームページを作成したのが起業の始まりです。それ以後はスキルを売買するWebサイト「ココナラ」でネーミングの仕事を引き受けたことや、SNSで知り合った人から依頼を受けて、金属加工会社のTwitterの立ち上げに協力したこともあります。さらに、知り合った人材会社の人と意気投合して、「仮面就活オフ会」を開催することになり、イベントをさせてもらいました。

一仮面就活オフ会？それ、何ですか？

学生と企業の担当者が仮面を付けてフランクな状態で集まり、話をするオフ会です。つまり、顔を隠して学生と企業がお話をするわけです。というのも、学生は業界のイメージだけで企業をとらえて、福祉はダメ、建設は無理、というふうに先入観で判断しがちです。一方で企業側も学生の人間的な側面ではなく、大学名だけで判断してしまうこと

も少なくありません。それで、先入観を取り払った出会いの場を作ろうと思って始めたのが仮面就活オフ会です。

—めちゃくちゃクールですね（笑）。

ありがとうございます（笑）。でも事業にするのは難しく、採算を考えると週1回のペースでイベントを開催する必要があり、現実的には不可能です。さらに、このイベントを継続的に開催していこうとした矢先に、それまで何かと私をサポートしてくれていた人材会社の方が転職することになってしまい、私を後方支援してくれる大人がいなくなってしまったのです。

—後ろ盾がなくなったんですね。やはり学生起業家にとって導いてくれる大人の存在は大きいのですか？

そうですね。やはり分からないことも多いですし。それで、途方に暮れていたときに、現在とてもお世話になっている社長と知り合ったのです。その社長は飲食業を全国で多店舗経営している方で、初めてお会いしたときに私の想いをぶつけました。イベントを開催したい、いろんな働き方を経験したい、ビジネスをしたいけど、どうしたらいいか分からない、などです。すると、社長から、会社を作るインターンシップをしよう！とご提案くださったのです。

—会社を？

はい。会社を作るにあたり、何よりも理念が大切だと教わり、理念の話をじっくりとしてくれました。社長の会社のホームページには当時の私のことについて「1人の学生をえこひいきしてインターンに取り組みます（笑）」と書いてあります。その社長が個人的に支援くださり、私は今の会社を設立しました。つまり、社長の会社のインターンシップ生という形で私はお世話になり、そのインターン時のプロジェクトとして会社設立の実務や起業のノウハウ、運営などを教えてくれた、ということです。そこで、採算が取れる事業として何をすべきか、仲間と昼夜問わず試行錯誤を重ねた結果、学生と企業のマッチングだけでなく、学生が長期のインターンシップとして企業に入り込み、立ち上げたプロジェクトを企業と学生が最後までやり遂げるという事業をすることになりました。

—その社長さんは、横井さんのパワーに感じるものがあつたんでしょうね。それで設立したのが株式会社好生館プロジェクトですね。変わった名前ですが、由来は何ですか？

私の高祖父が横井信之という人で、名古屋大学附属病院の前身である愛知公立病院の院長、愛知医学校の校長を歴任しました。その後、名古屋で西洋医学を学ぶ場がないことを憂えた高祖父は、西洋医学を学ぶ私塾「好生舎」を創立して自ら校長となった一方で、「好生館病院」をつくり、病院長をしていました。私の家系は高祖父、曾祖父、祖父

共に医者をしていました。私は医学とは違う道を志しましたが、地域に医療を提供し続けた家系なので、私も地域に貢献したいと思い、高祖父の病院の名前から「好生館」をいただき、社名にしました。将来的には「好生館病院」を復活させたいと考えています。

—すごい。横井家のルーツに基づく名前なんですね。設立は、2019年ですね。2022年現在、メンバーは何人ですか？

10人ぐらいいます。組織的に3部門あり、社長室と業務管理室、ビジネスソリューション部に分かれています。社長室は採用と特命プロジェクトを行う部門、業務管理室はバックオフィス、ビジネスソリューション部は営業・事業の統括をしています。社長室長とビジネスソリューション部長は、30～40代の社会人が副業メンバーとして担当しています。顧問には、河合塾の役員の方、プロジェクトで以前お世話になった介護系会社の社長がいます。10代から60代までいる多様性に富んだメンバー構成で、学生は南山大学、名古屋大学、中京大学が中心です。

—横井さん自身は、現在は南山大学を休学中ですね。

はい。本来なら2022年3月に卒業の予定でした。今は大学5年生で、休学している期間の方が長くなっています（笑）。

—（笑）。学生発のベンチャー企業という位置付けですが、社会人も関わっています。学生だけで運営していない理由は何かあるのですか？

インターンシップに関わる事業なので、学生に実務を学んでほしいという教育的側面も考えて、当社にもキャリアを持った社会人に参画してもらっています。学生は言葉遣いやマナーなど、知らないことが多く、それがもとで失敗をしがちです。ですので30代以降の社会人経験を積んだメンバーがOJTとして教えてくれることは非常に意味があります。学生主体の会社でありながら、それに一生こだわりたいわけではありません。理念達成の中で学生が役立てばいいですし、広いマインドで組織を作っていきたいです。志は「東海エリアを盛り上げていく。挑戦者のマチにする」で、企業理念は「若者の真に為になるコトを追求し豊かな人生



と社会生活づくりに貢献する」というものです。ここでの若者の定義は、探求心、挑戦心のある人を言います。共感していただければ、年齢は問いません。

—企業が学生を活用できるプロジェクトのジャンルはどんなものですか？

広報や営業の部分が多いです。新規事業での営業では、学生がキャッチアップして、クロージングすることも可能です。学生自身が熱意をもってアプローチすることで企業の方が関心を示してくださり、会ってくれることも少なくありません。社員さんよりもフレッシュな学生の方が受け入れてもらいやすいようです。今の大学生はデジタルネイティブ世代であり、デザインやアイデアも柔軟です。

—確かに、企業によっては弱点を補えますね。印象に残っているプロジェクトはありますか？

あるデータサイエンス系会社ではインターンを3人受け入れてもらっています。立ち上げて間もない会社ですが、「インターンだとフラットな視線で発言してくれるので、事業の問題点の見える化ができる」と喜んでもらっています。またインターンを通じて学生にチャンスを与えているということは、地域貢献に積極的な企業としてブランド力を高め、採用や広報にも役立っていると思います。

—クライアント企業の新規開拓はどうされているのですか？

ご紹介やSNSの活用などで、ほとんど私が担当しています。個別に企業と意見交換して、できることを提案し、受注に結び付けることもあります。学生と組んでプロジェクトを行うことは話題性があり、メディアに取り上げてもらう機会が増えていることも、新規開拓には追い風です。

—学生ベンチャーとして、学生のネットワークを持っていることは強みですね。

そうですね。学生団体、大学の教育支援事業、大学教授などのネットワークを活用しています。プロジェクトを立ち上げてから学生に呼びかけると、興味を持っていろんな方が応募してきます。HPでの応募のほか、直接声を掛けることもあります。

—学生の反応はいかがですか？

すごく前向きな反応をもらいます。企業側は真剣勝負なのでプロジェクトに参加する以上、学生といえども甘えは許されません。やり遂げることで顔つきが変わってきます。プロジェクトをやり遂げることの楽しさや難しさを体験できて良かった、という声もたくさんもらいます。このインターンシップでの経験を就職活動時に学生時代の実績とする人もいて、満足度は高いです。自分の好きなこと、得意なことをスキルにまで持ち上げたいという人もいます。

—企業側の反応はいかがですか？

企業は新規事業をやるときに、リソースや人員、知識やアイデアなどが足りずに、やりたくてもできないという悩みがあります。新事業をクリエイティブになると上手くいくか分からないため、スタート段階をまず学生にやってもらって、事業の感触を探るという使い方は大変喜ばれています。

—本当に、新規事業の新たなやり方ですよ。さて話題を変えますが、横井さん、これまでで挫折した経験ってあるんですか？

自分の病気のこと・・・ですかね。今は解決しているのですが、父親との関係で悩んだこともありました。振り返ると、挫折やコンプレックスが自分の原動力になっています。毎日ワクワクしながら生きていきたいですね。「好生館」という名前は、貝原益軒が書いた養生訓という古典が由来です。生きることをもっと好きになる世界を創りたいと思っています。

—生きることを好きになる。深い言葉ですね。今後は会社をどのように進めていく予定ですか？

これまでは企業の広報や新規事業など、既存事業の中から新しいものを作り出すことをしながら、インターンシップをしていました。今後は企業と企業をマッチングして、事業を生み出すときに我々が協力していこうと考えています。事業創造とインターンシップの組み合わせです。企業にも付加価値が付き、ブランディング力が高まります。我々はいろんなネットワークを持っているので、必ずお役に立てると思います。、さらに行政ともタイアップして、事業を広げていきたいです。

—楽しみですね。最後に、起業したい若者に向けてメッセージをお願いします。

起業すると、いろんなご縁につながり、夢を語り合いながら企画書が完成し、人やお金が動いて、形になります。行動するとワクワクしてきます。恐れずにチャレンジしてほしいと思います。失敗しても、若いうちであればいくらかでも取り返しできます。起業がうまくいってもいなくても、やってみる価値は高いので、小さなことから、まずやってみてほしいですね。

—実践者のエネルギー満ちた言葉ですね。今回は貴重なお話をありがとうございました。🍀

【プロフィール】

横井 優樹 よこい ゆうき 愛知県生まれ
株式会社好生館プロジェクト 代表取締役
名古屋市中区錦1-10-12 服部ビル10F
URL: <http://koseikanproject.com/>

吉野家幹部の不適切発言に見る マーケッターのワナ



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。

■とんでもない経営幹部の発言

牛丼チェーンの吉野家の経営幹部が不適切発言をしたことで、ちょっとした騒ぎになりました。当経営幹部は今年4月16日に早稲田大学のマーケティング講座に講師として登壇し、若年層に吉野家のサービスを継続利用してもらう戦略を言い表すのに「地方から出てきたばかりの若い女性が薬物中毒になるように牛丼を食べる企画を考えて欲しい」などという趣旨の発言をしたそうです。一部では「生娘をシャブ漬けにするように」という表現だったという報道も出ています。同幹部は講座でさらに、「(若い女性は)男に高い飯をおごってもらえるようになれば、牛丼なんて絶対に食べない」という主旨の発言もしたそうです。

これらの発言を受けて早稲田大学は同氏の講師降板を決め、吉野家は役職の解任を発表しました。合わせて吉野家は近く都内で予定していた新商品の発表会を中止することも決めたそうです。この新商品は開発に約10年かけた親子丼だったそうで、関係者の無念さは計り知れません。

この幹部はプロクター&ギャンブル(P&G)出身のマーケターで、その手腕を評価されて吉野家に招かれ、数々のマーケティング施策を実施して成果を上げてきた人です。一流の経歴を持つエリートビジネスマンだったようですが、発言を見る限り、その下品さも一級品。女性蔑視も甚だしいし、吉野家のファンからも強い反発を買ったことでしょう。さらに、吉野家はもちろん早稲田大学やP&Gのブランドも大きく傷つけたことは否めませんし、もっと言えば、マーケティングに関わり、マーケティングを愛する人たちにも悲しい思いをさせてしまったことと思います。

■P&Gマフィアの慢心？

マーケティングに携わる人たちが陥りやすいワナとして、顧客一人一人の顔を見ず、漠然としたひとかたまりのものとして客を捉えてしまうことがあります。特に成果を出してきたマーケターであれば、適切なマーケティング戦略を実施すれば、顧客というかたまりを意のままにコントロールすることは可能なのだと勘違いしてしまうことが起きます。顧客を感情をもつ生身の人間ではなく、自分たちの利益のために都合よく利用できるものとして捉えていると、

この吉野家幹部のような発言が飛び出してしまうのかもしれない。

今回、問題発言をした吉野家幹部のようなP&G出身のマーケターは「P&Gマフィア」として一目置かれ、様々な大企業に好待遇で招かれます。そういう姿に憧れ、若いビジネスマンたちは彼らに羨望のまなざしを向けます。今回の発言の舞台となった早稲田大学のビジネス講座においても、P&Gマフィアであり大企業の幹部となった当人物に憧れを持つ若者が集まり、彼らの前に肩で風を切って登壇した本人が、その状況に気持ち良くなってつい本音が出たのか、あるいは調子に乗ってしまったのか、いずれにしろ、周りをドン引きさせるような発言で自らの価値と吉野家のブランドを地に落としてしまいました。勝って兜の緒を締めよ、ではないですが、成功して高い地位に上り詰めた人ほど、謙虚さを忘れてはならないという教訓を、今回の騒ぎは示唆してくれているのだと思います。

■マーケティングとは？

マーケティングとは何かと問われれば、端的に言えば、市場に潜在している人の中から見込み客を抽出して集め、商品やサービスを販売し、再度買ってもらえるように働きかけをして利益を得る活動、と答えますが、これらはあくまで手段であって、本来のマーケティングの目的は、顧客にとって本当に価値のある商品の存在を知ってもらい、それを使用することによって、その使用者(客)の生活や社会活動が以前よりも良くなり、結果、社会の幸福度が上がることで、これがマーケティングの目的だと思います。世の中に必要な商品・サービスを、それを欲する人に届けることがマーケティングであって、恣意的に中毒性や依存性を高めてそれを健全に求める意思を持たない人までだましたり錯覚させたりして、無理やり買わせることがマーケティングではありません。

■自社商品を愛しているか

吉野家幹部は「(若い女性は)男に高い飯をおごってもらえるようになれば、牛丼なんて絶対に食べない」と発言しましたが、これも自社の商品を愛している人の発言とは思えません。マーケティング用語でターゲットとする顧客

顧客像を明確にして戦略を立てる際に使う「ペルソナ」というものがありますが、この幹部の発言を聞いていると吉野家のペルソナは「安く庶民的な食事を求めている節約志向が強い層」ということになります。逆に、舌の肥えた大人の富裕層はターゲットではなく、そういう人は「絶対に食べない」と思っているようです。しかしこれは年齢・性別・職業・年収などで市場をカテゴライズする人口動態変数的な考え方で、ややオールドタイプな考え方です。現代の人々は年齢や年収に関係なく、色んな価値観やライフスタイル、興味関心によって消費活動をします。これはサイコグラフィック変数による市場細分化軸と言い、同じ人でもシチュエーションによって様々な行動をするということを前提にしています。例えば、普段は高級フレンチで食事をするのを好む大人の女性が、仕事の合間や飲み会の帰りに牛丼屋でささっと食事をするということは十分にあり得ます。マーケティングの世界では、前者の人口動態変数による市場分析の有効性は低下しており、一方で十人十色、あるいは一人十色と言われる現代においては後者のサイコ

グラフィック変数軸における説明力の方が高くなっていると言われてしています。P&Gマフィアのマーケターがここを読み違えているとは思えませんが、思わず突っ込みたくなった人は多かったと思います。

今回の吉野家の騒ぎから学ぶ教訓は、顧客を感情のある生身に人間と捉え、日々何を考え、どのような価値観のもと、どんなライフスタイルで生き、どんなシチュエーションや気分の時に、誰と一緒に自社の商品やサービスを利用するのか、ということにフォーカスすることの大切さです。いわばサイコグラフィック変数を軸に顧客を捉えることです。さらには、自社の商品を愛し、それを求める人に届けることで世の中の幸福度を少しでも上げることを目的に、謙虚に、決して客をコントロールできるなどと慢心せず、マーケティング活動に真摯に取り組んでいくことが重要だと、あらためて思ったのでした。🍌



■オススメ度 ★★

- ★★★★★ 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

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

『スモールビジネスの教科書』 武田所長 著

ポイント1 多くの人が気づいていない課題に注目する

自分が普通に生活しながら発見した課題というのは、解決策を用意できたとしてもビジネスになりづらい。競合が多いからだ。それよりも、仕事を通じて「少数の人しか持っていないと思われる強いニーズ」を発見したなら、それは宝の可能性がある。

ポイント2 誰かがもうかっている市場を狙う

独創性はいらぬ。そこにはライバルはいないかもしれないが、客もいない可能性がある。誰かが儲かっているということは、そこに金を払っている顧客がいる。この事実こそ、ビジネス検討の出発点として何よりも重視すべき。

ポイント3 属人性こそスモールビジネスの「武器」

基本的にスモールビジネスの武器は自分、つまり属人性である。属人性はスモールビジネスの参入戦略としては最高である。仕組みとして大手企業に立ち向かうことはほぼ不可能であるが、属人的な各個撃破であれば十分可能である。

戦略コンサルティング会社出身で、20以上のビジネスを展開し、それぞれ年間数百万円～10億円、という経歴を持つ著者。スモールビジネスの定義を年間売上100億円までとしているが、100億円を目指す事業をスモールビジネスと呼ぶかどうかは賛否が分かれるところだろう。著者は「年間数千万円の利益を生み出す事業を社員を雇用することなくとも簡単に生み出せた」と書いているので、ぜひともその事例を知りたいと思ったが、最後までその話は出てこなかった。戦略コンサルティング会社で身に着けたコンサルタント的な分析や評論はたくさんあり事業のヒントになる点もあるが、一般論が多く、ご自分の具体的事例がほぼ出てこないのは残念。本名ではないと思われる著者名と合わせて、全体的な信ぴょう性を落としてしまっているのがもったいない。

豊田の
結論



メルマガ
バックナンバー

連続850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。

旅に出よう

(第725号)

■ ラーメン探しの旅

以前、豚骨ラーメン店を20店舗展開する、「長浜ラーメン一番軒グループ」の代表、三木規彰さんにインタビューしました。

三木さんは大阪の豚骨ラーメン店で修業し、名古屋市郊外に小さなラーメン店を開いたのがスタート。しかし、当時は自分のラーメンの味がまだまだ不安定。納得の味が出せた日は店を開けるけど、出せない日は店を閉める、という営業スタイル。お客様にとっては何とも迷惑な店です。しかし半端なものは出せない。それくらい、精魂込めてラーメンを作っていたのです。そうやって研究し続ける日々を過ごしつつ、やはり現状に納得できない自分がある。自分がもうワンステージ上がるためには、何かをしなければならぬ。そう思った三木さんはある日、店を閉めて、シャッターにこんな貼り紙を貼りました。

「ラーメン探しの旅に出ます」

そう書き残して、三木さんは西へ向かいました。

■ すぐさま大行列店に

九州に降り立った三木さんは、福岡を中心に北九州地方のラーメン店を食べ歩き、あるラーメン店に行きつきます。その店主に頼み込み、無給で1年半の修業に突入しました。

ようやく自分の納得できる味を手に入れ、愛知県に戻った三木さんは、貼り紙を外し、シャッターを開けます。すぐさまお客様が反応し、客数が増え出します。それも半端ない増え方！あっという間に行列が絶えないに店になったそうです。ラーメンの味が美味しいことはもちろん、それ以外に、この行列にはある理由がありました。その理由は、あの「貼り紙」だった…。

■ あいつ、何なん？

突然貼り出された「ラーメン探しの旅に行ってきます」というあの貼り紙。三木さんが九州へ旅立ったあと、ラーメン好きの間で話題になっていたのです。

「開けたり閉めたりしてたあの勝手なラーメン屋が旅に出

た！」「ラーメン探して、どこへ？」「あいつ、何なんだ？」

こんなやりとりが、ラーメン好きなブロガーの間で交わされていたらしい。そして1年半後、突如旅から帰った店主（三木さん）がまたラーメン屋をやり出した。「あいつが旅から帰ってきたらしいぞ！」「あいつ、いったい何なん？」「でもどれだけ美味しくなったか食べに行ってみよう」という感じでまたまた話題に。その話題と実際に食べた美味しさにより、瞬く間に大行列ができるラーメン屋さんになったのです。やはり品質の高さはもちろん、人間の圧倒的な「一途さ」や「こだわり」が見えると、人間は強烈に惹かれるのだと思います。

■ 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、自分の熱意がお客様に伝わるくらい、自分の専門分野を突き詰めているだろうか？突き詰めすぎて、「あいつ、何なん？」とお客様の間で噂になるくらい（笑）。

専門分野を極めるための旅に出てみる？先人に会いに行き、そのスキルを学び、背景にある精神に触れる機会を求めて。僕は三木社長の「旅」の話聞きながら、自分のことに置き換えて考えていました。自分はそこまで突き詰めて「本物」になろうとしているか？学ぶべき師匠を求め、謙虚に吸収する姿勢を持っているか？と。

突き詰めている人には、自然と人が寄ってくる。その人たちの間で話題になる。その人たちが発信し、周辺の人にも伝播していく。広告とか宣伝とか一切いらぬそうです。人が人を連れてくる。その背景にあるのは、1人の人間の「本気」なのですね。

僕ももっともっと謙虚になって、まだまだ修行しないと、です。ぜひあなたも。

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

職業名に恥じぬように

先日、教育事業で起業したいという女性に会いました。

彼女は「私、コミュニケーション力が高いんです」と言い、だから私の教育事業は上手くいくはずだと思う、ということ、こちらの言うことには耳を貸さず、マシンガンのようにまくし立てます。

思わず、コミュニケーション力とは…とお説教しそうになりましたが、ぐっところえて、ひたすら聞き役に回り、起業に必要なポイントのアドバイスをさせてもらいました。

つねづね、「コミュニケーションの先生」って、自分で自分のハードル上げているようで、すごいよな…と思います。生徒も「先生の話、分かりにくいです」って言いにくいですし。

プレゼンテーションの仕方を教える講座の先生というのも、大変な仕事ですね。プレゼンを教える講座なのに、そのプレゼンに全然説得力がない…みたいなことが起こってしまいそうで。

以前、タイムマネジメントの講座に参加したら、終了時間が大幅に延長したことがあって、おいおい、みたいな空気になったことがありました。受講生は「あなたのタイムマネジメントって…」と先生に言いたくなりますよね。

経営コンサルタントは、経営のアドバイスをするのが仕事なので、自分の経営がしっかりしないことには説得力がないので、常に肝に銘じながら、仕事をしております、ハイ。👍

【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。

今後ともよろしく申し上げます。 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

