

Raymac press



レイマックプレス

2022年5月号 Vol.165

ちょっと高いけど、
めちゃくちゃ
おいしい
ほうれん草、
作ってます



ほうれん草農家
あす菜 代表
水野博

塾業界で生きてきた水野さん、ひょんなことから農家になった。農作物流通の常識に向き合いながら、通常の5倍の価格のほうれん草を開発。自然のバイオリズムを活かし、大地のエネルギーをもらいながら本当に美味しい野菜を育て、ブランディングしながら消費者に直接届けるというビジネスのカタチは、我々が忘れていたことを思い出させてくれる、21世紀型の農業だった。(インタビュー＝豊田礼人)

—水野さんの現在のお仕事について教えてください。

1年間を通じて露地栽培で野菜を作っています。収穫時期は4月末までがほうれん草、5月からソラマメとスナップエンドウが始まります。6月から9月が枝豆で、途中でジャガイモが入ってきます。祝(いわい)大根といって、30センチぐらいの細長い大根も作っています。大阪の正月のお雑煮に欠かせない食材で、年末年始の10日間で4万本出荷しています。1.2ヘクタールを1人で栽培していて、現在、ワンオペでどこまで農業が可能かを挑戦しているところです(笑)。

—うおー広いですね。それを一人でやっているとはすごい。はい、でも正直、一人の限界に来ています(笑)。夏の雑草の処理が追いつきません。収穫と雑草取りの繰り返しです。繁忙期には休みはありませんが、一方で、自由に使える時間もあるんですよ。雨待ちといって、雨が降ると足元がぬかるむので畑には入りません。雨が降る前までに必死に種をまいて、雨が降ると休みです。天候で休む予定

今月の内容

- 経営者インタビュー
あす菜 代表 水野博さん
- 経営コラム ヒット商品の作り方 ～発想力より修正力～
- 書籍解説 『ビジョンとともに働くということ』
- メルマガバックナンバー ●レイマック豊田のひとりごと

が決まります(笑)。

—ふふふ(笑)。自然と一体化、ですね。野菜の販売はどのようにしているのですか？

就農当初、農業研修をしてくれた農家さんが、作った野菜はすべて農協へ出荷するという販売方法をしている方でした。ほうれん草部会でトップの方で、私もそういうものだと思って、最初は100%農協に出荷していました。しかし実際にやり始めて分かったのですが、農協に出荷して利益を出せる作物と、出せない作物があるのです。枝豆や祝大根は比較的利益が出せる部類に入ります。ナスやキュウリは、追肥といって肥料を与えることで、1本の木から次々と生え続ける作物で、木を切らずに半年間ずっと収穫し続けられるため、農協出荷でも何とか利益は出ます。しかし、私が選んだほうれん草や枝豆は収穫後に木を切るのです。そこで終わります。育てるのにかかる時間や肥料代など、コスト計算をしてみると、ほうれん草は農協出荷では割に合わないのです。

—手間や肥料代などに比べると、買取り価格が安いということですか？

そうですね。基本、スーパーなどで100円で並んでいる野

菜でいうと、農家の入りは33%です。その間に農協、全農、スーパーなどが20円ずつ取ります。一袋30円として中に6本入っているとすると、1本あたりは5円です。そう考えると割に合わない。だから、2年目から農協に出すのをやめました。農協の職員さんに「食べていけないのでほうれん草部会を辞めて自分で販路を開拓します」と理由を伝えました。ただ、すべての作物ではなくて、農協にも枝豆や祝大根は出しています。販路は商品に応じて選んでいます。今となつては、農協さんの職員さんも応援してくれています。

一農協以外の販路開拓はどのようにしているのですか？

自力で販路開拓をするには、ブランディングが必要です。自分の野菜を際立たせる必要があります。例えば価格設定の仕方、シールのデザイン力、ポップなどで売り上げは変わってきます。スーパーの産直コーナーは基本的に誰でも出すことができますが、売れ残りは自分の責任となります。農協は全部買い取ってくれるから、そこが違います。

一農協を通さない以上、そのリスクはやむを得ないんですね。ネット販売もやられているんですか？

はい。今はネットでの販売と飲食店への販売をメインに行っています。SNSで情報発信を積極的にしていたところ、全国の飲食店から問い合わせが来て、「どうしても使いたい」と言ってくれました。今年はグラム単価でいうと、私のほうれん草は日本で一番高いと思います。あえてそうしています。中途半端では売れないと思い、1把(わ)250gを500円で売っています。農協だと98円です。私のほうれん草は一般的なものと比べて太くて、味も違います。他の農家さんがやらないような、ちょっと変わった育て方をしている、それが形や味に表れています。野菜って、育て方一つ、売り方一つで化けるのだと感じています。

一ふむふむ。面白いですね。価格が5倍でも、味の違いやブランディングのやり方で売れるんですね。

ウチみたいな作り方、売り方をしているほうれん草農家はいません。トマト、みかん、リンゴはブランド化が進んでいるのですが、ほうれん草は誰もブランディングしていない野菜です。誰もが作れて、誰もが食べられる野菜ですが、突き抜けないと生産者としてはやっていけない時代です。いろいろとそろばんをはじいて1把500円と決めました。マーケッターからは「もっと高くてもいい。700円でも売れる」と言われるのですが、値段だけにこだわりたいわけでもありません。商品に乗せるストーリー、付加価値の付け方で消費者の捉え方は変わります。プロモーションの軸はTwitterとインスタを使っています。

一やはりSNSは欠かせないですね。具体的にはどんな感じで発信しているのですか？

出荷状況はインスタのストーリーに載せています。インスタで引き込んで、販売サイトのBASE(ベース)で販売して



います。買ってくれる人は様々で、個人のほか飲食店の人もたくさん購入してくれます。個人で6キロ買われる人もいます。今から枝豆の出荷が始まりますので、予約も入ってきています。農家のTwitterやインスタだから、野菜のことがばっかり発信しているのでは面白くないので、野菜以外のことも投稿しています。実は音楽が大好きで、音楽の発信ばかりしています(笑)。

一そうなんですね(笑)。ロックな農家さん、という感じで(笑)。面白いですね。ではここで、なぜ水野さんがどんな半生を経て農家になったのか、についてお聞きしていきたいと思います。ちょっと遡りますが、そもそも水野さんはどんな子どもだったんですか？

出身は岐阜県各務原市というところで、探求心がある子どもだったかな。幼稚園のとき、自転車で「10キロ先の祖母の家を探す冒険の旅」に出たことがあります(笑)。未知のことに興味があったようで、新しい道を見つけることが好きでした。今も車を運転するときに基本、ナビはいりません。周りの景色を見るのが好きで。小学校の頃は、がれきの山を見つけてはお金を探す、という遊びをよくしていました。焼け焦げた50円とかが見つかるんですよね(笑)。

一はははは(笑)。子供の時って、やりますよね。学校の成績は？

勉強は大嫌いでしたが、人が60分かかかる分量を15分で終わらせるにはどうすべきかを考えたりするのは好きでした。効率よく成績を上げることばかり考えていたので、高校は一応進学校と呼ばれる学校に進めました。しかし、高校時代は遊んでばかりいて、河合塾へ行くといいながら一晩じゅう友人と遊んだりしていましたね。結局2年浪人して、たまたま受かった大学に通いましたが、大学時代も引き続き思いっきり遊んでいました(笑)。

一(笑)。就職や進路についてはどう考えていたんですか？

大学の就職活動課から「就職適正試験を受けなさい。学年で受けていないのは君だけだ」と言われて、カチンと来てけんかしてやめました(笑)。そうこうしているうちに、

以前通っていた塾の先生から「君は塾講師が向いている」と言われたので、塾講師になりました(笑)。大学をやめるときも、先生が親に掛け合って話をしてくれました。

一適性を見抜いてくれたんですね。塾講師の仕事はいかがでしたか？

一生懸命働きました(笑)。めちゃくちゃ負けず嫌いで、年間340日ぐらい働き、講師としての技術を磨き、営業も行いました。やった分だけ給料に跳ね返る塾でしたので、2年目で年収700万円ぐらいもらってました。役職も付いてきて、やりがいもありました。塾の仕事は自分でも向いていると今でも思うくらい、合っていましたね。

一なるほど。塾講師も農家も「育てる」という部分で共通していますね。

育てるのが好きなのだと思います。塾で教えた生徒が4,000人ぐらいいますが、農業をやっているのは、その子たちに、前を向いて必死に歩く大人の背中を見せたいという思いからです。教育はいろんな形があり、勉強を教えるだけが教育ではありませんね。

一そういう動機があるんですね。子どもの成長の姿を見るのは楽しいですもんね。

農業でも、作物を育てている課程が好きで、収穫が一番嫌いです(笑)。収穫して畑に何もなくなると虚無感にかられます。

一ふふふ(笑)。ところで、ご自身でも塾を経営していた時期があったんですか？

はい。就職した塾を3年で辞めて、次は塾教材の営業をしていたのですが、その会社が倒産しそうになり、すぐに辞めて自分で塾を開業しました。

一教える対象は？

小・中・高校です。当時、手っ取り早く低予算で稼げるのが塾でした。小・中は全教科、高校は英語と現代文を受け持っていました。年間売上は最大4,500万円ぐらいありました。基本一人でやっていたのですが、生徒が増えて立ちいかなくなったため社員を雇いました。社員を入れると事業を広く展開していかなければなりません。そんな時に、最初に勤めていた塾を辞めた仲間らと合併することになりました。新しくなった塾で、事業を拡大していくための新規事業部の責任者になったことがきっかけで、いろいろ検討し、新規事業で農業をすることになったんです。それが「あす菜」です。

一おおー、塾の新規事業が農業とは面白いですね。

父親が建築関係の仕事だったので、外で働くことに興味がありました。「あす菜」を始めるにあたり全国の農家の人と会って話を聞きました。すると「あんた、塾の方が儲か

るよ。農業は儲からん」と言いながら、みなさん良い笑顔をしているんですね。この人たちはなぜこんな素敵な笑顔でいられるんだろう、と興味を持ちました。働いてみて分かったのですが、土からもらうエネルギーの量はすごいんです。私は26歳から十二指腸潰瘍だったのですが、農業を始めてからピタッと治りました。薬も飲んでいません。

一ほんとですか。やはり大地のパワーってすごいんですね。

太陽の光を浴びて働くこと、食べ物や睡眠時間など、全て変わりました。人間が持って生まれたリズムを崩さない生き方をすると絶対健康になるし、良い笑顔になるな、と実感しました。作物も同じです。生育のバイオリズムを乱すとまずくなる。例えば、窒素をたくさん含んだ化学肥料で育てると、早く伸びて早く収穫できるのですが、全然おいしくない。早く育てようとするのは人間のエゴで、本来の作物の持つエネルギーでバランスよく育てると、成長は1カ月余計にかかるのですが、味は断然よくなります。自然のバイオリズムを乱してはいけません。そういう気持ちで接しないと、うまく育ちません。

一深いお話です。さて、塾の新規事業として始まった農業ですが、そこから独立することになったのはどんな経緯で？

塾の先生は夕方から出社します。当初、昼間は農業、夜は塾という計画で始めたのですが、やってみて、露地栽培の野菜農家と塾講師を兼業するのは無理だと気付きました(笑)。それで農業に専念しようと決意し、「あす菜」という名前も引き継ぎ、独立したんです。

一なるほど。きっと土のパワーが水野さんと呼んだんですね。で、最初は枝豆とほうれん草から始めたんですね？

はい。枝豆、ほうれん草は岐阜の名産ですからね。当初は、引退した農家の方からいろんな資材をもらいました。購入したのはマルチ張りをするときの機材であるマルチャーだけです。そこは本当に助かりました。

一期待の新人ですから、みなさん応援してくれたんですね。農家を始めるというのは、誰でもすぐできるものですか？

私の場合は、県のアグリカルチャーセンターに相談していました。紹介された農家さんがほうれん草農家で、私の師



匠となる人です。毎日研修に行くわけではないのですが、新しいことをするときには呼ばれて、一緒に作業してメモを取っていました。1年間教えてもらった後、師匠から師匠の友人で今の場所のボスを紹介してもらい、その方が土地など、ほとんどを探してくれました。農業委員会から新規認定農業者と認定されると、お金が借りやすくなり、助成金ももらいやすくなります。専業農家として認める最低基準が5反なのですが、1カ月で用意してもらえました。畑はタダで借りています。

-なるほど。やはり人のご縁は大切ですね。それで修業したのちに開発に取り組み、ブランディングしたほうれん草が、「極（きわみ）ほうれん草」ですね？

そうです。極は味が濃く、根も太いほうれん草です。極みを使ったレシピ本やリーフレットも作りました。もともと農協のルートにうちの作ったほうれん草が乗せられないという問題がありました。農協の規定は1本当たり30gなのですが、私が作るのは1本80gです。農協は180gで最低6本入れるという規定があったのですが、私の作ったほうれん草は農協の基準に合いません。じゃあ、農協を通さず、自分で売ろうと。

-育て方が違うのですね。

三つ子の魂百まで、ではありませんが、5センチになるまでの育て方で味が決まります。根の作り方です。自分で実験して開発しました。根っこが大きくてしっかりしています。

-ふむふむ。そうしたらむちゃくちゃ美味かった、と。

はい。有機肥料の配分などを研究し、基本、無農薬でやっています。硝酸態窒素とアンモニア態窒素の施用を調節することによりシュウ酸、硝酸含量の低いホウレンソウ栽培が可能です。硝酸態窒素を少なくすることによりエグみの元となるシュウ酸が減ります。その際に化学肥料の限界量をひと畝ずつ変えて実験してみたのですが、2年目はほとんど失敗しました。最近になって「こうすれば甘くなる。このタイミングで集荷すると一番うまい」というのが分かってきました。飲食店の人に味を確認してもらい「そろそろいいんじゃない」とゴーサインを出してもらいました。プロに見てもらうのはメリットが大きいです。

-料理人の意見をもらいながら開発することで、本当に良いものができるんですね。あと、極はリーフレットやシールなどのデザインも凝っていますね。

最初からデザイナーを入れてブランディングをしています。ほうれん草だけど、高級感のあるリーフレットを作りました。ステッカー1枚にもこだわるのでコストがかかりますが、その分、産直コーナーに並んでいると目立ちます。ステッカーは最初金色で作ったのですが、金色はさすがにコストがかかりすぎるので黄色に変えました（笑）。

—素敵ですよ。緑のほうれん草にステッカーがよく映えます。さて水野さん、今後やりたいことはあるんですか？ ちょっと考えていることがありまして・・・農家専用の人材派遣事業をしたいと考えています。アプリを作って、学生、主婦、高齢者などに登録してもらい、人手が必要な農家とマッチングするという構想です。農家は「明日、3時間だけ、10人欲しい」など、突発的・流動的・瞬間的に人員が必要になります。一方で、ちょこっと農業をやりたいという層もいます。この両者をマッチングさせる、というものです。農家をやった経験がないと、農家の人にはこのサービスの説明ができません。農家の私がやることで、説得力が出てくると思うんです。

—なるほど。実際に農業をやっているからこそ分かる「勘所」があるんですね。それを活用したビジネスだ、と。

そうですね。農家専用の人材派遣は、「週3回3時間働きたい60代」がターゲットとするペルソナです。65歳以上になると高齢者の助成金が出るので、こういう国の制度をうまく利用するような構想を練っています。例えば、時給1,000円で、トラクターに乗れる人は時給200円アップ、あそこの農家に3時間だけ行ってきて、という感じです。農家は労働基準法が適用されないブラックな部分があります。だから正社員でがっちり雇用することは難しいですが、ダブルワークや副業が当たり前の時代になってくると、お互いがウインウインになるサービスができるんじゃないかと。

—おもしろいですね。さて最後の質問ですが、これから起業したい、自分でやりたいと思っている人にメッセージをお願いしますか？

そうですね・・・人が生きていく上で、幸せを感じる瞬間は何かを成し遂げたときだ、と思います。誰もやっていないことで商売するには、たくさんの障害がありますが、全ては無駄ではなく、どこかで未来につながっていくと思います。松下幸之助は成功するまで諦めなかったら必ず成功する、と言いました。私も諦めず、成し遂げるまで頑張りたいですね。まずはいろんな人と出会い、コミュニケーション能力を高めて挑戦してほしいと思います。

—諦めないことが大事ということですね。今後も、ますます美味しい野菜を作ってください。新事業も楽しみにしています。今日は貴重なお話をありがとうございました！

【プロフィール】
あす菜 代表 水野博(みずの ひろし)
作業所: 岐阜市鷺山宇中沫1769
事務所: 岐阜市道三町84-302
URL: <https://hiro4109.base.shop/>





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。

ヒット商品の作り方～発想力より修正力だ～

■ TK（小室哲哉）流ヒット曲の作り方

2018年に引退した安室奈美恵さんの特集番組がNHKで再放送されていました。興味深かったのは、安室さんがデビュー当初からタッグを組んだ小室哲哉さんの「ヒット曲の作り方」という部分についての取材。小室さんが作曲家として「いかにヒット曲を作り出すか」について思い悩んでいたとき、イギリスの音楽プロデューサー集団PWLのマット・エイトキンの存在を知ります。

マットらは大ヒット曲を連発させていて、小室さんはその制作体制や方法論を知り、大きな刺激を受けたそうです。マットは、新しいリズムやメロディーの曲を作ると、まずはクラブでその曲をテスト的にかけてみるそうです。その時の客の反応を見て、こういうリズムはウケる、あるいはウケない、こういうメロディーがウケる、ウケないを観察するのです。その観察と分析をもとに曲を作り直し、またクラブでかける・・・これを繰り返し、ターゲットとする客がどんな音楽を求めているかをあぶり出し、その結晶を正式な曲としてアーティストに提供し、発表するのです。

小室さんはこのプロセスこそがヒット曲を出し続ける重要なポイントだと気づき、さっそく日本に帰って実行します。自らの仮説をもとに作ったリズムとメロディーを持つ曲を、知り合いのクラブなどの小さな会場でかけてみて、客の反応を見てはブラッシュアップし、曲を完成させるというプロセスを踏みます。そうして出来上がった曲の完成度は高く、人々を惹きつけることに成功、結果として数々のヒット曲を世に送り出し、安室奈美恵さんをはじめ多くのアーティストをスターダムに押し上げ、TKとして一時代を築いたのです。

■ 成功に奇策なし

この話を聞いて思うのは、「成功に奇策なし」ということです。稀代のヒットメーカーで天才ともてはやされた小室さんも、こういう地道なプロセスを踏んでいたからこそ、あの成功があったのです。天才だからヒット曲が書けたのではなく、天才が地道なプロセスをきちんと踏んでいたからこそ、ヒット曲が生まれたのだ、と言えるでしょう。つまり、本格販売する前に、テストマーケティングによって客の反応を観察・分析し、それをもとに商品を磨き続けたのちに、発売するということの重要性に、あらためて気

づくわけです。

同じくエンタメの世界で、お笑い芸人も、賞レースに勝つためにいわゆるテストマーケティングをつぶさにやるということが知られています。芸人の世界ではM-1グランプリなどの大きなイベントの決勝に残り、優勝すると、そこから仕事のオファーが飛躍的に増え、成功に近づくという事例が多くみられます。

ゆえに売りたいお笑い芸人たちはこの賞レースを勝ち抜くために、普段の小さな劇場でのお笑いライブでネタを何度も試し、その反応をみながら、最もウケるネタを作り上げ、大一番に臨みます。大手事務所の吉本興業は自前の劇場を持っていますので、所属する芸人たちはそこで何度もネタを試せるのでより強くなっていくそうです。自前の劇場をもっていない小さな芸能事務所に所属する芸人は、“テストマーケティング”の機会が少ないというハンディを補うため、独立系の劇場を活用しながら、芸を磨きます。お客がどんな反応をするのかというのは、「やってみないと分からない」ので、この地道なプロセスをより多く重ねることが、賞レースを勝ち抜くうえでの重要な要素になっているのです。

■ ビジネス界のテストマーケティング

ビジネスの場においても、大手企業がテストマーケティングして商品の販売可能性を確かめてから本格発売するという流れは、よく見かけます。

例えばマクドナルドは新商品が出来たときに、エリアや期間を限定にして販売し、その結果が良ければ全国的に販売し、さらには定番商品化するというステップを回して、ヒット商品を創り出しています。

また、日本コカ・コーラ初のアルコール飲料として成功している缶チューハイ「檸檬堂」は、まずは九州地区限定でテストマーケティングとして販売し、その結果が良好だったのを受けて全国販売しました。コカ・コーラボトラーズジャパンが発表した20年12月期第3四半期決算の発表によれば、檸檬堂の「定番レモン」味はレモンサワー部門の金額シェア第1位を獲得したそうです（出典: Intage SRI 1-9月）。

なぜ九州だったのか？九州は焼酎文化が強く日本酒もおいしいものがたくさんあるなどすごくお酒の舌が肥えているエリアなので、そこで反応が良ければ全国でも通用するだろうという意図があったそうです。また、コカ・コーラが何やら九州でチューハイのテストをしているらしいといううわさが広がり、それが宣伝効果となって本格販売時の売れ行きを後押ししたという効果もあったそうです。

■発想力よりも修正力が大事

これらのエンタメの世界や大手企業のヒット商品の作り方から、我々中小企業や個人事業は何が学べるのでしょうか。それは、とれだけ売り手側が素晴らしい商品だと信じて企画しようとも、実際に売れるかどうかはやってみなければ分からず、ゆえにテストマーケティングを素早く実施して、顧客の反応を観察・分析し、「正解」を導き出すのが最も確実なやり方だ、ということです。売れるためには

何がベストか？という問いの答えはお客様が持っていないということを、我々は強烈に意識すべきです。

さらに学ぶべきことは、仕事において重視すべきスキルとは、誰も思いつかないアイデアを発想する力ではなく、今あるものを顧客が求める方向に向けて「修正していく能力」だということです。我々に必要なのは発想力よりも修正力なのです。テストして修正、テストして修正、というプロセスをいかに早く回していけるかが、売れる商品を作り上げたり、顧客を満足させたりするためには大切です。独りよがりにならず、常にお客様の声に耳を傾け、その意向や興味の方向性を読み取り、素早く修正していく力を高めていくことが、アフターコロナで混んととしていく世の中で商品を売っていくためにますます重要になっていくことは間違いなく感じています。📌



■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

『ビジョンとともに働くということ』

山口周 中川敦 著

ポイント1

ビジョンは会社が目指す最上位の概念

ビジョンはその会社に働く人たちが目指すべき旗印。だから企業のホームページでは奥の方に隠しておくのではなく、前に出すべき。ビジョンは会社の上から下までつながっているものなので、それが不明確だともできない。ビジョンがなければブランドコンセプトも生まれません。

ポイント2

ビジョンはWILL、CAN、MUSTが重なり合うところ

WILL、CAN、MUSTが重なり合うところにビジョンがある。中でも一番大切なのはWILL。つまり、経営者の強烈な「これがやりたい！」という熱い気持ちがあるところ。それが無い場合には、本当に実のあるビジョンなど描けない。そのためにまず自分の「好き」を大事にせよ。

ポイント3

マクロ経済の動きなど無視すればいい

マクロがどんなに悪い状態だろうと、伸びている会社は伸びている。伸び悩んでいる企業ほど、マクロ景気の悪さを業績悪化の言い訳にしている。そういうことを考えている時間は無駄なので、ビジョンを決めて、その実現に向けて着実に進んでいけばいいのだ。

豊田の結論

著作家でありコンサルタントである山口周氏と全国に60店舗を有する中川政七商店の十三代目社長である中川敦氏との対談形式で書かれた本。山口さんは中川政七商店の社外取締役になっていて、いわば中川さんの先生役というスタンスで経営上の課題や悩みについて意見を交わしている。評論家的な解説が多い山口さんに対し、中川さんが現場の実務家として解釈し、実例を提示し、議論を深めていくところがこの本の面白さ。中川さんは同社を経営すると同時に、全国の工芸を業とする中小企業のコンサルティングも手掛けており、その企業再生手法やビジョンの立て方、さらにはビジョンと実務レベルを有機的に結びつける手法などが、机上の空論に終わることなく解説されている部分は非常に参考になった。山口さんの知識は幅広く、論説は鋭く、安定感はずいぶん。



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。

何をやるかよりも、どうやるかだ

(第727号)

■ やりたいのなら、やるしかない]

たとえば友人に、「美容院で起業したいんだけど」と相談されたら、あなたなら何と答えるか？世の中に美容院は腐るほどあって、競争も超激しい。お客の取り合い合戦は熾烈で、ホットペッパーに広告を出さずには集客できず、働けど働けどなかなか利益が残らない。

「だから、やめたほうがいいよ」と答えるか、それとも、「大変かもしれないけど、やりたいのならチャレンジしてみたら」と答えるか。失敗して大金を失う可能性もある。だから無責任なアドバイスはできません。でも僕は、リスクに配慮したうえで、「最後は本人がやりたいのなら、やったほうがいい」と答えるかな。

■ 何をやるかよりも、どうやるかだ

結局、「何をやるか？」も大事ですが、「どうやるか」の方がそれ以上に大事だと思うんです。競争激しい美容院をやるにしても、うまくやって成功させる人と、やれずに失敗する人がいます。何をやるにしても、その人次第。その違いは、おそらくその事業に対する熱量の差から来るのだと思います。

熱量が高い人は、工夫し、研究し、調査し、ヒアリングし、足で情報を集め、素直に人の話を聞く。これが十分に出来る人と出来ない人で、差が出てくる。要はやり方次第で結果は変わる。熱量が足りず、やるべきことがやれていないときは、そこを指摘します。で、基本、応援します。

■ やって見ないとわからない

だって、どれだけ反対されようと、ダメだしされようと、やりたいのなら、やるしかないですもんね。その人の人生において、そのチャレンジを止める権利なんて、誰にもないですから。やりたいことがあるのにそれにフタをして、閉じ込めたまま生きるのは、人間として不健全だと思う。

でもコンサルタントによっては、いかに相談者のプランがダメかをとうとうとお説教し、チャレンジ精神を削ぐような対応をする人がいます。この手のアドバイスは時に非常に重要ですが、あまりやり過ぎても逆効果。アドバイスする側は、やって失敗した時のリスクを指摘するのは当然

ですが、やらないことによる機会損失についても考えなければなりません。それに、そのプランが本当にダメなのかどうなのか、やってみないと分からないでしょ？逆にコンサルタントが練りに練って作った事業プランが、実際にやってみたら大失敗だった、という例が世の中にはゴロゴロしています。

■ 自分レベルの視点で

自分レベルではいかがでしょうか？僕は起業する時、誰にも相談せずに、ひっそりとスタートしました。だって、相談したら反対されるに決まっているでしょ（笑）。

コンサルティング経験なしで、コンサル会社に勤務したこともなく、強力なコネがあるわけでもない。資金が豊富なわけでもない。若くエネルギーが豊富でもない。そもそも世間では、コンサルタント（中小企業診断士）で食っている人っているの？と思われる。おまけに奥さんと子供と住宅ローンがあって、こんな状況の男が「コンサルで起業したいんですけど」と誰かに相談しても、引き止められるのが関の山。だから誰にも相談しなかった。ダメ出しされて、チャレンジしたい気持ちを萎えさせたくないから。

要は、「どうやるか？だ」、と思っていた。

ありとあらゆる可能性を探り、自分が使えるものは全て使う。つまり総力戦。この「総力戦で戦う」決意が、起業には必要だと思う。だから、総力戦で戦っていない人に相談してもしょうがない。分かるはずないから。

はい、ちょっと熱くなりました。僕は、基本、チャレンジする人の味方です。やってみなくちゃわからないよ。やらずに分かる奴なんていない。分かるふりをしているだけ。さああなたは どうする？

応援してます。🍀

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

SNSの中はみんな、幸せそう？

父親から継いだ会社を経営する、ある若手女性経営者を支援しています。業界の構造的な問題もあり、業績は芳しくありません。自分より年上の男性部下たちのモチベーションは低く、ミスも多い。怒りたくなる気持ちを抑え、なだめ、励まして、何とか会社を前に走らせようと奮闘している。銀行は業績の先行きを心配し、プレッシャーをかけてきます。

自分の友人たちは結婚し、出産し、その幸せそうな日々をSNSに投稿している。それを見て彼女は、自分の大変な状況と比較し、嫉妬し、嘆息し、落ち込む。

「何でもみんなは幸せそうなのに、私だけこんなことしているんだろう・・・」と僕に言う愚痴も増えてきた。

はい、こういうメンタルの時にSNSは見ちゃダメです。SNSを見れば見るほど、ストレスを抱える人は多い。そこには、「幸せな自分」を演出した写真や動画が溢れ、それを見た人は、自分の生活と比較し、マウントを取られた気分になり、勝手に落ち込む…。いったい、これほどの無駄が他にあるだろうか？そもそもSNSに「幸せそうな一瞬」を投稿している人たちが、本当に幸せなのかも疑わしい。むしろSNS投稿することで満たされない気持ちを埋め合わせているのかもしれない。そんな人たちに惑わされている暇などなく、今は、自分の仕事を全うすることに集中すればいい。そうすれば結果はついてくる、と信じて。

大変な問題から逃げずに向き合っているあなたこそすばらしい。家業を救うために奮闘している姿は本当に尊い。後から振り返った時、その瞬間こそ幸せだったと実感するはず。🍷

【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ひます。

今後ともよろしくお祈ひします。 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

