

# Raymac press

レイマックプレス

2022年9月号 Vol.169

## やるしかない、 が生み出すパワー



株式会社やまもく  
代表取締役

山田 等

継いだ会社の売上が激減。起死回生で開発したオリジナル商品「手ぬぐい額」を楽天で販売、ヒット商品に導いた。そんなの売れないよと笑った人たちを黙らせる快進撃の裏には、「やるしかない」と腹をくくった経営者の強い意思と家族の支えがあった。今も工夫を重ねながら次々とユニークな商品を生み出すやまもくの山田社長に、経営のことや仕事のことをいろいろ聞いた、学び満載のインタビュー。(インタビュー=豊田礼人)

### —現在の主力商品は額縁ですね。

そうですね。「手ぬぐい額縁」は累計10万枚突破したのですが、材料費が高騰しているので、6月に価格を1割値上げしました。一時的に売上は下がりましたが、7~8月に徐々に戻ってきています。値上げをする1か月前から告知をしてお客様のご理解をお願いしました。ネット販売はまあまあなんですが、土産物屋さんルートが新型コロナの影響で売れていません。実店舗ではGWなどの長期休暇には売れるため、以前はお店側もその前に仕入れてくれていましたが、コロナでそのような売上の山がなくなりました。値上げの告知をしても期待したほど売れませんでした。それだけ実店舗にお客さんが戻ってきていないのでしょうか。

### —観光地のお土産屋さんや店舗はコロナで本当に大きな打撃を受けていますね。御社の今の売れ筋は何ですか？

基本的に木で作った枠ものです。木枠付き飛沫防止パネルの亚克力板の売上は順調ですし、新商品も出しています。

#### 今月の内容

- 経営者インタビュー  
株式会社やまもく 代表取締役 山田等さん
- 経営コラム 内向型人間と外向型人間とのシナジー
- 書籍解説 『限りある時間の使い方』
- メルマガバックナンバー ●レイマック豊田のひとりごと

例えばトレーディングカードを飾る額、スチールブックを収納して飾る、スチール製ケース専用額縁などです。こういう商品はニッチな収集家にウケるんですね。LPレコードを飾る額縁は9月中旬に新商品として出す予定です。豊田さんのこの前のレポートに書いてあったように、米国では、2020年にレコード盤とCDの売上が逆転しています。ストリーミングでの利用が80%とトップであることは揺るぎないですが、アナログレコードの人气が盛り返しているというので、それじゃうちもアナログレコードを飾る額を作ってみようか、ということで作りました。全七色展開で額縁を出す予定です。

### —レコードを飾る額、いいですね。他にも新商品はあるのですか？

木製メッセージボードは、9月14日発売になりました。オフィスビル内で使うメッセージボード(案内板)はほとんど、アルミ製のシルバー色が多いのですが、オフィス内にも木や自然を取り入れる動きが出てきて、内装やインテリアが木調になったり、観葉植物を飾ったりするのが増えてきているので、そういったオフィスに合う木製のメッセージボードはどうですか、という感じで作りました。

ーオフィス内に木のものと落ち着きますよね。最近、東京・銀座の木造ビルに、米アップルの直営店「アップルストア」が中核テナントとして入居したというニュースもありました。そういう世の中の流れに応える商品ですね。あと、神社から頂いたお札を飾る額もありますね。

お神札（おふだ）額やお神札立ては昔からあるのですが、秋葉神社専用の御神札（おふだ）額は大きさが2年前に変わったため、それに合わせて新作を用意しました。他にも、プロ野球選手なんかのユニフォームを飾る額もあります。これも人気でよく売れています。あと、額を壁に留めるときのプラスチック製のフラットなフックなど、付随する部品などのアイデアもいろいろあります。まあニッチな商品を扱っているのです、たとえ売上が10~20万円/月でも、売れそうなものはどんどん出していきます。手ぬぐい額等の既存商品の額縁の勢いが落ちてもいいように、第2第3の新製品開発をここ10年間、積極的に行っています。最近では毎月1個か2個の新製品を出しています（笑）。

ーすごいハイペース（笑）。確か、小さな仏壇も出されたよね？

仏壇は少し難しかったですね（笑）。ネット販売していますが、やはり仏壇仏具店さんに扱ってもらわないとなかなかうまく行かないかも。一方、モダン神棚はわりと売れています。売れるか売れないか、分からないけど、とにかく世の中に出して評価してもらおうとやっています。うちはニッチな商品ばかりで、他社がやらないモノが多いですね。

ーモダン神棚、いいですよ。これらの商品開発は社長が考えるのですか？

そうですね・・・いろんなものを見て歩き、何を作ろうかいつも考えています（笑）。トレーディングカード額のアイデアは、今年2月に出展したギフトショーで出てきました。アテンドのスタッフとしてお願いした30代後半の女性から「トレーディングカードを集めているんですが、カードを飾る額縁で良いものがない。作ってくれたら私は購入したいのですが」と言われたんです。それで私なりにトレーディングカードについてリサーチしたところ、おもちゃ売り場ではなく、トレーディングカード専門のお店があることを知りました。秋葉原のお店を訪れると、1枚20~30万円はざらで、高いものでは780万円のカードもありました。

ーえ、そんな高いやつが？すごい・・・。

びっくりでしょ？店員さんに、なぜこんなに高いのか質問したのですが、なんだかよく分からない（笑）。でもまあそういう世界があるのだということだけは分かりました（笑）。ポケモンカードのお店も訪れて、ここでも話を聞きましたが、理由は分からないけど、とにかく熱中している人がたくさん存在するのだという雰囲気はつかめました。何千万の価値のあるカードが以前テレビで紹介されているのを見たこともあります。一なるほど。実際に現場に行っ



最近好評のモダン神棚

て、自分の目で確かめ、声を聞いてくるわけですね。愛好家にしてみると、高価なカードを大切に飾りたいという需要があるのだらうと思いました。売れるか売れないか分かりませんが、トレーディングカードの世界で楽しそうに集めている人がいるので、とりあえず作ってみようということで始めました。またちょっと視点は変わりますが、賃貸アパートに暮らしている人は額を壁に飾る際に、壁に穴を空けられないため、困っている人もいます。そういう小さなニーズや要望から商品開発の芽を見つけたりもします。

ーなるほどなるほど。ちょっとしたところからヒントを得るわけですね。

先ほど登場した神棚シリーズの中で神座（-sinza-）という商品の開発は、額縁屋さんとの会話がヒントになりました。額縁屋さんが営業に訪れて、「フラットに額縁を付けるフック付きの額を出したのですが、どうですか」と言われ、話のついでに「フックだけ仕入れることができないか」と質問すると、「フックだけでも販売します」という話になり、そのフックを利用した神棚の開発につながりました。

ーふむふむ。頭のどこかに開発のことを考えているので、何かを聞いた時、ビビッとひらめくのですね。ところで、新商品が完成すると、すぐネットで販売するのですか？

まずプレスリリースを行います。それでなるべく多くの人に新商品を知ってもらえたらと思っています。

ーおお、プレスリリース。どんな感じでやるのですか？

商工会議所や商工会の合同記者発表会や記者クラブの各マスコミの棚にリリースを放り込んで、既知の記者さんにメールします。うちは結構、新聞にも取り上げてもらっているのですが、ある新聞社は、「やまもくさんはウチの新聞によく出ているから、ちょっと期間をあげないとダメだよ」なんて言って、出してくれなかったりもします（笑）。

ーふふふ（笑）。もう常連で、プレスリリースを上手く使っているんですね。メディアに出ると反響はありますか？

もうあってもなくてもね、とにかくメディアに情報提供することが大事なのです。以前、クリアファイルの額縁を売り出したところ、毎日新聞が記事にしてくれて、Yahoo! ニュースにも取り上げられました。その日、昼から「なんか知らんけど、やたら売れているな」と思っていると、Yahoo! ニュースに出ていますよって。記事として拾ってくれるかは記者の判断なので、こっちはとりあえず発信しないと。知ってもらわないと買ってもらえませんか。

**一確かにそうですね。躊躇している場合じゃないですね。もともと、プレスリリースをした最初のきっかけは、何だったんですか？**

2010年に「手ぬぐい額」を出したとき、岐阜県垂井町の中学校の生徒が手ぬぐいや風呂敷をデザインしてバザーに出した、というニュースを新聞でたまたま見たんです。それで、新聞社の本社に電話して、うちは手ぬぐい額縁を作っているの、手ぬぐいを飾る額をぜひ学校に寄贈したい、と申し出ました。すると新聞社内でつないでくれて、記事を書いた記者と学校へ行き、額の寄贈の瞬間取材してもらいました。校長、教頭、生徒らと一緒に写真を撮って記事にしてもらったのが始まります。

**一うわ戦略的！その行動力がすごいですね。記事として取り上げられやすいネタ、書き方ってあるのですか？**

プレスリリース講座に出て勉強もしました(笑)。タイトル、商品の特徴、スペックなど、基本的な書き方を教えてもらって、あとは実践、実践です。

**一やはり、子供が絡んだテーマは採用されやすいですね。**

そうなんですよ。例えば大学生がインターンシップで会社に来て商品開発をしました、という内容はすごく取り上げられやすいです。当社はこれまで新聞中心に130以上記事に取り上げられましたが、「若い人が考えました」とか、「大学生が売ります」という内容だと取り上げられやすいです。若い人が中心になると絵にもなりますからね(笑)。

**一確かに。それにしても130回メディアに出るってすごいですね。売上構成としてBtoCが7~8割ということですが、家業を継がれたときは完全下請けだったそうですね。**

**BtoCに切替えた経緯はどんな感じだったんですか？**

もともとはナイフやフォークなど、関の洋食器の木のハンドル部分を製造する木工所でした。でも円高不況で事業が芳しくなくなり、このままやってはいけな、ということで照明器具の木枠を作り始めそれで枠を作る技術を覚えました。またそのころそれまでの室内ドアは、家が建つと建具屋さんが採寸して、ドアを作って納めるのが一般的でしたが、大工さんだけで取り付けられる建具屋さん不要のユニットドアが流行り出して、どんどん伸びていく時代でした。その流れでドアメーカーに営業してドアの中に入

る飾り額縁の仕事をいただきました。また一社依存ではいけないと思い別の何かを作れないか思案していたところ、カーマホームセンターで、ガラス扉が付いた食器棚を見つけ、その食器棚を作る家具メーカーを紹介してもらい、その家具の扉とドアの飾り額縁との2本柱で経営をしました。

**一ふむふむ。その頃は、BtoBのスタイルで、という感じだったんですね。**

はい。そのうち、家具メーカーは内製化するようになり、ドアメーカーも倒産するなどして、売上の9割を占めていた2社の仕事なくなりました。その前、2社依存だけでは危ないと厚い縁を貼るキッチン扉が流行るとの情報で、機械設備をして下請けとして扉の仕事を始めましたが、そこも内製化(後に倒産)することになりまたまた仕事が無くなりました。景気が悪くなり、経営が苦しくなると、メーカーは内製化し始めるんです。品質が悪いとか納期が守れないとかで仕事が無くなるのは仕方ないですが自分の責任では無い理由で仕事なくなる。キッチン扉の下請けはまだやっていましたが、下請けを脱するためにオリジナル商品を作りたい、何を作ろうかと考えるようになりました。木枠を作る機械はあるものの、普通の額縁を作っても額縁の大手とは渡り合えません。海外で作り、大量生産しているところと戦っても価格では太刀打ちできない。そのころ、岐阜県と楽天が包括提携をするという話を聞きつけ、説明会に参加し、とりあえずネット販売で何かやってみようということになりました。

**一なるほど。そういうタイミングだったんですね。そこから「手ぬぐい額」でBtoC、ということになるんですね。**

はい。それに先立つ2010年5月に、家内と伊勢神宮のおかげ横丁へ行き、鯉のぼりの手ぬぐいを購入したんです。とても良い柄なので、壁に飾りたいということになり、家内に頼まれて専用の額を作ってみたんです。その額に入れて壁に飾ってみるとすごく見栄えがいい。じゃあこれを楽天で売ってみようということから始めたんです。手ぬぐい額とし



最初に火が付いた  
手ぬぐい額

constantsに売れる  
ユニフォーム額

ては一部の手ぬぐい屋さんがディスプレイ用として、近くの木工所などに作らせているくらいです。本気で、量産品として取り組んでいるところは無かったと思います。一方で、そのころ手ぬぐいが静かなブームになっており、浅草や京都などの観光地には手ぬぐい屋さんがあり、どの店もお客さんがいっぱい入っていました。これは行けるかもと思いこれを販売しよう、ということになったんです。

**-そこから先ほどのプレスリリースの話につながるのですね。**

**さて、オリジナル商品をやる前、顧客が倒産したり、仕事が激減した頃、気持ち的には追い込まれていたのですか？**

「まあこれでうまくいかなかったら弁当を持って働きに出なければいけないかな」とは思っていました。家内から「あの頃はリフトの運転手の求人チラシをよく見ていたわね」と今でも時々言われます（笑）。手ぬぐいの額を売り出した頃は、いろんな人から「こんなものは売れない」と散々言われました。海のものとも山のものとも分からない商品で、「手ぬぐいなんて、誰が飾るの？」という感じです。でも私には、それしかありませんでした。「よくこんな売れたなと思った」と言う人が今でもいます。今から思うと、それしかないの、それに集中するしかなかった。需要がないものはだめですが、基本的には商品が良くて、ヒットするか分からなくても、あれだけ一生懸命やれば、どんな商品でもある程度売れるんじゃないか、と思います。もう、後が無くて、やるしかないから（笑）。

**一思いつくことを全部やったという感じですか？**

そうですね。それと運がよかったですよね。あれ1つしかなかったから。全国の額縁業界の人達にも手ぬぐい額を流行らせたのは山田だと言われます。一生懸命やれば、何とかかなと思います。背に腹は代えられなかったので、必死でやっていましたが。

**一ネットで売るのも初めてで、自分でサイト作って、写真撮って。**

ニトリで白いカーテンを買ってきて背景にして、商品の写真を撮りました。ホームページの作成も私が行いました。HTMLも分からないし、タグでくくらなければいけないものを、くくり忘れページが壊れてしまうこともよくありましたよ（笑）。53歳で始めたのですが、やるしかないの。その頃は楽天ECCに言われるがままやっていました。もう必死（笑）。でも、やってみないと分からないですから。

**一すごい。BtoCに転換して、「ならでは」の面白さはありますか？**

面白さは、反応やレビューがストレートに返ってくることですね。BtoBはいいものを作って当たり前の世界で、ありがたうと言われることは少ないです。そのうえ不具合品を出すとナゼ5回の書類提出みたいな（笑）。BtoCでは、お

客様の声を直に聞けほめてもらえる、それが本当に嬉しいですね。

**一一方でBtoCでは、仕事は細かく、煩雑になりますね。**

小さい会社が仕事をやっていくには、煩雑で面倒くさくて、皆が嫌がる仕事を、手間をかけて、お客様のことを考えて取り組むことが大切かと思います。それが小さい会社が生きる道かなと。

**一いや、本当にそうですね。さて、やまもくさんは、今後はどのようになっていくのでしょうか？**

つぶれずに継続することですね（笑）。あと、面倒くさいことをコツコツやって、お客様に喜んでもらえる商品を作り続けていきたいです。

**一やまもくさんは社名の変更を含めて、ブランディングを意識しているように感じます。**

ブランディングは本当に大切だと思います。12年間、いろいろやってきて、いろんな人の話を聞いたり、成功している会社を観たりしたりして、そのような考え方になってきたのだと思います。うちをどう出すか、どう見られるか、ということです。小さい会社は人材も、お金もありません。だから頭を使って、人に頼って、工夫しながらやるしかありません。

**一会社の壁にある子供たちの写真もいい感じですね。**

子どもの笑顔がいいね、と言ってくれる人もいます。会社のコンセプト「日本の壁を楽しく」それもお客さんと共にを実現するために、これからも頑張っていきたいと思えます。

**一今日は本当に勉強になりました。ありがとうございます。**



**【プロフィール】**

山田 等

株式会社やまもく 代表取締役

岐阜県山県市佐賀83番地1

URL <https://www.yamamoku-gifu.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。

## 内向型人間と外向型人間とのシナジー

### ■静かな人が生きにくい社会

私は自他ともに認める「静かな人」なのですが、社会において、「あなたは静かな人ですね」と言われることは決して誉め言葉ではないし、今でもこの認識は根強く社会の中にあると思います。静かな人、つまり内向型の人と言うのは、外向性を称賛する社会では常に肩身の狭い思いをしています。

私に関して言えば、自分の性分からは苦手なことをずいぶん我慢してやってきた、と感じます。まず幼稚園に行けば大きな声であいさつをすることが求められ、みんなの前で歌ったり、お遊戯をさせられたりします。学校に上がれば、率先してハキハキと自分の意見を言うことが求められ、元気でエネルギー、だれとでも臆せず話せる生徒への評価が高くなります。異性からもそういうタイプが断然モテますし、それゆえ内向型人間は、暗く静かに青春時代を過ごすこととなります。社会に出れば、相変わらず体育会系の元気な人間が重宝され、社交性がもてはやされ、特に私がいた営業の世界では、外向型の人間こそ優秀な営業マンで、内向型の者など「営業に不向き」というレッテルが貼られるところからのスタートとなります。ちょっと飛躍しますが、テレビやYouTubeの世界でも、基本的には外向的で明るく能天気な人ほど人気者になりやすい傾向にあると思います。

### ■アメリカに憧れてきた日本

こういう外向型を良しとする空気が日本を覆っているのは、戦後の貧しい時代から豊かなアメリカ式のライフスタイルやビジネススタイルを日本人が追い求めてきたことと無関係ではないでしょう。

アメリカ人が大きなジェスチャーを交えて堂々とプレゼンテーションをする姿や、ディベートで相手を打ち負かすために自分の意見を主張する場面を目にしてきた日本人は、カッコイイ！アレこそが自分たちが目指す人間像であり、ビジネスマン像だと思い込んできたのではないのでしょうか。そして、外向的に振舞うことができる人こそ社会で成功し生き抜くことができるのだと子供に教え、ビジネスパーソンに対しても求めてきたのだと思います。

### ■内向型の逆襲

しかし当然ですが、人間社会には一定数の内向型人間

がいます。その割合は全体の1/2、少なく見積もっても1/3はいると言われています。その少なくない内向型の人を無理やりに外向型至上社会に合わせるように強いることは無理があり、近年では内向型には内向型の得意分野や活躍できることがあるのだということが主張されるようになりました。いえ、こういう主張は昔からあったのかもしれませんが、私の目から見て、社会においてもそのこと（つまり自分が内向型であること）を恥づかしいことだとせず、隠さずにいることが人間らしいのだということがようやく世の中に浸透してきたのではないかと思います。先月号で紹介した「静かな人の戦略書」という内向型人間の生き方や仕事術について書かれた本がアメリカおよび日本でもベストセラーになっていたし、スーザンケインが書いた「内向型人間の時代（原題：Quiet）」は40言語に翻訳、世界中で支持され、アメリカではミリオンセラーになりました。自らも内向型であることを隠さないスーザンが行ったTEDでの「The power of introverts(内向型のパワー)」という講演は2500万回以上ネット上で視聴され（私も見ました）、ビル・ゲイツもお気に入りなのだそうです。もちろん、ビル・ゲイツも静かな人であることが知られています。

スーザンは、自分の意見を声高に主張し、ディベートで相手を打ち負かすことの弊害はアメリカでも起きていと述べています。人前でうまく話すことが高く評価される社会に適応できず、社会不安障害になる人も増えているそうです。とはいえスーザンを始めこれらの主張は、外向型を否定し、内向型を礼賛するものではなく、お互いの利点を生かした形で併存していくことの重要性を指摘しています。初対面の人と気軽に打ち解ける場面においては外向性を持って臨んだ方が断然うまくいくし、思い悩みがちな内向型人間を明るく励ましてくれる外向型の存在は、内向型人間にとってはとても嬉しくありがたいものです。

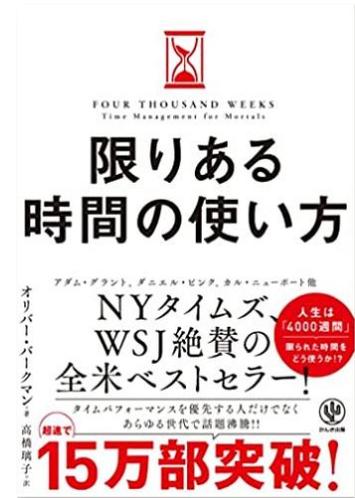
### ■内向型人間と外向型人間との相乗効果

人前でプレゼンテーションをしたり外向きの交渉などが外向型の人の得意とする分野である一方で、深く思考して解決策を導き出したり、相手の話を粘り強く聞いて深く理解し信頼を得るといったような場面では内向型の人の性質が生きます。内向性を分析するサイト（イントロバーツ <https://introverts.jp/#/>）があって、それで診断したところ私の内向度は76%で真正正銘の内向型人間であること

が証明されました（笑）が、このタイプの人が入っている職種として経営コンサルタントが挙げられていたので、これまでの人生で残念だと思っていた自分の性分が、職業的には非常に合っているのだということが分かって、なぜだか少しほっとする思いがしました。

多様性が尊重される社会では、内向型人間と外向型人間をうまく融合させ、相乗効果を生み出すことが求められます。会社内の雰囲気オープンにするために、パーティーを全部取っ払って、見える化しました、と得意げに披露する経営者がいまだにビジネス誌に登場しますが、あのオフィスを見ると、全体の半数、少なくとも1/3は存在する静かな人たちはげんなりするでしょう。欧米のオフィスは適度に区切られて個人の空間が確保されていますが、日本のオフィスはなぜかオープンを好みます。個人的に言えば、ああいう環境で隣の人が電話をしていたり、目の前でアレコレ会話されている状況では「深く考えること」は

不可能です。作業はできても思考はしにくい環境です。そのオープンさがイノベーションを生み出すのだという主張は分からなくもありませんが、常にその状況にしておくことがベストかどうかは疑わしいと思います。欧米では、個人スペースとは別に皆が自然に交流するカフェスペースが配置されていますが、そういうメリハリは必要だと思います。日本の生産性が世界的に見ても低いのは、内向型タイプの人たちが静かに考える環境がないことが、その一因かもしれない、と思ったりもするわけです。リモートワーク化して生産性を上げている企業は、社員が個室で静かに考える時間を確保できたことが大きな要因になっているのではないかと私はひそかににらんでいます。内向型の考える力と、外向型の外との交渉力を融合させてシナジーを生み出せる会社が、今後は伸びていくのだと思います。この面からのダイバーシティ（多様性）も是非注目していくべきだと思います。👍



■おすすめ度 ★★★★★

- ★★★★★ 読まないと思える
- ★★★★★ 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、その要点をズバツとお伝えします

### 『限りある時間の使い方』オリバー・パークマン著

#### ポイント1 時間は未来のための道具ではない

人生のあらゆる瞬間は「最後の瞬間」である。残り時間はどんどん少なくなる。自分の時間を将来の利益を生むための道具としてうまく使うことが資本主義社会での成功の定義とされるが、彼らは今を楽しむことを忘れ、金はあるけど不幸である。今を生きることから逃げた結果である。

#### ポイント2 なぜ「やりたいこと」をやりたいくないのか？

重要なこと（やりたいこと）に取り組むとき、僕たちは自分の限界を痛感する。思い入れが強いから、できないことが苦しい。この苦痛から逃れるために気を紛らせてくれる何かを探している。それがスマホでありSNSでありYoutubeなのだ。現実から逃げて時間を浪費している。

#### ポイント3 人間には怠ける権利がある

現代人は余暇も仕事のための充電期間と捉える向きがある。仕事という目的のために余暇があるのだ、と。しかしこれはそもそも逆だ。人間はゆったり余暇を過ごすために働いていたはずだ。余暇をただただ無駄に過ごすことこそ、余暇を無駄にしない唯一の方法だ。もっと怠けていい。

著者はイギリス人ジャーナリスト。学者やコンサルタントの著書と違い視点が我々に近く、タイムマネジメントに失敗し続けた経験など共感を持って読める。最初の50ページくらいは何が言いたいのかわかみにくく、眠たくなるかもしれないが、段々と著者ならではの視点で現代人が忘れていた時間についての大切な捉え方を提起し、読者に考えるきっかけを与えてくれる。「時間を未来の利益のための道具として使うのではなく、ただただ今この瞬間を楽しく生きることこそ重要なのだ」という、結論としてはありきたりであるものの、ジャーナリストらしく幅広い視点で豊富な事例を交えて解説してくれるので、自然な形で引き込まれる。途中から付箋だらけになった。印象的なのは、余暇はただ怠けている方がいい、という部分。何もせず、部屋でぼーっと時間を過ごすことこそ、現代人に必要なことなのではと思われた。

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。

## プロの仕事をなめてはいけない

(第735号)

### ■失礼な言い方

戦力外通告を受けたプロ野球選手に密着取材する番組。トライアウトを受けるも雇ってくれる球団は現れず、吉報は届かない。打ちひしがれる元・選手はカメラの前でこうつぶやきます。「田舎に帰ってラーメン屋でもやります。」

番組は変わって、早期退職に応募した中年サラリーマン。何十年にもわたる滅私奉公に終止符を打ち、新たな人生を切り開こうと意気込む。何をやるのかを尋ねると、「地元でカミさんと一緒に喫茶店でもやります」と笑う。これ、違和感を感じます。

### ■プロの仕事をなめんなよ

「ラーメン屋でもやる」という言い方はラーメン屋さん失礼です。ラーメン屋で生きていくことがどれほど難しいか。先日会ったラーメンチェーンの社長は、人生をかけてラーメンの修業に挑み、命をかけてラーメンを作っています。こういう人たちと競うことになることを理解しなければなりません。

「喫茶店でもやる」と言った人は、喫茶店で利益を出すことの難しさを知る必要があります。スタバやドトールのほか、コンビニコーヒーやネスカフェアンバサダーとも戦わなければならない。気楽そうにやっている人もいますが、気楽にやれる商売ではありません。

世の中に、「～～でもやるか」ぐらいの意気込みでやれる仕事なんてないはず。どんな仕事でも、その仕事なりの難しさがあるはず。プロの仕事をなめんなよ、ということ。です。

### ■簡単な仕事なんてない

はたから見たら簡単そうな仕事でも、実際には簡単ではない。僕の業界で言えば、本業で何かの事業をしていなが

ら、「副業」でコンサルタントをしている人もいます。外から見たら簡単そうに見えるのでしょうか。

コンサルティングで生きている僕からすると、副業でやっている人に負けるわけにはいかない。そのために、日々研鑽、日々前進。それこそ「なめられてたまるか」と思っています。

そういう僕も、起業当初は、もし事業がうまくいかなかったら、家族を養うために、「宅配便の配達員でもやろう」、とっていた失礼な奴です。そんな僕に、配達員を本業としてやっている人は、「配達員をなめんなよ」と言うでしょう。

### ■自分レベルの視点で

この先、副業としてあなたの業界に入り込んでくる人が増えるかもしれません。そういう人に負けないくらい、僕たちは本業を磨き続けなければなりません。

誰でもできる仕事を、誰も真似できないくらいこだわってピカピカに磨き上げよ、と言ったのは京セラの稲森名誉会長。

あれもこれも上手にこなす多才な人はカッコいいけれど、器用貧乏になる恐れもある。まず本業を磨き上げるのだ。新しい事業に進出するときは、新たな本業として真剣に取り組み、日々努力の毎日を積み重ねなければなりません。

どんな仕事も簡単ではない。なめたら足元をすくわれま

す。

どんな仕事もリスペクト。

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。



今月の  
トピック

## 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。

### 考えるのをやめて、目の前を見よう

今号の書籍紹介で取り上げた「限りある時間の使い方」は、現在の自分の仕事の仕方や生き方においていろいろと考えさせられることが書いてありました。

結論的には「今を大切に、噛み締めて生きろ」ということで、これはまあ広く言われ続けていることであるわけですが、じゃあ自分が本当に今を噛み締めて生きているかという、そうでもない。

家族との豊かな時間を過ごすために働いているはずなのに、休日や余暇の時間に、目の前にその大切な家族がいるのに、自分はずーっと仕事のことを考えていて、心がここにはない状態ってありますよね。今を生きることって大切だよねと言いつつ、いざやろうとするとこれがなかなか難しい。いや、全然できていない！

僕たちの意識ってきちんとコントロールしていないとどこにでも行ってしまうので、気が付くと「一緒にいるのに一緒にいない」、という悲しい状況になってしまう・・・。

心配性の僕は常に頭の中で、「あれやって、これやって、あ、あれもやらなきゃ」とやっている。今の時間を未来のことに使っていて（しかもそれは考えても仕方がないことだったりする）、目の前のことに目が向いていないんですよね。考えるのをやめて、スマホを置いて、今を生きることこそ、本当に人生を満喫することなんですよね、とこの本を読んであらためて感じたわけです。🍷

#### 【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えます。

今後ともよろしくお願ひします。 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

