

Raymac press



レイマックプレス

2022年11月号 Vol.171

付加価値つけて、 あとは人のご縁で



有限会社長井紙工
代表取締役社長

長井浩司

電気工事の職人としてキャリアを始め、結婚を機に妻の実家の家業である段ボール会社を継ぐことに。会社の数字は決して良いとは言えない現状ではあったが、商品やサービスに付加価値をつけることに徹すると評判になり、紹介とご縁で客先が増え、売上・利益は3倍になった。さらには自社オリジナルの商品「CAT CUBE」を開発するなど、積極的な経営姿勢は崩さない。そんな後継ぎ経営者、長井浩司さんのストーリーを聞いたインタビュー。（インタビュー＝豊田礼人）

—今の仕事について教えてください。

岐阜県関市で、製造業のお客様を対象に段ボール箱を販売しています。隣の山県市は水栓バルブの産業集積地で、製造関連企業約100社が集積しています。水栓バルブとは、キッチン、お風呂、洗面台などで使われる水が出る蛇口のことです。水栓バルブの部品などを入れる梱包資材の製造販売がメイン事業です。部品を入れる段ボールの形状はさまざまで、部品に合わせて段ボール箱を設計し、製造して届けています。完全オーダーメイドの仕事です。

—なるほど。御社は新製品キャットハウス&トイレ「CAT CUBE」を開発したことで話題になりました。商品開発のきっかけは何ですか？

山県市内の水栓バルブの会社9社で東京のビッグサイトで開催された「機械技術要素展」に参加したのがきっかけです。山県市も燕三条市と同様、産業集積地なので、水栓で培った技術を知ってもらおうと出展したのです。私はサポート

役としての参加でした。

—そこで何かあったのですか？

そうです（笑）。大手塗料メーカーから「段ボールで防災トイレを作りたい」と声をかけてもらいました。そのプロジェクトに参加し、プロジェクトに関わる10数社が東京本社に集まったとき、ある会社が木目を印刷した「化粧紙」を作っているとの話を聞きました。これを段ボールに貼ると面白いんじゃないかと思ったんです。段ボールに直接木目模様を印刷しても、リアルな感じが出ません。でも木目調の化粧紙を段ボールに貼ると、本物の木のように見えるのです。他にないマテリアルを作ると、ポジショニングで川上に立てます。これを使って自社製品を作ればプロダクトとしても川上に立てます。「これはいい」ということになり、動き出しました。

—ふむふむ。自社製品はもともと作りたかったのですか？

はい。戦略的に会社の立ち位置を考えたとき、わが社は川下の下の方で、お客様からオーダーがあって初めて収益があがります。梱包資材は最終的に価格競争になるので限界を感じていました。それで、自社製品を持って、

今月の内容

- 経営者インタビュー
有限会社長井紙工 代表取締役 長井浩司さん
- 経営コラム DXで密回避とタイパ向上を狙う？
- 書籍解説『日本の伸びしろ』
- メルマガバックナンバー ●レイマック豊田のひとりとご

川上で付加価値の高いビジネスをしたいなと思っていました。

一段ボールに化粧紙を貼ることで、どんなメリットがあるのですか？

段ボールを使ったプロダクトは、商業ベースで成り立っているものはまだまだ少ないのが現状です。しかし、東京オリンピックで段ボール製のベッドが話題になったように、徐々に商品は増えています。リアルな木目状の段ボールで、家具やインテリアなどを作ればかなり面白いと思います。段ボールの強みは、軽くて丈夫、必要がなくなったら処分してリサイクルできる点です。木やプラスチックより強く、環境にも優れています。プラスチックとの比較でいくと勝負しやすいと思います。

一ふむふむ、今までデメリットだった見た目が、木目調の化粧紙を貼ることで、大きく改善されたんですね。この材料を使って「キャットハウス」を作った、と。そもそもなんでキャットハウスだったんですか？

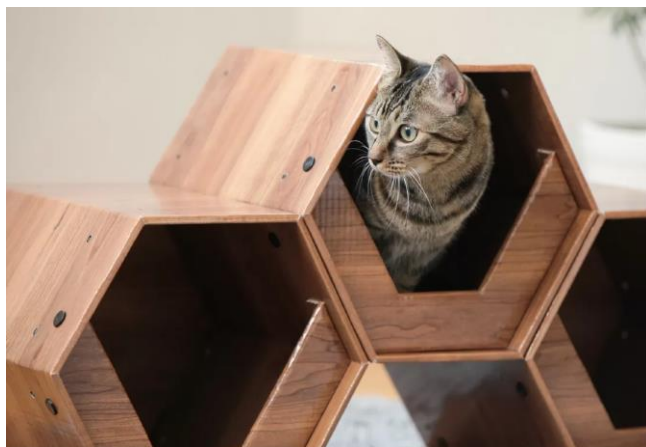
まず、木目なので家を作ろうと思ったんです。自宅に犬を飼っていることもあり、最初は室内犬向けの犬小屋を作ったのですが、まったく中に入ってくれません。室内犬に犬小屋は不要だと気づきました（笑）。で、犬より猫の方が段ボールと相性がいいのでは、となって、ターゲットを猫にしました。猫の段ボール商品は爪とぎなど、たくさん出ていますしね。開発に当たっては、ウチのような段ボールの会社だけで新商品を考えてと発想が当たり前すぎて面白くない。そこで大学生と一緒に新商品を開発すると話題にもなり、売れるんじゃないかと思いました。銀行の担当者から、産学連携という仕組みがあることを聞いて、名古屋造形大学にプレゼンしてもらうことになりました。9人の学生が取り組んでくれ、コンペ形式で行いました。

一それは面白いですね。若い人のアイデアが活用できますね。

はい。猫ちゃんのための素材の良さを生かしたものの、商品として販売できるもの、というお題を出して、考えてもらいました。学生の発想はユニークです。猫の気持ちになってアイデアを出し、提案してくれました。公平に審査をして一番票が集まったのが六角形のハニカム（ハチの巣）デザインでした。形も良かったし、連結して好きな形に組み合わせることができるので変化を楽しめ、広がりがあります。そのコンセプトは面白いと思い商品化することになりました。

一これ、確かに色々形が変えられて楽しいですね。販売方法はどうされたのですか？

組み立てる楽しさも体験してほしいと思い、折りたたんだ状態で販売します。初めての取り組みで、どう売っていいかわからない、どれくらい市場に受け入れられるかわからなかったのが、クラウドファンディングをしました。最終的



CAT CUBEはクラウドファンディングでも支持された

に商品に51人が賛同してくれ、112万7,000円の寄附が集まりました。

一すごい。新商品を販売するクラウドファンディングですね。

「新商品をお値打ちで買えます」という形にしました。マーケティング調査も兼ねていて、1個販売、3個セット、5個セットと販売したのですが、5個セットが思った以上に売れました。組み合わせると「映える」ようで、キャットタワーのように上ったりできます。公式サイトで買えるようにしてありますが、生産が追いついていなくて、在庫がないため、現在は売り切れ状態です。今後はいろんなECサイトで買ってもらえるようにする予定です。

一大きな手ごたえを得たわけですね。CAT CUBE関係で海外にも行かれたそうですが、そのお話を聞かせてください。
商品は1個1万2千円で「段ボールなのに1万以上するの？」という声もあり、付加価値を付けるためにブランディングを意識しようという話になりました。ヨーロッパは環境意識が強く、そこで受け入れられたら面白いと思いました。中でもドイツは、世界最大級の国際文具見本市「ペーパーワールド」が毎年開催される環境先進国です。ドイツをターゲットに動いてみようということになりました。

一ドイツにパイプはあったのですか？

イギリスに住んでいる日本人のご夫婦に橋渡し役になってもらいました。私の話を聞いてくれ興味を持ってくれ、一緒に営業活動することになり、渡航した次第です。商品を持って、ペットの展示会場やペットショップなどを訪れ、マーケティング調査を行いました。海外でも良いリアクションが取れ、手ごたえがありました。課題も見えてきて、そこをクリアすればもっと面白くなりそうです。

一環境意識の高い欧米で評価されて日本に逆輸入という形になれば、話題になりますよね。なるほど。さて話題を変えて、長井さんの子供の頃の話やさかのぼってお聞きしたいと思います。ご出身は岐阜県ですか？

はい。樹齢1500年の日本三大桜・薄墨桜のある根尾村（現在：本巣市）出身です。三人きょうだいの一番下で、自由気ままに育ちました。兄の影響で少年野球をして、車に興味を持ち、車を改造することが楽しくなり、高校の専攻も自動車科でした。兄が電気工事の会社に勤めていて、その影響で電気工事も面白そうだと思い、高校卒業後、電気工事の会社に入社しました。

―社会人になって、仕事はどうでしたか？

電気工事の職人の世界は担当する現場が毎回変わります。毎日同じことを同じ場所でやっているわけではなく、変化があり、現場ごとに常に考えて施工していくスタイルは面白かったですね。親方も良い人で、人にも恵まれました。その後会社を変りましたが、転職先も電気工事の会社でした。最初の会社は木造住宅がメインの電気工事で、次の会社は木造や工場、屋外の電気工事。その時は高所作業車に乗って作業していました。

―なるほど。電気工事畑を歩いてきたんですね。その後、異業種の今の会社に入られるまでの経緯はどんな感じだったんですか？

道路公団関連の電気工事の仕事が増えてきて管理職を何年間かやりました。その頃、付き合っていた今の妻と結婚したんです。妻は、長井紙工の創業者（現会長）の娘です。私の旧姓が梅田で、梅田のまま結婚しました。実は電気工事の会社にいたころから、いつかは起業して経営者になりたいと思ってはいたのですが、結婚後、長井紙工に後継ぎがいらないということになり、妻の父親から声をかけられ、思いがけず長井紙工の時期経営者として入社することになりました。入社当時は、梅田の名前で営業していました。子供ができ、家も建て、入社後6年ぐらいいろいか、長井家は本家で、長井の名字が途絶えてしまうのはマズいということになり、正式に長井姓になりました。

―おお。そういう経緯だったんですね。経営者になることに不安はありませんでしたか？

養子で名前が変わるのに少し不安はありました。実は私、字の画数、大安などの年周りなどを気にするタイプで（笑）、いつも見てもらう方から「（名字を変えても）今と変わらない」と言われました。これまではやりたいようにやってきたので、名字を変えても変わらないといわれ、これまでどおり好きにやれると思い、決心できました。

―一家に入り、名字も変わり、事業承継もうまくいったんですね。

スムーズにいった方だと思います。仕事面においても、業種は変わりましたが、お客様といろんな話をしながら、新規設計をして作るの面白いです。製造業ですので、同じ商品を繰り返し作るのですが、工夫によっては効率がよく

なっています。日々考えながらやっていると少しずつ生産性が上がるので、製造業は面白いと思いました。

―職人の仕事から一転、経営者は営業的なこと、マーケティングのこともやらなければいけません。そのあたりはどうでしたか？

何も知識がないままやっていました。周りに教えてくれる人がいて、ありがたかったです。先輩経営者などから、「飲みニケーション」をしながらいろいろ教えてもらいました（笑）。

―（笑）。リーダーとして会社や組織を引っ張っていくことは、すんなりいけましたか？

もともと小さいころから皆を引っ張っていくのが好きでした。電気工事の会社では、現場監督として、自分の父親ぐらいの職人の方を使っていました。自分的には向いているのかなと思います。特に難しかったことはありません。

―いいですね。お話していても、バランス感覚が良い印象を受けます。職人はマーケティングが疎くなりがちないメージがありますが、商品開発で産学連携を活用したりクラファンを活用したり、外の力をうまく取り入れていきますね。ところで、挫折した思い出はありますか？

挫折ですか……うーん、「これ」、というのはありません。挫折がなくて逆に心配になります（笑）。こんな順調でいいのかなと思うくらいです。やりたいことをやってきます。

―素晴らしい（笑）。会社に入り、業績がひどく落ち込んだことも特になかったですか？

当初会社に入るようになったとき、数字をそこまで見てはいませんでした。儲かっていない会社だということとは分かりました。今は数字の知識は多少なりともあるのですが、もし当時、今くらいの知識を持っていたら、跡は継いでいないと思います（笑）。逆に、儲かっていない会社を手伝えといった会長はすごいと思います（笑）。もし自分が会長の立場だったら、自分の子供には跡を継げと言えかな（笑）。



一ふふふ（笑）。会長は数字の話は当時してくれたのですか？

数字の知識がなかったので興味もなく、気にしたことはありませんでした。マンパワーで頑張ればなんとかかなる、という感じでやっていました。今は、入社当時と比べると売上は3倍以上になっています。

一3倍！すごい。何をやったのですか？

付加価値を付けていくことに力を入れました。段ボール業界はライバルが多く、同じものを同じように売っていては最終的に価格競争になり、負けてしまいます。なので違うものを売ろうと思いました。梱包資材は、紙以外にポリ袋、プチプチの緩衝材、発泡スチロールなど、いろいろあります。段ボールにその他の梱包資材をセットにして、一社で全部用意できれば勝負できる、と思いました。展示会に足を運んでは、面白そうな梱包資材を見つけてきて、仕入先の数を増やしました。武器は多い方が戦えます。段ボール自体は他と同じものでも、その他のものを抱き合わせることで売れます。便利だなと思ってもらえると、他社が段ボールの安さをウリにして営業に行ったとしても、「確かに段ボールだけだと安いけど、全部やってくれるのは長井さんだね」ということになり、勝てます。仕事が増えて、数字が取れるようになりました。

一お客さんにとって面倒なことをあえて引き受けることが大切、ということですね。

はい。その後さらに踏み込んで、段ボールを組み立てた状態で届けたり、ラベルを貼って届けたりしています。組立やラベル貼りの工費を払ってでも長井さんにやってほしい、といわれるようになりました。かさばるので運ぶ手間もあって非効率ですから、段ボールの大手メーカーはやりたがりません。そこにチャンスがあります。顧客にとってメリットがあるので、少々高くても買ってもらえています。

一ふむふむ、すごく勉強になります。

今では製品までお預かりして、自社内で組立梱包をしています。そこまでやるとお客様は逃げません。お客様はメーカーなので出荷の際に抜き取り検査が必要となるため、出荷までは弊社では行っていないですが、川下の仕事・川上の仕事を意識しています。

一新規顧客の営業はしているんですか？

以前は行っていましたが、今は紹介してもらうことが多いです。水栓バルブ業者同士で梱包資材の話題になったとき、長井紙工で全部やってもらっている、トータル的に見ると便利だから、という流れになって、紹介してもらっています。

一付加価値を感じているから紹介が発生するんですね。逆に紹介がない会社は付加価値がない、と反省しなければ

いけませんね。

値段だけ下へ下へと行くようになると、疲れてしまいます。商売は人とのご縁で成り立っています。水栓バルブの業界の会合、商工会など、地元の会合に積極的に参加しています。

一すばらしいアトツギさんですね（笑）。さて今後、長井紙工はどうなっていくますか。

長井紙工としては私がいなくても動ける組織をしっかりと作って行きたいですね。現在、助さん格さんの的に頑張ってくれている社員が育っています。最近、弊社が開発した高性能段ボールの素材売りを行う「ウッディリッチ」という会社を設立しました。冒頭で紹介した木目調の化粧紙を貼った段ボール素材を販売する会社です。素材の良さを知ってもらい、私がいなくなっても、名前が残っていけば嬉しいですね。幅広いターゲットに販売できるので、いろんな可能性があります。同業者へも売ることができますし、家具を作ることもできます。

一可能性が広がりますね。楽しみです。最後に、若い起業家にメッセージをお願いします。

そうですね・・・まだ若造なので偉そうなことは言えませんが、諦めずに行動することが大切です。PDCAサイクルを回そうといいますが、PPPPになりがちです。つまり計画だけして終わっている。まずはDが先です。思ったら行動することで、Pが付いて来ます。まずは行動することが大事ですよ。

一今回は貴重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】

長井 浩司(ながい こうじ)
有限会社長井紙工 代表取締役社長
岐阜県関市武芸川町谷口40

<https://nagai-s.jimdoofree.com/>

Woody Rich株式会社 <https://www.woodyrich.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。

DXで密回避とタイパ向上を狙う？

■密回避ビジネス

コロナが明けたら〇〇しようね、と言い続けて久しいですが、なかなか明けず、こうなったらこの状態でいかに心地よく楽しむか、いかに快適に仕事をするかの勝負、そんな前提で私たちは日々を過ごしていかなければなりません。そこでこのコラムでは、昨今のこの状況下でビジネスをする際の重要キーワード、密回避、タイパ、リスクリング、DXなどについて考えてみようと思います。まずはコロナ禍で外せないキーワード、「密回避」から。

密回避の世の中で堅調なのが「カーシェアリングサービス」なんだとか。調査によると2022年のカーシェアリングのサービス会員数は前年比17%増の263万超、過去最高を更新したそうです。コロナ禍を経ても成長を続け、コロナ前の19年比だと6割増、感染拡大時に公共交通機関での密を回避するために利用する人が増えたことがその背景にあるようです。またカーシェアリングは、自宅近くやマンション内の駐車場に対象の車が配置してあり、車が空いていればネット経由で手続きして24時間いつでも使うことができるので、レンタカーのように店舗に出向いて対面で手続きする必要がなく、密回避できる点も良いようです。スマホが普及した現代だからこそ生まれたサービスとも言えます。

■インスタライブで強みを活かす

密を回避したい人は店舗に行くことを躊躇するので、店舗ビジネスは苦戦を強いられます。かといってネット通販では商品の良さを詳細に伝えることが難しく、特に販売時に濃い接客が必要な高額商品は売りにくくなります。そんな中で、例えばアパレルショップ「ジョンプル」の取り組みが密回避の状況下での販売戦略のヒントになりそうです。

同店は商品の素材感や工夫などのこだわりポイントを店舗でスタッフが直接説明することで高価格帯だが納得してもらえるブランドとして知られています。それゆえECサイトの写真やテキストだけだとその良さが伝わらず、販売がとてもやりにくかったそうです。そこでInstagramでのライブ配信に注目、インスタライブでスタッフの強みである質の高い着回しや着合わせの提案を行い、視聴者に具体的なイメージを提示することで購入意欲を高めることに成

功したそうです。さらにそのインスタライブの動画を自社ECサイトにも貼り付けることで、SNSの客だけでなく、ECサイトの訪問者にも商品を紹介し、販売増につなげています。同社によると、動画を視聴した人は動画非表示の訪問者に比べて購入完了率が1.5倍になったそうです。

動画は現在の企業活動に欠かせなくなっていますが、お金をかけて作りこんだ動画を用意しなくても、自分たちで撮ったスマホのライブ動画が、逆にお客さまに強くアピールするのだ、ということが、ジョンプルの事例からは学べます。説明が上手だったり接客好きなスタッフは、その存在そのものがお店の強みであり、それをライブ動画で配信することで、お店に来たくない顧客層の興味を喚起し、購買につなげられます。いわば「強みを活かすためのデジタル活用」です。またSNS上だけでなく、ECサイト上でも連動して共有することも、言われてみれば当たり前のことですが、なかなか実施できている企業は少ないのではないかと思います。

■タイパを追求する現代人

タイパという言葉もよく耳にするようになりました。これはタイムパフォーマンスの略語で、とくに若い世代で使われ始め、それが上の世代にも伝播しているようです。要は、「時間を無駄にしたくない」「自分にとって重要なことだけに時間を使いたい」というニーズです。当たり前と言えば当たり前のことですが、Z世代と呼ばれる若い世代は、我々世代以上に好みが細分化され、多様化が進み、自分は自分、個性的であっていい、自分が興味を持っていないことに自分の大切な時間をつぶされたくない、という強い欲求があり、それが東日本大震災で突然生命が脅かされたりコロナで自由が制限されるという状況を経験し、より強まったように感じます。

タイパが重要視される世の中で業績好調なのがオーディオブックです。オーディオブックとは本の内容を朗読音声で聴けるサービスで、オトバンク（東京・文京）が手掛ける「audiobook.jp」はサブスクの会員が5年で13倍、250万人を突破したそうです。オーディオブックが利用されるのは、通勤通学中はもちろん、洗濯や皿洗いなどの家事をしながら、また散歩中、トレーニング中、あるいは農作業などのルーチン作業をしながらなどさまざま。何かを

しながら、空いてる耳から情報を入れ、止まっている脳みそをグルグル動かす、つまりタイムパフォーマンス重視の人たちにとってこいのサービスとして人気を博しているのです。

■何のためにリスキングする？

リスキングという言葉も最近よく聞きます。リスキングとは、新しい職業に就くために、あるいは、今の職業で必要とされるスキルの大幅な変化に適応するために、必要なスキルを獲得する／させること、とされています（リクルートワークス研究所）。特にデジタル化と同時に生まれる新しい職業につくためのスキル習得を指し、DX（デジタルトランスフォーメーション）というコトバとセットで登場することが多いです。先述したオーディオブックが人気になっているのも、このリスキングが「学び直し」という訳され方で広く拡散し、感度の高い層が「空いた時

間を使って学ぼう」という行動を取り始めたことと無関係ではないでしょう。生き残るために学びたい人が増えている現代ニッポン、という感じでしょうか。

■中小企業のDX

現代人が密回避やタイパの向上をこれからも重要視し続けることは間違いないでしょう。そのために、いかにデジタルを使うのかについて考えることが、中小企業にとって実のある「DX」の実施につながります。そのためにはどんなデジタルスキルが必要なかを企業が個別に整理し、その方向に向かってリスキングしていくというのが現実的で取り組みやすいはず。やみくもにDX、DXと振り回されるのではなく、世の中の人（あるいは貴社のターゲット層）が求める方向でデジタルを活用していくというのがタイパの良い取り組みなのではないかと思います。



■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、その要点をズバツとお伝えします
『日本の伸びしろ』 出口治明 著

ポイント1

GAFAMを作った“変態”が生まれない日本

グーグルやアップルを作った変態たち。彼らは頭脳明晰であるのは当然だが、自由な発想で自分の「オタク」的関心の探求を奨励する米国の教育思想が誕生の背景にある。日本は、未だに大量生産の工業社会に都合の良い、言われたことだけ忠実にこなす人材を育てる教育のままである。

ポイント2

「夫婦別姓」の一点突破で日本は変わる

夫婦同姓をとる日本の制度は世界的に見れば少数派。世界は夫婦別姓の方が一般的。歴史を見ても夫婦同姓は近年のことで、源頼朝と北条政子夫婦は別姓だった。名字を変えることの煩わしさから結婚をしない女性が増え、出生率を下げているならば、これを変えれば日本は変わる。

ポイント3

日本人の喫煙率16%、国会議員の喫煙率60%

この数字を見るだけでも民意とズレた人たちが国を動かしている。国会議員の年収は2200万円で、使える経費を合わせると6000万円超。こんなおいしい仕事を手放したくないから、国民の声よりも支持団体の利を優先する。子にも美味しい思いをさせたいから世襲議員が増えるクソ循環。

豊田の結論

ライフネット生命の創業者で現在は立命館アジア太平洋大学（APU）学長。2年前に大脳出血で倒れて緊急入院したが、「絶対に復帰する」という強い決意のもとリハビリに取り組み、車イスで学長職に復帰した。タテとヨコ、つまり歴史と世界基準を軸に現在の日本を客観的に評価し、何が問題なのか、どうすれば解決に向かうのかのヒントを与えてくれる。氏の著書は何冊も読んだことがあり、それらと重複する部分もあるが、新たな視点も入っており、また病気をから立ち直って学長職を勤めながら、こういう本を執筆するエネルギーの高さは尊い。分かりにくい政治経済や社会の問題を網羅的に見える化し、サラリーマン、創業者、教育者としての経験を踏まえての考え方はバランス感覚に優れ、読者に腹落ちしやすい。日本人として知っておくべきことを確認するためにはとても分かりやすい本だと思う。



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。

落ち込んだとき

(第738号)

■落ち込むこともあるさ

今週はいろいろと気分が落ち込むことがありました。まあ仕事をしていくと自分の思惑とは違うことが起こるのは当たり前ですし、期待していたことが期待通りにならないこともよくあります。そもそも自分以外の人やコトをコントロールできないでもんね。

こういうことを糧にしながら、少しずつ前に進んでいく、ということが大事なんだよな、と思います（←自分に言い聞かせている笑）。だからすぐに顔を上げ、仕切り直しの一步を踏み出すことに集中しましょう。と言い聞かせながら、この原稿を書いています。

■落ち込むからこそ見えるものもある

落ち込むことは無駄ではないと、と思います。それによって一旦立ち止まり、自分の仕事や生活、時には人生を振り返り、初心に戻ったり、あらためて目標を認識したりする良い機会になります。驕っていた自分に気づいて、謙虚になったりもします。

そんな中で無駄だなと思うのは、ウジウジクヨクヨしている時間。これは本当にもったいない。いかにこの「非生産的な時間」を早めに抜け出し、通常モードに戻れるかが勝負。つまり切り替えの早さ。切り替えを早くする技術の習得は、僕にとっても大きなテーマです。

■汝の時間を知れ

経営学の重鎮、ドラッカー博士はこう言いました。

「汝の時間を知れ」

自分が何に時間を費やしているかを知れ、と。成果を上げる人というのは、自分の時間を成果をあげるために使っている。成果とは、自分の組織への「貢献」であり、顧客



への「貢献」です。自分の「ウジウジクヨクヨ」に無駄な時間を使っていたら、仲間や顧客に貢献などできるはずがないぞ、とドラッカー先生は言うわけです。はい。その通りです（反省）。

■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、何も生まない無駄な時間を使っていないだろうか？貢献に焦点が当たっているだろうか？自分の時間について関心を持ち、成果への貢献度が高い仕事に時間を使っているだろうか？

自分の時間の使い方を分析することは、自分の仕事の仕方を分析することになります。時々あるいは毎日、自分が何に時間を使っているか振り返ってみよう。この振り返りの時間は、僕たちにとってものすごく付加価値の高い時間になります。

落ち込むことは無駄じゃないけれども、なるべく早く切り替えて、「貢献モード」に復帰しよう。

反省したら、前を向いて、貢献モードへ。切り替えが遅い人は練習練習。僕も練習しています。

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

コピー用紙の裏に描かれた思い出

仕事部屋には、書き損じたプレゼン資料や印刷で失敗したコピー用紙がストックしてあります。その裏紙に書いて、僕はいろいろ考えます。ノートやスマホのメモ帳も使いますが、このA4の裏紙がいちばんいい。書くのはボールペンやシャープペンより、鉛筆が断然いい。頭の中で考えていることを紙の上に書き出して、鉛筆でグルグルしていると、ややこしかったことが段々と整理されていきます。整理できると行動できますよね。

この前、問い合わせがあって初めてプレゼンするお客様に、このA4に手書きしたを図そのまま使って説明したところ、少し引かれました(笑)。単純に、手を抜いたと思われたのかもしれませんが。僕としては「ライブ感」を伝えたかったのですが、年配のその経営者には伝わらなかったのだな、と反省しています。(もちろんその案件は流れた)

子供たちが小さいころ、僕の部屋に入ってきて、その裏紙を使ってお絵描きをして遊んでいました。僕もその紙に、彼らが好きなアニメのキャラクターをたくさん描いてあげると大喜びしてくれました。(実はアニメの模写に自信があります)

裏紙の絵はファイルしてあって、久しぶりに見返してみると懐かしくて楽しい。そして裏をめくると、当時の僕のプレゼン資料が出てきて、ああ、今ならここはこうすべきだな、まだまだ未熟だったな...と思いがけず反省したり、冷や汗が出たりもします。

「マーケティング」とか「戦略」とか書いてあるその資料を当時の子供たちは理解できなかったろうけど、いつか、それを見てなんとなく、父親はそれなりに一生懸命に、そして楽しそうに仕事していたんだな、と思ってもらえたら嬉しいな、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。

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

