

Raymac press

レイマックプレス

2023年1月号 Vol.173

リスペクトして
向き合えば、
うまくいく。



アルファフードスタッフ株式会社
常務取締役

浅井紀洋

親が敷いたレールに乗ることに反発し、恵まれた自分を嫌い、アバンギャルドに生きた学生時代。しかし就職した会社での仕事中、「やはり家業を継ぎたい」と強く願う自分に気づく。家業に入った後は、これまでの経験や人脈、行動力で成果を出した。リスペクトして向き合えばうまくいくと気づき、父との関係も良くなった今、経営者として羽ばたこうとしているその人、浅井紀洋さんに、過去と現在、そして、未来にことについて聞いた。（インタビュー 豊田礼人）

— まず初めに現在のお仕事について教えてください。

アルファフードスタッフ株式会社の常務取締役をしています。創業1925年の会社で、食品の輸入、製造、卸売をしています。人にも環境にも優しいオーガニック食材を扱い、食と環境・資源の持続化に取り組んでいます。

— 主な販売先はどんなところですか？

弊社の祖業は砂糖の卸売で、現在でも業務用として東海エリアにあるお菓子メーカーに砂糖を卸しています。1985年からは、第2フェーズとして国産小麦粉の流通を始め、全国のパン屋さん、生協や自然食品店に提供しています。2007年から第3フェーズとしてオーガニック食材の輸入販売を始め、現在の主流となっています。原材料として全国のベーカリーに卸す他、自社工場で家庭用の商品を作り全国のこ

だわり食品スーパー、グローサリーストアなどに卸しています。現在は第4フェーズでオーガニックを強みに持続可能性を追求しています。具体的にはBiokashi（ビオカシ）というオーガニックのブランドを展開し、量り売りという新しい販売手法を全国に広めています。

— なるほど。いち早くオーガニック食材に取り組んだんですね。

オーガニック食材は、父が2007年から始めたのですが、当初、価格が高く、普及に時間がかかりました。潮目が変わったのが10年ぐらい前です。現在、新しい工場を作り、60人以上のスタッフが働いています。

— すごい。ビオカシってというのは？

ビオカシは自社ブランドであるとともに、パートナー企業と協働で販売しているオーガニックのお菓子です。東海3県には、国内のお菓子メーカーさんが多く集まっています。オーガニックには認証制度があって、農水省の有機JASの法律に沿った作り方をしないとダメです。なのでそれらのお菓子メーカーさんにオーガニックの市場性、

今月の内容

- 経営者インタビュー
アルファフードスタッフ株式会社常務取締役 浅井紀洋さん
- 経営コラム あなたは意識高い系か、それとも意識低い系か？
- 書籍解説 『付加価値のつくりかた』
- メルマガバックナンバー ● レイマック豊田のひとりごと

将来性、社会性などを説明し、認定取得のアドバイスをし、生産して頂いています。

一世界ではオーガニックがより注目されていますね。

世界の潮流は、環境負荷の観点からオーガニックをとらえています。オーストリアは26%の農地がオーガニックで、アメリカでも5%を占めています。農水省によると農薬・化学肥料を使った従来の農法から有機農法に変えると、耕地1ヘクタールあたり、杉の木66本が1年間に吸収できる二酸化炭素を削減できるとしています。農水省は2025年までに全耕地の25%を有機農法にするという目標を掲げています。国内でももっと関心が高まると思います。

一まさに時流に乗って成長しているのですね。さて、ここで浅井さんのストーリーを聞きたいのですが…まず、今は常務で、いずれ社長になる、ということですね？

そうですね。現在は経営の全般を担いながら承継に向けて一歩一歩進めています。

一なるほど。ところで子供のころはどんな子供だったんですか？

そうですね…勉強もスポーツも何でもできている子供でした(笑)。各学年の1学期の学級委員は必ず私で、小4から生徒会で書記、小5で副会長、小6で会長をしました。

一ふむふむ。かなり優等生な感じで。中学時代は？

中高一貫の進学校で、周りのみんなが優秀。必ずしも自分は優秀ではないと分かり、アイデンティティを失いました。卓球部に入ったのですが、ボールがラケットに当たらず、中1の秋ごろに退部届を出しました。中学1年の最終試験で、総合的な成績な上位だったのですが、数学が360人中360位でした。先生がクラスの全員の前で、「成績は優秀だけど、数学が一番できん奴がおるな」といって、私を見ました。数学の最下位が浅井だと知られ、ショックで、それ以降数学を一度も勉強しなくなりました(笑)。

一ううむ。先生の一言が少年を傷つけたんですね。その後の学校生活は？

中学3年のとき、同期のメンバー16人集まり、演劇部を作りました。自分は中高一貫の男子校にいたので、青春時代には恋愛ができないかもしれない、何とか学外の女子と交流する機会を作ろうと演劇部を作ったのです。演劇には女性役が必要だから、他校の女子生徒と練習できるので(笑)。

一ふふふ、戦略的ですね(笑)。演劇は面白かったですか？高校演劇の勉強会に出るなどして、徐々にはまっていきま



したね。演じることよりも、全体を見ながら作品を作る演出の方に興味を持ちました。脚本をベースに舞台上で動く役者の動き、場面を作り、音響や照明を選ぶ、いわば監督業のようなものです。高校2年のときには、地域で高い評価を得られるような作品ができました。

一なるほど。経営者として全体を見る今のお仕事に通じますね。進路は？

早稲田大学で演劇をしようと、早稲田を目指して受験勉強を始めました。早稲田ばかり6学部受けて、商学部へ入りました。

一早稲田は演劇が盛んなんですね。東京での大学生活はいかがでしたか？

高3ぐらいから自分はなぜかアバンギャルド(前衛的)に生きようと、「アバンギャルドのつぶやき」という日記を付けていました(笑)。自分は家庭的にも経済的にも恵まれて育ちましたが、それだと面白いアートは作れない、と思って。人と違う経験をして、普通じゃない人になって、そこで生まれてくる言葉やストーリーを表現したいと思っていましたね。

一アバンギャルド(笑)。普通な自分を変えたかった？

ですね(笑)。大学生になってさらにタガが外れて、演劇に夢中になりすぎて大学の授業を受けなくなり、2年時で留年が決まりました。脚本を書くようになり、バイトと演劇の日々です。祖父が亡くなったとき、会社で社葬をしたのですが、パソコン1台持って金髪・赤メッシュのスタイルで帰りました(笑)。通夜に祖父をずっと見守っていたときに、お葬式をテーマとした脚本を書きました。アバンギャルドじゃないですか？

一はははは(笑)。確かにぶっ飛んでますね(笑)。

(笑)。早稲田大学には演劇サークルが80個ぐらいあります。3年時にお披露目した作品が劇場の動員記録を塗り替えました。学内でも話題となり、広報誌にも掲載され、「この脚本家は将来大物になるのでは」と書かれました。

—すごい。才能が認められたんですね。ところで進路についてはどう考えていたんですか？

留年したとき、大学を辞めて留学したいとあって、親から怒鳴られ（笑）、その後エンタメ業界で大きなビジネスをしたいと、広告や映画業界などに就活したのですが、内定をもらったのがソフトバンクのグループ会社「ソフトバンク・ヒューマンキャピタル株式会社」です。

—そこに入って。どんな仕事だったんですか。

転職広告の営業です。同期を徹底的に競争させる環境の中、営業成績No.1の新人賞を目指して頑張りました。2008年2月、サブプライムショックによる業績悪化で、同じ部署の1年目の13人のうち12人が出向することが決まり、私だけが残りました。その後は先輩に結構追い込まれ、厳しい指導を受けました。新規の見込み案件数を正しく報告していなかった時、「お前は嘘をつくのか」と詰められ、見せしめに嘘の数をホワイトボードに書かれたりしました。仕事もできない、嘘も付く、先輩から詰められる、業績は厳しい…。苦しくて百貨店のトイレに2時間ぐらい気を失っていたこともあります。会社のバーベキューイベントの最中に带状疱疹で熱が出て倒れてしまいました。

—むむむ。ストレスで押しつぶされたのですね。

たぶんそうです。その入院中に読んだカーネギーの「人を動かす」という本が転機になりました。そこに「契約をしたいなら、させるのではなく相手の話を聞け」と書いてありました。退院後、人と会って、その人の好きなことをノートに書くようになってから、商談のスタイルが変わってきました。受注も少しずつ取れるようになりました。調子も戻り始めたとき、ある生保のマネジャーからスカウトされたんです。景気が悪く、採用人数が激落ちしている中でも外資系生保は人を欲しがっているのだと気づきました。「だったら求人広告を出してください」と逆に営業をかけると「人の情報は欲しいけど、広告は出したくない」といわれました。

—ふむふむ。それで？

この件から、広告なしに求職者へスカウトメールだけを送れるサービスを思いつきました。当時のうちのサービスは、広告を掲載している会社だけがスカウトメールが送れるというものでした。でもその生保さんのように広告は出したくないが、個別のスカウトメールは送りたいという企業があるのです。それで同じ社内でディレクターをしていた大学の先輩に相談し、サービスを作ってもらいました。これが当たったのです。北から南まで全国の生保の会社を一軒ずつ回り、北海道で受注200万円、名古屋で300万円とい

った感じで、半年続けると営業成績1番になりました。3年目で年間MVPを取ることができました。

—うおすごい。まさに顧客の声からヒントを得た商品ですね。じゃあその後は順調で？

27歳の頃、ある中小企業の創業社長から後継者募集の依頼を受けた際に転機がありました。たくさん応募があり、選考も進めていたのですが、突然「この件はなしにしたい」と言われました。理由は、社長の息子が後継者に決まったから、です。何百万もかけた広告が無駄になったのに、社長は晴れやかな顔をしていました。その父子の姿に感動して鳥肌が立ち、会社の階段を降りた直後に、父へ電話をかけて「会社に入らせてほしい」と伝えたのです。

—おおお、我が父親のことがバーンと浮かんたんですね。

振り返ると自分には、「父の会社を継ぐという」決められたレールを歩むことに嫌悪感がありました。でも仕事を通じて、中小企業の社長の孤独と苦しみを肌感覚で学び、考えを改めました。実は働き出してから、会社を継ぎたいと思う自分に気付いていたのですが、そんな人生を否定して生きてきた手前、言い出せずにいたところ…。

—その父子の姿を見て、衝動が止まらなくなったのですね。お父さまはOKで？

そうですね。喜んでいました。ただ、すぐに家業に入社するのではなく、まず食品のことを知るために転職をして、2011年から伊藤忠商事で働くことになりました。

—おお伊藤忠さんに。担当業務は営業ですか？

乳製品課という部署に配属されクリームチーズの営業をしました。全国リストを作り、電話をかけまくったところ、アポ率が30%もあって驚きました。取引は続々と増えていったのですが、その分忙しくなって時間に追われる毎日。先輩から「お前のやっているのは商社の仕事じゃない、商社の仕事は、自分が何もしなくても売れる仕組みを作るこ



バイオカシはオーガニック認証工場で生まれる

とだ」といわれ、ハッとしました。それを機にチーズケーキの開発を手掛け、コンビニや大手カフェチェーンのリニューアルプロジェクトなどに積極的に参加して、クリームチーズの全国シェアを伸ばしていきました。2013年11月に東京で結婚して、2014年1月に名古屋に戻り家業に入りました。

一いよいよですね。家業の会社に入って、どうでしたか？

入社してすぐに社長である父のリーダーシップが強すぎるあまり、社員の皆がいろんなアイデアを持っていても口に出せないと感じました。朝礼でも、社長が話している間、社員の皆は下を向いてやり過ごしている印象でした。いろいろ問題はありましたが、まずは私自身、乳製品が専門だったこともあって、チーズやバターを広めていくことから始めました。

一オーガニック商品の拡販はどのようにやったんですか？

きっかけは、カリフォルニアの農家を回り、東京ドーム27個分の敷地でクルミを5万本育てている農家から、持続可能性の大切さを教わったことです。オーガニックの本質を理解せず、商売道具として見ていた自分の浅さに気づかせてくれました。クルミ農家はクルミの殻を燃焼させて電気を作り、スプリンクラーを回し、クルミを割ります。真のサステナブルがそこにありました。「私たちは食を通して環境と資源を考えます」という弊社の経営理念の重要性が真に腹落ちした瞬間でもありました。環境・資源の持続可能性を考え、そこにある問題をビジネスで解決することが『考える』ことだと分かりました。

一お父様との関係については？

入社して数年経つと、社内の問題が見えてきます。社員からの相談も増え、次第に私が社員の代弁者となり、社長を説得するようなことが増えていきました。私が改善点を指摘するのですが、父からは「また何か壊そうとするのか」と構えられてしまう。そのうち私も父も感情的になり、口論が他の部屋まで聞こえることもありました。そんな中、妻が病気になる、5年生存率7割と診断されました。精神的にも追い込まれる中、ものごとを俯瞰で見る意味の「メタ認知」という言葉を知り、妻との関係性を俯瞰してみました。妻は病気になったけど治療を受けている、妻に寄り添える状況をスタッフが作ってくれている、事業も回っている、この状態は幸せなのではないか。これ以上得ようと思うのはエゴじゃないだろうかと思うようになりました。その後妻は完治しました。また、改めて父と対峙したときに、父が物事を突き詰めるがあまり会社の中にブラックボックスを作ってしまう、私がブラックボックスはよくな

いからとほどきにかかったことで関係が悪化したことに気づきました。父をリスペクトして向き合えば、自然にほどけます。さらに当初は「社員を自分が変えてやる」とも思っていたのですが、その人が大切にしていることを大切にしようと思うようになりました。社内で頑張る人がちゃんと賞賛され、スポットライトが当たる会社を作りたいという意識が変わり、父との関係が変わり、父から「好きにやって良いぞ」といわれました。

一素晴らしいお話ですね。俯瞰してみることで色々な気づきがあったんですね。そこからオーガニック食材の事業も加速していくわけですか？

そうですね。2016年にあるオーガニックスーパーの1号店がオープンし、その量り売り部門で90%以上を弊社が担うことになりました。そのスーパーは現在では30店舗弱になり、お取引もますます増えてきています。また冒頭でも紹介したビオカシ事業も伸びています。パートナー企業の開拓時に飛び込み営業で知り合った岐阜市の長良園さんとは意気投合し、「生おから」を使ったおからクッキーを作ることになりました。

一生おからのクッキーですか。面白いですね。さて最後に、今後やりたいことってどんなことですか？

輸出ですね。2023年は輸出元年にします。ビオカシを通じて、海外のマーケットに日本のサステナブルなお菓子を広めていくことを考えています。あと、農業の1次産業から加工までつながるオーガニックの流れをより一層作っていきたい。有機農業を広めるにあたり、規格外の野菜を処理できる加工工場を増やし、新しい商品も作りたい。やりたいこと、たくさんあります（笑）。

一楽しみですね。今日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】

浅井 紀洋(あさい のりひろ)

アルファフードスタッフ株式会社 常務取締役

愛知県生まれ

URL: <https://www.alpha-food.co.jp/>



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。

あなたは意識高い系か、それとも意識低い系か？

■意識高い系企業が増加

持続可能な世の中を実現するためにSDGsの目標を掲げる企業が増えています。またエシカル(倫理的)であることを重視し、人間として正しくあることをビジネスの大前提としたり、「Environment(環境)」「Social(社会)」「Governance(管理体制)」の3つの視点から経営をとらえ、環境汚染や社会的規範、コーポレートガバナンスの遵守を重視するESG経営と呼ばれる企業統治方法も注目されています。投資家もESG経営を実行する企業を高く評価する傾向へと変わりつつあります。

環境問題に取り組むいわゆる“意識高い系”企業の代表格はアメリカのアウトドア用品大手のパタゴニアかもしれません。創業者のイヴオン・シェイナードは環境負荷の少ない商品に徹底的にこだわり、業績も良好、伝説的な経営者として尊敬を集めています。昨年(2022年)、創業家が持つ全株式を目的信託と非営利団体に寄付し、自分の利益よりも、より環境保護に資金が回る体制を整えました。パタゴニアを筆頭にして環境問題に取り組む企業は世界的に増え、日本でも大企業はもちろん中小企業においても社会貢献を強く意識した経営をすることがスタンダードになりつつあります。

■あえて“意識低い系”を演出する

さて、パタゴニアのような「本物」の“意識高い系”企業が増える一方で、あえて逆張りし、“意識低い系”のように自らを演出し、注目を浴びる企業もあります。これは環境問題に無関心というわけではなく、あえて力を抜いた「脱力感」をウリにする企業、と捉えてもらうと良いでしょう。例えば、世界最小の家電メーカーを自称するサンコーはその一つかもしれません。同社のヒット商品、着るこたつ「こたんぼ」は、面白くて少しユルくて、なおかつしっかり役に立つユニークな家電で人気を博しています。他にも同社の「弁当箱炊飯器」は一人用の小さな弁当箱型炊飯器で、その斬新さとユルさに皆が面白がり、マスメディアでも広く紹介されました。

サンコー自身は自らが意識低い系とカテゴライズされるのは不本意かもしれませんが、商品やそのコピーを見たときに思わず「クスッ」と笑ってしまうような、あえて消費者の目線まで降りてきて等身大の姿に共感を得てもらうというスタンスは、今の時代にとっても合っています。ガリガリ君の赤城乳業もあえて意識低い系を演出し、消費者から



サンコーのこたんぼ

愛されている企業の一つのように見えます。

サンコーの山光博康社長は、昨今のコロナ禍や物価上昇の局面で購買意欲が下がっている中で「面白さ」で需要を喚起する必要性を説いています。「(消費者の)財布のひもは締めなきゃという心理的ハードルをとっばらうには、ユニークさ、面白さは欠かせません。笑いは必須です。爆笑ではなく、買った人が心の中でニンマリするような『にんまり家電』ですよ」と日経MJの取材で述べ、笑いの重要性を説いています。

意識高い系のブランド戦略を取るにせよ、意識低い系のブランド戦略を取るにしる、環境問題やエシカルな視点は現代の企業においては避けて通れません。社会の公器である企業である以上、社会性から逃れることはできないのです。サンコーや赤城乳業も、面白さを前面に出してあえて意識低い系のブランドを演出していますが、その裏ではしっかりと社会性を追求しているはずです。違うのはその見せ方であって、現在の市場環境において、意識高い系でブランディングするのか、逆の低い系でブランディングするのか、どちらがそれぞれのターゲットを引き寄せるのに有利かをしっかり考えた上での戦略なのだと思います。

■見上げるブランドか見下げるブランド

ブランド論においては、ブランドの姿勢が議論されることがあります。ブランドの姿勢とは、①顧客がブランドを見上げるか、②ブランドが顧客を見上げるか、ということです。例えばエルメスやメルセデスなどの高級ブランドは「顧客がブランドを見上げる」戦略です。高級ホテルや超一流ブランドなどもそうです。敷居を高くし、顧客はブランドを憧れのまなざしで見ます。一方で生活必需品などは基本的にブランドが顧客を見上げる構図になっています。これらの商品は大量生産され、販売店の棚の中で顧客から

選び取られるのを待っています。

この2つの姿勢に加えて、ちょっと面白い友達のような対等な姿勢で顧客とコミュニケーションするブランドもありますね。サンコーや赤城乳業は、まさに友達のように、ちょっとふざけたことを言ってクスッと笑わせることで顧客の心にスッと入り、応援したくなる気持ちを喚起して財布の紐を緩ませる戦略です。

■どちらにせよ、楽しむことが大事

自社のブランドを意識高い系＝見上げてもらうブランドとしてブランディングしていくのか、意識低い系＝見下げられるもしくは対等なブランドとしてブランディングしていくのか、これを決めないと中途半端な立ち位置になり、発するメッセージが届きません。また、これらはどちらが良いとか悪いとかの問題でなく、それぞれにあったスタイルを選択して実行していくべきことです。ただ、どちらにしても、そこで働く社員が楽しく取り組んでいるかが重要

です。なぜならば楽しめないことはサステナブル（持続可能）でないからです。意識高い系のパタゴニアも眉間にしわを寄せて環境問題に取り組んでいるではありません。同社には「社員をサーフィンに行かせよう」という言葉があり、午後にいい波が来ていれば、仕事中でもサーフィンに行っていていい、というルールがあるそうです。責任をもって仕事するという前提条件を守っていれば、あとは自由に自己管理してやっていいよ、というメッセージがそこにあります。意識高い系だけでも、人生や仕事を楽しむスタンスがあるんですね。

意識高い系戦略か、それともあえて低い系戦略でいくか、自分の会社ではどちらがじっくりくるのか？お客様との関係性や商品の特性から見て、どうか？

いずれにせよ、楽しんで仕事に向き合える環境を整えながらブランディングしていくのが、経営者にとって重要な役割になると思います。🙏



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

『付加価値のつくり方』 田尻望 著

ポイント1

価値とは何か？

価値とはお客様が感じるものである。ゆえに、企業側が「これは価値がある」と言ってみただけで全く意味はない。だから、顧客のニーズを知ることが最も大切で、そのためには現場に行かなくてはならない。逆に言えば、お客のニーズを超えた部分はオーバースペックで、単なるムダである。

ポイント2

特注品を標準化し、横展開して儲ける

特注品を作るためには、特定の顧客のニーズを徹底的に聞きだし、商品化する。そしてそこで終わるのではなく、この特注品を他の顧客にも役立つように商品化できるのがキーエンスの強みである。これができると他を寄せ付けられない圧倒的な高付加価値商品を作ることができる。

ポイント3

コストダウンという価値が最も分かりやすい

売上はそのままコストダウンできれば利益は増えるので、これに対するニーズは強い。まず自社の付加価値を作る作業をすべて精査し、時間がかかっているものから順にやめられないか、まとめられないか、回数を減らせられないか、自動化できないかを検討する。これだけでコストダウンできる。

著者は元キーエンスの社員で現在はコンサル業を営む人。同社はセンサーのメーカーだが、平均給与が2000万円と言われ、その突出した高給に注目が集まる企業。高給を実現できるのは高付加価値を生み出しているからで、その生み出し方を教えましょう、というのが本書の目的である。しかし、残念なことに核心的な記述はほぼなく、表面的なことに終始していると感じてしまった。こういう、有名企業の出身者がその企業のノウハウを書籍化するケースでは、その企業から公式なお墨付きがある場合を除き、守秘義務違反で訴えられたり元同僚にひんしゆくを買う恐れがあるので、どうしても内容が薄くなってしまふのはやむを得ないという覚悟を读者は持たなければならない。多くの「ディズニー本」もそう。おそらく著者はキーエンスの戦略に関わった人ではなく、その戦略をそばで見ていた人で、それをできる範囲で詳しくレポートしてくれた、ということだと思う。

■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

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。

幸運は遅めに来た方がいい

(第770号)

■いきなり売れた芸能人のその後

俳優でサクスペイヤー、最近は「筋肉」で話題の武田真治さんが、TV番組で話していたこと。若くしてアイドル的に売れた武田さんは、いきなり引く手あまたの売れっ子芸能人になったそうです。しかしその後低迷し、思い悩み、一時はひきこもりのような状態になっていたそうです。

復活のきっかけは、忌野清志郎さんの音楽ユニットにサクスペイヤーとして誘われたことだったとか。その時に清志郎さんに温かい言葉をかけられ、本来の自分を取り戻し、現在の復活につながったのだそうです。

■幸運と努力の競争

美男子コンテストで選ばれて芸能界デビューし、幸運にもすぐに売れっ子になった武田さん。お笑い芸人との番組のレギュラーに抜擢されます。当初はすでに売れていた武田さん中心の番組企画だったそうです。しかしその後チャンスをもにしようとする死に物狂いでがんばる芸人さんたちから、何も努力していない自分が取り残されていきます。

幸運で売れた自分はそれにあぐらをかいて停滞している。一方で芸人さんたちは必死に努力し、どんどん実力をつけて成長していく。この時のことを武田さんはこう表現していました。

「幸運を努力が追い越していく」

幸運な自分。それを努力の芸人さんたちが追い越していく…。

■幸運は遅めに来た方がいい

誰にでも人生に幸運が来る時期があります。その幸運が早めに来るか、遅めに来るか。武田さんは早めに来たんですね。僕は、幸運は遅めに来た方がいいと思っています。早めに来ちゃうと、若い自分はそれを実力だと勘違いして

しまい、努力を積み上げることを怠ってしまいます。この「悪習慣」が及ぼす悪影響は意外と侮れないのです。

僕は起業した後しばらく、なかなか顧客を獲得できない時期がありました。だからこそこの時期に、マーケティング策をあれこれ工夫したため、その力が開発されました。スキル面だけでなく、精神面でも鍛えられました。このことは本当に僕の起業人生においてよかったと思います。そして、努力の後にやってきた幸運は、地に足をつけながら、それをしっかり受け止め、謙虚に乗っかることができます。

■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、まずコツコツと努力を積み上げてから幸運を待つ、という順番を守っているでしょうか。早いタイミングで幸運が来るなら来るで、それもまあいいでしょう。でもちゃんと自分の実力を客観的に把握していないと、勘違いを起こし、その後に大きなエラーをしてしまう可能性があります。武田さんのように。

短期間で得た人気は、短期間で消える。同じく、短期間に急激に増えた売上げは、短期間で消える。一方で、じっくり増えた売上げは、なかなか減らない。これは僕自身の事業でも言えると思うし、僕の周りの会社や事業者を見ても感じます。

幸運は後から来ればいい。それまでは、地味な毎日を積み重ねながら待て、と。

未永く、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

強い「思い」が苦の原因？

年始に神社に初詣に行った人も多いと思います。そこで、「パンパン！目標や夢が叶いますように！」と神様の前で拍手を打ち、頭を下げ、自分の思いを願ったことだと思います。

ある日、読んだ本に、「思いや願いを持つのはやめよう」と書いてありました。なぜなら「人間の『苦』はすべて、思い通りにならないことから起きている」からだそうです。これ、お釈迦様の言葉だそうです。「こうありたい」「こうあるべき！」「こうじゃなきゃいやだ！」と願っても、大抵のことは思い通りになりません。そうになると、「なぜだ！」「こんなに頑張ったのに！」と苦しくなるのだそうです。人間は思い通りにならないことが受け入れられず、苦しむわけです。

ならば、『思い』自体を持たなければ良いのでは？ということになります。思いを持たず、過去も未来も現在もすべてを受け入れて、目の前にことに集中していれば苦は無くなるのだよ、ということみたいです。

僕たちは、「目標を立て、強い思いを持って仕事に勉強に頑張りましょう」と教えられてきました。しかしその目標や思いこそが、「苦」を招く根源なのだ、とお釈迦様は言うのです。むむむ、マジか。確かに言われてみれば、僕らの怒りやストレスはすべて「他人や物事が自分の思い通りにならない」ということに起因しているような…。とすれば、「思い(目標)を持たない方が良いのでは？」ということになります。コレ、なかなか深いテーマですね。皆さんはどう感じますか？ 🙏

【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

