



あまり感じませんでしたが後になって気づくことが多々ありました。その次の僧侶時代は、日々自分自身との向き合いの連続でした。最も学んだことは執着心を持ち過ぎると冷静な判断が出来なくなり失敗すること。思い切つて手放すこと。そして手放すことで新たな物が手に入る。水商売時代は、人をどう動かすのか? どうしてモチベーションを上げて組織を活性化させていくのかと言ったマネージメント力を学びました。あとは商人としての度胸ですね。

今の仕事での自慢話を教えてくださいー!

売上ベースで言いますと年商8億円のお客様様の会社を2年で年商13億円まで引き上げたことですね。どうやったらそんなに成果が出る

のかよく聞かれるのですが大層なお話ではないんです。その業界では非常識なことが他の業界では当たり前だったりすることが多々あります。ですからそういう部分を活用しているだけ。例えば大手がひしめく業界では、顧客対応の時間帯が、月〜金(9時〜20時)というのが常識なところに、土日対応かつ深夜12時まで対応する等。その仕組みを考えたり。実際、その業界では顧客の反響が平日の夜だったり日曜だったりするので、そこを補うことで、同業他社の穴の部分に対応し顧客獲得に結びつける。

そんなに難しいことではないのですが業界の常識にとらわれているとそんな簡単なアイデアさえも出てこないですね。たえずお客様目線になることがどんな業種でも非常に大切なことだと思います。

関係あるかどうかはわかりませんが、僕は基本メモを取らないのです。例えばセミナーや講演に行ってもメモはとりません。凝視することで、脳内に映像として録画するのですがメモを取るとそれが出来なくなります。

同業他社との違いは何ですか?

今までの経験からか多角的な視点から物事を見ることが出来る所、不得意分野は他人に任せるという勇氣やスピード感を持って対応できる所です。又お引き受けした仕事を納品するだけではなくお客様が考えている以上の結果を出すところまで徹底的に向き合う所です。それは自分自身の存在意義です。僕に依頼していただいた方に報いる為で、求められた結果以上の結果を出さないと僕自身が納得しないし、僕が幸せを感じることが出来ないし、僕のプライドが許さないからです。基本的な考えとして、私自身で解決出来るような案件はそもそも受けません。

自信がある案件ですので初月から結果は出てきます。私が解決出来ないのは基本的にはB to B案件です。B to Cに比べると市場のπが小さい。インターネットマーケティングの視点で

言いますとアクセスが少ない。また、経営者自身にエッジを立てて販売に繋げていくことも得意ではありません。要するに、僕自身が顧客目線に立ってイメージが出来ないものに関してはお断りさせていただいています。

仕事を通して幸せにしたい人は誰ですか?

一番と言うと難しいですが、幸せにしたいのは家族、ビジネスパートナー、お客様ですね。それだけで幸せの定義は異なると思うのですが、僕が考える幸せは家族で言えばそれぞれが自己実現していることや経済的安定。ビジネスパートナーで言えばその家族の自己実現や経済的安定。お客様は仕事にやりがいや意味を見つけてもらうことや業績が良くなることですね。それぞれの立場の方が喜んでいただけることによって僕自身が自分の価値を見出せるからなのです。将来的にどうなっていたいのですか?なんて質問を受けることもありますが、起業して9年目になります。一度も思ったことありません。今日の前にいらっしゃるお客様とにかく貢献できればと常に考えています。

