



人生を決める
「成長スイッチ」をONにする

著者：古川武士
出版社：PHP研究所
価格：1,296円（税込）



「山登りタイプ？」

それとも「波乗りタイプ？」



事業承継をテーマにセミナーをさせて頂く機会が増えてきました。創業以来、後継者育成や、後継者を支える経営幹部を育成するコンサルティングをおこなっているため、多くのことが複雑に絡み合った事業承継について当方が関わった事例をもとにお話しさせて頂いています。

事業承継セミナーでは、会社のビジョンを考えたり、自らの目標設定をおこなうことが多いです。その中で、必ずお伝えするのが本書に書いてある、「山登りタイプ」と「波乗りタイプ」です。

山登りタイプは、目標を明確に描き、それを実現させる詳細な計画を元に、行動や習慣を繰り返し、着実に行動し理想を追求するタイプ。一方で、「波乗りタイプ」はプロセスを細かく決めず、大きな方向性だけを定めて、人との出会いや機会・自分の直観を元に臨機応変に行動し理想を追求していくタイプ。

どちらが正解という訳でなく、両方とも組み合わせの方がよいということをセミナーでお伝えしています。事業承継に限らず、経営計画セミナーや、目標設定セミナーでもこのテーマでお話しすると多くの方が、「波乗りタイプ」に手を挙げられます。ただし、経営者や経営幹部になられる方としては、山登りタイプにも意識を向ける必要があり、山登りタイプを経営に取り込む、ガントチャート式年間計画などをセミナーでお伝えしています。

本書では、「山登りタイプ」「波乗りタイプ」以外に、習慣化のコツなどのノウハウが掲載されています。経営者ならずとも、働く人にとっても役立つ一冊だと思います。

Writer 吉田 英憲

大手電機メーカーでITソリューションの営業、市場調査、経営企画などの業務を経験。現在は、ビジネスプランの作成支援の他、採算分析を踏まえた赤字企業の立て直し、業務効率化(IT活用含む)、後継者の立場に立った事業継承などの支援を行っている。中小企業診断士

ライザップの経営戦略



「結果にコミットする」というCMでおなじみのライザップ。首都圏で電車に乗った際、ライザップ料理の広告を見て「ライザップで料理!？」と驚きました。というのも、ライザップ=高単価というイメージがあり、誰が30万という高いお金を出して料理を習いたいんだろう?、体重や体脂肪と違い料理が上達するという結果ってどうコミットするのだろうか?、トレーニングジムのノウハウは料理教室に活かせるのだろうか?という疑問があったからです。今回は、様々な新事業を展開しているライザップについて考察したいと思います。

事業領域は自己投資産業

ライザップの事業領域は、自己投資産業。ダイエット、ゴルフ、英会話など、ライザップが展開する事業は全て、生きるために必要なモノ・サービスではなく、自己投資産業に分類されるものという共通点があります。これは、世の中が豊かになるにつれて「自己実現欲求」が高まっており、自己実現のための投資を惜しまない層が増加しているという現代ならではの背景をふまえた事業領域といえます。社長は、「時計、バッグ、クルマなど、他の自己投資の手段(自分の価値を高めるための支出)がライバル」と言っており、価格も強気の高単価となっています。ちなみに、高単価については、自己投資産業が事業領域であることから、顧客層はある程度の生活に余裕のある方や富裕層をターゲットとしていることも理由として考えられますが、ブランドの名声価格戦略と「これだけ払ったんだからやらなきゃ!」という顧客心理を引き出す効果もあると考えます。加えて、全額返金保証をしているので入会時の心理的なハードルを下げる工夫も見られます。

やりきらせる力を支える人材

ライザップの強みはやりきらせる力です。マンツーマン指導だけでなく、普段の状況もメールで細かく報告させるという徹底した伴走型のサポート。社長は、「世の中は努力と比例することだらけなのに、努力をサポートするサービスはほとんどない。」と言っており、当社の強みはトレーニングノウハウではなく、このサポート体制なのだと言えます。(実際に社長は、トレーニングメソッドはよいものがあれば変えても構わないと言っています。)さらに、この強みの源泉となるマンツーマンサポートをおこなう人材も非常に重要です。専門スキル・知識に加えコミュニケーション能力も求められるポジションなので、それを全て持ち合わせた人材をいかに採用し、品質を保つかというのが経営の生命線ともいえます。ライザップ料理教室では、トレーナー採用に300人以上の応募があり採用率は数%程度だったそうで、品質を保つための採用基準のハードルが高く設定されているようです。

ライザップ料理に活かされているノウハウ

結果が目に見えて分かりやすいトレーニングジムと違い、料理の上達度はどう判断するのかという点で、「数値化する」「マンツーマンでサポートする」というノウハウが活かされています。「数値化する」に関しては、1回目のレッスンで25種類の食材と25種類の調味料を使って自由に料理を作る「料理診断テスト」がおこなわれます。作ることができた品目数を5点満点で採点し、レベルや弱点を数値化し目標を設定するというシステムで、コース終了時に同じテストを行うことで、達成度も可視化・数値化できるようにしているそうです。また、「マンツーマンでサポートする」については、毎日の料理をメールで送付し、それに対してトレーナーからフィードバックをもらうということを2か月続けるというものです。結果として2か月で100種類の料理ができるようになった事例もあるようです。

社長曰く、「ダイエットが成功しないのはやり方が間違っているか、続かないかという2つの理由。前者に対して正しいやり方を教えてくれることはあっても、後者の続かないことをサポートしてくれるところはなかった。このような3日坊主市場には海外も含め巨大なマーケットがある。」とのこと。3日坊主市場という目の付けどころが非常にユニークだと感じました。今までそこにあったものを新しい切り口で見直してみる。そんな柔軟な発想力が成長の秘訣なのかもしれませんね。

Writer 小倉 綾

百貨店に入社後、仕入、販売や在庫管理販売促進の企画、運営、販売員教育業務や首都百貨店とのコラボレーションショップ店長として新規ショップ立ち上げを経験。現在、流通業やメーカー向けに販売促進や売場改善を中心としたコンサルティングを行っている。中小企業診断士