規格外の成功術

成功習慣病の作り方

川畑秀雄

秀和システム

ブックデザイン　斉藤よしのぶ
編集協力　リバーウエスト　河西　泰

規格外の成功術◎目次

はじめに 008

◈規格外の発想と行動こそが、未来を変える力となる 008

第1章 規格外の発想と行動 019

◈初めての起業でも日々の本気の努力があれば必ずチャンスを掴める 020

◈仕事で稼いだお金は感謝された数を表す指標である 031

◈企業経営者とくらべて個人事業主の95パーセントが成功できない理由 038

◈商売成功のカギはお客様に感動と大満足を与え心から感謝されること 048

第2章 規格外の自分マニュアル

059

◈マニュアルを超えた自分のマニュアルこそがお客様の心を掴む 060
◈「接客の原点」は感謝・掃除・時間　学ぶべきはお客様の重み 074
◈受付の重要性を知らない人間は決して成功できない 083

第3章

規格外のチームづくり

093

◈ 傲慢さは身を滅ぼし、試練は人間を成長させる　094
◈ 本気のチームは不可能を可能にし、より大きな成功に近づく　110
◈ 大きな変化のチャンスを逃さないためには、時代の流れを見通す視点が不可欠

第4章 規格外の人脈づくり 141

◈成功者との人脈をつくり、自らも成功したいなら、ナンバーワン芸者になろう 142
◈恵まれた環境に満足せず、ASEANの子どもたちから仕事に対する情熱を学ぼう 155
◈継続こそが成功のもと、夢のために情熱を惜しまない〝成功のストーカー〟を目指そう 165

おわりに 174

◈感謝の心が足りない人間、親孝行ができない人間は成功者にはなれない 174
◈川畑秀雄プロフィール 196

はじめに

規格外の発想と行動こそが、未来を変える力となる

昨年11月に日本でも公開され、大ヒットした映画『ボヘミアン・ラプソディ』の中に、実に印象深いシーンがあります。

イギリスの男性4人組ロックバンド・クイーンでリードボーカルを務めたフレディ・マーキュリーが主人公なのですが、恋人に新しいバンド名が「クイーン」であると伝えたあと、こう言ったのです。

「そう、〝女王陛下〟という意味だ。規格外だろ？　俺は誰よりも規格外だからね」

フレディ・マーキュリーだけではなく、クイーンもまた、まさしく規格外の伝説的なロックバンドへと成長し、世界中のファンを魅了しましたが、私はそのセリフに心から共感しました。

なぜなら、普通の人では想像もつかない、規格外の発想と行動こそが未来を変える力になると考えているからです。

たとえば、日本では、ソフトバンクグループの創業者である孫正義（そんまさよし）さんがそれを体現した成功者の一人と言えるでしょう。

国内初のポータルサイト「Ｙａｈｏｏ！ＪＡＰＡＮ」のサービスを開始、ブロードバンドや携帯電話事業への参入、ｉＰｈｏｎｅの独占販売など、他のどこよりも早く、次々と新規事業や投資に着手してきました。

そして、ご存じのように、実際に成功を収め、今では当たり前のように、世の中に定着しています。

いわば、孫正義さんは未来を変えたわけですが、それもすべては規格外の発想と行動があったからこそなのです。

私もまた、これまでの人生においてさまざまな夢を持ち、その一つひとつを実現させてきました。

その根底にあるのは、やはり規格外の発想と行動です。

そうした数々のエピソードについては、本書の随所に書かせていただきますが、私が規格外の発想と行動を身につけた原点を挙げるとしたら、少年時代にまでさかのぼります。

私は、神奈川県横浜市のとても貧しい家庭で生まれ、両親と姉と私の4人で暮らしていました。

子どもの頃から、お年玉やお小遣いをもらったこともなければ、誕生日や七五三のお祝いをしてもらったこともありません。

父は職人でしたが、「飲む、打つ、買う」を地で行き、仕事をしない、家族に暴力をふるう、借金を重ねるような人でした。

家の中が、差し押さえの赤札だらけになることもありました。

子どもの頃の父との思い出といったら、ギャンブラーでしたから、競馬場に一緒に連れて行ってもらったり、パチンコ店に行って、店内で玉拾いをさせられたことぐらいです。

ただ、パチンコ玉をたくさん拾って父のところに持って行くと、ジュースをもらえ

たので、

「何かをするために行動すると、ご褒美がもらえる」

ということ、つまり「仕事をする」という感覚を、そこで吸収することもあったのではないかと思います。

父がそういう人でしたから、必死にお金を稼いでいたのは母でした。

朝から晩まで、ほとんど寝る間を惜しんで、頑張って働いていました。

毎日、午前4時前に起き、新聞配達をして、家に帰ってきたら、朝食の準備と洗濯をします。

昼間はお弁当工場とアルミホイル工場で働き、夕方にまた家に帰ってきて、子どもたちに夕飯を食べさせたあと、午後7時から12時まで、食べ放題のバイキングがメインのレストランで皿洗いをしていました。

私もレストランに一緒についていき、余り物をもらったことを覚えています。

母の姿を間近で見ていたら、私としても、

「何とかしてお金を稼ぎたい！」

という気持ちにならないわけがありませんでした。
母の新聞配達を手伝ったり、いろいろなことをしました。
そうした中、小学4年生のとき、私の頭の中に一つの発想が浮かんだのです。
それは、カブトムシを販売するということでした。
少年時代、山の中にカブトムシを採りに行った経験がある人は結構いるかと思います。
ただ、ほとんどの人たちにとって、それはあくまでも趣味や遊びに過ぎず、夏休みにせいぜい2、3回行った程度ではないでしょうか。
おそらくカブトムシも大して採れなかったはずです。
それに対して、私は生きるために、何としてでもお金を稼がなければなりませんでした。
つまり、カブトムシの採集を仕事として捉えていました。
そのため、山の中に入って周囲を見渡す感覚も、普通の人たちとはまるで違っていたのです。

当時、私は毎日、山に一人で行きました。

誰もいない夜中に懐中電灯を照らしながら歩くと、木々を一本一本集中して見極めることができました。

そうすると、木によって、カブトムシが集まる場所や蜜の出具合などが違うということがわかってきて、

「この木の場合、下よりも上にカブトムシがたくさんいそうだな」

「砂糖水を塗れば、この木はもっとカブトムシが採れそうだ」

といった具体的な判断を下せるようになりました。

前日のうちに下準備を済ませたら一旦帰宅し、午前4時に起きて、また一人で山の中に入っていくのです。

時折、野犬やスズメバチに追われることもありましたが、まったく怖くはありませんでした。

私にとって、それはお金を稼ぐための仕事だったからです。

もし趣味や遊びとしか考えていなかったとしたら、そこまですることはなかったで

しょう。

こうして、大量に採集したカブトムシは、主に地元のペットショップや近所の子どもたちに販売していました。

ペットショップの場合、事前にカブトムシの販売価格をチェックして、相場を把握してから行きました。

そして、たとえば1匹２００円だとしたら、

「このカブトムシを1匹50円で買い取ってくれませんか？」

と提案するようにしていました。

子どもたちに対しては、その相場を販売価格として伝えていました。

中には、まとめ買いをしてくれる子もいて、その場合は3匹５００円で売ったりすることもありました。

そのとき、私が子どもたちに販売しに行く場所としてターゲットに絞ったのが、地元のゲームセンターでした。

毎日のように、数多くの子どもたちが集まってくるうえ、ゲームを何度もするので、

必ずお金を持ってきているからです。

当時、自分で採集したカブトムシを販売するような小学生は、周囲に一人もいませんでした。

普通の小学生の場合、自分のために2、3匹採るぐらいでした。中には、自分で採ることが苦手な子もいました。

私のような発想と行動は思いもつかなかったでしょうし、仮に真似しようとしたところで、到底できるわけがなかったのです。

だからこそ、そうしたことを続けているうちに、

「アイツはまるでカブトムシ屋さんのように、カブトムシをたくさん持っている。アイツのところなら、気に入ったのをいろいろ選べるんじゃないか」

という噂が口コミでどんどん広がり、元手がタダのカブトムシが売れに売れることになりました。

その結果、親からお小遣いをもらったことなどなかった私が、「月収4万円を稼ぐ小学4年生」になったのです。

ラーメン一杯２５０円の時代にも関わらずです。

おかげで、一人で映画館に映画を観に行ったり、地元の横浜名物・崎陽軒（きようけん）のお弁当をお腹いっぱい食べることができました。

ゲームセンターでも好きなだけゲームができたので、上達するスピードも速く、ゲームをやらせれば、常に一番の腕前になりました。

そんな小学生は私だけでした。

当時の私は、もちろん、マーケティングや仕入れ、卸販売、直販、顧客サービスなどという言葉を知りませんでした。

しかし、実は、それらを無意識のうちに実践することによって、〝仕事〟として成立させていたのです。

山の中の木々にどれだけのカブトムシが集まるのか、ペットショップでの販売の相場はどれぐらいなのか、近所の子どもたちが買ってくれる場所はどこかという「マーケティング」。

カブトムシを大量に採集する「仕入れ」。

ペットショップに対する「卸販売」。
子どもたちに対する「直販」。
まとめ買いをしてくれた相手に割引を行う「顧客サービス」。
まだ小学4年生だというのに、そこまでできたのは、とにかくお金を稼ぐことが大前提としてあったからですが、今振り返ると、そのとき私の中に、未来を見通す目線も自然と生まれていたのかもしれません。
今、何が求められているのか？
求めている人にそれを届けるためにはどうすればいいのか？
届けた相手に喜ばれるだけではなく、ちゃんとお金を稼ぐこともできるのか？
当時は小学生という狭い枠ではありましたが、私はこのように未来を見通し、同世代の子どもたちがまったく想像もつかない発想と行動によって、実際にお金を稼ぐことができたのです。
未来を見通す目線は〝プロの目線〟と言い換えてもいいでしょう。
カブトムシの採集に関して、仕事として成立させた私は、いわばプロフェッショナ

ルでした。

その一方、趣味や遊びとしか考えられず、私から購入することになった普通の小学生たちはアマチュアだったというわけです。

こうしたことは、言うまでもなくビジネスにも通じます。

さまざまなビジネスを進めていくうえで、常日頃から〝プロの目線〟を養い、確固たるものにしておくことは非常に大切です。

それによって「規格外の発想と行動」が生み出され、未来を変える力となり、成功へとつながっていくのです。

本書は、こうして小学生の頃にビジネスに目覚めた私が、これまでどうやって苦難を乗り越え、現在の成功にたどり着いたかを記したものです。

本書を通して読者の皆さんが、成功への第一歩として、規格外の発想を持つ一助になれば光栄です。

第1章

規格外の発想と行動

初めての起業でも日々の本気の努力があれば必ずチャンスを掴める

私は中学時代から、

「将来は会社を起業して、社長になる！」

という夢を持ち、そのためには、

「18歳までに運転資金として５００万円を貯める」

という目標を立て、朝から晩まで数々のアルバイトをこなした結果、実際にそれを達成することができました。

そうなると、次はどんな事業を手掛けるかです。

毎日のように私は、

「初めての起業で、成功するためのポイントは何だろうか？」

と探し続けていました。

ちょうどそのとき、ある雑誌を読んでいたら、シャッタービジネスに関する広告が目に留まったのです。

そこには、

「シャッターに広告を載せてみませんか？」

というコピーが記されていました。

シャッタービジネスとは、店舗のシャッターに宣伝用のセラミックフィルムを貼り付けるというビジネスのことです。

当時、アメリカで流行していた「シャッターメディア」という広告方法だったのですが、日本ではまだそれほど知られていませんでした。

そのアイデアを日本のとある会社がアメリカから持ち込んで、ビジネスを展開していました。

その一環として、雑誌に広告を出していたというわけです。

私はそれを見た瞬間、

「これは日本でも流行る。大チャンスだ！」

と直感しました。

ただ、雑誌に掲載された広告は、あくまでもシャッターに広告を載せたい店舗に向けただけのものでした。

特に、代理店を募集しているわけではなかったのです。

しかし、私はまったく躊躇しませんでした。

せっかくのチャンスをみすみす逃すわけにはいきません。

その会社は大阪の梅田にあったのですが、

「よし、これで一発勝負してやろう！」

と意気込んだ私は、初めての起業のために貯めた運転資金５００万円を手に、大阪まで乗り込んだのです。

その会社の担当者は、いきなり押しかけてきたうえ、まだ18歳という若さの私に驚いていました。

しかし、私が資金を持っていることを告げると、関東の代理店としてシャッタービ

スネスを手掛けることを許可してくれたのです。

その際、技術を学ぶために、３日間ほど研修を受けました。

代理店になるためには、専門の機材も購入する必要があったのですが、その金額は約４８０万円でした。

つまり、機材を購入したところ、手持ちの運転資金のほとんどがなくなってしまったのです。

そのため、会社の事務所としてどこかを借りる余裕はなかったので、まずは当時住んでいたアパートを拠点にしました。

こうして、私が人生で初めて設立することになった会社「川畑プランニング」がスタートしました。

中学時代からずっと抱き続けていた「社長になる」という夢を、ついに実現させたのです。

ところが、いざ始めてはみたものの、営業成績は散々なものでした。

最初の３か月間で取れた契約の件数は、なんとゼロだったのです。

もちろん契約を取るために、毎日毎日、飛び込み営業をしていました。
シャッターに広告を出してもらうことが仕事ですから、シャッターがあるお店に飛び込んでは、
「シャッターに広告を出せば、お店が閉まっていても、24時間ずっと宣伝することができますよ！」
とアピールしてまわったのです。
毎日、商店街を3か所ぐらいまわっていました。
それぞれの商店街に１００ぐらいのお店がありましたから、１日３００店舗は飛び込んでいたのではないでしょうか。
でも、ことごとく断られました。
「このパンフレットを営業ツールとして持っていって、こんなふうに説明したら、きっと広告を出してくれるだろう」
と、自分なりに考えて営業していました。
しかし、話を聞いてもらうこと自体が難しいわけですから、一向にうまくいきませ

んでした。

世の中は、そんなに甘くはないということを痛感させられました。

確かに、断られる理由はありました。

いくら私が、

「川畑プランニングの社長です」

と言っても、まだ18歳の若造です。

「こんなヤツが社長なのか……」

と不審に思われ、

「お前、高校は出たのか？」

と聞かれて、

「出ていません」

と答えたら、信用もされません。

一般の人たちの多くは、

「いったいこいつは何を考えているんだろう……」

と呆れるのが当たり前のはずです。
だから、来る日も来る日も、飛び込み営業の先々で、
「うるさい！　いいから、出て行け！」
「お前、また来たのか⁉　いい加減にしろ！」
などと言われ続けたのです。
４８０万円も出して、契約が１件も取れないのですから、頭を抱えるほかありませんでした。
しかし、私は決して諦めませんでした。
「やはり自分のやり方に問題があるのか？　もしそうだとしたら、どうしたらいいのか？」
と考え続けていたとき、ふとあることを思い出したのです。
それは、中学時代に毎週のようにテレビで観ていた「宮尾すすむのああ日本の社長」の中でのワンシーンでした。
ある社長が自身の経験から、

「とにかく掃除をすることが大事です」
と話していたのです。
そこで私は、
「掃除を営業に採り入れたらいいのではないか」
と考え、すぐに行動に移しました。
一度断られたお店に、ホウキとチリトリを持って、改めて営業に行くことにしたのです。
最初はやはり、
「また来たのか⁉」
という顔をされ、まるで相手にしてもらえませんでした。
それでも、頼まれているわけでもないのに、お店の前を掃除しながら、道行く人たちに対して、
「いらっしゃいませ！」
と声を掛けるようにしました。

同時に、そのお店の紹介などをしていました。
「話を聞いていただけるまで、掃除をしていますから」
と伝えて、商店街にあるいろいろなお店の前で、同じことを何度も何度も繰り返しました。
そうしているうちに、ついに日々の努力、それも本気の努力が実って、
「あなたは面白い人だね。そこまで熱心にやっているのなら、話を聞いてあげるから来なさい」
と言ってくれるお店が現れたのです。
それまで7回は訪れたお店でした。
私は、そこのご主人に対して、シャッターメディアについてとにかく一生懸命説明しました。
そして、ついに40万円近いオーダーを取ることができたのです。
私にとって、人生で初めての受注でした。
まだ18歳で、飛び込み営業の経験はなく、誰に教わるわけでもなく、とにかく私自

身の感覚でやり続けてみたところ、一つの結果を出したのです。

すごく嬉しかったことを覚えています。

その後も、そのご主人からは、

「面白い若者がいるぞ」

と、同じ商店街の他のお店をいくつも紹介していただき、話を聞いてもらえるようになりました。

今でも、そのご主人には、心から感謝しています。

また、それ以外の断られ続けていたお店にも再び足を運びました。

オーダーが取れたお店のシャッターの写真を見せ、

「ぜひ現場に一緒に見に行きましょう」

と言って、連れて行くこともありました。

そうすることによって、オーダーを積み重ねていきました。

次第にシャッターメディアは口コミでも広がり、毎月30件以上のオーダーを取れるようになりました。

さらには、商店街単位や自治体単位でオファーが来たりしました。私の会社の規模ではすべてを賄いきれないため、断わざるを得ない大型の案件が来るなど、各方面で評判になったのです。

やがて会社はセラミックフィルムを貼り付ける職人を5、6人雇えるまでになり、軌道に乗っていきました。

私にとっては、初めての起業であり、初めて手掛ける事業でしたが、数多くのお客様に営業して、商売として成立させる難しさとありがたさを心から実感できる日々でした。

そして、たとえ初めてでも、日々の本気の努力があれば、必ずチャンスを掴むことができる。

そう実感した日々でもあったのです。

仕事で稼いだお金は感謝された数を表す指標である

今の世の中では、お金を稼ぐことについて、あまり良くない印象で語られることが多いようです。

しかし、私の経験から言わせていただくと、それは違います。

現実として、お金があるからこそ、何かの役に立てたり、誰かを救えることがたくさんあるのです。

医師の方からうかがった話によると、自分の子どもが癌（がん）になり、医療費が５００万円かかると聞いた親は、必死にお金をかき集めようとしますが、反対に、親が癌になり、医療費が必要だと聞いた子どもが、５００万円を出そうとすることはほとんどないそうです。

それに対して、親や子どもの立場は関係なく、すでにかき集めるまでもないほどのお金を持っている人であれば、何の問題もなく、医療費を払うことでしょう。

つまり、お金があることで広がる選択肢は確実にあるのです。

日本でも、ボランティア活動に関心を持つ方が増えていますが、よくよく聞いてみると、自分の食い扶持も稼げていないのに、寄付金集めに必死になっているといった話が多くあります。

それでは順番が逆なのです。

まず、本気でお金をたくさん稼ぎ、そのお金を社会に還元すればいいのです。

使い道が思い浮かばなかったとしても、税金を払うことだって社会への還元なのです。

自己満足ではなく、本当に社会のことを考えたら、どちらが本来のあるべき姿かわかるはずです。

お金を稼ぐ能力がある人は、その道をしっかりと進み、社会に貢献していけばいいのです。

お金を稼がないことは人の道に反する――。

誤解を恐れずに言えば、私はそのように考えています。

私自身、子どもの頃から本気でお金を稼ぐために働いてきました。

たとえば中学生の頃は、年齢をごまかして、コンビニエンスストアのお弁当を作る工場でアルバイトをしていました。

当時、昼間の時間帯が時給４２０円くらいだったのに対して、深夜は時給６５０円くらいでした。

深夜の方がかなり高かったため、週３回ほど、夜の12時から翌朝の５時まで働いていました。

仕事が終わると、そのまま寝ずに中学校に通っていました。

６時からテニス部の朝練（あされん）をこなしたあと、授業中はいつも〝睡眠学習〟でしたから、勉強した記憶はほとんどありません。

それでも、先生方は私に対して何も言いませんでした。私の家庭が貧乏であり、私がお金を稼がなければならない環境にあることを理解していたからです。

夏休みは、ほとんど毎日、昼間の時間帯も働き、月に15万円くらい稼いだこともあります。

そして、中学生の身でありながら、毎年の正月には、両親と姉に1万円ずつお年玉をあげていました。

なぜ、これほどまでに働いたかというと、もちろん家庭の事情もありましたが、中学生の頃から、

「将来は社長になりたい！」

という夢を持っていたからです。

その一番のきっかけは、当時、毎週水曜日に放送されていた「宮尾すすむのああ日本の社長」という、朝のワイドショー『モーニングショー』の人気コーナーを観ていたことです。

これは、タレントの宮尾すすむさんがリポーターとして、日本全国のいろいろな社長のもとを訪れ、その体験談を紹介するという企画でした。

その中で、ワタミやイエローハット、本間ゴルフなどの社長の若かりし頃の姿も紹

介されていました。

毎週欠かさず観ていると、だいたい社長というのは、一代で会社を大きくしていく中で、寝ずに働いたり、食べるものを我慢したり、家族にも迷惑をかけたりと、必ず何かで苦労していました。

そして、失敗を3、4回して、倒産や自己破産なども経験しますが、それでもなお、再び這い上がっていくということがわかりました。

「この人たちはすごいな！」

と驚嘆した私は、15歳のとき、このように心の中で誓ったのです。

「今の時代、猫も杓子も大学に行くけれど、ほとんどの人間が社長にはなれないだろう。だったら将来、失敗してもいいから、自分は独立して社長になり、大きなことをしていきたい！」

ただ、いくら夢があっても、まずはお金がなければ話になりません。

そのことは、「宮尾すすむのああ日本の社長」をずっと観ているうちに、私自身、十分理解していました。

そこで、まだどのような会社を起業するかは決めていませんでしたが、とにかく運転資金を貯めようと決心しました。

「18歳までに500万円貯める」という目標を立て、中学を卒業してからも、アルバイトを掛け持ちして働き続けました。

一番ハードだった時期は、朝3時から7時まで横浜の中央卸売市場で働き、それが終わるとオートバイで本牧埠頭に移動し、午前8時から夕方の5時まで海外から来たコンテナをチェックする仕事をしていました。

本牧埠頭で少し仮眠したあと、またオートバイで移動し、その途中で銭湯に入ったら、午後6時から9時までは横浜駅近くの手打ちうどん屋で、10時から翌朝1時までは居酒屋で働いていました。

たまに夜に働かないときも、身体を休めることなく、ディスコで踊っていました。

そうした仕事づくめの毎日の繰り返しでしたから、一日の睡眠時間は平均して3時間もありませんでした。

こうした睡眠時間は今現在も変わりませんが、まったく苦になりません。普通の人

からは考えられない、規格外の体力とスタミナを当時からすでに身につけていたのだと思います。

私は18歳のとき、目標通り、５００万円を貯め、事業を起こしました。そして、それ以降も本気で働き、本気でお金を稼いできました。

だからこそ、これまで自分が抱いてきた多くの夢を叶えるとともに、日本各地の被災地やＡＳＥＡＮ諸国に対する支援や寄付、ボランティア活動などもできています。

つまり、お金を稼ぐことは、自分や家族の生活を安定、向上させるだけではなく、世の中を救うことにもつながり、たくさんの感謝を生み出します。

仕事で稼いだお金は、「感謝された数を表す指標」ともいえるのです。

企業経営者とくらべて個人事業主の95パーセントが成功できない理由

私は、これまで数々の会社を立ち上げ、経営してきました。

そうした中、同じ経営者の目線を通して、何百人にも及ぶ個人事業主と企業経営者を見てきました。

そこで常に感じてきたことは、個人事業主と企業経営者には大きな違いがあるということです。

それぞれが経営者であることには、変わりはありません。

ところが、企業経営者よりも、個人事業主の方が仕事が少なく、経営が苦しい人が多いのです。

従業員は自分一人しかいないのにも関わらず、自分の食い扶持さえ稼ぐことができ

ない人たちもいます。

つまり、企業経営者とくらべると、成功している確率が非常に低いのです。

それはなぜだか、わかりますか？

それには理由があるのです。

個人事業主の方々と話をすると、

「好きな仕事を自分のペースでやりたい」

「好きなお客様だけと仕事をしたい」

と口にする人が多いことに驚きます。

もしもこの言葉を、社員やアルバイトが社長に向かって発したとしたら、どうなるでしょうか？

クビになってもおかしくありません。

たとえば、そうした意識を持っている個人事業主に対して、お客様からクレームが来たとします。

当然、自分一人で対応しなければいけないのですが、どうしても嫌な仕事を避けよ

うとする傾向があるようです。

そこで、ろくに謝ることができないうえ、ちゃんとしたフォローをすることもできません。

もっとひどい個人事業主になると、クレームの対応さえしようとしない人がいるほどです。

すべてを自分の好き嫌いで考えてしまい、結果的に、お客様をないがしろにしているというわけです。

個人事業主は、そういうときこそお客様のもとへ何度も足を運び、謝罪とフォローをすべきなのです。

そうすれば、逆に、イメージが回復するどころか、イメージアップする可能性もあるでしょう。

それは、売上アップにもつながり、個人事業主から、数多くの部下を持つ企業経営者に変わることさえあるかもしれません。

つまり、そのチャンスをみすみす逃しているのです。

では、これが個人事業主ではなく、一般の企業だったらどうするでしょうか？

お客様からクレームが来たら、担当者や責任者が迅速に対応し、しっかりと謝罪とフォローをするはずです。

さらに、お客様が満足し、感謝してもらえるように、誠実な対応を行います。

本来は、そうしたレベルまで持っていくことが不可欠であり、それを〝仕事〟と呼ぶべきでしょう。

そして、プロの使命として実践し続けるのが、企業なのです。

今から25年ほど前、26歳の私がMバーガーの2店舗のフランチャイズオーナーをしていた頃の話をしましょう。

当時の私の拠点は仙台でしたが、仕事で東京に出張中に、仙台鷹乃杜店で商品を購入したお客様からクレームが入ったのです。

それは、「テイクアウトして帰ってみたら、袋の中に、サラダに使うはずの和風ドレッシングが入っていなかった」というものでした。

Mバーガーの本部から連絡があり、

「クレームしてきたお客様が『今すぐオーナーを呼べ！』と言っています」
とのことでした。
ただ、私は当初、
「今は東京にいるので、明日行きます」
と伝えました。
それでも本部からは、
「今から戻って、対応してほしい」
と言われました。
そこで、私はすぐに新幹線に飛び乗り、仙台へと向かったのです。
そして、お客様に丁重に謝罪し、お詫びとしてMバーガーのマグカップをお渡ししました。
クレームについては、心ゆくまで話していただき、ずっと聞いてあげることを心掛けました。
その結果、お客様には十分満足していただけました。

さらに、それ以降、長きにわたって、店のお客様であると同時に、お店のファンになっていただけたのです。

これは、私が心から、

「Mバーガーのフランチャイズオーナーをしていてよかった」

と感じた出来事でした。

また、このようなこともありました。

当時、私は仙台鷹乃杜店の他に、横浜千丸台（せんまるだい）店を経営していました。

この横浜千丸台店について、お客様からのクレームがかなり増えていた時期がありました。

そのとき、オーナーである私と社員が本部に呼ばれ、4日間の研修を受けることになったのです。

まず1日目は、メンタルや仕事のあり方に関する研修でした。

翌日からの3日間は、本部のクレーム電話処理の受付を担当しました。

そこで、クレームの電話を掛けてくるお客様に対する接し方や、お客様の側に立っ

て物事を考えることなど、有意義なことをたくさん学びました。

そうしたお客様の気持ちを理解し、そのことをノートに記入しているうちに、私は涙を流していました。

Mバーガーの仕事に携わる者として泣きながら、

「クレームをゼロにする！」

という強い気持ちを持つことができたのです。

組織のルールに従う中で、従業員一人ひとりが使命感を持ち、お客様の気持ちをすべて理解し、感謝される仕事をすることによって、会社は繁栄します。

私は、そうした大事なことをMバーガーで学んだのです。

これは私の人生にとって非常に大きな経験であり、現在のお客様に対する仕事ぶりにも生きていると感じています。

もちろんこうしたことは、一般の企業とは異なり、個人事業主ではなかなか体験できないことです。

「企業」と「起業」は、読み方が一緒です。

しかし、意義はまったく違います。

前者は、優れた能力や責任感を備えた人材を数多く育成し、常に繁栄や倒産のことを考えながら、成長していかなければいけない組織です。

それに対して、後者の場合、起業した個人事業主の能力次第で、自分自身の人生のすべてが決まります。

個人事業主は、それだけ経営上のリスクが高いため、そのことを肝に銘じないといけないのです。

私は、決して個人事業主の悪口を言っているわけではありません。

個人事業主の95％が、経営難に陥り、失敗しているというデータがあるのも事実なのです。

実際に私は、起業してからわずか1年で失敗し、またサラリーマンに逆戻りする人を数えきれないほど見てきています。

それでも、今後も、サラリーマンをはじめ、起業しようと考える人たちが出てくることは間違いありません。

そうした人たちには、以下の3つのポイントに関して、自己判定することをおすすめします。

① 今現在の仕事において、いつもお客様に元気な挨拶ができて、自分自身がお客様に勇気を与える存在になっている

② 一緒に働く仲間から愛され、尊敬され、人間関係がうまくいっている

③ 自分がミスしたとき、素直に認めて謝り、改善に向けて、全力を尽くすことができる

該当しないものが一つでもあった場合は、先述した個人事業主の95％に含まれることは確実です。

一方、もしすべてに該当し、起業してからもそれらを実践し、向上させていくことができたら、事業も成功することでしょう。

つまり、個人事業主の残り5％を占める成功者の仲間入りを果たすことができるのです。

では、そうした人たちが、さらなる成長を目指していくとしたら、どうすればいい

でしょうか？

個人事業主は経営している期間が長くなればなるほど、仕事が減っていく傾向があります。

だからこそ、起業してから2年以内には、立場を個人事業主から企業経営者に変え、企業化を実現させることが重要です。

そのためにも、経営者の手腕として、

・社員を雇用できるまでの力をつけること
・社員をしっかりと育成すること
・社員が優秀になる仕組みを作ること
・企業が一丸となって仕事に取り組み、お客様を大切にすること

などが求められるのです。

商売成功のカギは お客様に感動と大満足を与え 心から感謝されること

私は18歳のとき、中学時代から抱いてきた、

「会社を起業して、社長になる！」

という夢を叶えました。

まだ日本では珍しかったシャッタービジネスの会社を設立し、一生懸命働き、軌道に乗せることができたのです。

そして、私がいなくても会社がまわるという経営状況まで成長させたとき、次の夢に向かうことにしました。

それは、

「将来は飲食業を手掛けたい！」

というものでした。

そこで、私が19歳のとき、会社のあらゆる仕事を優秀な従業員に任せることにしました。

そして私は飲食関係の勉強をするために、とんかつ屋チェーンのお店でアルバイトを始めたのです。

そのとんかつ屋チェーンは全国的に有名で、当時でも全国に30店舗以上のチェーン店がありました。

私は、その中の横浜にあるお店に勤めました。

アルバイトとして入店した当時、そのお店は売上の数字がそれほどよくありませんでした。

店長はパチンコが大好きなのでパチンコ店にいることが多く、現場にはあまりいなかったのです。

だから、そうならざるを得なかったのかもしれません。

そのため、次第に私が原価の計算やアルバイトのシフト管理などを担当するように

なりました。

ところがある日、突然その店長が辞めてしまったのです。

そうなると、誰かがこの店を仕切らなければなりません。

チェーンの本部から言われたのが、

「社員はいないけど、川畑君に本格的に店の管理を任せるから」

ということでした。

こうして、私は、とんかつ屋チェーンのアルバイト店長に就任することになったのです。

当時、私が自分のシャッタービジネスの会社からもらっていた月収は１７０万円でした。

アルバイトを始めたあとも会社を辞めたわけではないので、何もしなくても、それだけの給料を手にしていました。

とんかつ屋では、基本的に他のアルバイトは時給８００円だったのに対して、アルバイト店長の私だけが時給１５００円になったのです。

使命感に駆られないわけがありません。

店を仕切る立場になった日を境にして、

「どのようにして売上をアップさせるか」

と、それまで以上に頭を働かせ続ける日々が始まりました。

売上をアップさせるためには、まずはお客様に足を運んでいただかなければなりません。

そのためには、店側の人間が本気で考え、アイデアを生み出し、工夫することを繰り返していくしかありません。

そうした中、私は一つのアイデアを思いついたのです。

私が店長を務めるとんかつ屋は、ビルの4階にありました。

そこは、飲食店が何店舗か入っているフロアで、ほとんどのお客様はエレベーターに乗ってやってきます。

エレベーターから降りると、まず目の前にタイ料理のお店がありました。

それから焼肉店、うなぎ屋、うどん屋の順に並び、一番奥にあるのがうちの店でした。

つまり、行きつけのお店があったり、うちの店を知らないお客様は、どうしても一番奥まで行かないうちに他のお店に入ってしまうのです。

だから、なかなかお客様に来てもらえませんでした。

これでは、うちの店のとんかつがいくら美味しくても、それを知ってもらうことすらできません。

そこで実行したのが、〝サクラ作戦〟でした。

これは、私がたまたま見ていたテレビ番組の中で紹介されたエピソードがもとになっています。

それによると、

「東京・青山にあるソフトクリーム屋さんが、〝サクラ〟を並ばせて行列を作ったところ、売上アップに成功した」

というのです。

そのアイデアをヒントにして、

「では、うちの店でサクラを使う場合はどうしたらいいのか？」

と考えた結果、生まれたのが次のような作戦でした。

まず、サクラ役はアルバイト従業員の男女にお願いし、カップルのふりをしてもらいました。

そして、ビル１階のエレベーターの前に立ち、他のお客様に聞こえるように、このような会話をさせたのです。

「あそこのとんかつ、本当に美味しいね。タレが最高で、すり鉢でゴマをする棒がかわいいんだ」

「うん。ご飯はおかわり自由だし、キャベツも新鮮。あそこのとんかつは日本一美味しいよね」

エレベーターに乗ってからも、

「早く食べたいね～」

というようなことを、二人に言わせました。

そして、４階でエレベーターから降りたら、

「早く急いで、とんかつ屋に行かなくちゃいけないね。でも、その前にトイレに行っ

てくるよ」

「じゃあ、私も」

というやりとりをしながら、トイレに向かわせたのです。

ただ、あくまでもトイレに向かうふりをするだけでした。

その後、サクラの二人には、階段を使ってまた1階まで降りて、同じことを何度も繰り返してもらいました。

すると、とんかつに興味を引かれたお客様がみな、いなくなったカップルのことなど気にせず、どんどんやってくるようになったのです。

当時、店内の客席は36席でした。

それが毎日のようにオープンからラストまですべて埋まり、店の前には常に行列ができるようになりました。

同じフロアを見渡しても、こんな店はうちだけでした。

そのため、店に入ることができなかったり、入店が待ち切れずに帰ってしまうお客様も出てきました。

そうした方々のことを考え、お弁当の持ち帰りをできるようにもしました。

その結果、売上を大幅にアップすることができたのです。

私が店長になる前は、１日の売上は平均20万円ぐら。月平均は６００万円ぐらいでした。

それに対して、店長を任されてからは、１日平均で60万円ぐらいになり、多い日は１００万円に達するときもありました。

月平均にすると１８００万円ぐらいになりました。つまり、売上が３倍になったというわけです。

もちろんその要因として挙げられるのは、〝サクラ作戦〟が成功したことではないかと思います。

そのうえで、初めて店に来てくれたお客様の多くがリピーターになってもらえたことも大きかったのです。

実は、そのために私は、従業員の教育を徹底していました。

数あるお店の中から、うちの店を選んでいただくわけですから、最高のかたちで対

応しなければなりません。

商品はもちろん、おもてなしや空間、愛情といったものすべてを含め、最高のサービスを提供しなければなりません。

その一環として、私は従業員に対して、

「お客様から、『ありがとう』という言葉を1日10回以上もらえるような接客を心掛けよう」

と伝えたのです。

そのためには、どのような接客をすればいいのかも教えました。

そうした指導を行った背景には、ある夏の日に私が感動したラーメン屋での体験があったのです。

そこは老夫婦が経営していた小さなお店だったのですが、私が席に着くと、おばあさんがお水を出してくれました。

すごく暑い日で、喉(のど)が渇いていたので一気に飲み干すと、すぐにコップにおかわりを注いでくれました。

そのときおばあさんが口にした、

「美味しいお水だよ。あなたの元気になるお水だから、何杯でも飲んでね」

このおばあさんの言葉は今でも忘れられません。

私は感動で胸がいっぱいになりました。

そして、ラーメンをいただいたあと、

「日本一美味しいラーメンを食べることができた」

と強く感じたのです。

「この感動はとんかつ屋でも実現できる！」

そう確信した私は、この出来事について、従業員たちに一生懸命話しました。

すると、彼らはみな共感してくれて、

「炊きたてのご飯とシャキシャキのキャベツがありますよ。おかわり自由ですから、どんどん食べて幸せになってくださいね」

と声を掛けてまわるなど、本気の姿勢で接客するようになったのです。

店全体の接客も格段によくなっていき、お客様から「ありがとう」という言葉をた

くさんいただけるようになりました。

店が大評判になるのに伴い、売上もどんどん上がっていきました。

つまり、心がこもった言葉によって、お客様にたくさんの感動と大満足を与えることができたというわけです。

商売というものは、お客様の存在がなければ成立しません。

そして、商売の成功を決めるカギは、経営者である自分自身の気持ちではなく、お客様の気持ちなのです。

たとえ自分はいいと思ったとしても、お客様に感謝されなければ、それはただの自己満足に過ぎません。

お客様に精一杯尽くし、感動と大満足を与え、心から感謝されること。

それこそが、私がアルバイト店長のときに学び、今もなお、大切にしている仕事の理念なのです。

第2章

規格外の自分マニュアル

マニュアルを超えた自分のマニュアルこそがお客様の心を掴む

商売で成功を収めるためには、お客様に喜んでもらうことをまず第一に考えなければなりません。

そのうえで、マニュアルは必要不可欠なツールです。

たとえば、フランチャイズチェーンには、本部が作成した、よく練られたマニュアルが用意されています。

従業員はみな、常にそのマニュアルを頭に入れ、忠実に接客を行うことを心掛けています。

しかし、私は、お客様の心をしっかりと掴むためにはそれだけでは足りないと考えています。

本部のマニュアルを超える、自分の信念に基づいた独自のマニュアルを持つことが大切なのです。

私は25歳のとき、一時期、Ｍバーガーのオーナーをしていたことがあります。

知り合いに、フランチャイズでＭバーガーを５店舗経営しているオーナーがいたのですが、

「１店舗だけ、毎月１００万円の赤字を出している店舗があるんだが、そこのオーナーの権利を２００万円で買わないか？」

と声を掛けられたのです。

通常、フランチャイズの店舗を新規で開業した場合、４０００万円くらいかかると言われています。

４０００万円を償却するのに７年かかるとすると、そのオーナーは７年間給料なしで働かないといけない可能性もあります。

それに対して、今回の話はオーナーの権利の又貸しであり、金額も２００万円で済むわけです。

そこで私は、貯めていたお金の中から２００万円を出し、当時、相鉄線瀬谷駅にあるＭバーガーの中古物件を手に入れました。

もちろん毎月１００万円の赤字を計上していたら、新規開業の場合と同じく、自分の給料を取ることはできません。

しかし、私はそれまでの間、初めて起業したシャッタービスネスの会社や、アルバイト店長を務めたとんかつ屋のチェーン店で、すでに十分な売上の実績を残してきました。

だから、

「それぐらいの赤字だったら、自分の頭を使い、アイデアや工夫を活かしていけば、黒字に転換させることができる！」

という自信を持っていたのです。

その一環として、まずは運営状況を知るために、私は、最初の1か月間、オーナーとして店には入りませんでした。

お客様のふりをして、店に通うことにしたのです。

毎日コーヒーばかり飲んでいたので、おそらく、
「変なお客さんがいるなあ」
と思われていたはずです。
しかし、そんなことは気にせず、私は従業員の仕事ぶりをじっくりと観察することに終始しました。
見たところ、接客自体はまあまあでした。
ところが、パートやアルバイトが、勝手にお店の食材を食べていることがわかったのです。
私としては、
「これはまずい」
と思いました。
何よりも、
「従業員の意識を変えなければいけない」
ということに気づかされたのです。

そして、1か月が経ち、私がオーナーとして店に挨拶に行くと、従業員はみな、目を点にしていました。

毎日コーヒーばかり飲んでいた変な客が、突然目の前に店のオーナーとして現れたのですから、驚くのは当然でしょう。

私はその場で、

「オーナーが見ていないところで、勝手に食材を食べるのは横領ですよ。そのことをわかっていますか?」

という話をしました。

さらに、

「反省の気持ちがあるのなら、罰金として3万円だけ支払ってください」

と伝えました。

みな、嫌がることなく、素直にお金を出してくれました。

私はそのお金を受け取り、彼らの目の前で、ちょうどその当時起こった阪神淡路大震災の義援金として全額寄付したのです。

飲食店の内部で最も多いことの一つとして、従業員に商品を持ち帰られることが挙げられます。

店で販売しているハンバーガーやポテトなどを、

「お金を盗むわけではないし、売れ残ったらもったいないから」

という、自分に都合のよい理由で持ち帰ってしまうのです。

居酒屋でいえば、オーナーの目を盗んで、ビールを飲みながら仕事をしているようなものです。

本来なら、そんなことが許されるわけはありません。

それが許されてしまうのは、お店やチェーンの本部などに、それに対するマニュアルがないからです。

私の店では、常にそういう点のチェックを怠らないようにしました。

さらに、従業員に対する研修も、一生懸命行いました。

挨拶や接客、野菜の洗い方などの指導から始まり、ドアを開けてお客様をお迎えする、傘や買い物袋を預かるといった細やかなサービスを徹底しました。

接客の心得として、

「３００円のハンバーガーの価値以上のものを出しなさい、１５０円のコーヒーの価値以上の空間を作りなさい」

ということを伝えました。

空間作りにも力を入れ、店内に１００万円もする大きな水槽を置いて、熱帯魚を飼いました。

オーダーがたくさん入っている場合は、15分くらい待つことになるお客様が出てきます。

そうした方々の待ち時間の退屈さを少しでも和らげ、楽しんでいただくために設置したのです。

漫画喫茶のように、数多くの漫画も置いて、気軽に読めるようにもしました。

当然、本部からは、

「うちのチェーンの中で、こんな魚がいるような店はない！」

と怒られました。

しかし、私は、

「すべてはお客様に喜んでいただくためです！」

と言って、決して譲りませんでした。

このようにして、接客面の改善はできました。

ただ、もちろん接客をよくすることで売上が上がりはしますが、大幅には上がらないものです。

私がオーナーになった店は、もともとお客様があまり来ていませんでした。

１か月の売上が１９０万円くらいしかなかったため、１００万円の赤字を出していたわけです。

だから、もっと根本的な営業面の改革が必要でした。

「何かよいアイデアはないものか」

私は、必死に考えました。

マーケティングもして、いろいろと調べました。

すると、うちの店は線路の近くにあったのですが、線路を挟んだ向こう側からお客

様がほとんど来ていないことがわかりました。

そして、

「その地域の人たちに商品をいつも買ってもらうためには、どうしたらいいだろうか？」

と考えたとき、

「そうだ。配達すればいいじゃないか！」

というアイデアが浮かんだのです。

同時に、店の近くに、デリバリーサービスを行うピザチェーンの店舗があったので、その売上状況を調べてみました。

全国に数多くの店舗を展開しているチェーンだったのですが、なんと、売上はその中でも3位でした。

「やはり配達だ！　バイクがあれば、この地域のお客様を獲得できる！」

そう確信した私は、早速バイクを3台購入し、デリバリーサービスをスタートさせたのです。

Ｍバーガーのチェーン店としては、もちろん初めての試みでした。

デリバリーサービスを認知してもらうために、配達できる地域のあらゆるところに対して、飛び込み営業をしたり、チラシを直接配ったり、ポスティングをしたりしました。

これらは、オーナーである私が朝から晩まで率先して行いました。

たとえば、周辺の企業への飛び込み営業は、勤めている方々のお昼ごはんに狙いを定め、朝８時から行いました。

そして、午前10時までにファックスで注文をいただき、お昼どきピッタリに配達するようにしました。

普通の店長やオーナーだったら、ここまではしないでしょう。

しようと思っても、会社に飛び込むことを躊躇してしまい、実行できないはずです。

しかし、私には、Ｍバーガーのチェーン店の中で、お客様の満足度とともに、売上も日本一にするという目標がありました。

だから、飛び込み営業もまったく苦になりませんでした。

さらに、もともとうちの店ではテイクアウトをするお客様が多かったこともあり、デリバリーサービスは大ヒットしました。

こうして、当初は月１９０万円しかなかった売上が、３か月後には４００万円に、半年後には７３０万円まで伸びていきました。

わずか半年で約４倍も売上がアップしたのです。

私が当初想定した通り、月１００万円もあった赤字は、黒字へと転じることとなりました。

当時は、バブル経済がすでに弾けた１９９０年代半ばでした。

そんな時代でも、アイデアや工夫、そして努力次第で、売上を大幅に上げることが可能だったのです。

私としても、さらに自信を深めることができました。

ただ、本部からやってきたスーパーバイザーからは、

「お前のところはＭバーガーじゃなくて、〝川畑バーガー〟だ！」

とよく文句を言われました。

「本部のマニュアルを超えていることはすぐに止めろ！」

とも命令されました。

これに対しても、私は引き下がるつもりはありませんでした。

スーパーバイザーは30歳くらいで、私より5歳以上は年上だったと思いますが、そんなことは関係ありませんでした。

「これだけ売上が上がっているんだぞ！　いいのか？　だったら、俺がやってきたことをすべてやめて、お前らが一からやってみろ！　もし売上がまた下がったら、どうするんだ？　パートさんやアルバイトの給料は誰が払うんだ？　サラリーマンのお前らが保証できるのか！」

と言い返しました。

すると、私の熱意が通じたのか、スーパーバイザーは、

「わかりました。あなたの店だけは〝川畑バーガー〟です」

と理解を示してくれたのです。

その後、私はそれまでの実績を買われて、Mバーガーのオーナーのかたわら、他店

からのコンサルティングの依頼を受けるようになりました。
そして何店舗かを担当し、さまざまな指導をするだけではなく、お店の中にも入り、先頭に立って働きました。
その結果、すべての店において、売上アップを達成させたのです。
私は、本部がチェーンの理念に則ってマニュアルを作成していることをまったく否定しません。
ただ、その理念があるからこそ、
「あれはダメ。これもダメ」
という制限が増えてしまうのも事実です。
それに縛られるあまり、本来、お客様が得られたかもしれない感動や大満足がなくなり、お客様の足が遠のいてしまうとしたら、商売としては本末転倒です。
現場で臨機応変に行動できる一つひとつのアイデアは、本部のマニュアルの中には書かれていません。
店の立地、お客様の層、混雑する時間帯などを独自に調査・研究し、

「どうすればお客様に喜んでいただけるか？　自分だったら、どのようなサービスをしてもらえたら嬉しいか？」

といったことを徹底的に考え続けることによって、初めて具体的に打つ手が見えてくるのです。

つまり、お客様の心を本当に掴むためには、本部のマニュアルだけに頼るのではなく、現場で培った経験や感覚を活かした自分の信念が求められます。

そして、その信念に基づいて作り上げられたものこそが、本部のマニュアルを超えた、自分だけのマニュアルです。

それはつまり、「規格外のマニュアル」でもあるのです。

「接客の原点」は感謝・掃除・時間学ぶべきはお客様の重み

私は、Mバーガーから多くのことを学ばせてもらいました。

創業者からは、ご自身が経験したことによってたどり着いた「接客の原点」について教わりました。

それは、Mバーガーが創業したばかりで、まだ人気も知名度もほとんどなかった頃までさかのぼります。

銀行から開業資金を借りられるほどの実績や信用もなく、八百屋さんの倉庫を借りて、すごく小さな店舗を運営していたそうです。

その日はずっと雨が降っていたこともあり、お客様はわずか3人しか入りませんでした。

営業終了後、創業者は従業員と居酒屋に行き、そのことについて愚痴をこぼしながら飲んでいました。

すると、そこの女将さんからこのように叱られたのです。

「この雨の中、お客様が3人もわざわざあなたのお店を選んで、買いに来てくれたんですよ。それなのに、感謝の気持ちがまったくない。愚痴ばかり言っているのなら、商売を辞めた方がいい」

その言葉を聞いた瞬間、ハッと目を覚ました創業者は、従業員とともにその場で大泣きしました。

そして、全員でお店にまた戻りました。

これからも足を運んでくれるお客様のことを考え、店内のすべてをピカピカに掃除するためです。

それは、朝まで眠ることなく続きました。

創業者は掃除しているときも、涙が止まりませんでした。

そして、心の中で、

「お客様に感動を与え、感謝される接客をしよう」
「そのためには、掃除をちゃんとしよう」
「そして、時間をしっかりと守ろう」
ということをみんなで誓ったそうです。
これが、Mバーガーの「接客の原点」になったのです。
この話は、私があるホテルで催されたオーナー会議に出席した際、たまたま一緒の部屋になった創業者から直接うかがったものです。
そのとき、私は心が震え、同じ企業の一員として働くことに誇りを持つようになりました。
お客様を大切にする気持ちと行動を改めて学んだのです。
他にも、創業者の素晴らしさを感じたエピソードがあります。
私がオーナーの大会に参加した際、会場のトイレに行ったときのことです。
洗面所で手を洗い、常設のペーパータオルで手を拭いていると、隣にいた年配の方が掃除を始めたのです。

洗面器のまわりに飛び散った水しぶきをペーパータオルで拭いていました。

「ずいぶん丁寧に拭いているな」

と、私は感心して見ていました。

ふと気になって、その顔を見てみると、なんと創業者でした。

そして、拭き終わったペーパータオルをゴミ箱に捨てたあと、このように声を掛けてもらったのです。

「あなたも手を洗ったあとは、ちゃんと綺麗にするんだよ」

先述した通り、創業者は掃除を大切にする方でした。

その姿勢を目の当たりにして、感動を覚えました。

今でも、創業者と接することができた素晴らしい思い出として、どちらも私の心の中に強く残っています。

また、Mバーガーのお客様からも学んだことが多々あります。

あるとき、お客様がテイクアウトで何品かの商品を購入したところ、従業員がプレーンドッグ1個を入れ忘れてしまいました。

そのため、あとからお店にクレームの電話が入り、改めて届けに行くことになったのです。

指定されたお届け先は、バイクを使っても、1時間以上はかかる場所にある病院でした。

私は、すぐにバイクで向かいました。

正直、運転しながら、

「こんなに遠いのはしんどいな。近くにMバーガーの店舗があるはずなのに、なんでそこで買わないんだろう?」

という気持ちを抱いていたのも事実です。

病院に着いてみてわかったのですが、そのプレーンドッグは、入院しているお父様のために、ご家族が買いに来られたものでした。

そして病室まで届けたとき、お父様から、

「あなたのお店のプレーンドッグを食べたかったのですよ」

と言ってもらえたのです。

同じMバーガーチェーンでも、提供している各種のハンバーガーは手作りですから、味は店舗によって少しずつ違います。

お父様には、その違いをわかっていただいたうえで、うちの店のプレーンドッグを選んでいただいたのです。

そのとき私は、

「ハンバーガーを売っていてよかった。宅配をやっていてよかった」

と心から思いました。

さらに、こんなエピソードもありました。

ある日の午前10時に、テレフォンオーダーで、きんぴらライスバーガーと他の商品の注文が来ました。

そのお客様は、午後5時に来店する予定になっていました。

ところが、きんぴらライスバーガーを作るときになって初めて、従業員が気づきました。

材料のきんぴらを切らしていたのです。

来店時間までもはや余裕はなく、きんぴらライスバーガーを用意することはできませんでした。

結局、来店したご夫婦に謝り、別の商品に替えてもらいました。

しかし、そのお客様からすぐに電話があったのです。

「子どもが『どうしてもきんぴらライスバーガーが食べたい』と言っています。どうにかなりませんでしょうか？」

そこで、Mバーガーチェーンの近くの店舗にお願いして、きんぴらライスバーガーを作ってもらいました。

それをうちの従業員に届けさせました。

すると、その従業員の対応があまりよくなかったようで、さらに本部にクレームの電話が入ってしまったのです。

そのため、今度は私が、それまでのお詫びをするためにお客様のご自宅を訪問することになりました。

その場でお客様から、お話をいろいろとうかがいました。

それによると、そのお子さんは、幼い頃からずっとアトピー性皮膚炎に悩まされてきたそうです。

アレルギー症状が出るため、食べられるものが制限されていました。

ただ、種類が多いハンバーガーの中でも、きんぴらライスバーガーだけは大丈夫とのことでした。

だからこそ、これまで何度も、うちのお店できんぴらライスバーガーを注文してくださったのです。

お子さんにも会うことができました。

中学生くらいの女の子でした。

そのとき、彼女はこのように話したのです。

「食べ物の中で、きんぴらライスバーガーが一番好きなんです」

その言葉を聞いた瞬間、私の目から涙があふれてきました。

嬉しくてたまりませんでした。

お店に戻ったあと、従業員たちにもこの話を伝えました。

彼らもまた、泣いていました。

私たちが知らないところで、食べたくても食べられないものが多い彼女に、「一番好き」と言ううちの商品が喜びを与えていたのです。

お店の誰もが、胸の底から嬉しさがこみ上げてくるのは当然でしょう。

数ある中からうちの店を選んでくれること、足を運んでくれること。

うちの商品を心から思ってくれること、食べて喜んでくれること。

そうしたことのすべてに、お客様一人ひとりの重みがあります。

私は、Mバーガーの経営に関わる中で、創業者やお客様、その他数多くの方々から、その重みを学ばせていただいたのです。

受付の重要性を知らない人間は決して成功できない

以前、ある経営者の方からこのようなことを言われました。

「受付は下の人間がやる仕事ですよね」

続けて、

「川畑さんは、受付をすることをお願いされたらできますか？」

と質問されたので、

「はい。もちろんできます」

と答えました。

その方は、私の言葉を聞いても、あまりピンと来ていないような表情を浮かべていました。

その反応を見て、私は残念でなりませんでした。
組織において、すべての仕事、すべてのポジションに上も下もありません。
大きな成功を収めるためには、
「すべてが大事なものである」
と捉えていなければなりません。
もちろん、受付もその中に当てはまります。
それなのに、その方は、受付を一つの仕事として区別するのではなく、
「受付は下の人間がやる仕事」
と差別していたのです。
「どうしてそうした考え方を持つようになったのだろう？　まわりにしっかりと教えてくれる人たちがいなかったのだろうか？」
私は疑問に思わざるを得ませんでした。
特に、受付は最も重要な仕事のうちの一つです。
店舗やホテル、病院から、さまざまな講演会や勉強会に至るまで、受付は、すべて

の業種における〝顔〟と言っていいでしょう。

そこでの対応や印象によって、

「お金を払う価値があるか？」

「リピートしてもよいか？」

「お客様を安心して紹介できるか？」

といったことが決まってしまう場所なのです。

つまり、自分が経営者だとしたら、成功できるかどうかのカギとして、常に受付のことを頭に入れておかなければなりません。

私は、シャッタービジネスの会社を経営するかたわら、19歳から飲食業の世界に入りました。

とんかつチェーンやMバーガーチェーンなどの店舗の運営を手掛け、売上を大幅にアップさせてきました。

その売上アップの一因として、受付をする人間、すなわちお店のレジに立つ人間を徹底して教育してきたことが挙げられます。

同じフランチャイズチェーンの中でも、黒字を出す店舗もあれば、赤字の店舗もあります。

なぜ、そうした差が出てくるのでしょうか？

はたして、レジに立つ人間が、その店舗でしっかりと教育されたベテランの従業員なのか？

あるいは、知識も経験もない従業員、それもただの新人なのか？

実は、その違いだけで大きく変わってくるのです。

では、私が実践してきた数多くの例の中から、Mバーガー時代のお話をいたしましょう。

Mバーガーのオーナーをしていたとき、新しく採用したパートさんやアルバイトに対して、私は次のような教育をしていました。

1日の労働時間を6時間とします。

まず初日は、そのうちの4時間を、Mバーガーチェーンのマニュアルビデオを見ることと店先の掃除に充てていました。

前者では、すべてしっかりと見てもらったうえで、気づいた点や感動した点など、感想を書いてもらいます。

後者では、掃除をすると同時に、お店の前を歩く人たちに、

「こんにちは。いってらっしゃい」

「こんにちは。お帰りなさい」

と繰り返し声を掛けるように指示していました。

翌日は、店内の事務所で、Mバーガーの基本方針と「クレーム処理10訓」をずっと声を出して言ってもらいます。

これは、何も見なくても言えるまで続けます。

そして、それが問題なくできるようになったら初めて現場に入れる、という仕組みを実践していました。

現場ではまず、冷凍庫に何が入っているかを教えます。

バックストッカーの包材、食材の場所を、声を出しながらチェックさせます。

その際、場所がすぐわかるように、バックストッカー食材マップというものを渡し

ておきます。

冷凍庫などに入れてある食材の時間管理や在庫管理、品質管理についても、徹底的に教えます。

さらに、レタスやキャベツの仕込み、玉ねぎのみじん切り、トマトのカットなどから、洗い物、ミートソースや湯煎（ゆせん）の温度管理、各種ハンバーガーの作り方の補助などまで、教育は多岐にわたります。

そうした作業を経てから、ようやくセッター（ハンバーガー調理）を担当させていました。

ここまで来るのに半年は掛かります。

その後、店舗の流れや調理の流れ、お客様の反応、スタッフに対するコントロールなど、すべてを理解できるようになるまで育成を続けます。

トータルで1年は掛かりますが、その段階で初めて、レジに立たせることにしていました。

それだけの時間を使って教育していますから、その従業員はもはや新人ではありま

せん。

お客様の前に出しても決して恥ずかしくない、立派なベテラン従業員になっているのです。

店にとって、店や商品のことをすべて熟知し、お客様の気分などをその場で把握できる人間は必要不可欠です。

そうしたベテラン従業員を受付に置き、店の顔にしないと、何の商売でもうまくいきません。

たとえば、Ｍバーガーのチェーンでも他の業種でも、ダメなお店は、レジの人間を見ればわかるものです。

そういうお店に限って、だいたい新人の従業員にいきなりレジを任せている傾向があります。

新人の場合、ボタンの押し方などに慣れていないため、いちいちまわりの従業員に頼らざるを得ません。

何かわからないことがあるたびに、レジの作業が止まり、

「ここはこうやって押すの」

などと教えてもらうことになります。

さらに、お客様から、特定の商品について説明を求められても、なかなか答えられません。

そんな店員を前にしたら、多くのお客様が不安感を覚え、苦情を言ったり、足を運ばなくなるのは当然でしょう。

その結果、そのお店の収支は赤字へと転落していくわけです。

そうしたことが繰り返されると、新人は精神的にダメージを受け、自信を失い、辞めていくこともあります。

おそらくそういうお店では、新人を採用したときに、マニュアルビデオを見せることはありません。

新人は、上司から渡されたマニュアル本を読んで、自分自身で学んでいくしかないのです。

実践教育もないでしょうから、仕事を続けているうちに、いつしか辛さを感じ、辞

めてしまうのです。

そのため、せっかく新人を採用したというのに、なかなかお店に定着することはありません。

こうした負の連鎖が起きてしまうのは、新人に対する教育をまったく徹底していないからです。

業種に関係なく、それを理解できていない店長やオーナーがいるからこそ、同じ数だけ赤字の店舗が存在するというわけです。

私の会社は、全国各地に数多くの代理店を持っています。

主に地元の企業に代理店をしていただいています。

そして、現地でセミナーを開催したとき、いつも受付に立つのは、そうした企業の社長さんや副社長さんたちです。

地位や名誉もある方々が自ら率先して、担当してくれているのです。

だからこそ、訪れたお客様たちも、その丁寧な対応に安心し、セミナーの話を真剣に聞いてくれます。

私は、そうした代理店の方々に支えられています。
そのおかげで、手掛けている水素事業は、今もなお成長を続けることができているのです。
本当に感謝しかありません。
このように、仕事には上も下もありません。
そして、商売において、「入口」は非常に大切です。
入口とは受付であり、そこでのおもてなしの姿勢がお客様の心を掴むかどうかに関わってきます。
つまり、受付の重要性を知らない人間は、決して成功などできないのです。

第3章

規格外のチーム作り

傲慢さは身を滅ぼし、試練は人間を成長させる

商売をしていると、知らず知らずのうちに、落とし穴が待ち受けていることがあります。

そのときの気持ちや考え方次第では、そのまま落とし穴にはまり込むことがあるものです。

たとえ成功を収めていても、それは例外ではありません。

実は、私も自らの傲慢（ごうまん）さや気の緩みによって、地位や財産、居場所などのすべてを失う経験をしています。

25歳のとき、私はMバーガーのオーナーになり、わずか半年で、赤字だった店舗を黒字へと導きました。

さらに、その実績が認められ、数店舗のコンサルタントを行うスーパーバイザーを任されるようになりました。

そして、すべての店舗の売上を大幅に伸ばすなど、大きな成果を上げることができたのです。

そうしたこともあり、Ｍバーガーのフランチャイズチェーンのオーナーたちの間では、ちょっとした有名人になりました。

そんなある日、以前から面識があったある会社の会長から、

「お前に社長をやらせるから、一緒に仕事をしよう」

と誘われたのです。

その会社は、もともとは不動産会社としてスタートしました。

その後、事業を拡大し、昭和20年代の当時で資本金４億８０００万円、年商１００億円を誇る、大規模な商社になっていました。

さまざまな業種のフランチャイズも手掛けており、その中にはＭバーガーもありました。

だから、私のことを知っていたのです。
そのときのスカウトの仕方は、本当にすごかったです。
連日連夜、銀座や六本木のクラブなどで接待を受けました。
提示された待遇も破格のものでした。
雇われ社長ではありますが、月収は４００万円。
拠点となる仙台に豪邸を、都内周辺で仕事をするときのために、六本木と横浜にマンションを用意してくれました。
さらに、会社から提供されるベンツやセルシオといった高級車に乗り放題ということでした。
当時、私には夢がありました。
居酒屋などをいろいろと経営したいと考えていたのです。
「新幹線沿いに居酒屋をチェーン展開してみるのはどうだろう？」
というようなイメージも膨らんでいました。
もちろん雇われ社長ではなく、オーナー社長としてです。

しかし、私はまだ26歳でした。

若さゆえ、金と地位に目が眩み、

「わかりました。ぜひやらせてください」

と答えてしまったのです。

雇われ社長になった私の主な仕事は、会社が手掛けているフランチャイズの各店舗を、オーナーとして統括することでした。

その業種は、ハンバーガーショップやコンビニエンスストア、車の買取店、中古ファミコンショップ、パチンコ店など、多岐にわたりました。

それぞれ店長を置いていましたが、私は頻繁に店舗をまわり、さまざまな点をチェックし、管理していました。

社員教育も徹底して行いました。

その結果、非常に優秀な成績を残すことができたのです。

会社のお金がスムーズにまわり、使えるお金もどんどん増えていきました。

雇われ社長としても、またもや成功し、それまで以上に大きなお金を動かせる立場

になりました。

ただ、そのせいで、傲慢な天狗になってしまったのも事実です。

「世の中はすべてうまくいって当たり前」

「なぜ、みんなは新幹線のグリーン車に乗れないのか、不思議でしょうがない」

などと思うようになってしまったのです。

私自身が仕事ができてしまうものですから、会社の部下たちが少しでも結果を出せないと、

「何でこんな数字なんだよ！」

と、いつも文句を言っていました。

部下はみな、だいたい30歳くらい年上でしたが、年齢など関係なく、厳しく当たっていました。

とにかく当時の私は、生意気なヤツでした。

フランチャイズの各店舗の従業員たちに対しても、かなりうるさい人間だったと思います。

そのうえ、ベンツやセルシオを乗りまわし、Ｍバーガーの仙台鷹乃杜店では、自分専用の駐車場を作っていました。

当時の私は、伸ばした金髪を後ろで結んで、髭も生やし、毎晩のように仙台でお酒を飲みまくったせいか、体重が１００キロになるまで太っていました。

いつしか付いたあだ名は「ビッグボス」。

今思い出しても、完全な〝チャラ男〟でした。

もちろん仕事はしっかりとこなしていました。

ただ、何もかもうまくいってしまうからこそ、どこかで気も緩み、向上心がなくなっていた時期でもありました。

雇われ社長に就任してから3年ほどの月日が流れていました。

そんなとき、私のもとに一本の電話があったのです。

先物取引の営業マンからでした。

「銀行に預けるより何倍も儲かります。損はさせませんから、話を聞いていただけませんか？」

と言われたので、一度会ってみることになりました。
そして、先物取引のことなど何もわからないまま、
「少しぐらいならいいかな」
という軽い気持ちで手を出してしまったのです。
まさに好事魔多しとはこのことです。
私の人生が狂い始めた瞬間でした。
なんと1年も経たないうちに、預けたお金はパンクし、気がついたときには2億円もの借金を抱えていました。
個人的に所有していた店を売却したりして、ある程度は返済できたのですが、会社の役員会で、
「個人で2億円も借金するような人間は、うちの会社には必要ない」
と判断され、社長をクビになってしまいました。
そのとき、私をスカウトしてくれた会長だけはかばってくれましたが。
しかし、60代ばかりの役員の方々からすると、30歳そこそこの若造が日頃からとっ

てきた生意気な態度が仇となってしまったのです。

住んでいた仙台の豪邸も、車も、何もかも失いました。

人生というものは、何かを積み上げていくときは大変ですが、失うときはあっけないものです。

裕福な暮らしから、一気に貧乏暮らしへと転落し、未来など見えない状態に陥りました。

仙台に来てからも、３６５日休まず働くことが当たり前だった私が、もはや何もする気になれず、空白の時間を過ごすしかなかったのです。

そうしているうち、かつて統括していた店舗の一つに、ふらりと遊びに行ったことがありました。

ところが、従業員はみな一様に、

「この人、何しに来たの？」

という対応でした。

ついこの間まで自分たちの社長だった私を、手の平を返したように冷たくあしらっ

たのです。

さらに、パートさんの一人からはこう言われました。

「全部取られて『ざまあみろ』って思ったわ。謙虚に生きてこなかったからこうなったのよ！」

その言葉は、私の胸に激しく突き刺さりました。

役員会での判断も含め、

「自分はなんて傲慢に生きてきたのだろう……」

ということを、このとき初めて痛感したのです。

仕事に対する向上心がなくなり、先物取引で楽して儲けようとした自分自身の愚かさが、身に染みてわかりました。

ただ、私自身のこと以上に、何よりも辛かったのは、家族に迷惑をかけてしまったことです。

特に、小学5年生の長女が真剣に取り組んでいたフィギュアスケートを辞めさせることになったのは、申し訳ない気持ちでいっぱいでした。

長女は、オリンピックを目指して一生懸命練習しており、小学校の大会で優勝したこともありました。

しかし、今後もオリンピックを目指していくためには、スケート教室に通わせるお金がとてつもなくかかります。

コーチからは、

「お金があるのも、失ってしまうのも才能です」

と、はっきりと言われてしまいました。

私の才能のなさで、長女の夢を断念させなければならなくなったのです。

さらに、妻からも見限られてしまいました。

離婚することになり、私が、長女、幼稚園の年中の次女、年少の三女の３人を引き取りました。

だからといって、私にはすぐに何かができるわけでもなく、ただただ失意のどん底にいました。

しかし、そんな私を救ってくれたのが娘たちでした。

「パパなら、またいつでも這い上がれるよ」
と励ましてくれたのです。
「このままではダメだ！」
そんな危機感を覚えた私は、娘たちのためにも、とにかく前向きさを取り戻すことにしました。
まずは、仙台を離れ、かつて住んでいた横浜に戻ることを決意したのです。
業者に頼んで、荷物を全部引き取ってもらうことにしたところ、トラック4台分にもなりました。
それを見た人たちから、
「なんで、こんなにいい物を捨てるんですか？」
と驚かれるほどでした。
そして、私と娘たち3人は布団だけ積んだ一台のワゴン車に乗り、一路横浜へと向かいました。
２０００年12月24日、クリスマスの前日、私が31歳のときのことです。

横浜に戻ってからは、ひとまず、実の姉が住んでいた団地に一緒に住まわせてもらうことになりました。

すぐに仕事を探し、午後８時から翌日の午前５時まで、冷凍食品を扱う倉庫で働き始めました。

その会社では、いきなり社員として採用される仕事もなかったため、そのときの私の立場は派遣社員でした。

つい最近まで２００人ほどの従業員を使っていたというのに、20歳くらいのお兄さんから、

「何やってるんだ、オヤジ！　ちゃんと運べよ！」

などと怒られる始末でした。

しかし、そんなことは気にしてはいられません。

娘たちのため、借金を返済するために、必死に働き続けました。

それでも当時は、娘たちにずいぶん辛い思いをさせたものです。

たとえば、仕事が休みの日に、娘たちを横浜市の八景島に連れて行ったことがあり

ます。

八景島と言えば八景島シーパラダイスですが、そこまで行く交通費はあっても、水族館や遊園地に入るお金がなかったのです。

だから、娘たちから、

「わあー、イルカショーが見たいなあ」

と言われても、

「もっと歩こうよ」

と答えて、そのまま歩かせていました。

次に、

「ジェットコースターに乗りたい」

とか言ってきたら、

「みんな、まだ小さいから無理だね。ジェットコースターはもっと大きくなったら乗ろうね」

と、誤魔化(ごまか)したりもしました。

娘たちが望むことは、当時の私にはできないことばかりでした。
以前は好きにできたはずなのに、そのことを考えるだけで、娘たちがかわいそうで仕方ありませんでした。
それが、私にとっては、本当に辛いことだったのです。
またあるとき、私は高熱を出し、寝込んだことがあります。
仕事を3日間休み、ずっと家で寝ていました。
そのとき、心配した三女が私の布団に入り、泣きながら、
「パパ死なないで、パパ死なないで」
と何度も言い続けてくれたのです。
小さな手で私の手をギュッと握ってもくれました。
その温もりから、親子の愛と本当の幸せを感じました。
そして、その幸せをもっと充実させるためにも、
「もう一度這い上がろう！」
と心に誓ったのです。

ちょうどそのあと、図書館に行く機会がありました。
そこで、たまたま成功者の本を見つけたのです。
その本を読み、
「もう一度成功したい！」
という気持ちがますます強くなりました。
そこで、別れた妻に会い、このように伝えたのです。
「もう一度成功して、養育費もたくさん払えるように頑張るから、娘たちを見てもらえないか？」
娘たちを前妻に預けたあと、私は、再び成功に向かって、本気で働き続けました。
そして、紆余曲折を経て成功し、借金も完済して、現在の地位を築けるまでになったのです。
振り返ると、先述した失敗は、私の人生における大きな挫折でした。
自分自身の傲慢さで身を滅ぼしました。
ただ、その一方で、この挫折があったおかげで、気づかされたことや経験できたこ

ともたくさんありました。

それが、私にとっても本当に身になりました。

つまり、どのような挫折も、見方を変えれば、人間として成長させてもらうための試練となるのです。

そこから逃げずに、乗り越えることができたからこそ、一歩一歩成功へと近づくことができました。

「あの挫折は、私に自分の傲慢さや愚かさを気づかせ、改めて真の成功者への道を進ませようという、神様からのメッセージだったのではないか」

今では、そのように考えています。

本気のチームは不可能を可能にし、より大きな成功に近づく

どのような商売を手掛けるにしても、自分一人の力では限界があります。

より大きな成功を目指すためには、同じ志を持った仲間たちとチームを作ることが重要です。

私が、店で従業員教育をする際には、常にそれを心掛けています。

この項では、私がこれまでさまざまな経験をしてきた中で学んだ「チームの重要性」について取り上げましょう。

私が33歳くらいの頃の話です。

人生の中でも大きな挫折を味わった私は、横浜の冷凍食品工場で派遣社員として働いていました。

しかし、次第に、

「もう一度成功したい！」

と気持ちが強くなっていきました。

そこで、社員として一から頑張りたいと考え、求人情報誌の募集記事を見ては、履歴書を送り続けたのです。

それまで長く身を置いてきた飲食業界を中心に80社くらい送ったのですが、ほとんど書類選考で落ちました。

１００億円規模の会社の社長をしていたこともあり、

「最低年収８００万円を希望します」

と履歴書に強気に書いていたので、無理はなかったのかもしれません。

そうした中、書類選考を経て、面接まで進んだのが、上海エクスプレスという中華料理のデリバリーの会社でした。

面接官といろいろと話したところ、

「面白いヤツだ」

と判断され、採用になりました。

ただ、面接官いわく、

「最初はアルバイトからスタートしてもらいます。頑張って働けば、社員に昇格することができます」

とのことでした。

時給も８００円でした。

年収８００万円からはかけ離れていましたが、まずはアルバイトとして入社したのです。

勤務時間は午前8時から午後10時でしたが、私は午前6時には出社するようにしていました。

お店のデリバリー用のバイクをすべて拭いて綺麗にしたり、開店前から自分ができることをすべてするためです。

ところが、配属されてから4日目に事件が起きたのです。

その日、午後10時の最後のオーダーでクレームが入りました。

しかし、店長の対応は、
「今日は遅いので、明日処理します」
というものでした。
「それはおかしいだろう」
と感じた私は、
「店長が行かないなら、私が行きます」
と言いました。
それに対して、店長は、
「午後10時にオーダーするなんて、ろくなやつじゃないから行かなくていい」
と答えたのです。
「商売で大事なのは、自分ではなくお客様の気持ちだ」
という信念を持っていた私は、店長のあまりの無責任さに頭に来てしまい、
「お客様を舐めるな、お客様があるから店があるんだ！」
と言い返してしまいました。

その言葉に怒った店長が殴りかかってきたため、私も殴り返してしまったのです。
当然、本部まで呼ばれることになりました。
喧嘩の理由を聞かれた私は、
「お客様を大事にしないからです。大事にしたら売上も上がります」
とはっきりと自分の気持ちを伝えました。
すると、
「やはりこいつは面白いヤツだ」
と思ってもらえたのか、
「そこまで言うなら、別の店で店長をやってみろ」
と言われました。
こうして私は、アルバイトとして入社してわずか1週間で店長に就任することになったのです。
新たに配属になった店は、学生のアルバイトが多かったのですが、それにしてもひどい状況でした。

まともに挨拶もできなければ、当たり前のように遅刻をしてきます。予約のオーダーを忘れてしまうこともしばしばありました。

そんなアルバイトばかりでした。

そうした影響もあり、店の売上は、上海エクスプレスのフランチャイズチェーン33店舗の中でも、ビリから3番目くらいでした。

売上をアップさせていくためには、アルバイトの意識を変えていく以外ありませんでした。

そこで、まずは店長として、

「店全体が清々(すがすが)しい」

「〝時間快適空間〟を提供しよう」

といった基本方針を定めました。

他にも、〝情熱信頼訓〟というものを作り、

「毎日当たり前のことに感謝すること」

「できないとは思い込まない」

「大切な人とは誰かを考えてみる」
「達成感を想像しながら他人に奉仕する」
「笑顔で目標を達成する」
「プレッシャーを歓迎する」
などの心構えを毎日口に出し、見本を示すようにしていきました。
遅刻した人間には、次の勤務日には1時間早く店に来てもらい、トイレ掃除をさせました。
内部でお客様について話すときも、絶対に「お客」などではなく、「お客様」という言葉を使わせるようにしました。
お客様を大事にするためには、日頃から、そうした心構えを持つことが必要不可欠だからです。
規律とルールを定め、みんながチームとして一緒に力を合わせていく土台を作ろうとしたのです。
就任早々、そうした厳しい管理を進めたこともあり、最初の1か月くらいは、私に

ついてくるアルバイトはほとんどいませんでした。

しかし、ブレずに徹底して指導しているうちに、

「もっとお店をよくしましょう」

と、自分から言ってくるアルバイトがどんどん出てきました。

そして、就任2か月を過ぎた頃には、みんなが納得して働いてくれるようになったのです。

そうした中、私は月の売上の目標を設定し、アルバイト全員に報告しました。

それは、それまで月３００～４００万円だった売上を７００万円まで伸ばすというものでした。

当然、アルバイトたちの中から、

「そんなの無理です」

という声が上がりました。

しかし、私は彼らに対して、

「古いチラシが余っているじゃないか。自分たちでポスティングするぞ」

とハッパをかけました。

私が先頭に立って、バイクにチラシと杏仁豆腐(あんにんどうふ)を積んで、精力的に企業を回ったりもしました。

本部には内緒で、杏仁豆腐を無料で試食してもらったのです。

このキャンペーンは大当たりしました。

おかげで、法人客の件数を増やすことができました。

店長自らがそうした姿を見せれば、みんな必ずついてきてくれるものです。

それまでの経験から、そのことがわかっていたので、私自身、頑張ることができました。

ところが、ある月のことです。

最終日なのに、あと38万円の売上がないと、目標の７００万円に達しないという状況に追い込まれたことがありました。

その最終日は平日だったのですが、通常、平日の場合、売上は最高でも22万円くらいでした。

普通に考えれば、売上達成はほとんど不可能でしょう。
前日の段階で、アルバイトたちもみな、
「もう無理だ……」
という諦め顔をしていました。
しかし、私は諦めませんでした。
「何としてでも売ってやろう！」
と決意したのです。
前日は夜中もぶっ通しで、寝ずに一軒一軒ポスティングをし続けました。
当日の朝になると、企業などをまわりました。
「今日だけでいいので、ぜひ注文をお願いします！」
と本気でお願いしました。
無我夢中で、土下座も繰り返しました。
実は、私が決意する姿を見て、前日からアルバイトたちも必死になって手伝ってくれていました。

そのとき、彼らは、
「川畑さんがやるなら、僕らもついていきますよ」
「寝なきゃいいだけですからね」
と言ってくれたのです。
その言葉を聞いて、心から感動しました。
私は、店長に就任してからずっと、彼らを一生懸命指導してきました。
仕事が終わったら、一緒にお酒を飲んだりして、自分のこれまでの社会経験について話したり、
「就職したらこうしなきゃいけないよ」
といったアドバイスをするなど、コミュニケーションをとってきました。
そうした日々を通して、いつしか彼らは、
「寝なきゃいいだけですからね」
とまで言ってくれる仲間になっていたのです。
そして、私たちの努力が実り、その日の午後9時、ついに売上目標の38万円を達成

することができました。

営業時間終了後、その数字を知らせた瞬間、アルバイトたちの目から、みるみるうちに涙があふれ出てきました。

まるで甲子園で優勝したかのように、誰もがみな、大泣きしながらハグをして、喜びを分かち合いました。

同じ仕事に携わる仲間たちが、チーム一丸になって同じ方向に向かったとき、神業（かみわざ）と言っていいぐらいの力が生まれるものです。

「もう無理だ……」

と感じさせた限界をも突破することができるのです。

「本気で目標を達成することが、どれだけ素晴らしいことか」

そのとき、彼らも実感してくれたと思います。

こうした実績を買われて、次の日、本部から私に辞令が出ました。

それは、

「今後はスーパーバイザーとして地域の店舗を見てください」

というものでした。

フランチャイズチェーンの中の4店舗を統括し、コンサルティングを行うことになったのです。

後任の店長を選び、店を後にする前、私はアルバイトたちに向かって、

「お前たちのおかげだな」

と感謝の言葉を述べました。

私とともに過ごした成功体験を経て、人間的に成長した彼らは、大学卒業後、一流企業に就職しています。

私が現在経営し、主に水素事業を行っている会社は、基本的に代理店戦略をとっています。

全国各地にいる、同じ志を持った仲間たちと一緒にチームを組んで、数多くのお客様に水素サプリを届けています。

全国のコンビニエンスストアの数は、今や5万店舗を超えるとも言われていますが、私は、

「水素サプリがその10倍以上のお店で安心して買える世の中を作りたい」
という夢を持っています。
そのためには、多くの協力者、すなわち仲間が必要です。
そして、商売である以上、どんなときでも、それぞれの仲間が本気になって、しっかりと利益を出していかなければなりません。
それが実現できてこそ、チームと言えます。
本気のチームには不可能を可能にする力があります。
その力によって、より大きな成功に近づいていくことができるのです。

大きな変化のチャンスを逃さないためには、時代の流れを見通す視点が不可欠

事業を続けていると、大きな変化のチャンスに出会うことがあります。

そのとき、

「今すぐ着手すれば、もっと儲かる！」

というタイミングを逃さず、適切な決断をするためには、時代の流れを見通す視点が欠かせません。

33歳くらいの頃、上海エキスプレスにアルバイトとして入社した私は、店長を任されたチェーンの店舗を立て直しました。

その実績が買われて、スーパーバイザーに昇格しました。

そして、担当したエリアの3店舗の売上を、2～3か月で前年比130％程度まで

アップさせました。

さらに、またすぐに本部長に昇格しました。

入社してわずか半年後に、私は、社長の次に偉い役職に就いたのです。

つまり、いわば次期社長候補です。

私は、上海エクスプレスの入社面接を受けた際、履歴書に、

「最低年収８００万円を希望します」

と書いていました。

しかし、時給８００円のアルバイトからスタートしました。

それでも、自分の立場など関係なく、とにかく毎日、お客様のために一生懸命働きました。

それによって、給料はどんどん上がっていきました。

店長のときは月収28万円くらい、スーパーバーザーになると、月収38万円くらいの給料をもらっていました。

そして、一気に本部長まで昇格し、月収が60万円くらいになったのです。

周囲を見まわすと、私を面接してくれた社員はみな、部下になっていました。
本部長の主な仕事は、フランチャイズを開拓することでした。
私はかつてMバーガーのオーナーをしていました。
そのときの知り合いで、東京の町田周辺でMバーガーのチェーンを何店舗か経営している方がいました。
早速、その方のところに話を持っていったところ、フランチャイズのオーナーになることを受け入れてくれました。
私のそれまでのつながりを通じて、早くもフランチャイズの新しい店舗が一軒決まったのです。
そのとき、その方が口にした、
「川畑君が言うのなら大丈夫だ」
という言葉には、感謝しかありませんでした。
私がMバーガー時代に手掛けた仕事に対する評価と信頼があったからこそなのは言うまでもありません。

その後も、フランチャイズの開拓に追われる日々を送る中、以前お世話になったことがある経営者の方にお会いました。

その方からは、

「僕はフランチャイズをやらないよ」

と断られました。

ところが、いろいろと話しているうちに、

「私が４０００万出してあげるから、あなたが独立しなさい」

と言われたのです。

つまり、フランチャイズの開拓のために営業に行った先で、私はスカウトされたというわけです。

私はもともと独立志向が強い人間です。

その誘いには、心が大いに揺り動かされました。

上海エクスプレスの社長にもそのことを伝え、二人で本気でじっくりと話し合いました。

そして、私は、円満退社のうえ独立し、中華料理と和食のデリバリーの店を経営することになったのです。

出店場所は、横浜の洋光台になりました。

ただ、私が事前にデリバリーの市場調査のデータを収集したところ、なんと、その場所のランキングはD以下でした。

つまり、

「そこに出店しても、絶対に売上が立たない」

というデータが出ていたのです。

出資してくれた方には、すぐにその旨を伝えました

しかし、場所が変更になることはありませんでした。

その方が、自分の住まいから近いこと、以前そこにフランチャイズの店舗を出したこともあり、継続して土地を借りていることにこだわっていたからです。

その結果、わずか4か月でそのお店は潰れてしまいました。

ただ、潰れたのは場所だけの問題ではありませんでした。

私自身、

「中華料理のデリバリーは、数々の店舗で売上を伸ばしてきた実績もあるし、うまくいくだろう」

とは思っていたのです。

ところが、それは大きな勘違いでした。

考えてみると、私が上海エクスプレスの店長になった店には、はじめから、多少勤務態度が悪くても、配達のノウハウを持っているアルバイトがいました。

彼らは、バイクの運転も問題なくできましたし、地域周辺の地図も頭の中に入っていました。

店内に残るアルバイトもまた、デリバリーのオペレーションや料理のノウハウを理解していました。

それに対して、まったく新しい店を始める場合、まず取り掛からないといけないのがアルバイトの面接です。

面接の結果、19人採用したのですが、当然、彼らは店のことを何ひとつ知るわけが

ありません。

そのため、あらゆるノウハウについて、一から教える必要があります。

それが本当に大変でした。

デリバリーのアルバイトは、運転免許を持っていても、デリバリー用のバイクに乗ったことはありませんし、デリバリー自体の経験もありません。

最初は地図の見方がわからなかったうえ、仮に地図を見られるようになっても、夜に走ると、まったくわからなくなる始末でした。

バイクで5分で行ける場所なのに、道に迷ってウロウロし、1時間くらい経って、ようやく帰ってくるようなこともありました。

料理担当は料理担当で、デリバリー専門の容器に、料理を適量入れられるようになるまでにずいぶん時間が掛かりました。

そのような状況でしたから、オープンと同時に、

「配達が遅すぎる」

「料理が冷めている」

「もう食べたくない」

といったクレームの嵐でした。

その影響もあり、

「あそこの店はダメだよ」

という悪評がすぐに広まってしまいました。

そうしたことを4か月も続けたら、どんな店でも潰れます。

私にとって、店舗経営を失敗した初めての経験となりました。

ところが、出資してくれていた方が、

「もう一度チャンスをあげるから、別の場所に移転してやってみろ」

と言ってくれたのです。

そこで、その方からまたお金を借りたうえ、保証人になってもらい、国民生活金融公庫からもお金を借りました。

厨房器具とバイクは、潰れた前の店のものをそのまま使うことにしました。

こうして、借金だらけの状態ではありましたが、またデリバリーの中華料理店をオー

プンし、再スタートを切ったのです。

今度の店は、横浜の山元町という地域に出しました。

周囲には会社が多かったため、私が飛び込み営業やポスティングを繰り返し、注文をとるようにしました。

ただ、私が毎日こなしていたのは、その店の仕事だけではありませんでした。

他にもアルバイトをしていたのです。

なぜなら、オープンのための借金やかつて先物取引で失敗して背負った借金を返済しなければならなかったのです。

さらに、前妻に預かってもらっている娘3人の養育費を払う必要もありました。

店をオープンしてからしばらくは、自分の給料をもらう余裕などありませんでした。

そのため、ある運送会社に勤め、午前2時から午前9時まで、4トントラックの運転手をしていたのです。

店は午後10時頃に閉店するので、一旦帰宅したら午後11時に寝て、翌日の午前1時に起きていました。

つまり、毎日の睡眠時間は2時間くらいでした。

それから横浜中央卸市場へ行き、トラックに大量の魚を載せ、小田原の市場やスーパーなどに配送していました。

そして、店には午前10時に入ります。

朝から仕込みをしてくれている厨房のチーフにいつも感謝したあと、店を繁盛させる努力をしました。

こうした日々は、だいたい1年以上続きました。

当時、私のハードな生活を目の当たりにした人たちからは、

「異常ですよ」

と、ずいぶん言われたものです。

しかし、若い頃から規格外の体力が備わっていた私は、まったく辛さを感じませんでした。

店の経営は最初の1年くらいは苦労しましたが、店のホームページを活用するようにしてからは、売上が右肩上がりに伸びていきました。

従業員の中にインターネット関連に詳しい人間がいたので、ホームページを作ってもらったのです。

ホームページを活用した営業のアイデアは次々とヒットしました。

たとえば、

「前日に予約したら全品半額にします」

という企画は、お客様がお店のホームページにアクセスし、メールを送るだけという簡単さが受けて、注文が殺到しました。

また、ホームページに掲載している商品の脇に、その商品の中に入っている、注文者が嫌いな食材やいらない食材を選ぶボタンを作りました。

そのボタンを押すと、その食材を取り除くことができたのです。

チンジャオロースを食べたい注文者が、もしピーマンが嫌いだったら、注文時にそのボタンを押せば、ピーマンを抜くことができます。

エビチリに入るネギが苦手な注文者も、ネギ抜きのエビチリを食べることができるというわけです。

このアイデアも、お客様にすごく好評でした。

そうした実績もあり、次第に私は、

「これはインターネットをすぐに使える人たち、つまり会社員を中心に営業していった方がいいのではないか」

と思うようになりました。

なぜなら、会社員は社内にいる間、日中でも、残業している夜でも、パソコンを使えば、インターネット上から気軽に注文ができるからです。

もちろん店としても、お客様とメールのやりとりをするとき、迅速に対応することができます。

そこで、さらに、ホームページの運営に力を入れるようにしました。

お客様の細かい要望に応える取り組みもどんどん続けたところ、店の売上が爆発的にアップしたのです。

２００３、２００４年当時は、まだインターネット黎明期でした。

個人でホームページを持つような時代ではなく、企業で少しずつ使われ始めるよう

になった状況でした。

しかし、インターネットの威力をまざまざと見せつけられることになった私は、このとき、こう直感したのです。

「これからの時代はインターネットだ！　今すぐ着手すれば、もっと儲かる！」

すぐさま、Ｗｅｂ制作やシステム開発を手掛ける会社を立ち上げることを決心しました。

中華料理店の経営のかたわら、インターネットビジネスにも着手し、ＩＴ業界に参入したというわけです。

会社の名前は、有限会社グッドポジティブにしました。

社員は職安で募集し、優秀なプログラマーを5名採用しました。

そして、横浜駅から徒歩5分くらいのアパートの所にある一室を借り、そこを事務所にして、事業をスタートさせたのです。

インターネットの会社でも、私は得意の営業を本気になって展開しました。

1日に飛び込み営業も含めて80件くらいの会社をまわり、手作りの資料を使いなが

ら、プレゼンをして歩きました。

社内にいるときは、営業メールも一日で２００件くらいは送っていました。

インターネットに関しては門外漢でしたが、

「こういうものがあると役に立つんじゃないか」

「もしこれが作れたら面白いけど、どうだろう？」

というようなアイデアは次々と思いつく人間なので、そのたびに社員たちに伝えていきました。

そのうえで、彼らがさまざまなソフトやシステムを開発していったのです。

ホームページ制作ソフト、ＣＭＳ（コンテンツマネジメントシステム）、メルマガ配信ソフト、アフィリエイトソフトなどがそうでした。

他にも、当時は携帯サイトがほとんどなかったため、

「携帯電話に特化したホームページを作れば、絶対に当たる！」

と確信して作ってもらったところ、本当にヒットしました。

インターネットの会社はだんだんと儲かっていきました。

まだ競合他社が少なかったことも幸いしました。

インターネットの普及とともに、その勢いはさらに増し、1億円、2億円と、急激に売上を伸ばしていきました。

そして、設立から2年後には、年商8億6000万円を達成するほどまでに成長したのです。

それまで私が手掛けてきた飲食業のことを考えると、インターネットの会社は原材料費がほとんどありません。

従業員の数もまるで違うので、人件費もものすごく安く済みます。

そうした中、社員がわずか5名しかいない会社の年商が、なんと8億円を超えているのです。

その効率のよさは、飲食業とは比べものになりません。

そこで私は、中華料理の店を信頼できる部下にタダで譲り、インターネットの会社に専念することにしました。

当時、私の月収は6000万円になっていました。

おかげで、抱えていた借金も完済することができました。

先物取引で失敗して2億円の借金を背負って会社をクビになり、どん底の生活を送っていたときに、

「もう一度成功したい！」

と心に誓ってから数年。

私は、ついに成功者に返り咲いたのです。

それを実現できたのも、インターネットビジネスという、大きな変化のチャンスに出会ったとき、時代の流れを見通し、そのタイミングを逃さず、適切な決断をしたからです。

私は今、チャンスを見逃さないことによって、人生は大きく変わるものだいうことを実感しています。

第4章

規格外の人脈づくり

成功者との人脈をつくり、自らも成功したいなら、ナンバーワン芸者になろう

これまでの人生において、新しい道に進んだときには、必ずと言っていいほど、素晴らしい人々との出会いがありました。

では、そうした出会いはどのようにして生まれ、そして人脈がつくられていくのでしょうか。

私が考える優秀な人脈のつくり方は、

「魂を向上させ、明るく生きる」

ということです。

言い換えれば、

「人柄で人脈をつくる」

ということでもあります。

私は十数年前から、会社の経営とは別に、企業研修の講師をしています。

そこで教えているのは、

「ナンバーワン芸者やホスト、ホステスになれ！」

ということです。

お客様や取引先などに対して、まるで超一流の芸者やホスト、ホステスのように、常に気遣いができる人柄であることが求められるのです。

それによって、まず相手に、

「明るい」

「気が利いている」

「優しそう」

「親切そう」

という印象を与え、自分のことを覚えてもらえます。

さらに、同じ姿勢で交流を深めていけば、

「この人から商品を買いたい」
「この人と仕事をしたい」
「この人と付き合いたい」
とまで感じてもらえるようになるのです。
実際に私は、大企業の社長、経営者、著名人、スポーツ選手、歌手、芸能人、医師など、各業界で成功を収めている数多くの方々と個人的にお付き合いできる人間関係を築いてきました。
人脈は、いわばその人にとっての財産です。
だからこそ、人脈という財産を増やし、そのうえで有効に使うことは大切なことなのです。
ここでは、私が実践している人脈づくりの方法を2つお教えしましょう。
たとえば、有能な経営者や先生たちが100名ほど集まる一流のパーティーや勉強会に出席したとします。
そうした場では名刺交換が欠かせませんが、基本的に名刺を交換する相手は20名ほ

どにします。

その中から、

「今後お付き合いをしていきたい」

と思える方をピックアップし、大物３名ほどに絞ります。

そして、その方々と話している中で、人生感や仕事感などを聞き出し、本気でほめます。

その際、必ず一緒に写真を撮ります。

後日、その写真は本人に送るようにしますが、ただそのままのかたちで送るわけではありません。

文書作成ソフトのワードを使うのです。

まず、写真のデータをパソコンに保存し、ワードの新規ファイルに写真を貼り付けます。

それを、黄色や緑などの色がついたＡ４の紙に印刷します。

そして、二人が一緒に写っている写真の横に、筆ペンを使って、手書きで大きな文

字を書くのです。

たとえば、その内容は、

「先日はありがとうございました。○○さんからお聞きしたお話はいろいろと勉強になりました」

「○○さんと出会えて本当に幸せです。多くの方々にとって必要な方なので、くれぐれもお身体を大切にしてください」

「またお会いできる日を楽しみにしております。そのときはもっと勉強させてください。ありがとうございました。感謝します」

というようなものです。

主に、一緒に話したときに心に残った言葉や参考になった話、そして相手を尊敬していることを示すほめ言葉などを添えるといいでしょう。

そして、この文書を封筒に入れ、手紙として送るのです。

そのとき、私は切手も工夫するようにしています。

印象に残りやすい特殊な価値のある記念切手を購入し、それを封筒に貼って出しま

す。

そうすると、写真、手書きの大きな文字などの効果によって、相手の心に私のことが刻み込まれます。

しばらくして、本人から直接、手書きで書かれた手紙もしくは葉書が返ってくるはずです。

実際、私がこのような手紙を送ったところ、ある世界的な大商社の社長から、返事の手紙をいただきました。そればかりか、

「１２０名のパーティーの中で、手紙をくれたのはあなただけです。今度一緒に食事でもしましょう」

と言われたのです。

それをきっかけにして、一対一で食事の時間を過ごせる仲になりました。

その方と初めて一緒に食事をしたとき、こんなお話をしてくれました。

「名刺交換した方々は、即、お礼のメールをしてきますが、このような手紙は久しぶりです。昔は、手紙のやりとりでした。手紙は、一生懸命書いている相手の姿が見え

てきます。川畑さんが今でもそれをやっていることに感動して、若い頃に自分が手紙を出したことを思い出しました」

私は心から共感しました。

実は、私は38歳くらいの頃にインターネットの会社を部下たちに譲り、ＩＴ業界から離れたのですが、その理由の一つと同じだったからです。

インターネットが普及し、世の中はすっかり便利になりました。

ただ、あまりにも便利すぎると、体感が残らないものです。

その方のお話のように、お礼をもらうにしても、メールと手書きの手紙のどちらが、より体感が残るかと言えば、後者なのは間違いありません。

今や、インスタグラムやツイッターなどのＳＮＳを日常的に利用している人は、数え切れないほど増え続けています。

スマートフォンやパソコンを通して、簡単に交流や情報発信ができるのですから、便利このうえないでしょう。

しかし、私のこれまでの経験上、成功者ほど、年齢に関係なく、ＳＮＳよりもリア

ルを大事にしています。

ビジネスで誰かと交流するにしても、ＳＮＳを中心にすると薄い関係性で終わることを知っているからです。

そのため、成功者はみな、率先してどこへでも足を運び、リアルに会うことを優先させています。

彼らが、一流のパーティーや勉強会などに自ら出席しているのも、その一環と言えます。

リアルに会うことのメリットは、相手が目の前にいるため、素性（すじょう）や性格、表情、言葉の意図などがわかることです。

それに加えて、自分自身のことも早く理解してもらえます。

すると、お互いにその場で、

「どうやってうまく交流していこうか」

という工夫やアイデアが生まれてくるので、人間関係も築きやすくなります。

そこで人脈がつくられることによって、当然、さまざまなビジネスに発展すること

もあります。

そして、それがうまくいけば、成功者の道へとつながっていくのです。

次に、人脈づくりの方法の2つ目です。

大物3名ほどに絞るまでは先述したことと同じですが、残念ながらそれらの人からほとんど相手にしてもらえなかったとします。

そこで落胆して、諦めてしまう人もいるかもしれませんが、それでは絶対に優秀な人脈づくりなどできません。

では、そんなときはどうしたらいいのでしょうか。

パーティーなどの最中に、その大物の方々が食べているものや飲んでいるもの、その他の好みをしっかりとチェックするようにします。

それをメモにとり、ずっと覚えておくのです。

そして後日、別のパーティーで再び会う機会が訪れたとします。

そこでやるべきことは、食事が始まると同時に、その方々が以前食べていたものや飲んでいたものをサッと持っていくことです。

しっかりと相手の顔を見て、

「どうぞお召し上がりください」

と丁寧に手渡します。

常にそうした気遣いを心掛けながら、

「絶対にナンバーワン芸者になる！」

というぐらいの意気込みで、どんなときも、どんな場所でもそれを繰り返すのです。

そうすれば、少しずつ相手をしてもらえるようになるものです。

また、私は、毎回パーティーの帰りに大物の方をタクシーに乗せて、自宅まで送っていたこともあります。

その方は会場まで電車で往復していたのですが、私が鞄持ちを名乗り出て、そのままタクシーに乗っていただくようにしたのです。

その方の自宅をまわってから私の自宅までタクシーを使うと、毎回タクシー代はだいたい３万円以上かかりました。

もちろん私の自腹です。

普通の人は、こういうことがなかなかできないのです。

ただ、タクシーの中ではその方を独り占めにできて、成功したエピソードなどをいろいろと聞けるわけです。

これほど有益なことはありません。

そのうえ、知り合って1年経った頃には、個人的に二人でお酒を飲み、ざっくばらんに話せるほどの仲になることもできました。

ほとんど無名の私が成功者の方々と信頼関係を深めるには、やはり1年以上の時間がかかります。

しかし、そうして信頼を得ることができれば、

「あなたは今、こういうことをやっているんですね。だったら、知り合いにこういう人がいますよ」

というような流れで、優秀なビジネスパートナーを紹介してもらえるようにもなります。

「類は友を呼ぶ」

ということわざがありますが、優秀な人間だからこそ、他の優秀な人間を知っているのです。

もちろん、ただ紹介してもらうだけでは、信頼関係は維持できません。

相手の要望や期待に応えて、こちらからも積極的に紹介していくことを忘れてはなりません。

私は中学校しか出ていません。

ところが、このようにして、数多くの一流の方々と知り合い、緊密なコミュニケーションをとれるようになりました。

人脈もどんどん広げていくことができたのです

その中には、

「目標なんてない。夢なんてない」

などと口にするようなマイナス思考の人間は一人もいません。

普通の人たちがなかなか出会うことができない、常に大きな夢を抱いている成功者ばかりです。

そうした成功者たちと接することは、それだけ自分自身を成長させることにもつながります。

誰もがみな、能力が高く、人間としての器が大きいため、近くで影響を受けることによって、自身の能力も高まり、器も大きくなるからです。

「自分も成功しなければいけない」

という使命感もあふれ出てきます。

つまり、成功者になるための近道は、

「成功者のそばにいること」

「成功者と一緒に仕事をすること」

とも言えるのです。

恵まれた環境に満足せず、ASEANの子どもたちから仕事に対する情熱を学ぼう

私はここ2、3年、ASEAN諸国を訪れる機会が増えています。

ボランティア活動や支援活動を行うために、主にフィリピンやカンボジア、インドネシアなどの貧しい地域に足を運んでいるのです。

そうした地域をまわるたびに私の目に焼き付けられ、心が激しく揺さぶられる光景があります。

それは、貧しい子どもたちの姿です。

だいたい4歳くらいから10歳くらいまでの子どもたちが、いつも路上でいろいろな物を売っています。

それも、朝から晩までです。

その年齢の子どもならば本来、教育を受けなければならない時間帯や寝ていなければならない時間帯も含まれます。

それでも、子どもたちは常に必死で貪欲です。

たとえば、4車線の広い道路さえも、物を売るうえで欠かすことができない場所になります。

そこでは、数多くの車が引っ切りなしに行き来しています。

しかし、交差点の信号が青から赤に変わったり、渋滞が起きたりして、車が止まった瞬間、彼らは車を目がけて走り出します。

そして、車の窓ガラスをトントントンと叩いては、花や首飾り、飴などを売り続けるのです。

車の窓拭きをして、お金をもらう子どももいます。

あるいは、何も売らずに、

「マネー！　マネー！　マネー！」

と叫び、お金だけを要求することさえあります。

日本では当たり前のように注意される、

「車道に出たら危険だから、やめなさい！」

などということは、ここではまるで関係ないのです。

また、ＡＳＥＡＮ諸国のスラム街に行くと、ゴミ拾いをしている子どもたちも見かけます。

聞くところによると、日本円に換算すると、1日で50円もらえるそうです。

そのために、やはり朝から晩まで働き続けるのです。

そうした中、私が最も衝撃を受けたことがあります。

フィリピンのセブ島での出来事です。

私は英語を学ぶために、セブ島に留学していました。

そんなある日、英語の勉強を終えたあと、夜ご飯を食べるために地元の飲食店に行きました。

近くの路上には、相変わらず子どもたちがいました。

そして、お店を出て、これから帰ろうというときにも、まだたくさんの子どもたち

が残っていたのです。
時刻はすでに夜中の0時半を過ぎていました。
ホテルまでの移動にはタクシーを使ったのですが、私が乗り、走り出すとき、子どもたちが近寄ってきました。
私は、
「何かを求めているのかな」
と思い、窓ガラスを半分ほど開けました。
すると突然、そのうちの一人の子どもが隙間に両手を入れ、窓ガラスをガシッと掴んだのです。
運転手は、その状況を知ってか知らずか、そのまま車を走らせました。
時速30キロは出ていたのではないでしょうか。
それなのに、その子どもは手を離そうとはしませんでした。
身体を浮かせながら、しばらくの間、窓ガラスにしがみついていました。
おそらく私に求めていたのはお金だと思います。

それも、わずか10円ぐらいだったはずです。

10円を欲しいがために、命を張って窓ガラスにしがみついていたのです。

そこで私は、子どもの鬼気迫る目を見ました。

「何なんだ、この必死さは……」

と、恐怖と感動がない交ぜになったことを、今でも覚えています。

翻(ひるがえ)って、今の日本はどうでしょうか。

同年代の子どもたちに同じことを求める必要はありませんが、はたして、それだけの必死さでお金を得ようとしている若者がどれほどいるでしょうか。

確かに、

「将来、成功したい！」

という夢を抱いて、お金を能力開発のセミナーやそれに関連した本などに費やす若者はたくさんいます。

ただ、私が見てきた中で言えば、セミナーなどに参加した若者のうち、99％が行動に移すことはありません。

ほとんどの人が、参加しただけで満足してしまいます。

私はそういう人たちのことを、

「思考貧乏」

と呼んでいます。

セミナーや本などから成功するための哲学や知識しか学んでいないのに、なぜか自分の思考の中では、

「いろいろなことを十分吸収したから、これから絶対に成功する！」

ということになってしまっているのです。

しかし、そういう人に限って、ほとんど何もしません。

実際に行動に移したり、努力や苦労を積み重ねたり、地道な作業を繰り返すことを避けようとするのです。

おそらくその根底には、

「楽して儲けたい。かっこよく成功したい」

というようなイメージがあり、楽な方へ、楽な方へと進んでいこうとしているので

しょう。

野球で言えば、バッティング技術の本だけを読んで、

「イチロー選手のようにヒットを量産して、世界記録を作りたい」

と言っているのと同じことです。

イチロー選手になりたい反面、イチロー選手が長い間続けてきた血の滲(にじ)むような練習はしたくないのです。

言うまでもなく、世の中はそんなに甘いものではありません。

結局、思考の中における「成功」が現実における「成功」に結びつくことがないため、貧乏から抜け出すことができません。

だから、「思考貧乏」なのです。

また、違う意味で怖いのは、本来は思考貧乏なのに、才覚がないのにも関わらず、根拠のない自信を持って、行動に移してしまう人たちです。

全国各地で開催されている能力開発セミナーの中には、いい加減なものも多いようですが、たとえば、ある人が高いお金を払い、講義を3日間受けたとします。

講師から、

「あなたの成功はもう約束されています」

などと言われ、思考の中では成功している気分になったその人は、

「もうサラリーマンを辞めよう。独立して成功しよう！」

と決断します。

しかし、いざ独立してみたものの、会社員という、それまで会社に守られてきた立場から離れた途端、何もできなくなります。

営業の電話を何十本も掛けたり、飛び込み営業をしたりする勇気や度胸はまったくありません。

その結果、独立に失敗し、家族を路頭に迷わせてしまうのです。

このように、私はこれまでさまざまな思考貧乏の人たちを見てきました。

ただ、思考貧乏の人が多い一因には、今の日本社会の状況もあるのではないかと思います。

なぜなら、家に帰れば、テレビや冷蔵庫、エアコン、洗濯機、電子レンジなど、す

べてのものが揃っているからです。

ＡＳＥＡＮ諸国の貧しい地域とはまるで違います。

物質には満たされているので、特に頑張らなくても、何とかなってしまうのも事実です。

だから、頭の中では、

「成功したい！」

と思いながらも、実際には行動しない人がいても無理はありません。

いわば平和ボケの人が多いのです。

逆に言うと、行動しなくても食べていけるような国だからこそ、

「日本は平和である」

と言ってもおかしくないでしょう。

私自身、貧しい地域で働く子どもたちを間近で見たことで、日本という恵まれた環境で暮らしていることに改めて気づかされました。

しかし、私は思考貧乏の人間ではありません。

常に行動に移してきたからこそ、今の成功があると自負しています。

だからこそ、心の中でこのように誓ったのです。

「よし、俺が自分の手で稼いだお金で、子どもたちを救おう。小さい頃から働くようなことはやめさせて、教育を受けさせよう。彼らが自分の国に貢献する立派な人間になれるように、支えていこう」

つまり、私が現在携わっているＡＳＥＡＮ諸国でのボランティア活動や支援活動は、その一環なのです。

そして、私をそこまでの気持ちにさせてくれたのは、そこにいる貧しい子どもたちの姿にほかなりません。

たとえ貧しくても、生きていくために、いつも必死で、めげることがない子どもたちが、私の仕事に対する情熱に火をつけてくれたのです。

継続こそが成功のもと、夢のために情熱を惜しまない〝成功のストーカー〟を目指そう

数々のビジネスを手掛け、数々の成功を収めてきた中で、私には確信していることがあります。

それは、

「継続こそが成功のもとである」

ということです。

短期間の継続で成功することもありますし、長期間継続しないと成功しないこともあります。

当然、ビジネスによって、その期間には違いが出ます。

たとえば、私が２００７年に会社を設立し、スタートさせた水素事業は、成功を収

めるまでに2年の歳月がかかっています。

どんな経営者にも言えることでしょうが、創業した当初は、経営的に苦しい状況に置かれることが多いかと思います。

私もそうでした。

会社の資金は、主に研究費や社員の給料、家賃、光熱費などに使っていたため、私の給料はほとんど出ませんでした。

しかし、たとえ苦しくても、決して逃げることなく継続したからこそ、今の成功があるのです。

おかげで、現在、私の会社は無借金経営です。

さらに、大企業の社長や世界のトップリーダー、著名人、アスリートなど、数多くの成功者たちとビジネスパートナーになることができたのです。

では、私がその2年間で継続したことは何かというと、

「水素事業で成功するまでは絶対に休まない」

ということでした。

実際、私は２年間、つまり７３０日間、１日も休まずに働き続けました。

もちろんお正月でも休みませんでした。

世間のお正月ムードにとらわれず、商品を紹介するパンフレットを作ったり、アイデアを出したりしていたのです。

その７３０日間で、私が最も重点に置いていたことは、いろいろな人たちと会い続けることでした。

取引先の新規開拓のために、数え切れない会社に対して、毎日電話を掛けたり、葉書を書き続け、アポが取れたらすぐに営業に行きました。

その際、長距離移動をする場合は、新幹線などは使わず、夜行バスを利用していました。

全国のどこであろうと、時刻表を調べて予約を取っていました。

「夜行バスのプロですね」

と言われるくらい徹底していました。

すべては経費を節約するためです。

夜行バスを利用すれば、交通費を安く抑えられるうえ、ホテル代を浮かすことができます。

移動手段だけで言えば、時には「青春18きっぷ」を使って、鈍行の電車に乗ることもありました。

夜行バスにしても鈍行の電車にしても、新幹線などにくらべると、当然、移動時間は長くなります

その分、ビジネスを成功させるために必要な、さまざまな勉強の時間に充てるようにしていました。

成功のためには、どんなときでも自分のスキルアップは怠りませんでした。

ただ、一回会いに行って商品を提案しただけで、取引が決まることはまずあり得ません。

いきなり会っても、相手は、こちらがどのような会社かわかりません。

水素事業自体もまだ新しく、世間的にはあまり知られていなかったので、当然と言えば当然でしょう。

だから、取引先になってほしい会社には、必ず7回は営業に行くことを心掛けていました。

これは、私の長い営業経験の中から導き出した回数です。

「7回行って初めて、営業の1回目である」

と捉えています。

たとえ門前払いされても、面会して素っ気なくされても、そのたびに反省点を記憶に留め、次の対策を考えます。

時には接待をして、コミュニケーションを図るなど、とにかく心を開いてもらえるように、さまざまな工夫をします。

そして、私のことを信用してもらい、人間関係を築けたとき、ついに取引に関する交渉がスタートします。

このときがだいたい7回目の面会であり、つまり人間関係が築けたうえでの営業の1回目というわけです。

たとえば、大阪に現在、主要な取引先が一社あります。

そこも、最初はなかなか相手にしてもらえませんでした。
それでも、私は1年に3回くらい足を運び、営業を続けました。
毎回、手土産を持っていくのは当然として、食事も何度もご馳走(ちそう)しました。
会社としては経費を節約していますが、ここで惜しんではいけません。
こうした努力が実り、ようやく商品を入れてもらえるようになりました。
今では、毎年ものすごい売上を記録し、私の会社に貢献してくれる一社になったのです。
やはり人間同士である以上、直接顔を合わせることが大切です。
何度も会って、まずは自分のことをわかってもらいます。
そして、自分が伝えたい思いを何度もぶつけます。
そこまでしないことには、相手だって、
「では、一緒にやりましょう」
とは言ってくれません。
つまり、成功するためには、そうしたことの継続が欠かせません。

だからこそ、私は、

「〝成功のストーカー〟を目指そう！」

と訴えたいのです。

好かれていない異性にしつこく付きまとったら、警察にストーカーと認定されて捕まることがあります。

でも、ビジネスの場合は違います。

ストーカーになるくらいの感覚で仕事をしても、特に問題はありません。

成功を追い求め、取引したい会社に何度も足を運び、担当者に何度も会い続けるのです。

そのとき、絶対に必要なのが情熱です。

どのようなことにも情熱を惜しむことなく、成功に一歩ずつ近づいていくのです。

このようにして、私は成功者の仲間入りを果たし、稼いだお金でボランティア活動や支援活動をすることができるようになりました。

こうしたことを実現できたのも、７３０日間休まずに働き続け、結果を出したからこそです。

自分の夢を達成するまで、無我夢中になって、他のことには目もくれず、やるべきことを継続してきたのです。

やはり継続なくして成功はありません。

そのおかげで、創業当初はもらえなかった給料も、今は、当たり前のようにもらえるようになりました。

それも、成功者にふさわしい金額の給料です。

だから、私は今、本当に幸せな日々を送っているのです。

おわりに

感謝の心が足りない人間、親孝行ができない人間は成功者にはなれない

私は18歳で起業してから、失敗や挫折を経験しながらも、何度も成功することができました。

それは、常に相手のことを考え、愛し、感謝してきたからです。

私はこれまでの人生において、受けた恩は決して忘れず、必ず感謝して、返すようにしています。

たとえば、インターネットの会社を経営していた２００５年頃、このようなことがありました。

同年11月に、以前アルバイトをしていた運送会社の社長から電話が掛かってきたの

です。

その内容は、

「お正月商戦が始まるのに人手が足りなくて困っているから、トラックの運転の仕事をしてくれないか？」

というものでした。

それを聞いた瞬間、私の頭の中で、

「これは、社長に感謝を伝え、恩返しができるチャンスだ！」

という直感が働きました。

そして、すぐさま、

「わかりました。やります！」

と答えました。

お正月の時期に、早朝1時からトラックの運転をする短期のアルバイトを引き受けたのです。

当時、私の会社は売上を大幅に伸ばして急成長し、年商8億6000万円を記録し

ていました。

私の月収も６０００万円ほどありました。

そのため、会社の部下からは、

「何で収入もたくさんあるのに、わざわざそんな大変なアルバイトを引き受けるんですか？　普通ではないですよ」

と言われてしまいました。

しかし、私にとっては普通のことだったのです。

その2、3年前、私は毎月のように、多額の借金の返済と養育費の支払いに追われていました。

デリバリーの中華料理店を経営していましたが、その収入だけでは賄うことはできませんでした。

そんなとき、アルバイトとはいえ、私に仕事を与えてくれたのがその運送会社の社長でした。

横浜卸売市場で4トントラックに大量の魚を載せ、小田原の市場やスーパーなどに

配送するという仕事でした。

「もう一度成功したい！」

という夢を見ながらも、実際には生活がギリギリで厳しい日々を送っていた私を助けてくれました。

だからこそ、そのことに心から感謝していた私が、社長に恩返しするのは当然だったのです。

実は、こうした行動は魂を成長させてくれます。

私たち一人ひとりの本来あるべき心と姿のことを、古来、日本人は「魂」と呼んできました。

周りに愛を与えると、自然と自分自身にも愛が集まってきます。

そうした日々の積み重ねの中で、私たちの魂は成長していくのです。

普段、私が身近に接し、交流を重ねている成功者はみな、魂がまっすぐに育ち、芯が通っている人たちばかりです。

つまり、魂が成長すればするほど、成功へと近づいていくのです。

ただ、残念ながら現代は、人々の心の中に感謝が足りない世の中になってしまいました。

感謝より不平不満が増え、心が乱れ、精神的に不安定になる人たちも多くなってきているようです。

「誰かのため」

ではなく、

「自分のため」

という考え方を優先するばかりに、いつしか世の中に対する感謝の心を失ってきています。

それによって、自分自身をも見失っているというわけです。

そこで私は、

「感謝を言葉にする習慣を身につけ、周りに感謝する人を増やしたい」

という思いから、２００８年に「感謝株式会社」を設立しました。

私が経営する株式会社ドクターズファーマと同じく、この会社も水素事業をメイン

にしています。

最初は、その社名を聞いた人たちから、

「怪しい……」

「危ない……」

「何それ？」

などとずいぶん馬鹿にされたものです。

それが今では、

「素晴らしい」

「感謝株式会社に感謝しています」

と言われることも増えました。

もしかしたら、私は誰よりも「感謝」と「ありがとう」の言葉を口にしている一人かもしれません。

一日を通して、自分が笑顔になれるような出来事があったら、そのたびに感謝するようにしています。

そうすると、いつしか人生の中で、嬉しいことや楽しいことがどんどん増えていくのです。

それを一つの成功と言ってもいいでしょう。

感謝の中でも一番大切なことは、当たり前のことに感謝できることです。

家族、特に両親が元気でいることに対しては、絶えず感謝の気持ちを持ち続けるべきでしょう。

なぜなら、私は親孝行こそが、自分自身を知り、能力を引き出すために必要な行動だと考えているからです。

つまり、

「親孝行ができない人間は成功できない」

とも言えるのです。

私自身、人生の中で大きな転機はいくつかありました。

とりわけ重要な転機は、21歳のときに訪れました。

母が癌を患っていることがわかったのです。

私は、15歳で家を出てからずっと仕事をしていたので、ほとんど実家に帰っていませんでした。

大変な親不孝者でした。

しかし、母の余命が数か月という話を聞いたとき、

「仕事を全部やめて、母のそばにいよう」

と決心したのです。

私の貯金もすべて母の癌の治療のために使い、できるだけ母と一緒にいるようにしました。

ちょうどその頃、妻との間に初めての子ども（長女）が生まれていたので、よく連れて行きました。

母は孫に会うことを、いつも楽しみにしていました。

顔を見るたびに、

「この子のためにも、私は癌を克服して生きなければ……」

と言っていました。

母とともに過ごした中で一番思い出深かったのは、
「私が4歳のときに死んだお母さんのお墓が福島にある。自分が死ぬ前にぜひ行っておきたい」
と言われ、祖母の墓参りをしたことです。
そのとき、母の生い立ちを初めて聞きました。
4歳のときに実のお母さん、つまり私の祖母が亡くなり、継母に引き取られたということでした。
そこでずいぶんいじめられたそうです。
そして、6歳でリンゴ農園に働きに出されました。
その後、15歳からは紡績工場で働きました。
父と結婚してからも、苦労は絶えませんでした。
父が「飲む、買う、打つ」を地で行く人で、まったく仕事をしなかったため、母は働きづめにならざるを得なかったのです。
私も、物心がついたときから実家を出るまでの間、母のそうした姿を見続けてきま

した。

今でも、墓参りのときに聞いた、生い立ちをはじめとしたさまざまな話を忘れることができません。

「ああ、お母さんってこういう人だったんだ」

ということがすごく理解できました。

そんな母と改めて一緒に過ごす時間を持つことができて、

「やっと少しだけ親孝行ができたかな」

とも感じました。

ありがたいことに、母の余命は数か月から1年まで延び、その分、長くそばにいられました。

とても幸せな日々でした。

母は生涯を通じて、ずっと苦労人でした。

そして、死ぬまでずっと「パートのおばさん」でした。

ただ、お葬式には200人以上の人たちが来てくれたのです。

母が私たち家族だけではなく、職場でも慕われ、信頼されていたことを実感できました。

さらに、母がパートとして働いていた会社の社長が、私にこのようなことを伝えてくれました。

「もし君のお母さんが男性だったら、必ず大成功していたよ」

それを聞いたとき、母の偉大さやありがたみを感じ、

「お母さん、産んでくれてありがとう。育ててくれてありがとう」

という思いが強くなりました。

私を産んでくれた母には、感謝の気持ちしかありません。

このときの体験は、私の人生において欠かせない原点の一つです。

それは、人材を育成するうえでも、常に念頭に置いています。

たとえば、巷の能力開発セミナーに50万円を払って参加しようと考えている人がいたとします。

これはその人にとって、

「誰かのため」
ではなく、
「自分のため」
なのは言うまでもありません。
そんなとき私は、
「それだけのお金があるなら、能力開発セミナーよりも親孝行に使いなさい。お世話になった両親と旅行に行きなさい」
と伝えています。
両親のために何かをして、もし両親から、
「何があったの？」
と聞かれたとき、
「何でもないよ。今までのお礼がしたいから。お父さん、お母さん、いつもありがとう！」
と答えたら、両親がどれほど喜ぶことでしょうか。

巷の能力開発セミナーではこうはいきません。
自分の能力が本当に開発されるかもわかりません。
それだったら、親孝行をして、家族に喜んでもらい、コミュニケーションや信頼関係を深めた方が何倍も有益です。
両親もそれまで以上に気に掛けてくれるようになり、温かい目で応援してくれることでしょう。
両親はいつ死ぬかわかりません。
ほとんどの人の場合、今までわがままや文句を聞いてくれたり、ご飯を作ってくれたり、学校に通わせてくれたのは、両親のはずです。
自分が産まれて一番最初に、「感謝」と「ありがとう」の言葉を教えてくれたのも、両親でしょう。
だから、たとえ日々の生活が忙しくても、せめて一年に一回は親孝行をしてほしいのです。
そして、もし両親と一緒に旅行する場合は、私が推薦したいのが豪華客船のクルー

ズです。

人によっては、

「クルーズ、それも豪華客船？　いくら親孝行でも、そんな高額なものに手が出せるわけがない」

と思って、躊躇するかもしれません。

しかし、ツアーの内容や客室のレベルにもよりますが、10日間で国内外の各地に停泊して、1人15万円ほどで済むプランもあるのです。

両親と3人でツアーに参加するとして、能力開発に使う予定の50万円を使っても、おつりがきます。

シーズンによって、乗船客が集まらないときなどには、もっと値下がりすることさえあります。

決して高額ではないのです。

考えてもみてください。

もし海外まで飛行機を使い、現地のホテルに泊まり、食事や観光などにお金を使い

続けたとします。

はたして10日間過ごして、一人15万円で済むでしょうか？

間違いなく、あっさりと超えてしまいます。

それに対して、クルーズは、基本的に先に料金を払っておけば、あとは船内で何をしても自由です。

フレンチやイタリアンなど、いろいろなジャンルの料理を、いつでも好きなだけ食べられます。

映画や演劇、ミュージカルなども観放題ですし、プールやジャグジー、スポーツジムまであります。

さらに、私が見た中では、クルーズで一緒になる乗船客はさまざまな業界の一流の方々がたくさんいます。

みんな、優雅に楽しんでいます。

そうした方たちと10日間顔を合わせているうちに、同じクルーズに乗っているということで共感が生まれます。

どんどん交流も深まります。

そのおかげで、クルーズの旅行を終えたあと、仕事につながったケースが何度もあるほどです。

つまり、クルーズは自分の仕事にも役立ちますし、相手が一流の方々ですから、仕事のクオリティも高まります。

これが豪華客船のクルーズではなく、もし海外へ飛行機で向かったとしたらどうでしょうか？

自分の隣の席に一流の方が座っていたとしても、フライト時間はせいぜい10時間ほどです。

その程度の時間では、まず交流が深まることがないですし、仕事にもつながらないでしょう。

10日と10時間では雲泥（うんでい）の差なのです。

とにかくクルーズは、親孝行をするうえで、両親に心から喜んでもらえるプレゼントだと思います。

そして、乗船しているときは、時間が許す限り、両親とこのような話をしてみてください。

「小さい頃の夢は何だったのか？」

「どんなことが好きで、どんなことが得意だったのか？」

「どんな部活に入っていたのか？」

「二人が出会ったきっかけは何だったのか？」

など、両親について、いろいろなことを聞き、いろいろなことを知るようにするのです。

親孝行をするだけではなく、自分を産み、育ててくれた両親のことを深く知ることは、人生において欠かせないことです。

それによって、感謝の気持ちが強まり、感謝することの大切さをますます理解することができます。

しかし、実際にいろいろな人たちに聞いてみると、両親のことをあまり知らない人がかなり多いようです。

これには、驚くほかありません。

そのとき、私がいつも感じるのは、

「両親のことを知らないということは、一緒に仕事をしている相手のこともほとんど知らないのではないか」

ということです。

経営者なら社員のことを、上司なら部下のことをほとんど知らないようでは、緊密なコミュニケーションをとれるわけがありません。

それでは的確な指示を出すことなどできません。

人材の育成もままならないでしょう。

そのため、社内でチーム一丸となって仕事をしようとしても、支障を来たすのは間違いありません。

だからこそ、両親について知るのと同じように、社員について深く知ることが何よりも重要なのです。

そうすれば、仕事はうまくまわっていきます。

会社は売上を伸ばし、順調に成長していきます。
自分自身の成功にも必ずつながっていくのです。
そのためには、何をおいても、常日頃から人に対する感謝の気持ちを持つことが必要不可欠です。
私は、感謝株式会社を通して、すべての人が輝き、希望にあふれ、前を見て感謝して生きていくことを目指しています。
人にとって、感謝で始まり、感謝で終わる人生こそが最大の幸せであり、あるべき姿だからです。

最後に、私の好きな言葉を贈ります。

『夢は叶う、打つ手は無限』（滝口長太郎）

すばらしい名画よりも、お金よりも

もっともっと大切なものを私は持っている。
どんなときでも、どんな苦しい場合でも、愚痴を言わない。
「参った」と泣き言を言わない。
何か方法はないだろうか、何か方法があるはずだ。
周囲を見まわしてみよう、いろいろな角度から眺めてみよう。
人の知恵も借りてみよう。
必ず何とかなるものである、
なぜなら打つ手は無限にあるからだ。

「成功者になりたい！」
そんな夢を抱きながら人生を歩んでいくとき、この言葉をその指針の一つにしていただけたら、これほど嬉しいことはありません。
ここまで読んでいただき、心から感謝しています。
この『規格外の成功術』の印税は、小児病棟で小児癌の病に苦しむ子どもたちの治

療費などを支援するため、元プロ野球選手で平成唯一の三冠王、松中信彦氏が応援している、小児医療関係者に全額寄付させていただきます。

小児病棟にいる子どもたちの夢は、普通の人の生活です。

お父さん、お母さんと一緒にラーメンが食べたい、一緒の布団（ふとん）で寝たい、お風呂に一緒に入りたい、一緒に公園で遊びたい。ただそれだけなのです。

これらの希望が叶うように、私は全力で生きています。そして、子どもたちの夢を叶えてあげることが、私の夢です。

これからも私は、毎日、喜んで働き、希望を持ち、笑顔で人に感謝し、悔いのない一日をつくります。

私は今、世界一幸せです。

ありがとうございます。

感謝しています。

２０１９年７月吉日　　川畑秀雄

川畑秀雄

現在、株式会社ドクターズファーマ、感謝株式会社、ＤＲＦＫ（マレーシア）を経営。

１９６９年

横浜生まれ。

日雇いのペンキ職人で〝飲む買う打つ〟の生活を送る父を持ち、子どもの頃から貧乏だったため、誕生日や、七五三を祝ってもらうなどの経験は一切なし。小学校時代から新聞配達やカブトムシを捕まえて、家計を助ける。

１９９０年４月

川畑プランニング創業。

数々の職業を経験し、すべての業界で1位の成績を残す。佐川急便に入社した際も、営業成績は常にトップ。

毎月１００万円の赤字を出していたファーストフード店に、又貸しでオーナーとして参加。月商１９０万円を半年で７３０万円（前年対比３８４％）にまでアップ

させる。

1995年8月

年商100億円企業にヘッドハンティングされて雇われ社長となり、大手フランチャイズ事業に参入する。

大手ファーストフード、大手コンビニ、大手車買取販売、中古ファミコンショップ、ブランド品販売、不動産、パチンコ事業など、多角経営を実践。

1999年8月

先物取引に失敗し、個人で2億円の借金を背負う。雇われ社長を解雇される。

2000年〜2002年

派遣のアルバイト生活を送る。

2002年

上海エクスプレスに入社し、半年後には本部長に就任。

2004年2月
有限会社グッドポジティブ創業。

2005年8月
関連子会社E－I株式会社、株式会社ベンチャーネット設立。
企業のITプログム開発、企業マッチング、企業コンサルタント、企業マッチング交流会、企業研修を実践。

2006年
モンゴル・マンホールチルドレンへの寄付。
フィリピン・スモーキーマウンテンの子どもたちに対して、アジアチャイルドサポートを通して大きく支援。

2006年12月
『7人の大逆転人生 人生を激的に変えた7人の決断と習慣』を出版。

2007年8月

持っていたすべての会社を部下や取引先に譲渡。

2007年12月
株式会社ドクターズファーマを設立し、CEOとなる。

2008年5月
感謝株式会社設立。

2008年5月
代理店向け研修＆企業研修「夢専」スタート。
（2011年4月、企業研修、アスリート専門）

2011年3月
東日本大震災ボランティア活動開始。

2011年6月
企業アイデア会議「B to B face agent」スタート。

2011年11月
東日本大震災支援金応援本『億万長者脳の作り方』を出版

2013年11月
B to B「face agent」を大手不動産会社に売却。

2014年8月
気仙沼市の児童養護施設の子どもたち100人を東京ディズニーランドへ招待。

2015年1月
老舗の経済誌『月刊BOSS』で連載スタート。

2016年4月
熊本地震の炊き出しを4ヵ所で実施。
気仙沼市の小学校の校庭に気球をあげて地域の方々に復興の街を見てもらうボランティア活動。
仮設住宅の方々に向けた、芸能人の歌手の方々のボランティアコンサートを支援。

2016年12月
ASEANを中心にしたボランティア活動およびビジネスを開始。

2017年2月
フィリピン・パサイ市でスラム街の子どもたち300人に対して、コーンスープ、米、缶詰など食料の支援ボランティア活動。

2017年2月28日
世界国際平和会議グローバル・ピース・ファウンデーション・マニラにて、40ヵ国の代表者の前で講演。

2017年5月18日
テーブルクロスさんの支援をして、カンボジア王国の小学校に給食支援

2017年5月22日
マレーシア・イポーで障害者施設の運動会を提供し、ケンタッキーとお土産を600人分、マレーシア公爵Dato' Sri Foo Kok Leangさんと支援。

※ Dato' Sri Foo Kok Leang プロフィール

世界華人協会（180ヵ国に支部を持ち、約660万人の中国人および華僑会員を擁する華僑系ビジネスマン最大の組織）のアジア地区会長、マレーシア支部会長を兼務。2010年、マレーシア・スルタンからDato' Sriの称号を受ける（公爵と同様）。中国国営投資会社の全世界総代理店責任者。グループ企業2兆円。

2017年5月27日

フィリピン・ノベシア州の高校にグローバル・ピース・フィリピンさんに協力をいただき、1000個のノートと鉛筆、テレビ3台、パソコン2台、バスケットゴール2台を寄付。

2017年8月

福岡県朝倉豪雨の被災地に仕分け作業のボランティア活動。

2017年11月

グローバル・ピース・カンボジアさんに協力をいただき、カンボジア王国の支援活動。井戸水の感染により子どもたちが亡くなることを防ぐため、衛生的によい大型の浄

水器を小学校に設置。
3つの蛇口から出る綺麗な水をステンレスの水筒に入れて持って帰る習慣をつけさせるために、600個贈呈（ペットボトルを減らす環境支援）。給食を600人分提供。
グローバル・ピース・インドネシアさんの協力をいただき、イスラム教の小学生にノートと鉛筆600個贈呈。卓球台と中古のパソコン15台贈呈。600人分の給食提供。

2018年1月
マレーシアで新会社DRFK設立。
世界へ水素サプリメントを販売する会社として、Dato' Sri Foo Kok Leangを世界華人協会副会長と設立。

2018年2月
グローバル・ピース・フィリピンの協力をいただき、ノベシア州の小学校に図書館をプレゼントする支援活動。

２０１８年２月
カンボジア王国に医療費削減モニター支援。

２０１８年７月
中国温州市に医療費削減モニター支援。

２０１８年９月
アメリカの社団法人グローバル・ピース・ファウンデーション後藤副会長のご紹介でインド・ヒンドゥー教のトップ、スワミ先生の日本表敬訪問をエスコート。
岩手県の児童養護施設３ヵ所へ寄付および、活躍している著名人、芸能人、スポーツ関係者と訪問。

２０１８年10月
カンボジア王国支援。
グローバル・ピース・カンボジアさんの協力をいただき、小学生６００人に英語教育支援と環境問題育成支援。

2018年10月
インドネシア医療費削減モニター支援。
イスラム教1億人のトップ、Said Aqil Siradj 先生と知己を得る。

2018年12月
インド・デリーで、グローバル・ピース・インドさんの協力をいただき、多くの楽器を提供してコミュニケーションを支援。貧困な街への希望の光を照らす支援。

2019年1月
感謝株式会社ブランド【Drs富士水素】をビジネスパートナーとして、インドネシア大手コンサル企業とインドネシア国内独占販売契約を結ぶ。

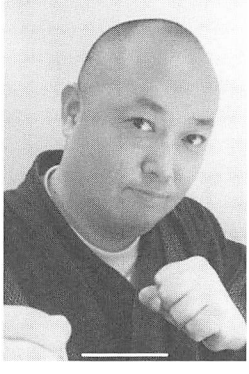
2019年2月
ドクターズファーマ、取引先78社、取扱店舗6000店、水素原料OEM先9社。
感謝株式会社、水素販売取扱販売店980人。

2019年2月28日

韓国・ソウルのロッテホテルにて、49ヵ国のグローバル企業、政府、指導者のリーダーが集まり、グローバル・ピース・コンベンションのグローバル・ピース・アワードが開催され、フィランソロピー&コーポレート・シティズンシップ賞を受賞。長年にわたる【社会貢献と慈善活動】の成果を評価する賞を受賞する。幅広い分野のスポーツ支援スポンサーとしても活躍。

2019年3月

感謝株式会社、DFBC（ダイヤモンド・ファミリー・ビジネス・クラブ）事業を本格的にスタート。



川畑秀雄
Hideo Kawabata

川畑秀雄からのサプライズメッセージ動画

下記の QR コードから、これまでの川畑秀雄の活動他、
読者に向けたメッセージ動画を観ることができます。
本書では伝えきれなかった熱い思いをぜひ感じとってください。

規格外の成功術

発行日　2019年　7月25日　　第1版第1刷

著　者　川畑　秀雄

発行者　斉藤　和邦

発行所　株式会社　秀和システム

〒104-0045

東京都中央区築地2丁目1－17　陽光築地ビル4階

Tel 03-6264-3105（販売）　Fax 03-6264-3094

印刷所　日経印刷株式会社　　Printed in Japan

ISBN978-4-7980-5934-1 C0036

定価はカバーに表示してあります。
乱丁本・落丁本はお取りかえいたします。
本書に関するご質問については、ご質問の内容と住所、氏名、電話番号を明記のうえ、当社編集部宛FAXまたは書面にてお送りください。お電話によるご質問は受け付けておりませんのであらかじめご了承ください。