

読む



ビタミン

地域に根ざす工務店

・リフォーム店を元気にするビタミンです。

2020年12月号

今月のひと言

各位にとって「コロナ禍」とは？

コロナ一発で、これだけ世の中が変わってしまったのです。
これを単なるウイルスのせいだけに、してしまうのは…

「コロナ禍＝デジタル革命」を一席。

経済的な話でよく出てきたのが「リーマンショック」時との比較でした。でもリーマンは一過性の経済的過熱が起こした現象。あの時、リーマン後の「新常态」などとは言われませんでしたよね。

でも今はコロナ禍後の「新常态」がお題目に掲げられていることは各位もよくご承知でしょう。

ではその「新常态」のホネは？
「デジタル」ではないでしょうか。

つまり世の中の仕組みが「デジタル」をキーワードに、大きく変わることはないでしょうか。その典型的な流行語が「DX(デジタル・トランスフォーメーション)」であることは、各位も先刻ご承知でしょう。

今までで、世の中の仕組みが大きく変わったのは

●敗戦＝民主主義 ●石油ショック＝省エネ社会 ●温暖化＝CO2削減

そして現在が「コロナ禍＝DX(デジタル・トランスフォーメーション)」

インターネットもAIもいわば手段や道具でしかありません。その根底に流れているのが「社会や生活のあり方がデジタルになるよ」。

かなり大袈裟ですが、いかがでしょうか…

不易流行

「センスメイキング 検索」で充実してください。

十字路

多くの企業で次年度を見据え中期経営計画（中計）づくりが佳境を迎える時期だ。策定にあたり、最近ではよくハックキャストイングという言葉

を聞くようになってきた。「ありたい姿・あるべき姿」から「いま」を考える思考法である。環境が激変する時代には必須であるが、こうして一生懸命作った「中計」を開示しても投資家からの評判はいまひとつだ。なぜか。

投資家が知りたいのは、将来に向けた骨太なストーリーとしての戦略であり、内向きの管理に使う計画ではないか

計画は戦略にあらず

らだ。本来、計画は戦略の下位概念である。戦略を遂行するために、誰がいつどこで何をするかを定めるのが計画だ。現場主導で物事を実際に動かしていくには不可欠だが、投資家はそうした施策の羅列を知りたいのではない。あまたある将来進むべき道の選択肢のうちから、何を捨てて何を選ぶのか、その企業が選んだシナリオを提示してほしいのだ。

当然、その選択にはリスクがつきものである。計画レベルの施策をいくら精緻に記述したところで、このリスクを取ったことにはならない。ゆえに「総花的だ」とか「優先順位が分からない」と批判される「中計」が出来上がる。

将来のシナリオを選択するにあたり主観的な世界観も必要である。外部環境や内部資源の分析を緻密に突き詰めても、将来に関する正しい解はもたらされない。あるのは自分たちが確からしいと選んだ将来だけだ。客観的な分析は必要だが「我々はどうなると思っのか・どうなっかっていったのか」が根本になければ、魅力ある戦略にはならない。そして、この戦略を提示するにはトップの力が不可欠である。将来シナリオを選択するリスクを取り、自社の世界観を力強く語り、ステークホルダーを説得することこそ経営者の役目だろう。

（東京都立大学大学院教授

松田 千恵子）

変化の激しい時代は続く。
そこで、変化を生き抜いてきた先人から学びましょう。

お手本は松翁(松下幸之助)の 「ちょっと、いい話」から



「自動販売機」を「ネットとかEC」に変えて読んでみてください。

最近「自動販売機」というものが、いろいろな分野に使われてきて、生活のいたるところで見かけるようになった。まことに手軽で便利であり、また一面、人出不足の解消にも結び付くということで、これはこれで一つの進歩の姿といえよう。

ただ、そういうことにつれて、ビジネスのあり方自体がだんだん「自動販売機的」になってくるとのことだと、それは問題だと思う。つまり、ビジネスから人間の心のつながりが失われてはいけないということである。

結局、好ましいビジネスのあり方というのは、世の中がいかに便利になろうと、会社が大きくなっても変わるものではない。

「自動販売機」が普及することはそれはそれでいいけれども、人間がやるビジネスでは、心のつながりというものを大切に、失ってはならないと思うのである。

プロモーション ドキュメンタリー レポート



川上「JAY」社長
と早川大二的

イベント 仕掛けの オレンジ

VOL.1

札幌の小さな工務店「オレンジカンパニー」のデザイナー社長が、オレンジらしさを活かしたイベント戦略に挑戦！ワクワクしながら仕事がしたいという方のお役に立てばと、その軌跡を嘘偽りなく誇張もせず、レポート形式でお伝えします。

REPORT 1

映画監督になりたかった男との出会い

時計仕掛けのオレンジは1971年、スタンリーキュービック監督の代表的な作品。今回の主人公となるオレンジカンパニーの川上社長は「昔は映画監督になりたかった」というデザイナーなので敬意を表す意味と、今回挑戦する戦略は“イベント”が軸となるものなので、この「イベント仕掛けのオレンジ」をタイトルにさせていただきました。

新シリーズとなるメルマガですが、オレンジカンパニーの川上社長（以下ニックネーム→JAY社長）の営業戦略づくりと実践を私早川もブレインとしてお手伝いさせて頂いており、そのことを時系列にドキュメンタリーとしてご紹介していく企画にしました。ですから成功事例としての成果報告も記しますが、失敗もするでしょうし、悩み苦しむこともあるかもしれません。そのことも包み隠さず書いて行くつもりです。

レポートとしてご紹介させて頂く事、JAY社長も快諾してくださいました。

※ただし、企業機密や個人情報伏せさせて頂く場合がありますので、予めご了承ください。

● オレンジカンパニーのご紹介

株式会社オレンジカンパニーは店舗や住宅のリフォームを主に手がけていた小さな工務店です。特徴は“おしゃれなデザイン”。そのセンスは抜群で、地元店舗リニューアルや工務店から頼まれたデザイン

重視のプランなどを手がけています。



人気もあり、重宝され、切れることなく仕事はあるのですが、しかしながら、キャッシュフローや粗利益など、苦しい時もあったようで、悩みは尽きないそうです。

根が明るい人なので、そう困っているようには見えませんが……。

● JAY社長との出会い

JAY社長と会援隊の出会いは数年前のLIXILさんの札幌研修の時。講師は会援隊田中が担当。田中の話しに興味を持ったJAY社長は名詞交換をし、その縁で会援隊のメルマガもずっと読み続けてくれたのでした。

今年の春ころですが「コロナ禍で動き辛いのであれば、こんな時期にこそホームページをリニューアルしませんか？」と、会援隊のメルマガに掲載したらJAY社長からお問い合わせを頂き、そこで初めて僕との接点ができたのです。

はじめの打合せはライン動画。お顔を拝見しただけで僕はピン！と来たのです。

“この社長、絶対仲良しになれる！”と。

イベント 仕掛けの オレンジ

WEBをリニューアルしたいとのコトでヒアリングさせて頂いたのですが、JAY社長も何をどうすべきかがよく分かっておらず、理念や想いをお聴きしながら「何を?」「誰に?」「どう売るのが?」というマーケティング思考の話をして頂き、それらが明確になってこそそのツール開発であるコトをお伝えしました。もともと想いのある社長なので、意味合いはすぐに理解されました。

まあ、コロナ禍でもあるのでオンラインで打合せを重ねることもできたのですが“なんとかJAY社長に直接会って話しがしたい!”という欲望にかられたのです。JAY社長もそのように思われたのでしょうか、東京に行く外せない用事があるので、その時に会いましょう!と言ってくれました。



↑株式会社オレンジカンパニー
代表取締役
川上“JAY”喜久さん

6月19日、僕たちは新橋SL広場で待ち合わせ、初顔合わせとなりました。喫茶店で2時間みっちり話し込んだのですが、JAY社長、とてもユニークな人で、映画監督になりたかったとか、帆船の設計がしたかったとか多彩。またDJが特技と言うか趣味と言うか、時折パフォーマンスもされるとか。住居や店舗のデザイン、設計、施工をされるのですが、そのデザインへの思い入れも強く、**ワクワクするような空間づくりがヤリタイコト**なのでした。その後、ライオンでビールをグビグビ! 兎にも角にも、はじめはとにかくいろいろと話すのが僕のやり方。仕事のことはもちろん、学生時代のコト、趣味、恋愛、生き方、ビジョン・・・まるで連想ゲームの

ように。

夜は僕の兄が銀座でオイスターバーをやっているの
で、社長をそこへお連れしました。

兄の店は「楸(ひさぎ)」と言いま
す。身内鼻真で恐縮ですが美味い
のです。これを読まれている方で
ご興味があれば一度WEBで検索
してみてください。「銀座 楸」で
検索するか、下のURLからどうぞ
→<https://www.kaki-hisagi.com/>



アハすいません、このメルマガの場で兄の店の宣伝を
してしまいました。

JAY社長と大いに飲み、大い
に喰い、大いに語り合い、僕
は社長をほじくりまくりまし
た。

社長もガハハガハハと大笑い
しながら喜んでおられた。
僕らは意気投合し、結局最終
電車。



▲新橋の居酒屋で二次会
川上社長(左)と兄貴と

今回はここまで。次回は僕が札幌に行き、JAY社長に
根掘り葉掘りすることからをお話しします。

無料

販促メール相談やってます

イベントやチラシ、WEBやOBフォロー対策など
工務店やリフォーム店、エクステリア店の販促の
相談にメールで対応させて頂いております。
ご希望の方は下記メールアドレスよりご相談くだ
さい。

d2.hayakawa@kai-en-tai.com

工務店さんがいるところなら...
日本全国東奔西走どこへでも!
呑んで騒いで時折仕事。

よいどれ 早川大二の



渡り鳥 旅日記



ハ十八合目 海は広いな、大きいな



10月末、旧友と一献するために神奈川県の逗子へ。せっかくだから由比ヶ浜行こう！ってことになり、逗子駅からテクテク散歩。この街は、僕の高校の母校があるところで、懐かしい校舎の路地を抜けて海岸へ。夕日が美しい。それだけで気分がほぐれた。ゆっくり月を眺めたり、流れる雲を追ってみたり...こんなちょっとした時間が、忙しい日々に安息を与えてくれるのだなあ〜。と感じつつ穏やかな気持ち

で深呼吸。さて、今年最後の呑み呑みレポートを徒然書かせていただきます。



▲10月下旬 京急逗子駅前の居酒屋
由比ヶ浜海岸での散歩を終え旧友と一献
二軒目はバーでゆっくりと▲
まあ、命の洗濯になった日であった



▲11月上旬 札幌出張 JAY 社長と
もう恒例になった二人呑み会▲
しらこ、うまし!



▲11月上旬 大阪は南港の赤煉瓦へ
仕事前に旧友と散策
クラシックカーの展示販売をやっており
雰囲気はバツグン!! かっちょいいっす



◀11月中旬 大田区のキタセツ/
北川社長と一献
仕事の話し 昔話 夢の話し
尽きることなく...
貝と刺身で日本酒
嗚呼、たまりません!!



今年最後の渡り鳥。いつもくだらないお話にお付き合いいただきありがとうございます。

コロナ終息、安寧な日々を祈りつつ、来年、またこのくだらない連載ができますように。