

連載 浅田剛治の

ハイパー仕事術

「良い人になることは簡単だが、すごい人になることは難しい」

第11回 グラントは1日にしてならず



ハイパードラゴン 代表取締役社長 浅田剛治氏 Takaharu Asoda

株式会社ノバレー創業者、兼式・婚装の企画、運営を行う株式会社ノバレーを顧問、同業他社とは一線違う「モダン」で「ステイタス」な結婚式場を中心に、ウェディング・ビジネスのノウハウを全国で伝えている。また、歴史的建造物や経国偉人に贈ったオールド・ドレス、結婚式場等も生かせる再生ビジネスに注力するなど、経営責任者として主に店舗開発と人材の採用・育成の面でその手駒をおさる。

2007年には、「Japan Venture Awards (JVA2007)」「主催「創業・ベンチャー・因縁」フォーラム」(経済産業省中小企業庁委託事業)において起業家部門「中小企業庁賞」を受賞。2017年7月、株式会社ハイパードラゴン設立。

「自社ドメイン」を確立し貫徹する 媚びない・ブレない・見え方に留意

ターゲット以外には響かなくて構わない

トライダル企業にとっても「あの会場なら間違いのない」といった評判は安心・信頼といった世の中の評価につながるが、その評価がブランドを形成します。これを維持し、向上にすると、必ず集客数や受注数にも悪影響が及びます。ただし、ブランドとはお客様の言葉や態度をいかにすることで創られ、媚びない姿勢が不可欠です。ブランドを形成していく上で、大前提になるのが「自社ドメイン」です。自社の「セルフイメージ

トを明確にしてお客様にも主張する。そこに魅力を感じないお客様にはお断りしただけなくとも構いません。

ノバレーセ時代、ターゲットとしていたのは、経済的に余裕があつて、チャイニーズに対する意識が深く、自らのセンスにも自信があるお客様。会場のチャイニーズは、こうしたお客様がゲストに誘われるようなスタイルを自分でできました。たとえ経済的に余裕でも、チャイニーズやおしゃれにはこだわりがない層はターゲットとしません。間口を広げれば広がるほど、ポイントがわかってまいります。

◎ 浅田剛治が絶賛 “すごい” エンブロー

— そのBGMを選んだ新郎新婦のセンスは素晴らしい! —
浅田氏は、最近、ある社員の結婚式に参列して、「すごいエンブロー」に出会った。「秀逸だったのはBGMに美空ひばりの『愛慕集』を選んでいて、30年以上前の曲ですが、いまだに聴いて、誰か聴いても素直と思える。この曲を選んだお2人のセンスは素晴らしいと拍手を贈りたいくらいに、キマってました!」

エンブローには結婚式の1日かまどめられ、「定番」のゲスト名や「ありがとうございまして」といったメッセージは埋れない。BGMは、親戚・友人で神前式を挙げた新郎新婦の和装姿にもちむたれて、音楽が流れたと、多くの参列者が口ずさみ、なんとも言えない感動的な雰囲気にもなったという。

の映像を見ても恥ずかしくないものを提案するのが「口の役割。いくつも新郎新婦に好きだと言わない、10年後、消えてしまふよすべきではない、そういう姿勢が素晴らしい、そういう参列者が口をつなげるのではない、それがいいよ!」



社員総会2日前に急ぎ、会場変更したワケ

結婚式当日の進行・演出・会場整装も会場の評判に関わる重要な要素です。私は、1人でも違和感や不快感を覚える可能性があることは避けろべきだと思います。結婚式は基本的に1日コソコソ準備は基本的にはコソコソサバライエなものでしたが、お取り、いくら流行ついででも、新郎新婦がやりたいことをやらせ、奇をてらつたことをやらせたいわけではありません。違和感を覚えた参列者から「チャイニーズ」があるというのかもしれませんが、何よりも新郎新婦本人が見て後悔したがり取りかしくなつたりするような提案は避けるべきです。

コーポレートチャイニーズにも同じ考え方が当てはまっています。象徴的の女性として、昨春、ノバレーセの社員総会の2日前に起こつた「事故」を紹介してみます。

1人でも違和感を抱かせる行動は慎む

社員総会直前、司会の打合せを仕舞ひ、死亡事故が起つた。という連絡が取りまされた。ワイヤープラントの設備点検中の断線事故で、当時の「Yahoo! ニュース」のトップで取り上げられるなど、話題にもなりました。それでも社員総会に支障はないとのことですが、私は10分ぐらい悩んで、メンバーに以下のように伝えました。「このまま予定通り開催するという連絡を獲す。①他の会場の確保、②延期、③中止、この三択しかない!」全員、自分案になつていました。「先方には問題ないと言われました」と。でも、損点を考える問題が現えてきます。社員総会は入社式も兼ねているので、新入社員のご両親の中には「2日前に死亡事故があった会場で入社式」と思う方もいるかも知れない。もちろん、何とも思わない方もいらっしゃるでしょうが、1人でも違和感を覚える方がいるのであれば、やるべきではありません。

また、他社から見て「そんな会場で…」と思われる可能性があり、一度、そういうイメージが回

たら取り返さなくてもいい、亡くなった方には申し訳ないですが、機転を担ぐという態度でも、そのまま開催すべきではないと直感の結果的に、何とか回避できました。結果的に、何とか別の会場を探し、元々開催予定していた会場のスタッフの方にもサポートをいただき、開催することができましたが、準備に携わったメンバーの視点に立てば、これまでの努力が無くなるような大幅な変更は避けたい。その気持ちも分かります。でも、それでは世間体で押される、そういう状況に押されて、チャイニーズにむかひばんでいくので、トップには物事を俯瞰的に見て判断する方が求められます。

「ぬるま湯」の職場環境は「逆チャイニーズ」に

経営者にとって、社員がやりがいを持って働ける環境を作るのは絶対的の使命ですが、「働きやすい」とぬるま湯、お茶を淹れ、世間体を「あの会社、大丈夫か!」と思わけてしまひ、逆チャイニーズにつながる体みを取ります。給料が多いほど社員が幸せになれるかと言えば、そうではありません。実際、真顔の顔のある、社会への貢献度が低くやりがいのある仕事にチャイニーズ、乗り越えることで成長を奨励でき、報酬制につながるというのが、真に働きやすい環境です。

若いうちから責任のある仕事を任せられるのも重要ですが、人生を狂わせず、その人の個性も悪影響が及びます。管理職などの肩書を与えることで、その社員の自尊心をくすぶるレベルが目覚め合つていない場合、世間からはほとんど人材不足と思われてしまふでしょう。

ブランドは1日にできらなず!」ですが、崩れるのは一瞬でも、自社ドメインを明確にして、周りの意見に翻弄されたり罵けたりしない、安心・信頼を醸成すると思われ、それは避ける、この2点を厳守するのは「我々の道」ですが、そこを貫いてこそ確立されるのがブランドなのです。



おススメの今号の1本

ラストエンペラー 1987年 イギリス・中国・イギリス 219分

清朝最後の皇帝にして清国皇帝の皇帝、愛新覚羅溥儀の生涯を描いた伝記。物にも付かないことに驚かされた溥儀の人生を振り返るが、やっとならされた溥儀は、皇族を扱った5、国内外的情勢に翻弄される溥儀の人生が、大の目とらて、世界が驚かされた。このコロロ、その皇族の溥儀の人生が、鮮やかに描かれています。