

今回「仕事で一番大切にしたい 31 の言葉」という本からです

商売とは、成功したと思った時点でだめになります

(ファーストリテイリング会長兼社長 柳井正)

「UNIQLO」のロゴは、登記ミスから生まれた。ネーミングにまつわる秘話だ。「ユニクロ」はブランド名であり店名である。社名のファーストリテイリングは「速い小売業」という意味。ファーストはファーストフードのファーストに通じる。いつでも、どこでも、誰にでも着られる服を、どこの店に行っても、同じような値段で買えるようにするという、柳井正のミッション(約束)が社名に込められている。山口県で VAN ショップを営んでいた柳井が、カジュアルウェアの専門店チェーンの展開を決意したのは 1984 年(昭和 59 年)のことである。パリコレなどで活躍する有名なデザイナーが普段、着ているものはシンプルな紺のスウェットにジーンズとスニーカーだったりする。自信のない人はやたら着飾るが、真の個を確立した人の普段着はシンプルで没个性的なものだということに気が付いた。シンプルに見える服が、実はユニークな服だということだ。日本人にも真の個を確立してほしい。そして、そうした場面で着られるシンプルな、つまりユニークな普段着をつくって売ることにした。いつでも普段着を選べる巨大な倉庫という意味を込めて、店名は「ユニーク・クロージング・ウェアハウス」に決めた。柳井自身はユニークな服の宝庫と呼んでいた。彼は横文字で表示するのが大好きなのだ。だが、店名が長いことが気になった。普段着にかける自分の思いは込められていても、消費者に覚えてもらえなければ意味がない。ロゴマークを依頼していた人に、若い人達に受けるように、店名を縮めてもらった。それが、「ユニ・クロ」だ。1984 年(昭和 59 年)6 月「ユニ・クロ」第一号店を広島市中区に出店した。実は、そのときのロゴは「UNICLO」だった。四年後の 1988 年(昭和 63 年)3 月。香港に合併で商品の買い付け会社、ユニクロトレーディングを設立することになった。香港側のパートナーが登記する際、UNICLO の C を Q に間違えてしまった。字づらを見た柳井はパッと閃いた。「Q のほうが格好がいい。それなら、日本の店名も全部変えてしまおう」。C を Q に変え UNIQLO に変更。日本名も「・」を外してユニクロにした。「商品を売る前に店名やロゴを売るようにした」。ブランド構築を重視した柳井ならではの決断だ。普通の経営者なら、店舗の看板から印刷物まで、ロゴの変更に伴う多額の費用に尻込みして、こういう決断をしないものだ。思い切りのよさが柳井の経営には買かれている。「やってみないとわからない。行動してみる前に考えても無駄。行動して修正すればよい」が口癖だ。だからたびたび失敗してきた。唯一成功したのがユニクロで、今までのビジネスは 1 勝 9 敗くらいだとして『1 勝 9 敗』というタイトルの本も出している。「私は失敗したことがない。成功の連続だ」という経営者がいたら怪しいと思ったほうがいい、とはっきり口に出して言う。「小さな失敗」はどんどんすべきだが、「致命的な失敗はダメ」と付け加えることも忘れない。柳井の経営哲学は単純明快だ。失敗を恐れずに挑戦すること。守るとダメで、どんどん新しいことをやっていかないといけない。こんな言葉がある。「商売とは、成功したと思った時点でだめになります。成功はマンネリ、保守化、形式化、慢心を生むからです。だから企業の存続・発展のためには、小さな失敗をどんどんすべきだと思います。致命的な失敗をする前に、小さな失敗を何回もして、それを財産にとらえて次に活かすのです。失敗して、転んで、起き上がる—その繰り返しの中かで学んでいけなければいけない。最悪なのは、失敗を恐れて立ち止まったり、ためらって何もしないことです。」

これからの柳井の最大のチャレンジは、後継者選びだろう。これには一度、失敗している。こればかりは、二度の失敗は許されない。

どんな経営者は怪しいと思ったほうがいいと言っていますか？

()

※3 月社内通信の質問です。卒業旅行はどこに行きましたか？(具体的な場所等教えて頂けると嬉しいです)

()