

「一流になりなさい。それには、一流だと思ひ込むことだ」という本からです  
名前を大事にすることだよ。ブランドは大切だ。

さて、ブランドということです。ブランドの大切さを、船井幸雄先生は身に染みて知っていました。

船井総研の創業は、1970 年 3 月 6 日。当時 100 万円の資本金で始めたのですが、お金が足りず、机、椅子を買うことにも四苦八苦したといいます。椅子を買わずに、りんごの木箱を椅子代わりにしていたら、借りたビルのオーナーさんに、そんな計画性がなくてどうする！と叱られたんだと、船井先生は舌を出します。それなりに知名度のあった船井先生でしたが、給与の遅配も三回。そのつど、奥様が着物を手に、質屋ののれんをくぐったんだよ、と語るのです。船井総合研究所の給料日は 10 日。賞与は、夏 6 月 1 日、冬 12 月 1 日です。「月末に入金があるだろ、金のあるうちに給与を払わないと、と思って 10 日にしたんだ。安い給与しか出せなかったから、せめてボーナスは日本で一番早くと思ったんだ」

そんな物語が、給与支払日ひとつにもあるのです。ですから、船井先生は誰よりもブランドの大切さを知りぬいていました。

一流になる！その意志も、思いもかけぬ苦勞をした創業期からの強い意志だと思うのです。船井幸雄は知られている。しかし、企業名、当時の日本マーケティングセンターという社名は、誰も知らないのです。

しっかりとしたブランドにして、社員を幸福にしなくてはと、心に誓い、船井先生は走り続けました。「名前を大事にすることだよ。ブランドは一度傷ついたら、元に戻すのは並大抵の努力では不可能なんだ。ブランドは大切だ」

上場もし、社員もいつしか 300 名を超えようとする頃、先生はいつも社員に語っていました。出来上がりつつあるブランドを、守り継承するのは難しいものです。それまでの創りあげてきた苦闘に、とても想像力が及ばないからです。

新入社員は、大きくなった「いま」しか知りませんし、そのいまを選択し、未来を夢見ています。それはとても、よいことです。しかし、いま立っている足元、その地層に刻まれている苦勞に、少しの思いを馳せないと、ブランドの大切さには気づきにくいものでしょう。原点を語り続けるのは、継承者の責任だと強く思い、その役割を自分の役割と定めて語り続けることにしました。毎年毎年、同じことでよいのです。そう心に決めました。「ブランドはね、一貫性のなかに生まれるんだ。社員一人ひとりが船井幸雄の思想を背骨として、よりよくより正しく生きる、その一貫性が大切なんだよ」

私がそれをいまだ学びつつけている、その旅の途上だけど、ともに道を学んでいこう。そう語ることにしました。語り始めて、船井幸雄をいうブランドは、言葉と行動の一貫性、そして過去、現在、未来を見る視点や哲学の一貫性、誰に対しても変わる事のない接し方の一貫性にある。そう悟られました。企業にとっても、言っていることと現場行動の一貫性、一致のなかに信頼が生まれ、信用へと高まり、やがてブランドとして蓄積される。そう思うのです。「凡事徹底」と言ってもよいかもしれません。創業期の苦勞、そのとき支えてくれたお客様、社員のありがたさを痛感しているから、大切なことは何かを知りうるのです。至誠の心で、小さなことでも軽んじることなく、未来をよいものにするために日々を送る。それがとても大切です。

過去の苦勞を知るとき、人間はいまに誇りをもちます。企業も国家にとっても、歴史を正しく語り継ぐ意義がそこにあります。歴史を知って、先人に対する尊敬心と、それを受け継ぐ者としての覚悟を生み出すこと。その大切さを多くの経営者から教えられました。

筆者が、“その大切さを多くの経営者から教えられました”と文章から何を多く教えられましたか？

( )