



第73回賛助商社会主催セミナーレポート

日時 平成26年6月11日(水) 14:00~17:00

会場 浪速区/ORA大会議室

“ほめ育” 実践セミナー

Amazonの
ビジネス書部門の売上げ
第1位を記録

社員のモチベーションを最高潮までアップさせる仕組みづくり

これまで、企業や店舗における人材育成、とりわけ新人教育などではもっぱら厳しく躾けるといったニュアンスで語られることの多かった人材育成論。しかし時代を取り巻く環境は著しく変化しており、いまではより現実に即した新たな手法が現場では求められています。そんななか、ほめて伸ばす「ほめ育」という言葉を生み出し、自らの豊富な現場体験を踏まえた実践的で現実的な人材育成論を展開しているのが、株式会社スパイラルアップ代表取締役の原 邦雄氏。この日は、「ほめ育」についてのすべてが直接聴けるとあって、ORAの大会議室には多数の聴講者が詰めかけ、熱気あふれるセミナーとなりました。

講師

株式会社スパイラルアップ
代表取締役 原 邦雄 氏



2011年には、日本で唯一のほめることで売上げを伸ばすことにコミットメントした[ほめ育コンサルタント]として独立開業。現在では、国内外で年間200回以上のセミナーや研修をこなし、報道ステーションをはじめとする多数のマスコミにもたびたび取り上げられるなどして多方面から注目され、期待を寄せられる存在に。加えて「飲食店経営」誌に連載記事を持ち、ほどなく2冊目の著書も上梓するなど、その発言力と発信力の高さも桁外れ。ちなみに既刊の「繁盛店のほめシート」はAmazonのビジネス書部門の売上げ第1位を記録。中国語版や英語の電子書籍版も刊行され注目を集めているところ。



Pick UP

1 皿洗いに転職!?  4 「常連客」がカギとヒントをにぎる!! 

2 米国型マネジメント  5 「ほめ育シート」の活用 

3 共通する課題  6 ほめ育 成果は予想以上 

1 皿洗いに転職!?

食品メーカーの営業職を経て船井総研に入社。しかしその立場に飽き足らず、**現場を知らなければ一流のコンサルタントにはなれない**との発想でラーメン店に皿洗いとして飛び込む(転職!)。そしてわずか1年半という超スピード出世で店長に。この時、スタッフをほめて伸ばし、販促なして大幅な業績UPを達成。



売上げUPに直結する人材育成を!!



2 米国型マネジメント

原氏とスパイラルアップは現在、関西はもとより全国の飲食業を中心に介護事業や学習塾、エステサロンなどでさまざまなサービス産業分野のマネジメント研修に取り組んでいます。近年はロサンゼルスにも会社を作った関係で、アメリカ本土や台湾などのアジア圏にも拡大中。アメリカ型のマネジメント術を学ぶことにより、かつて船井総研でコンサルタント業務にあたった頃感じていた“正論”や通り一編の振る舞いに対する違和感がやっと解消できたとのこと。考え方ではなくやり方を指南し、売上げUPを目指すのが私たちの目標だと断言します。もうそろそろ日本の思考をあらため、より**現実的な「売上げUP」**に直結するような**人材育成**に取り組むべきではないか、と原氏は言います。

3 共通する課題

PROBLEM

1

離職率を下げる、離職を止める

退職理由のほとんどは、上司や経営者との考え方の相違や感情的な食い違いなどで、**入社時から辞めてやろう**と考えて入る人は**いないはず**です。しかし人は辞めていってしまう、それを食い止めるには、上司が部下に、あるいは仲間同士で「**ありがとう**」という気持ちをはっきりと口に出し相手に**伝えられる環境づくり**が必要です。ほめる文化がないに等しい日本では、以心伝心を頼りにしがちだがこれもほぼ限界です。ほめ育では、そのことを自覚して、ほめ合える企業風土に変化させていけるよう指南しています。

PROBLEM

2

売上げが上がらない、を改善

売上げUPのために必要な要素は、お客様からの「**ありがとう**」の数と質の向上だと捉えている。しかし中には再来店の可能性のない「**ありがとう**」もあります。現場では**売上げUP**に結びつく従業員各自の**行動**や**振る舞い**が必ずあります。それを見つけ出し分析し**[行動レシピ]**化して浸透・定着させることも効果があります。

PROBLEM

3

販売促進と人材育成は両輪

チラシを作り集客をはかるのも販売促進の一環としての意味はあります。しかし、本当の意味での販促は、その店の従業員自身が自分の店や商品を**心から人にも薦めたい**と思えるかどうかにかかっています。全社一丸となって準備をし、そのプロセスの中で人材を育成するのもよい方法かもしれません。販売促進と人材育成は**クルマの両輪**のようなものです。

RECIPE



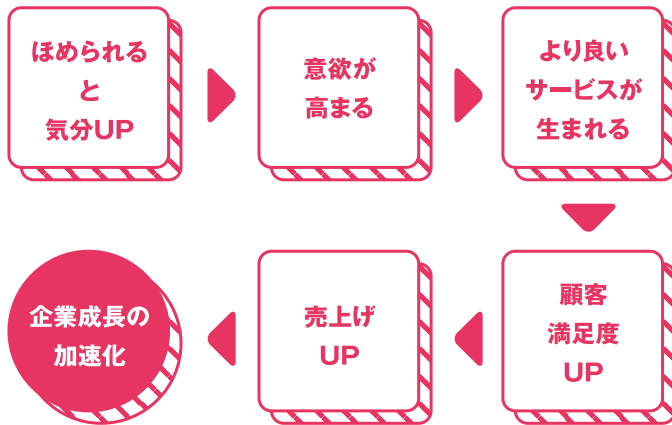
OPEN



4 「常連客」がカギとヒントをにぎる!!

同業他社が数あるなかで自分たちの店を選んでくれている**常連客の動機や意識の奥**には、必ず**売上げUP**に繋がる**ヒント**があります。ライバル店とは違う良い面を見いだすためにアンケートを取るのもひとつの方法。リピートしてもらえる理由のなかに**スタッフの行動**に対するものがあれば、それがすなわち**ほめるべき要素**となります。同時に、顧客がさらに望むものもこのアンケートで把握することができます。**商売のゴールデンルール**は、自分たちの売りたいもの**を売る**ことではなく、**顧客の課題を解決する**か、もしくは**希望を叶える**ことに集約されます。

5 「ほめ育シート」の活用



人はほめられれば気分が良くなる→仕事に対する意欲が高まる→より良いサービスが生まれる→顧客満足度が高まる→売上げがUPする→企業成長の加速化が起こる。

それをやりやすくするために考案されたのが「ほめシート」です。

ほめる =

自尊心の
3大欲求
を満たすこと

具体的には上司から部下に対して伝えたい要点を「ほめシート」に書き込み、さまざまな方法で相手にメッセージします



6 ほめ育 成果は予想以上



株式会社サンパーク
柴田マネージャー

フードコートでうどん店などを幅広く展開する株式会社サンパークの柴田マネージャーがほめ育研修の前と後とのスタッフの大きな変化を紹介してくれました。

「育児は育自」

店長として、またマネージャーからの視点で **見** た
職場環境の変化と成果は想像を超えていた。

何より驚いたのは、売上げUPというはっきりとした成果として現れていて感動している。いまでは、**休みの日も出勤したいと思う**ほど職場が楽しいとのこと。自分自身の仕事に対する考え方や気持ち、人材育成への概念も大きく変化したと感ずます。離職率0%を達成し、募集もしていないのにここで働きたいとの声があるものうれしい驚きです。**自分が不在でも、店の雰囲気がある**一定の水準で維持されるようになり**店長としてもっとも有難い成果**と感ずています。