



企業インタビュー 千房株代表取締役 中井政嗣 様

<http://chibo.com>



社長の習慣 ~続けたら本物になる、本物は続く~

お好み焼専門店として国内外に店舗を展開する千房グループ。創業者の中井政嗣社長は、裸一貫から会社を興し、「ナニワの名物社長」としても有名な方だ。また本業以外にも長年続けている社会貢献は多岐にわたり、8年前から始まった元受刑者の就労支援は社会に一石を投じ、注目されている。

さて、みなさんは年間にどれ位の方と名刺交換しているだろうか。中井社長が年間に名刺交換するのは約3000人。そしていつもすべての方にお礼状を書くという。忙しい人ほど仕事が早いとか筆まめだとは聞いていたが、一年間ほぼ休みなしだという中井社長。今回は、日々の仕事の習慣についてお話しを伺ってきた。

社長のメモ術

まず、社長が使っているメモやノートはどんなものなのだろう。中井社長が取り出したのは、包装紙の裏や様々な大きさの紙きれが刺してあるメモホルダーだった。忘れないうちに何でも気になる言葉やキーワード、数字などを書いておくという。とりあえずランダムに書いて1週間分くらいためておくそうだ。そして、ここからが中井流である。

★情報・1次加工

1週間分くらいたまつたら、今度はメモから用箋に大きな字で書き出していく。分類はあえてしない。必要なものだけ抜き出して、重要と思う箇所にはさらに赤鉛筆でラインをひく。常に抱えている執筆の連載や依頼されている講演、また毎月の給料袋に入れるメッセージのことなどが常に頭にあるので、必要な情報はすぐにわかるのだ。これは自分の情報にするための第一ステップである。

★情報・2次加工

次に用箋に書き出したキーワードをさらに自分らしいフレーズ、内容に変えていくのが2次加工だ。書いたものを繰り返し口に出してみるのも有効だという。自分にフィットする言葉かどうかがわかる。

社長の時短しごと術

ここまでプロセスは料理でいえば、食材を半加工して時短レシピを考えているといった

イメージだろうか。ここまで準備しておくことで、中井社長のように多忙を極める人でも短い時間で、テーマに合わせて、講演の台本を作ったり、執筆作業が効率よく進む。

ここで中井社長から質問があった。「情報ってどう意味か知っている? “情けに報いる”と書くでしょう。つまり、相手の為になることが情報の本来の意味。」

そこが抜けているから、社員からの報告にも「だから何なの?」「結局どうすればいいの?」と聞きたくなる。「何かを見た」というのは事実の報告。「見てどうしようと思ったか」という「情報」が欲しいと中井社長はいう。

★情報・最終加工

そして最後は伝える段階で相手にきちんと伝わっているかどうか、少しでも役に立つ内容かどうかが中井社長にとっては大切なプロセス。客観的にみないので、時々秘書の方に頼んで読んでもらうこともあるという。

創業社長に共通するもの

まるで発明王のエジソンみたいに、子供の頃から何かにつけて疑問をもち、「なんでやろう」とか「どうしたら」と色々考えて“腑”に落としていくのが好きな少年だったという。

「情」に厚いイメージなのだが、実は論理的思考派。この「知と情」のバランスのよさは松下幸之助を始めとする創業社長の特徴のひとつかもしれない。

感動的なサクセストーリーを涙と笑いで聴衆を引き込む中井社長の講演。その裏には聴く人のことを考えて練り上げた台本の存在がある。それはサービス業という中井社長の本業の「顧客主義」にも通じる。見えないところで繰り返されるこの「社長の習慣」に裏付けられているのだ。



インタビューを終えて

テープで補強された辞典⇒



最後に中井社長が長年使っているという国語辞典を見せて頂いた。

どのページにもマーカーが引いてあり、とても愛着があるという。

「中学を卒業してすぐに仕事を始めたから、知らないことばかりだった。」

だから、何でもすぐにメモする癖がつき、知らない言葉がでてくるとこの

辞典をひいて 意味を調べた。でもそこで終わらず、背景や意味にも

こだわって、先へ先へと考え、努力したから今の中井社長があるのだろう。

千房は創業して今年で43年を迎えるそうだ。

ちなみにこの国語辞典は53年間、社長に連れ添っている。