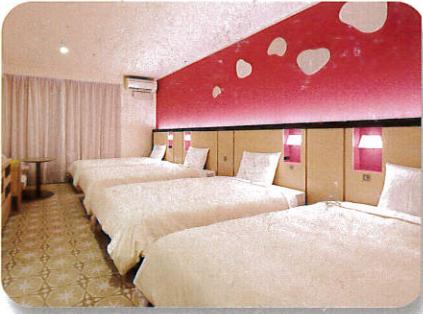


HOTEL RES

週刊 ホテルレストラン

2015 5|8 ¥1600



特集 ADR10%増に共通する “C”の魔法



TOP INTERVIEW

ホテルグランヴィア広島 代表取締役社長 百田 和之 氏





・インタビュー
TOP CONNECT (株) 代表取締役

内田雅章
Uchida Masaaki

【プロフィール】愛知県津島市出身。1994年早稲田大学商学部を卒業後、三菱東京UFJ銀行(旧三和銀行)入行。2000年退行後、弁当販売業、マンションデベロッパー取締役を経て、30歳で銀座のクラブオーナーに。その後、バリューカリエーション常務取締役兼、日本ベンチャー協議会事務局長に就任。04年3月㈱就職課を設立。14年10月より、国内トップ経営者とのインタビューをWeb配信するTOP CONNECTサービスを開始。現在は「企業マッチング」を中心としたコンサルティングを展開する。

【著書】『図解 人脈力の作り方』(講談社)
『スゴい人になる人脈力入門』(かんき出版)
『起業力入門』(ゴマブックス)
『1000人の社長人脈を築く自分の磨き方』(きこ書房)など

トップ企業経営者は何を考えるのか!?

「彼を知り己を知れば百戦殆うからず」、有名な孫子の兵法の一つである。現代において経営者はコンペティターの動向を把握し、営業マンは営業先の現状把握が必須。時代は変われど、「相手を知る」という本質は変わらない。2015年週刊HOTERESは、人脈マッチングスペシャリスト、TOP CONNECT(株)代表取締役 内田雅章氏をファシリテーターに、企業存続のノウハウや秘訣を探るべく、トップ企業経営者との対談を実現。第5回は、(株)オスカープロモーション取締役副社長 鈴木誠司氏に登場いただき、スターの発掘や育成における環境と企業スタンス、知られざる営業の努力について伺った。

始まりは小さなモデルクラブ
「美文化の創造」を掲げる(株)オスカープロモーション

内田 (株)オスカープロモーションの歴史と概要について伺えますか。

鈴木 『美のプロモート』による「美文化の創造」を企業理念に掲げ、時代が求めるスターのムーブメントつくり、そこから派生する社会現象を常に起こしてきました。その歴史は1970年、都内のモデルクラブから歩み始め、今までさまざまなスターを世に輩出してきました。グループ全体では国内外含め6900名を抱える大手の組織となり、モデルやタレントを扱う事務所という立場から、音楽やテレビ番組の制作企画・立案、SP事業部でのイベントセールスプロデュースなど、多岐にわたり業界と日本産業への貢献を日々続けています。

内田 御社が創業された1970年代はどのような時代だったのですか。

鈴木 当時はモデルを含め、芸能、お笑い、歌手、タレント、俳優、すべて

が縦割りの時代でした。現代のように、マルチな才能を持った方が広く活躍する場を与えられるのではなく、例えは歌手であれば歌手だけやっていればいいという風潮の中にあり、それが当たり前だった時代です。またその中にあって、私たちのいたモデル業界は一番下に位置づけられていたよう思います。一方海外では、モデルから女優やタレントへの転身が、活躍のステージを広げるため普通に行なわれており、私たちも「これから日本はもっともっと成長していく。そのうえで、容姿端麗な人たちが日本の業界を背負って活躍するフィールドをいろいろと創り上げていかなければならぬ」という想いを抱くようになりました。

内田 業界の特色のようなものがあれば、この機会にお伺いしたいのですが。

鈴木 意外だと思われる方が多くいらっしゃるかもしれません、海外へ行って活躍する一番の近道は、実はモデル業だと私は考えています。例えば歌や演技の世界では、言葉の壁がありますが、モデルは言葉を発する必要がありません。また、何かを伝えるうえで、表現方法や感じ方に文化や習慣の違いが存在しますが、「美の認識」において基本的なとらえ方は世界共通。加えて、創業当時から比べると、生活習慣の変化に伴い日本人の腰の位置も15~20cmほど高くなっていますから、今後ま



内田雅章 × 鈴木誠司

すます活躍の機会は広がってくるのではないかでしょうか。

**基礎の徹底が習慣となる
社内教育のスタンスとは**

内田 ではここで、従業員や所属モデル、タレントを含めた教育について伺えますか。

鈴木 社長自ら業界について、「礼に始まり、礼に終わる」という言葉で表すくらい、あいさつや周囲への影響など、とにかく基礎的なことを徹底的に指導します。特に個人商店的要素の強いモデルからタレントになった方は、ふわふわした感覚をまとっている場合が多いので、一気に指導します。職業柄、外部の方と食事をする機会が多くなりますから、テーブルの片づけやお客様をお迎えする態度、一つ一つに注意を払うよう全社で心掛けています。

また社員を含め、われわれの仕事はお付き合いいただいている企業のイメージアップを図ることですから、クーリービズも内勤・外勤関係なく、ネクタイやジャケット着用といった、あるべききちんとした姿を自分たちが率先して作りあげることで、お客様からの信頼を得ている部分もあると考えています。

内田 ホスピタリティーの現場と通ずる部分が、ずいぶんとありますね。

鈴木 お客様あっての商売ということでは、何ら変わりはないと思います。電話の対応一つとっても、足りないと感じる部分があれば、当事者のみならず上司も一緒に叱責します。今でこそネットの普及で売買の方法は変化しましたが、本来、電話一本の重さは決して軽んじてよいものではありませんし、誰しもお客様が目の前にいると想定すれば無愛想な態度は取らないはずです。

内田 人との出会いという話がありましたが、何か意識的に取り組まれているのですか。

鈴木 週に2回は業界内外の方を含め、会食の機会を必ず設けています。

ぐなります。最悪、入り口でお帰りになってしまうかもしれない。このことは、企業の大小にかかわらず、肝に銘じなければならないことだと思います。

**一期一会を大切に
点と線で考えるビジネスと人材発掘**

内田 多くのスターを輩出されてきましたが、人材の発掘という部分はどうでしょうか。

鈴木 一番の場所は、87年から毎年開催している全日本国民的美少女コンテストです。今年で15回目を迎えますが、テレビや雑誌で目にする有名なスターたちが、ここから多く誕生しました。もともとはテレビメディア全盛期、芸能界が見失いかけていた日本女性が持つ正統性な美を再認識するための場として開催していたのですが、受賞者の歴史を振り返ると、日本の新たな文化創造にも貢献できたのではないでしょうか。

スカウトマンによる人材の発掘については、ほかではマネができる部分もあると思いますが、一期一会を大切にする姿勢は、どの業界でも変わりはないと思います。よい人材に出会いたければ、まずは情報を集め、つながりを作ること。上を目指す人は、何かしら現状に満足できない部分を持っているはずですから、一時の出会いが数か月後、または数年後に縁となって戻ってくるかもしれません。そのとき、自分または自社がどのように接するかが、重要なことだと思います。

内田 ホスピタリティーの現場と通ずる部分が、ずいぶんとありますね。

鈴木 お客様あっての商売ということでは、何ら変わりはないと思います。電話の対応一つとっても、足りないと感じる部分があれば、当事者のみならず上司も一緒に叱責します。今でこそネットの普及で売買の方法は変化しましたが、本来、電話一本の重さは決して軽んじてよいものではありませんし、誰しもお客様が目の前にいると想定すれば無愛想な態度は取らないはずです。

内田 人との出会いという話がありましたが、何か意識的に取り組まれているのですか。

鈴木 週に2回は業界内外の方を含め、会食の機会を必ず設けています。



・インタビュー
(株)オスカープロモーション 取締役副社長

鈴木誠司

【プロフィール】1954年11月16日生まれ。76年日本大学経済学部卒業、(株)オスカープロモーションへ入社。上戸彩、菊川怜、森泉など、現在テレビや舞台などで活躍する多くの女優・タレントのマネージャーを歴任。2013年同社取締役副社長に就任し、現在に至る。日大三高野球部、日本大学ゴルフ部OB

第14回

全日本国民的美少女コンテスト

第14回

全日本国民的美少女コンテスト



特に意識していることは、異業種の方との交流を図ること。以前、別のプロダクションの社長さんが言っていた「業界内の人ばかりと接していると、視野が狭くなる。新しい人と会って話をすることが、自分にない知恵と人脈を引き寄せる一番の成功法だ」という言葉は、今でも私の軸となっています。ビジネスにならないこともありますですが、点はいつか線になりますから、大切なことはその瞬間だけを切り取って見るのではなく、点と点を結べるような人間関係を多く築きあげることです。あとは上の人たちばかりではなく、現場で頑張ってくれている人たちも会食などに招待して、積極的に接する機会を持つ



ようっています。どんな企業であれ、ずっと同じ人が同じ立場で仕事をしているわけではありませんし、モデルやタレントという人を扱う仕事をしている以上、いろんな立場の人を理解しておくことは、必要不可欠だと考えています。

内田 鈴木副社長からみて、昨今のホテル業界はいかがでしょうか。

鈴木 良くも悪くも口コミが影響する時代になり、その影響を恐れてか、積極的にお客さまに踏み込んでいかない方が増えているような印象を日々受けます。気持ちを理解できる部分もあるのですが、相手と向き合い、気持ちをしっかりと受け入れて理解する方が、変な口コミもなくなり、逆に顧客を創るきっかけにもつながると思います。大きな組織に属しているサービスや営業の方に対しては、会社の看板に甘えることなく、個人の魅力や技量で勝負する意識を持って欲しいと思います。会社の看板を利用する事が悪いわけではなく、チームであっても個の集合体であり、個人の奮闘が組織の成長という結果と

なって還元されるわけですから、一人一人が会社を支えているという認識を持つことはよいことだと思います。

内田 たくさんのお話をありがとうございます。最後に今後の事業展開について伺えますか。

鈴木 21世紀はアジアの時代と言われる中、中国をはじめ、韓国、台湾、シンガポール、マレーシアなど、アジア各国のビッグマーケットを視野に入れ、日本からアジア、そして世界へ広がる国際的なスターのムーブメントを新たに創造することが弊社の使命であると認識しています。世界発信に向け、ゼロから創りあげていくことの楽しさは企業風土でもあり、新しいことに取り組むからこそ、アイデアもたくさん出できます。その中で「美文化の創造」という企業理念は、その在り方を時代によって変化させながら、日本のエンターテインメント・ビジネスの発展に変わらぬ貢献を続けていきますし、そこにはメディアだけではなく、ホスピタリティという産業も必ずかかわってくると思います。

TOP CONNECT(株) 内田雅章氏

社長・経営者とのつながりを生みだす 図解「人脈力」の作り方

第一章 人間関係の哲学

期限をつける重要性

これはビジネスにおける話だけではありません。家庭でもそうです。

奥さんに「今日いい飯屋見つけたから今度行こうぜ」って行く気もないのに説う。「今度映画と一緒に見に行こうか」「今度旅行に連れていくてあげるよ」といった言葉を軽く見ると、後々ひどい目にあいます。

銀座のクラブの女の子に「今度焼き肉食べに行こうか」と言うのとは違うのですから。クラブやキャバクラは現実離れしたリップサービスで成り立っている世界ですが、家庭にそれを持ち込んではいけません。有言実行が鉄則です。

僕は人を誘うときは期限を決めるように心がけています。

「嫁よ。いい店見つけたから一ヶ月以内に必ず連れていくからな」

これでOKなんです。それでもし、一ヶ月たっても食事に連れていかなかつた罰金を払う。

「自分の発言に責任を持て」というと何やら漠然としていますが、「自分の発言に期限をつけろ」というとすごくシンプルでしょう。

期限をつけたら、一週間前に相手に警告をさせるといい。そうすると、警告を忘れた相手も悪いわけだから責任を分かち合うことになります。

こうした心がけは、ビジネスの現場では必ず役に立ちます。

コメントーターの秘密

人脈力はコミュニケーション能力でもあります。コミュニケーション能力の高い人として真っ先に僕の頭に浮かぶのは、タレントの明石家さんまさんです。さんは本当に誰とでも話を合わせてしまう。

人脈力にこだわる僕から見ると、さんまさんのリアクションが人の心をつかんでいるのだと思います。

たとえば、「恋のから騒ぎ」という人気番組がありました。さんまさんが司会の番組で視聴率もとても高かったです。

番組の流れとしては、まずテーマが出てきて、素人の女の子たちがそれについて意見を言う。

それに対して、さんまさんが「ああでもない、こうでもない」と切り返すわけです。さんまさんは、その場でとっさに大変おもしろいことを言う。登場する女の子たちは素人ですから、そんなにおもしろいことが言えるはずがありません。

でも、さんまさんがうまく切り返すことによって、まるで女の子がおもしろいことを言っているように聞こえるのです。本来だったらおもしろくないものを、おもしろいように見せるテクニック。そこがすごいなと思うのです。

テレビ番組のゲストやコメントーターに選ばれる人のすごいところは、普通の人が思いつかないようなこと、ハッとすることができるようなことを一瞬で突くことができる点です。

喜怒哀楽をハッキリつけると

さんまさんが長い間しゃべり続けているのを見たことって、あまりないですよね。ということは、彼は落語のように長い時間をかけておもしろいことを言うのが得意な人ではない。短い一言一言で、その場の雰囲気を変え、人の心を突き刺すことができる人なのです。

さんまさんの番組を見ると、コミュニケーション能力を鍛える訓練

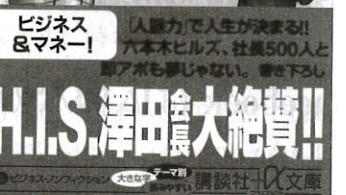
になります。

僕がさんまさんから学んだことは、喜怒哀楽をハッキリつけること。喜んでいるのか、怒っているのか、哀しんでいるのか、楽しんでいるのか、それをハッキリさせる。

そうしないと相手は同情しているのか、一緒に喜んでいいのか、わからなくなってしまう。

わかりにくい人って、人が寄りつきづらいから、結局、人脈ができないのです。つまり、相手がうまくアクションがとれない。それで相手に苦手意識を持たせてしまっている。

人脈力がある人は、わかりやすい人です。なので、人脈を作ったかったら、すべてを大げさにしてみたらいい。喜んでいるときも、喜んでいるときも、自分がどんな気持ちでいるのかを相手に明確に伝える。これが大事なのです。



図解「人脈力」の作り方

著者：内田雅章

発行所：講談社

定価 780円（税別）