

1 : 社員と取り引きしない。取り引き関係からは信頼関係は結べない。

2 : 何故、理想の零細企業を目指すのか。

3 : 「会社は家族」という自分なりの意味。

4 : 社員は、一生面倒見るという想い。

5 : 心の通う「通心販売」を目指して。

6 : 先ず、考え方を発信。

次に「人となり」を感じてもらふ為に顔を出しストーリーを語る。

そして商品を販売する。その後アナログ対応のアフターフォローの徹底。

7 : ピンチとチャンスは同時進行。

8 : それぞれの会社が自社の理想像を描き、その理想像に向かってチャレンジして  
行けばいいと思う。

9 : 理想を持たない限り、理想には向かわない。

理想に向かって現実の問題を対処して行くから、道が拓かれると思う。

10 : 経営戦略は、経営者の性格の反映。

11 : 優秀な会社、強い会社、大きい会社でなくても、

社員と社員の家族とお客さんから「愛され続ける」会社で、あり続けたい。

12 : 一番大事なことは、社員の心の統一。

全社員が相互に、心通じ合うことに全身全霊懸けて来ました。

13 : 社員一人一人の「心の服」を一枚一枚、時間を掛け、心を注ぎ脱がせて来ました。

社員一人一人の心の奥底に在る「光」を見出そうと、努力して来ました。

14：経営者の純粋な気持ちを文章にすることから始めるのが指針書。

15：経営理念は、全社員の将来像でなければならない。全社員の将来像だから、理解と納得が得られ、希望が湧く。先ず、経営者自身の理想像を描くのです。そして、社員に問い掛けるのです。

経営指針は、社員達の待遇を、将来どうしてあげたいのか。という「福利厚生」から考える。社員の理想像を描き、社員に提案するのです。

経営者である自分の「考え方・生き方・人生観・社会観・価値基準」を熱く語って来ました。

16：経営で最も大切な事は、何の為に経営するのか。

如何なる方法・仕組みで、維持発展させて行くのか。を自分自身は勿論のこと、社員や得意先をも納得させられるだけの哲学を持つこと。

まず、社長自身の生きる意義目的を明らかにすることから、全てが始まる。

17：まともな社員は、いつも「この社長に自分達の生活や将来を預けて大丈夫だろうか」という眼で見つめていると自覚することが大事。

また「社員は自分の輝かしい時期を会社に委ねている」と自覚すること。

18：自分の会社は、事業の「着実性と収益性と持続性と発展性」を包括している。と社員が実感した時、社員に希望が湧く。

19：信念に裏打ちされた経営指針を打ち立ててから、一人前に成れるのに30年は掛かる。という考え。

20：経営者は社員の『主・師・親』でなければならない。

主とは中心。何の中心か？それは、教養と判断の中心でなければ、ならない。教養と判断の中心だから、社員の人生を導けるのである。

社員の人間性と能力に於ける師匠的存在であり、無情の愛を注ぐ親である。

# 株式会社エモーションの判断基準

経営基本方針「シンプルに、独自性を生み出し、深みが感じられるように。」

- 1：シンプルか？複雑になっていないか？
- 2：独自性はあるのか？
- 3：関係者から見られて、深み感じられるか？

この3点を自己チェックしている。

営業方針「信頼関係の輪を拓けながら、愛用者を積み重ねる額の経営を実践。」

- 1：大手の市場には出ない。不特定多数に広告は、打たない。
- 2：自社顧客にアフターフォローを徹底することで、信頼関係を築いて行く。

代理店方針「深掘り戦略で、代理店の販売支援を重視する。」

- 1：経営方針第12条「ご縁を大切に、これを生かすこと。」の実践事例。
- 2：販売チャネルを変えることで、代理店間の競合を作らない。

価格方針「高品質で、お手頃価格。」

- 1：お手頃価格とは、一般主婦の方々が「安くはないけど、高くもない。」と感じてもらえる価格のこと。
- 2：気に入った人は、止める要素がない。（高リピーター商品と成る）
- 3：アフターフォローのし甲斐がある。

商品方針「いつも、おいしいレイボスティーを、喜んでお求め頂くこと。」

- 1：「いつも、おいしい。」とは、品質管理の徹底。
- 2：「喜んで、お求め頂く。」とは、お客様から「ありがとう」と言って代金を支払ってくれるよう努力すること。