

人生のリノベーション

1. 70台に行なう人生のリノベーション

右掲は、「定年後を自分らしく生きる黄金法則」という本で著者は内田安弘氏。サブタイトルは「人生リノベーションのすすめ」「心を裸にして人と付き合う」とあります。私はサラリーマンではないので定年はないが、2025年(76才)に事業承継と決めて準備中で、まだ、3年ほど時間があります。書評には「人生を最後まで楽しく生き切る!」「本当に楽しい人生だった!」「素晴らしい一生だった!」と思えるかは、人生の最後に何をするか?誰が最後に一緒にいるか?で決まる。心を裸にして人と付き合うことで世代を超えてつながる!」とあります。



章立ては、

- 1章 人生の忘れもの
- 2章 リノベーションに必要な準備
- 3章 人生をリノベーションする人付き合いの流儀
- 4章 人脈など要らない。まずは友達をつくる
- 5章 若者への苦手意識を捨てよう
- 6章 肉体リノベーション。スポーツ de 友達づくり
- 7章 80歳になったら仕上げ

となっています。

60台後半で準備、70台は実践、80台が仕上げという構図、確かに、10才先輩を見ると健康格差が大きくて自分で歩けるか否が大きな課題になっています。私は、60台から10年以上、運動x食事x社会x習慣⇒健康と公式化して自分なりに実践しています。まず、「運動」は自宅と事務所の2往復(昼食を自炊)で1日約6kmのウォーキング、「食事」は朝は喫茶店でモーニングを頂くが昼と晩は自炊で栄養バランスを考え、「社会」は仕事と地域社会、「習慣」はトヨタ方式で身に付けたサイクリックな生活で行なうというパターンを基本として徹底しています。

しかし、豊かな老後を目指してリノベーションを考えて、リフォームなら少し変えるだけで済みますが、リノベーションとなると表向きをガラッと変えることになるので「可成り難しいなあ」と思いますが、再考という視点で考えてみたいと思います。

2. 言葉の定義とプラスα

まず、リフォームとリノベーションの違いですが、ネットで調べると

- ・リフォーム(reform)は「悪い状態からの改良」を意味し、リフォームという言葉を使うときは、基本的に壊れていたり、汚れていたり、老朽化したりしている部分を直したり、きれいにしたり、新しくしたりすることを指し
- ・リノベーション(renovation)は「革新、刷新、修復」を意味していて、リフォームがマイナスの状態のものをゼロの状態に戻すための機能の回復という意味合いに対して、リノベーションはプラスαで新たな機能や価値を向上させることと定義しています。

つまり、「プラスα」で新たな機能を身に付け自身の価値を向上させる事になります。「定年」にあたる「事業承継」ですが2025年の予定なので3年半の時間があるが、その時は76才になっているので体力の衰えが進んでいると想定できます。この状況を踏まえた「プラスα」が必要だが、できる事が今までの延長線上になってしまうので、「未来」からの逆算を考えると、元々「禅宗のお坊さん」というイメージを持っていたので、年金もあるので「矩を超えず」をベースに道(正論)を説く事と考えています。しかし、これではギャップがあるので「心を裸にして」のキーワードで世代ギャップを乗り越える「プラスα」が見えて、若い世代との交流のイメージが浮かんで来ました。

3. 若い世代とのプラスα

現実を見ると「矩を超えず」の世代になっており、少ないながらも年金を頂いているので欲を言わなければ「知足」で生活が可能な恵まれた状況です。この状況なので故福井社長が「ポケットマネーでコンピュータを買ってやる」と言って下さった事を思い出し、「ポケットマネー」の範囲内で行なうと自由度が高くなり気楽に何でも出来るとなって「三方善」が浮かびました。それは、私がお客様に役立つ事で、実は、その先のお客様に間接的に役立ち、その結果、お客様もその先のお客様も喜ばれてビジネスが成立して付加価値が生まれ、その一部が私に還元されて当方の付加価値が生まれるという構図です。

実際には、右掲の3枚の画像です。右上は、昨年制作した弊社の新しいHPです。CMS方式なので自分でもメンテが出来ていて、右中のListA(リスト抽出)と右下の配配メール(HTMLメール)のツールを契約してSFA戦略をコンサルティング商品として展開しようと考え実践中です。実際にListAでキーワード検索してターゲットリストを作成し、配配メールでマーケティング展開しています。例えば、「ジェットプロテクター」という防錆用の商品を販売する為に、ListAで「設備工事」をキーワードにターゲットリストを作成して、配配メールでマーケティングして成果が出ています。つまり、お客様は「ジェットプロテクター」が売れ、買われたお客様は防錆の為に使用されて喜ばれており、その結果、マーケティングを代行した弊社が評価されるという構図です。

この「三方善」の考えがキーワードです。ListAも配配メールもサブスクで比較的low価格で月額負担が少ないので十分にポケットマネーの領域です。自社のマーケティングとしては、右上のHPに自社開発の商品(見積システム)を掲載して配配メールで画像とリンクを付けて発信した所、お客様からのレスポンスがあり、商談を進めている所です。この結果、「プラスα」がサブスクを利用したマーケティングでお客様に役立つ事と確信したのです。



4. 持続可能という視点

人生をリノベーションするキーワードが「三方善」でサブスクを活用する事ですが、この事は80台でも継続できる事が望ましいのです。定年後にシルバーセンターの仕事で1日3時間程度で週3回で月3~4万円というケースが多いのですが、その仕事で「三方善」であれば申し分ないのですが、多くの場合、感謝される場面がない仕事が多いので労働の対価に不足が出るケースが多いのです。鏡の法則で、仕事を依頼した方も不足になり易く、シルバーセンターへお満足度が低下して「三方不満」という構図になっているのです。これでは、単に時間を仕事に使っただけで終わるので貴重な時間を有意義に使ったかと言えば否定的になってしまいます。その結果、お客様からクレームが出たり、自分から辞めるという事で継続できないのです。

「人生のリノベーション」という視点では「持続性」が重要ポイントです。その為には「三方善」が必須と考えています。ビジネスばかりでなく、プライベートでも、例えば、弊社の施設を土曜日に老人会に提供して茶話会のお世話していますが、コロナ禍で人との交流機会が少なくなった方たちが楽しそうに茶話会で約3時間楽しんで頂いています。場所の提供料を500円としていますが、1人300円の会費でコーヒー・紅茶・お茶を選択でき、茶菓子や果物を調達しても10名程度の参加数でも若干益金が発生するので、定期的に、益金を使って豪華な茶菓子(200円程度)を提供して満足度を高めています。私も皆さんと混じって会費を払って参加して、話題に溶け込んで皆さんと一緒に笑声・笑顔になって有意義な時間になり「プラスα」になっています。こんな感じでコンサルティングを展開して「お客様・会社・私」の「三方善」を実践したいと思っています。