

# 不れい考

吉村には、レジェンドがある。それぞれに華々しいタイトルがついている。「そのまんまホーチミン事件」、「リピートトラップ事件」、「ソコは逆でしょー事件」。

実は、これはクレームへのネーミングだ。クレームがあると手順が変更されたり、新しいチエックが加わったりする。それがなぜ生まれたのか、というストーリーが伝承されないとい、時

りにされ、忘れた頃にクレームが再発する。そうならないために、クレームから学んだことを伝承したい。やらかした社員を責めるのではなく、なぜそれが起こったのかを挿んでネーミングをする。たとえば、「そのまんまホーチミン事件」は営業担当者がお客様への連絡や説明を怠ったた



株吉村  
代表取締役社長

## 橋本 久美子

めに他社に契約をすべて切り替えられた話だ。ネーミングはできればクスツと笑

えるものが良い。「ホーチミンしてない？」といわれればギクツとするような合言葉に育てたい。今ではやらかした本人が自らネーミングをして、経営計画発表会で発表している。「会社

## 100点よりゼロからイチを

の考え方や仕事への姿勢を大きく変えるきっかけとなった事件」は「殿堂入り」を果たすようになった。四コマ漫画に進化もした。

吉村の経営方針の一つに「私たちは、挑戦して成長し失敗と喜びを分かち合う仕事場を作ります」とある。

0点が一番のように錯覚させられるが、100点の問題を出題した人がいるのだから、100点は出題者の一番弟子になったに過ぎない。まだマニュアルのない100点がない道を行って、「そう来たか」とお客様に感動してもらいたい。

軟包装のデジタル印刷に進出したときに、前例はなかった。その道は凸凹だらけだったけれど、失敗して次につなげる体験を積み重ねられたことが、世界一へとつながり社員一人ひとりの自信になった。仕事での経験が、社員の人生を豊かにする可能性を信じた。

挑戦と失敗はセット。振り返って

次に活かせば投資だ。失敗することが分かって良かった、と次に進めるゴキゲンなメンタルを持ちたい。

根底には「100点取るよりゼロからイチ」という