

トップリーダーのお薦めの本



塚本 厚志
 株式会社 マツキヨココカラ
 &カンパニー
 代表取締役副社長
 株式会社ココカラファイン
 ヘルスケア
 代表取締役社長
『スマホ脳』
 アンデシュ・ハンセン 著



2

<内容> 平均で1日4時間、若者の2割は7時間も使うスマホ。だが、スティーブ・ジョブズを筆頭に、IT業界のトップはわが子にデジタル・デバイスを与えてないという。それはなぜか？スマホの便利さに依存し、あなたの脳が確実に蝕まれていく現実を警鐘する一冊です。

<ひと言> スマホを使っていますか？スマホに使われていませんか？現代社会を生きる私たちは、10分に1回スマホを手に取り、平均1日に4時間以上をスマホに費やし、1日にスマホをさわる回数は平均2600回にも及ぶと言われております。スマホを使用し過ぎる事によって「ブルーライトの影響での睡眠の質の低下」や「SNSの使用による孤独感」「うつ病」「睡眠障害」などの要因になると書かれておりあらためて、スマホは便利な為、上手く付き合っていく事が大事だと実感できる一冊です。また自分自身の生活を豊かにするためには、ココロとカラダの健康が大切で特に精神的な不調から身を守るには「睡眠」「運動」「人間関係」が重要だと改めて理解できる従業員皆様にお薦めしたい一冊です。



松本 貴志
 株式会社マツモトキヨシ
 代表取締役社長
『ブランディングが9割』
 乙幡 満男 著



3

<内容> 本書は、当社の元社員でPB「matsukiyo」の立ち上げに貢献し、独立後も当社のブランディングに携わってもらっている、乙幡氏による著書です。本書には、マツモトキヨシのPBがなぜ成功し、メディアで話題となったのか、そのエッセンスが書かれています。「安さ」という訴求だけではお客様は定着しません。マツキヨらしい、楽しさや驚き革新性のある取り組みを通じて、選ばれ続ける必要があります。今後、PBとともに店舗のブランディングにもさらに力を入れてまいります。外側のデザインを良くして終わりではないブランディングの本質を本書で学び、皆様ひとりひとりが現場でできることを実践してください。

<ひと言> 「ブランディング＝（ブランドづくり）」について、基本から応用までをわかりやすく解説した一冊です。商品の中身が同様の場合、なぜ「ブランド」があるほうが高く売れるのでしょうか。そこには、「ブランドがもたらす不思議な力」が働いています。ブランドが強いと、「価格競争をしなくていい」「SNSで勝手に広まっていく」「スタッフが喜んで売ってくれる」「採用が楽になる」といった多くのメリットがあります。「ブランド」とは、単にロゴを作ったり、商品やコーポレートサイトのデザインをしたりすることではありません。本書では、長期的に揺るぎないブランドを築いていく戦略について、数々の事例とともに説明しています。



高木 均
 株式会社ぱぱす
 代表取締役社長
『嫌われる勇気』
 岸見 一郎、古賀 史健 著



4

<内容> 哲学者と青年の対話形式でわかりやすく読めます。気になるところをポストイット、マーキングしておいて時々読み返します。

<ひと言> “「あの人」の期待を満たすために生きてはいけない——【対人関係の悩み、人生の悩みを100%消し去る「勇気」の対話篇】世界的にはフロイト、ユングと並ぶ心理学界の三大巨匠とされながら、日本国内では無名に近い存在のアルフレッド・アドラー。「トラウマ」の存在を否定したうえで、「人間の悩みは、すべて対人関係の悩みである」と断言し、対人関係を改善していくための具体的な方策を提示していくアドラー心理学は、現代の日本にこそ必要な思想だと思われます。本書では平易かつドラマチックにアドラーの教えを伝えるため、哲学者と青年の対話篇形式によってその思想を解き明かしていきます。



高野 昌司
 株式会社マツモトキヨシ
 東日本販売
 代表取締役社長
『1万人のリーダーが悩んでいること』
 浅井 浩一 著



5

<内容> 「悩みのないリーダーはいない」という書き出しから始まるのですが、主に部下とのコミュニケーションで悩むリーダー（店長や店長・SVを目指す方）にお薦めします。著者が1万人を超えるリーダーたちから寄せられた悩みから50を選び、答えている内容ですが、本当に「職場の人間関係あるある」です。読んでみると概ね当たりの答えが書かれています。リーダーとしての自身の普段の行動・言動と本書を照らし合わせることで、ハッと気づくことがあります。多くの本を読みますが、今でも読み返す本の中の1冊です。部下の目線から読んで面白く思います。

<ひと言> 業績を上げることが、リーダーの大切な仕事にも関わらず、悩みの大半が「部下に関するもの」なのは、なぜか。それは「会社から求められる業績」は、リーダーひとりで作るのではなく、部下とともに作り出すものだからです。リーダーの悩みの大半は、「会社から求められる業績を上げられない部下に対する悩み」なのです。

トップリーダーのお薦めの本



安藤 浩

株式会社マツモトキヨシ
甲信越販売
代表取締役社長

『仕事早い人は、「これ」しかやらない』
石川 和男 著



6

<内容>物事の進め方は工夫次第で劇的にラクになり、スピード感を持った対応が出来るようになります。充実した人生をおくるためには趣味や特技に没頭したり、大切な人と過ごしたりする時間は非常に重要なものでありますが、そのような時間はどうやって生み出せば良いのでしょうか。本書では生活の中で大きなウェイトを占める仕事をより充実させ、限られた時間の中で速く終わらせることで、余裕のある行動ができるようになるためのコツや考え方を教えてくれます。無駄を省き、無理をしないことで肩の力が抜け、質の高い仕事をする事で私生活にも良い影響を与え、より豊かなものにできるよう期待しています。

<ひと言>仕事早い人と仕事遅い人の絶対的な違いは、「注力すべきは仕事を見極め、その仕事を最速で片付ける能力」、「そうでない仕事は、うまく人に任せる能力」があるかということに尽きる。自分の時間を増やす「賢い力の抜き方」を実践するための、ラクして速く成果を出す「7つの原則」と、どのように考え行動すれば良いのかを具体的に分かりやすく解説しています。無駄なことを、慣習で行っていること、非効率なことを無くすことから始めて、仕事のコツとつかんで力の入れどころを習得するためのツールとしてご活用ください。



上村 浩司

株式会社マツモトキヨシ
九州販売
代表取締役社長

『夢をかなえるゾウ』
水野 敬也 著



7

<内容>この本は、もう15年も前の小説ですが、ものすごく面白くて、タメになる本です。現在この本の続編も出ていて、4冊出版されていますが、すべて読んでくれるくらい私のお気に入りの本です。特番ドラマ1回・連続ドラマ1回と取り上げられているので、ご存知の方も多いと思います。ビジネス的にも自分自身の啓発のために役立つ本です。

<ひと言>ガネーシャというインドの神様のゾウが、夢を無くしたサラリーマンに課題を与えながら、成長を促すという本です。内容の一部ですが、『成功しないための一番重要な要素はな、「人の言うことを聞かない」や。そんなもん、当たり前やろ。成功するような自分に変わりたいと思つて、でも今までずっと変われへんかったちゆうことは、それはつまり、「自分の考え方にしがみついたらちゆうことやんか』』ということが書いてあるんですが、なんか感銘受けます。素直な私は、すぐに実行しちゃいます。本の内容に24の教えがあるのですが、今でも意識して実行しています。



森 崇

株式会社マツモトキヨシ
中四国販売
代表取締役社長

『苦しかったときの話をしようか』
森岡 毅 著



8

<内容>主題はキャリアの考え方とらえ方なのですが、今の仕事へのアプローチの仕方に十分に通じる物があります。これを読んで組合員の転職のきっかけになると困るのですが、現在の店舗の店頭で並ぶ商品をどのように売るか？を考えるにも十分につかえます。マーケター森岡毅さんがどのようにプロデュースしているのかも非常に興味深く書かれています。コロナ禍で非常に厳しいドラッグストア業界ですが明日の戦い方の参考になり！！

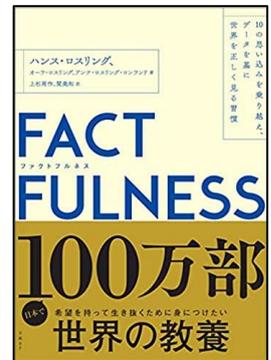
<ひと言>窮地にたったUSJをV時回復させ、ネスタリゾート（関西に人しかわからない？）丸亀製麺を復活させたマーケター森岡毅さんが就職人悩むご自身の娘さんに残すために書いた『虎の巻』成功体験だけではなく自分の将来や仕事の事を考える際のフレームワークがわかる。



青木 啓

株式会社マツモトキヨシ
ファーマーズ
代表取締役社長

『FACT FULNESS
(ファクトフルネス)』
ハンス・ロスリング、
オーラ・ロスリングロランド 著



9

<内容>本書の見出しに「データを基に世界を正しく見る習慣」とあります。生きる上でそんなに大きな事知らなくても・・・と思うかもしれませんが（私もそう思っていました。）、そうではありません。「もの見方・考え方」を学べ、気付かされ、その事実をもとに何をすべきか？を考えることは仕事でもプライベートでも生かせると思います。

<ひと言>データや事実にもとづき、世界を読み解く習慣がファクトフルネス。賢い人ほどとられる10の思い込みから解放されれば、癒され、世界を正しく見るスキルが身につく。世界を正しく見る、誰もが身につけておくべき習慣でありスキル、「ファクトフルネス」を解説する本。

トップリーダーのお薦めの本

| | | | | | |
|--|--|--|-----------|---|---|
| <p>10</p> |  <p>上野山 孝誠 株式会社岩崎宏健堂 代表取締役社長</p> <p>『牛に化粧品を売る』 石川 和男 著</p> |  | <p>11</p> |  <p>須永 崇 株式会社愛安住 代表取締役社長</p> <p>『恐れのない組織』 エイミー・C・エドモンドソン 著</p> |  |
| <p><内容>人口4,000人、山に囲まれた田舎町で、12年連続でカネボウ化粧品 TWANY(トワニー)の年間売上上で全国1位を獲得した『安達太陽堂』のカリスマ店員 長谷川桂子さんの経験談となります。地域密着店舗としての顧客作りのノウハウなど、化粧品の販売を舞台に顧客サービスや売上のための工夫と努力が書かれています。</p> <p><ひと言>この本が出版されてかなり時間が経過していますが、小売業として近年の急激な環境変化や顧客ニーズの変化への対応が求められています。お客様に対する会話の内容や意識について、同じ職種として非常に参考になる事が多くとても勉強になりました。ただし、内容を実践するにはかなりハードルが高いですが・・・</p> <p>One to One マーケティングで顧客満足度を高める時代ですが、リアル店舗でどのように顧客満足度を高められるのか?の究極のHow to本です。タイトルのインパクト同様に、目からうろこのような情報もたくさんありますので、是非参考にしてください。</p> | | <p><内容>Googleの研究で注目を集める「心理的安全性」。これからの組織にとって、なぜ重要なのか。この概念の提唱者でありハーバード・ビジネススクール教授でもある著者が、ピクサー、フォルクスワーゲン、福島原発など様々な事例を分析し、対人関係の不安がいかに組織を蝕むか、そして、それを乗り越えた組織のあり方を描く。理論と豊富なケーススタディを軸に、実践への示唆までを語る包括的な一冊。</p> <p><ひと言>恥をかくのではないが、悪い印象を与えてしまうのではないか、上司の意見を否定したら怒られるのではないか(汗)・・・だから何も言わないで黙っておこう・・・本書は職場、集団における「心理的安全性」の重要性を説いた一冊です。組織のリーダーには従業員が正直かつ素直に話すことが可能な職場を確立する責務があり、従業員にとってはそこが良い場所であるだけでなく、イノベーションと成長と高いパフォーマンスが起きる場であることを教えてくれます。マツキヨココカラWAYの考え方にもシंकろする内容ですので、是非一度読んでみてください。</p> | | | |

| | 役職 | 氏名 | お薦め本 |
|----|--|----------|---|
| 1 | 株式会社マツキヨココカラ&カンパニー 代表取締役社長 | 松本 清雄 様 | 出井 伸之 著 「個のイノベーション」 |
| 2 | 株式会社マツキヨココカラ&カンパニー 代表取締役副社長 株式会社ココカラファインヘルスケア 代表取締役社長 | 塚本 厚志 様 | アンデシュ・ハンセン 著 「スマホ脳」 |
| 3 | 株式会社マツモトキヨシ 代表取締役社長 | 松本 貴志 様 | 乙幡 光男 著 「ブランディングが9割」 |
| 4 | 株式会社マツモトキヨシ東日本販売 代表取締役社長 | 高野 昌司 様 | 浅井 浩一 著 「一万人のリーダーが悩んでいること」 |
| 5 | 株式会社ばばず 代表取締役社長 | 高木 均 様 | 岸見 一郎、古賀 史健 著 「嫌われる勇氣 自己啓発の源流 「アドラー」の教え」 |
| 6 | 株式会社マツモトキヨシ甲信越販売 代表取締役社長 | 安藤 浩 様 | 石川 和男 著 「仕事が早い人は、「これ」しかやらない」 |
| 7 | 株式会社マツモトキヨシ中四国販売 代表取締役社長 | 森 崇 様 | 森岡 毅 著 「苦しかった時の話をしようか」 |
| 8 | 株式会社マツモトキヨシ九州販売 代表取締役社長 | 上村 浩司 様 | 水野 敬也 著 「夢をかなえるソウ」 |
| 9 | 株式会社マツモトキヨシファーマシーズ 代表取締役社長 | 青木 啓 様 | ハンス・ロスリング、オーラ・ロスリング・ロランド 著 「FACT FULNESS (ファクトフルネス)」 |
| 10 | 株式会社岩崎宏健堂代表取締役社長 | 上野山 孝誠 様 | 長谷川 桂子 著 「牛に化粧品を売る」 |
| 11 | 株式会社愛安住代表取締役社長 | 須永 崇 様 | エイミー・C・エドモンドソン 「恐れのない組織」 |