

生涯忘れ得ぬお客様

私は、二十代、R社と言う会社で求人広告の営業担当をやっておりました。一生忘れ得ぬそのお客様の会社は新宿区百人町にある雑居ビルにありました。科学技術に特化した専門誌出版の会社でした。他媒体である新聞の三行広告に小さく「技術系に強い編集者求ム」という求人広告がありました。ニーズが顕在化しているので、仕事として当然アポイントを取りに行きます。「社長かオーナーさんいらっしゃいますか？」と電話をするといきなり怒られます。「だから嫌だったんだ、広告出すと、おめーらみたいな奴らからしか電話が来ない。迷惑だ!」、とガチャンと電話は切られます。ここで諦めたら、仕事人ではありません。アポなしで来訪します。で、怒られます。一応、「資料と名刺を置いていきますね」と、そそくさと帰ります。一般的に広告には賞味期限があるので、そろそろかな、と思う頃、もう一度電話します。「先日お邪魔した…。あの求人広告効果ありました？一度お話でも…。」。すると、また当然、「うるせー」と邪険にされます。ここで廃れたら仕事人ではありません。また行きます。また怒られます。

「何故、行くのか？」と聞かれたら、「その会社に役に立ちたいから」の一心だったからです。媒体（商品）には自信があります。同業者の成功事例のデータベースも星の数程あります。やってみないとわからないことがあるからです。その日はある日突然やってきます（本当はこんなにも簡単には依頼は来ません。千分の一、万分の一です）。「何度も来てもらったね、一度、話だけでも…。」。そこから、セオリー通りに、過去の事例を元に、この場合はこういう結果がありました、等々薦めて、程なく受注します。しかし、世の中は思い通りに行かないことが常です。

広告の賞味期限（週刊誌だから通常は1週間）が切れる時に効果測定を行います。R社では、基本的に、必要な人員及び望む人物像に対して、応募数と採用数が同じになる事を目指します。1採用したければ1応募でそれが望む人物像である事が無駄なく最高なわけです。そして、応募数がゼロを社内ではZD（ゼロ・ディフェクト）と言います。

私の取ったその仕事はZDだったのです。いわゆる効果なし（無駄金を使わせてしまった…）。

電話をし、訪問し、アフターフォローに参ります。当然、罵詈雑言は当然、もしかすると「殴られるかも」、という思いでお邪魔をします。恐る恐るお邪魔します。社長兼編集長のその方は薄ら笑いを浮かべ、「最初から、うちのようなこんな小さな会社は（求人者からは）見向きもされないと思っていたんだよ。期待した俺が馬鹿だった」。私は、膝の上の手の拳に力が入ります。「社長！もう一回やりましょう！ここで諦めたらダメです！」と伝えます。もちろん、サンクコスト効果を狙ったものもありますが、広告というものは単発では効果がないのも至極当然のことではあります故。しかし、こんな小さな会社に強いるもの心が痛むものではありますが、営業マンの矜持が「諦めたくない」と心が叫ぶのです。再度受注。そして発刊。

他の仕事も複数同時進行しながらも、結果がいつもながら気になります。そし

で電話がなりました。「吉澤クン、来たよ！来た！採用する予定だ！」。この時ばかりは、いつもながら「ワシ、いい仕事をしたなあ」と（これも、うまく行かないのが殆どです）。だから辛くても続けられるのだなあ、と思った次第です。お客様の喜びが自分の喜びになるから仕事は続くのです。

そしてこの話には続きがあります。数年後です。私が何の因果か引き継ぐ予定もない会社を請け負うためにR社を退職。Uターンし、その数年後の話です。あの百人町の出版社の社長が山形大学工学部のある技術の取材の為に米沢に来られました。私はR社を退職する際に、社の慣習でお世話になった取引先に「退職ご挨拶」なる葉書を出していました。それを見て、思い出したかのように私の店に寄ってくれました。

その節はお世話になったことと、お互いに覚えていたことを確認し合い、再会を喜びました。そうしましたら、社長は私にこう言いました。「今度、引退することにしたんだ。そして、後継者は彼に」と一緒に来ていた方を紹介頂きました。その方はなんと私が数年前に取った仕事の求人を見て、応募に来た方だということです（信じられない!）。「あの時、キミが来てくれなかったら。運命ってわからないモノだね」。

自分のやったことが誰かの人生の一部になっているかもしれない。もしかして、人生ってその積み重ねなのかもしれない。と、R社の「求職者と求人者の幸福かつ公正な出会いに寄与する」という事業理念を、退職後、数年経って初めて理解した瞬間でした。

あれからまたさらに数十年が経ち、亡き父も入っていたロータリーに入会し、二代目ロータリアンとして活動することになりました。当クラブからガバナーを輩出した折、たぶん会員不足・人手不足も相まってか、入会したて、新会員の私にお手伝いのお声が掛かりました。統括副幹事兼ガバナー事務所事務局長です。その時にR I会長はホルガー・クナークさんと仰るドイツの方で、年度テーマが「Rotaryは機会の扉を開く」でした。「ああ、R社の旧社はと似てるなあ」と、30年以上前のサラリーマン時代を思い出したものです。「人にものを頼まれたらね、ハイかイエスカ喜んでしかないんだよ」。断るのは簡単。いつの時代も「自ら機会」を作るのは同じです。

R社時代、実は当時は「自分の人生のピーク・絶頂期はここだな」と思っていました。実家自社の立て直しで戻って確かに東京に後ろ髪をひかれる思いで、「こんな筈じゃない」と当初仕事をしていたのも事実です。しかし仕事も順調に進み、そして、友達作りのためだけに入会したJCでは自分の実力以上の役職もさせて頂いて、満足な三十代四十代でした。そのいつでも心にあるのは、「機会を作る。謙虚に自分自身を作り直す」です。

振り返って、つくづく思うのは、仕事とは与えられた環境の中で道を探し出すことが天職であり、他人様の人生の幸福に寄与する事。それに他ならないと思う今日この頃です。職業奉仕に感謝します。

後日談になりますが。その新宿百人町の技術系出版社はその後どうなったか、というと。その高い技術専門性の記事を買われ、大きい出版社に高額でM&Aされたとニュースで知りました。世の中、わからないものです。