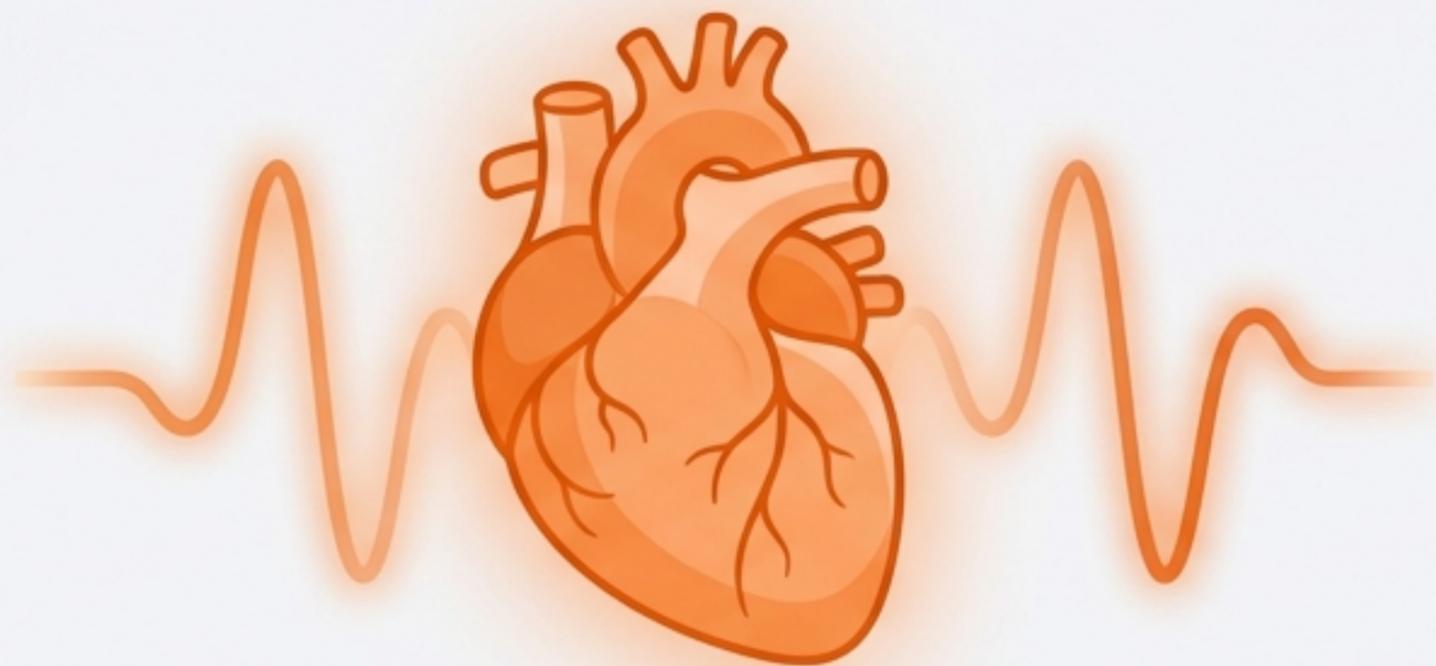


「熱狂」が消えた日

セブン-イレブン経営陣と
ファミリーマート細見社長に見る「絶望的な差」

なぜ、かつての鈴木敏文にあった熱量が失われ、ファミマに人が集まるのか。リーダーの「体温」を徹底比較する。

経営における「体温」の格差



人間としての体温



保身と忖度

フキタ社長が両社の記者会見・インタビュー動画を見比べて感じたのは、戦略の違いではなく「人間としての体温」の差であった。

“「そこには絶望的な差がある」”

視覚的分析：現役のオーラと「ダッドシューズ」

ファミリーマート 細見研介社長



「ポケットチーフ」
& 「タートルネック」

「左手の薬指に
ゴツい指輪」

「ダッドシューズ（厚底靴）」

還暦を過ぎても若者の流行を取り入れる姿勢。
「俺は感性で生きている」という現役のオーラ
が、その身なりから発信されている。

視覚的分析：隙のない「鎧」と「ロボット」

セブン-イレブン 経営陣



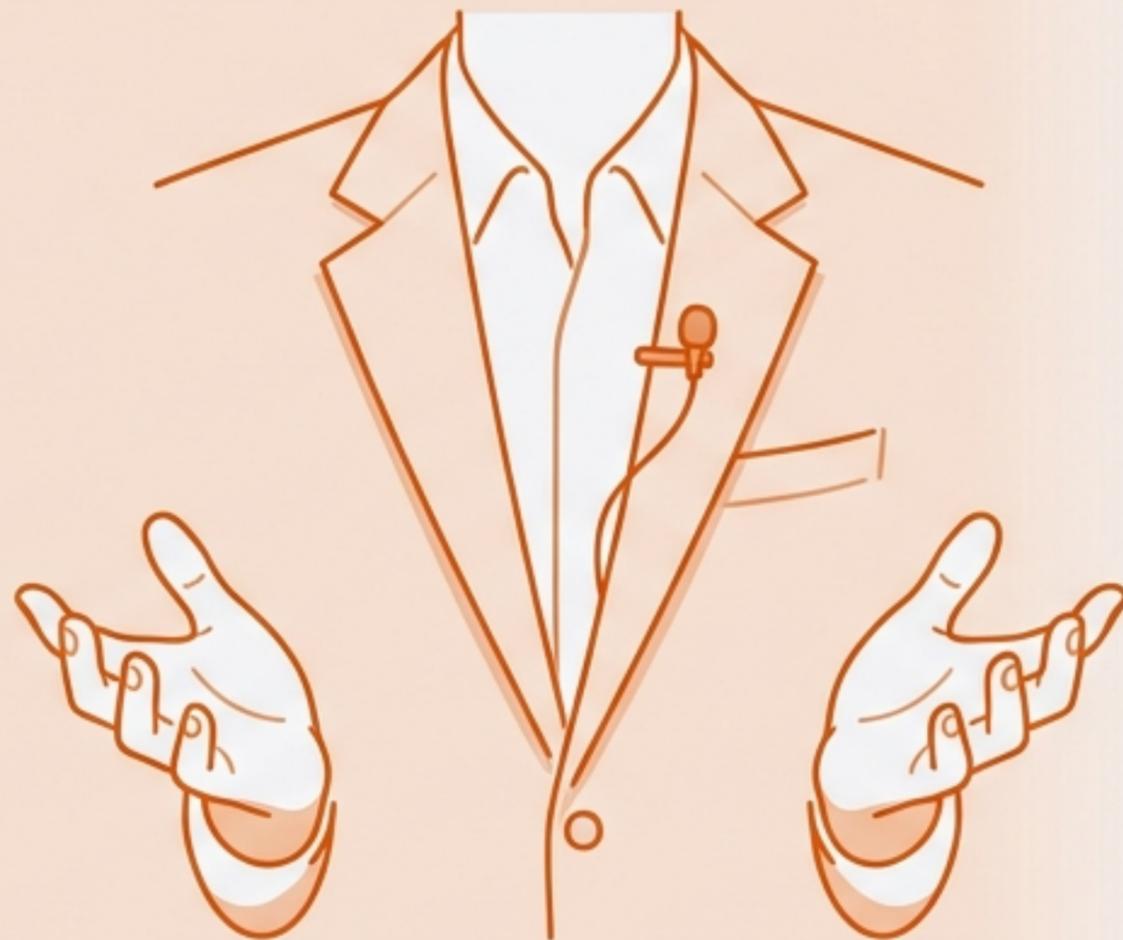
完璧に整えられているが、そこにあるのは「防御」の姿勢。ロボットのような精密さはあるが、人間味という「ノイズ」が排除されている。

行動分析：ピンマイクが示す「自由」

Seven-Eleven: Scripted Control



FamilyMart: 「マイクも手に持たず、ピンマイク一つ」



細見社長は身振り手振りを交えて自由に語る。台本に縛られないスタイルは、思考が自身の内側から出ていることの証明である。

言語分析：「ビジネス関東弁」対「近江商人の魂」

綺麗な言葉

誰が書いたかわからない脚本。
東京に魂を売った「ビジネス関東弁」。
そこには本音も欲望もない。

ネイティブな関西弁

「儲けなアカン」
「死ぬ気でやれ」

自分の言葉、自分の欲望で喋るからこそ、言葉に体温が宿る。

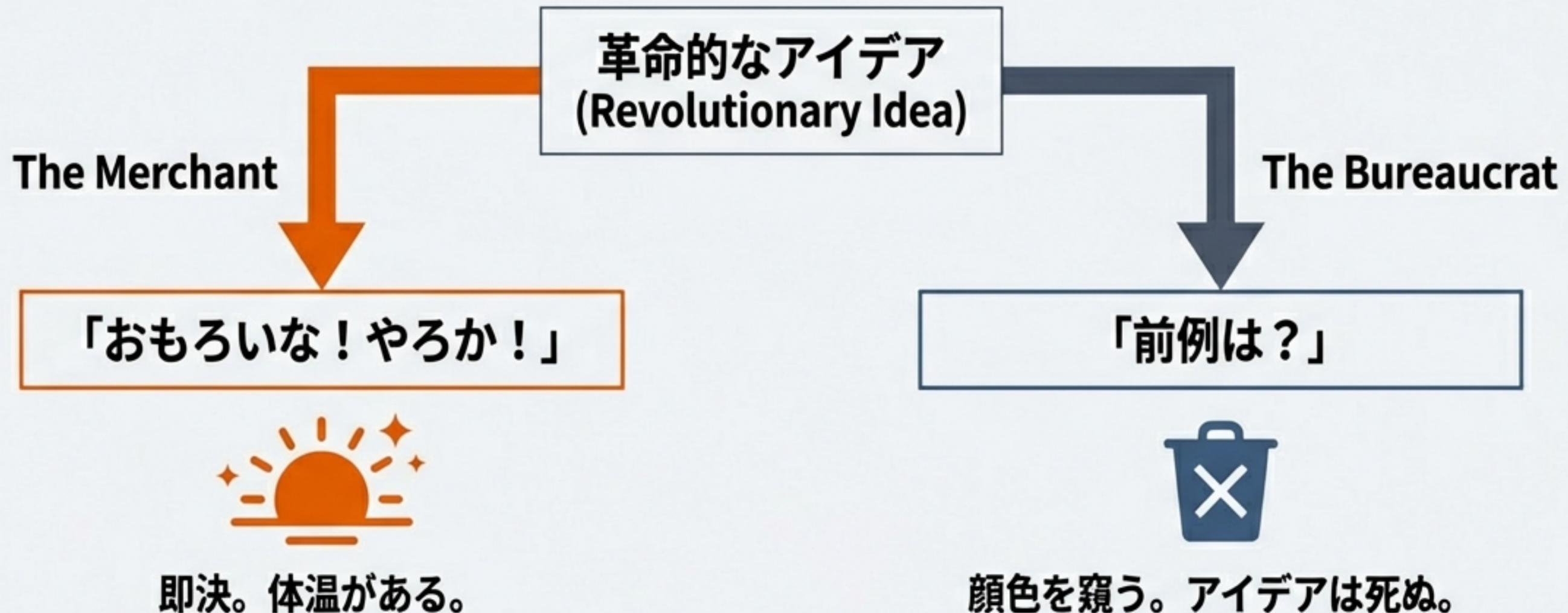
「……………そんで、どうしたの？」

完璧なスーツで、完璧な標準語で、完璧な原稿を読まれた後、
聞き手の心に残るのはこの感想だけである。

何も心に残らない。なぜなら、そこに「人」がないからだ。かつてのセブン-イレブンにあった熱狂は、管理された言葉の中に埋没してしまった。

イノベーターへの「踏み絵」

あなたがもし「革命的なアイデア」を持っていたら、どちらのトップにプレゼンしますか？



人とアイデアは、「体温」のある場所に集まる。

結論：親分についていきたいと思わせる力

「俺は感性で生きている」という
強烈な自我。

「儲けなアカン」という
等身大の欲望。

人は管理システムではなく、
人間味あふれる「親分」に惹かれる。



セブンとファミマの差は、
システムではなく、
リーダーが発する熱量の差である。

FKT Office Insight

現代のビジネスリーダーに必要なのは、完璧な理論武装ではなく、人を動かす「体温」と「言葉」です。
より深い洞察とコンサルティングについては、公式ホームページをご覧ください。

<http://fkt-office.com/>

引用・参考資料（動画ソース）



- プレジデントオンライン公式YouTubeチャンネル
「ファミマ・細見研介社長が語る『伊藤忠・岡藤会長からの金言』」



- 日本経済新聞社 日経電子版公式YouTubeチャンネル
「セブンイレブン、スマホレジ全店導入へ 永松社長に聞く」



- Impress Watch公式YouTubeチャンネル
「セブン-イレブン・ジャパン 50周年記念記者会見」