

『過ちは好むところにあり』

1. 「能力」= Σ (知識) x (経験)

右掲は、平成20年10月19日のNHK番組「カンゴロンゴ」の「不経一事、不長一智」(一事を経ずして、一智に長ぜず)というテーマです。意味は、「何事も、一つの経験をして、はじめて一つの知恵が身につく」という事のようにです。

参照：<http://www.nhk.or.jp/kango/past/past003.html>

私は、平成7年7月から、経営コンサルタントの道を歩んでいます。もう、13年にもなります。この間に、いろんな経験をしました。うまく行った事例もあれば、なかなか成果のでない事例や途中で頓挫した事例などと様々です。自社の経営も、その度に浮き沈みして来たのも事実であります。私は、船井総研の宮内先生(当時)にコンサルタントのやり方を教えて頂いたのですが、先生は「現場は、意識よりも深くて広い」とおっしゃっていたのを覚えています。

その後、13年間の修行から「知識・経験・根性」という事に行きついたので。何事も「知識」がなければ、始まらないのです。経営コンサルタントとして、お客様に「知識」を伝授するのが大きな役目なのですが、その「知識」は実践できることが基本なのです。山本五十六元帥の「やってみせ、言って聞かせて、させてみて、褒めてやらねば人は動かじ」という有名な言葉がありますが、正に、そうなんです。自らの経験に基づくアドバイスであり、場合によっては、実践してみせるという事が重要なのです。すなわち、「実践」=「経験」を積み重ねることが重要なのです。

そういう中から「能力」= Σ (知識) x (経験) という公式に到達したのです。若い人に「知識・経験・根性」の3拍子と言い、経営者や幹部社員には「知識・見識・胆識」と置き換えて話しています。「見識」は、その人の経験の深さを言うのであって、決して、「知識」の広さではないと教えています。「経験」の深さが大切なのです。「胆識」は、腹の据わった状態をいうのです。ベースに「根性」というものが据わっていて「責任を取る」という覚悟がある状態を「胆識」と考えています。上司から「おれが責任をとるから、自由にやれ」と言われる時に、部下がその言葉を信じ切れるか否かが重要なのです。「胆識」とは、そういう高度なレベルなのです。

不
長
一
智

不
経
一
事

2. 過ちは好むところにあり

右掲は、TKCさんのホームページに掲げている「自利利他の精神」であります。TKCさんのホームページによると

【比叡山を開いた最澄伝教大師の言葉と言われています。「自利とは利他をいう」とは、利他を実践すれば、いつかは、巡り巡って自分の利益になるというような考え方ではなく、「利他の実践がそのまま自分の幸せなのだ」という考え方です。】

と解説されています。「利他の実践がそのまま自分の幸せなのだ」というのは言葉としてはキレイですが、現実的には意味深いものであります。確かに、「他人の役に立っている」と言う実感は至上の喜びであります。同じ「金」を得ても、宝くじや競馬などで得た金と他人の幸せに貢献して得た

自利とは
利他をいふ

「金」とでは、額は同じでも「喜び」は何倍も違ってくるのです。

ところが、「**過ちは好むところにあり**」という言葉があるのですが、「利他の実践」で落とし穴があるのです。自分ができる「利他の実践」は、「好むところ」＝「得意な分野」という事になるのですが、実は、自分の「得意」は、必ずしも「好むところ」という事ではないのです。下手をすると「余計なおせっかい」になるのです。自分が得意という事はドンドン進めることが出来るのですが、他人には「知識」も「経験」もないので、これから進める必要があるのです。このギャップを認識できるか否かが大きな分岐点なのです。「**過ち**」という極端な例は、このギャップが大きくなった時に起こるのです。経営コンサルタントという職業を選ぶならば、この点を自覚する必要があるのです。

3. 「不経一事、不長一智」

私は、社内にWebデザイナーを擁して、FaxやWebを活用するマーケティングの指導を行っています。自社にデザイナーがいるので、お客様に変わってコンテンツを表現することができるのです。これは、当社独自のやり方と思っています。ドンドン進化するWeb世界なのですが、その技術を自社に持っているので、お客様からアウト・ソーシング的な存在になっているのです。

なぜ、アウト・ソーシング状態がよいのかと言うとPDCAサイクルを回す「軸」が出来るのです。何事もP:Plan(計画)が出来ても、思っただけでは動かないのです。私の信条は「形は心を動かす」なのです。「思ったこと」を「形」に表すことで他人に伝えることができるのです。すなわち、「形」＝「情報」化なのです。「情報」にするからコピーが可能になり、Webならば「無数」の人と接する機会をつくる事ができるのです。

しかし、「情報」にも限界があります。私は、「Faxちらし・3段活用マーケティング」という指導法を持っています。「Faxちらし」という情報発信でレスポンスを得るのですが、このレスポンスの10倍もの潜在客がいるという事実で、電話フォローを行うのです。この電話フォローで、さらに、10倍のレスポンスを得ることが出来るのです。これらのレスポンス客に対して、営業活動を行ってクロージングするという3段活用なのです。

基本的には、このスタイルなのです。もちろん、いろんな角度からアドバイスを行うのですが、お客様にとっては「探客」が一番の課題なのです。お客様を見つけることで営業のアクションを起すのです。最近では、Webによるレスポンス・マーケティングにシフトするようになって来ています。Webは、経費的には負担が小さいのですが、その分、レスポンスの内容も薄くなっているのです。実際に、Faxに比べて、Webはエリアも拡大するし、問合せもイージーなので薄い内容も多くなります。私は、FaxとWebでは、30倍の差があるように経験的に思っています。

「**不経一事、不長一智**」という言葉の通り、一つのことを繰り返すから「経験値」が出てくるのです。この「経験値」が出るというのが「一智」の一つの尺度ではないかと思っています。「結果」を予測できるからPの計画にも重みがあるのです。いい加減な根拠の「計画」は、誰も信じないのです。あまり官僚的になって「前例主義」に陥ると保守的になりがちですが、精度の高い「予測」に基く「計画」でチャレンジのDoが可能になるのです。

そして、PDCAサイクルというように、定期的にCheckして「計画」と「実績」のギャップを認識して必要な対策を打つことで次へ進むのです。「前向き」という事が重要なのですが、「前向き」には「事実」を把握することが重要なのです。「事実」を把握しないで「あうでもない、こうでもない」という議論は、何も生まないのです。「**事實は命令する**」というように、「**事實**」から具体的な対策が出てくるのです。

4. 予言者

トヨタの方に「現場は常にカオスに戻ろうとする」と教えられました。カオス(混沌)は、集団の方向性が消えて、個々の人がバラバラな状態になる事なのです。この「集団の方向性」を取り戻すことが重要なのです。「カオス」に対して「ノモス」(正常な状態)、「コスモス」(理想的な状態)という言葉があります。この「ノモス」の状態を維持するために「刻々変化」して行かねばならないのです。

ところが、「現場は常にカオスに戻ろうとする」という本質を克服するには、ある種の「予言」が必要になるのです。右掲は「4つの役割」というものを表していますが、初めに「とんでもない事を言い出す」人がおらないと始まらないのです。これは「予言」と言ってもよいのです。同じことを言っても「人」によって、「予言」か「戯言」に分かれてしまうのです。人格者であれば、「予言」となって他者を巻き込んでパワーを結集することができるのです。

「4つの役割」

1. とんでもない事を言い出す
2. そのとんでもない事ができると閃く
3. その閃きをトコトン実践する
4. その実践を広める

多くの場合、1と2が同時に出来る方が良いのです。「できる」という確信を持ち、その方法を示すことで他者を惹きつけるのです。まさに「予言者」という存在なのです。また、3のトコトン実践するには、PDCAのサイクルを回しながら「刻々変化」主義で、少しずつ、レベルアップさせて行くことが大切です。確かに、設計上で出来たとしても、その「技術」を現実で仕上げる「技能」の向上も同時に重要になって来るのです。「できる筈・・・」で放り出しているのは、現実の微調整が出来ずに仕上がらないのです。最後の4である「広める」というのも、また、別な能力が必要になるのです。「同志づくり」ということで「ささやき」が上手な人が必要になるのです。

【まとめ】

1. 「能力」= Σ (知識) × (経験)
2. 利他の実践がそのまま自分の幸せなのだ
3. 「経験値」が出るというのが「一智」の一つの尺度
4. 「4つの役割」・・・すべては「予言」から始まる

【AMIニュースのバックログは <http://www.web-ami.com/siryo.html> でご覧になれます！】