

「本気力」

1. WBC優勝の原監督の言葉

右掲は、WBCで優勝した原監督の言葉であります。プロ野球は、先週からペナント・レースが始まっていますが、今回は、この「日本力」(にはほんちから)をヒントにして「本気力」を考えてみたいと思います。

日本力＝気力×粘り
原監督

今回のJapan(ジャパン)・WBCの日本代表チームのことをJapanと表現されていましたが、メンバーを見ると粒揃いなのですが、ビッグ・ネームという感じは、結局、イチローや松阪・城島という大リーガーなのですが、「小粒」という感じなのです。例えば、アメリカ・チームの大リーガーのような大きな存在感ではないのです。どちらかと言うと1番のイチローから9番の岩村選手まで、全員が「つなぐ野球」というスタイルの選手が揃ったのです。

そういうメンバーで優勝できた要因が「日本力」と表現されて、その要素は「気力」と「粘り」の2つを上げておられたのです。興味深い話であります。

2. 「本気力」

そこで、ビジネスの世界に目を向けると非常に厳しい現実が待っているのですが、原監督の「日本力」に相当する言葉として「本気力」が浮かんで来るのです。中小のお客様と話していると意外に「自社」や「商品」に自信のないのが浮かんで来るのです。右掲は、これまで

売るもの3つ

- ・会社
- ・商品
- ・自分

もご紹介していますが「**売るもの3つ**」というものです。「**内なる評価・評判**」という視点がありますが、経営者、社員さんが「**売るもの3つ**」に、どれ程の思い入れがあるのかと疑いたくなるケースがあるものです。例えば、社員さんの欠点ばかりを指摘される経営者や上司の方々がおられるのです。「**鏡の法則**」と言いますが、そういう事は意外にストレートに反映してしまうのです。

私は、「本気力」の第一歩は、「**〇(まる)のメガネ**」を持つ事が重要と思うのです。この「〇のメガネ」は、【「**つきの神様**」を味方にする「**ちよつとの差**」】というデジタル著書に掲載されている通り「**X(ばつ)のメガネ**」からチェンジすることで大きく「**運氣**」が変わってくるのです。

参照：<http://www.web-ami.com/chotto/12.html>

また、社員さんも「**こんな給料・・・**」とか「**こんな会社・・・**」と仲間同士でグチを言い合わない事が大事なのです。こんな風に批判的な話をする人は、意外に自分のプライドが高いのです。そのプライドを評価されないと行ってマイナスの方向に向かうのではなく、「**売るもの3つ**」に素直になって頂いて「**内なる評価・評判**」を高めるように動いて欲しいのです。多くの社員、特に、若手という社員さんに大きく影響するので、注意して頂きたいと思うのです。

全員が、「うちの会社は・・・」、「うちのこの商品は・・・」とプラス思考で表現し始めるとドンドン運氣がよくなって、商売繁盛となって来るのです。お客様や仕入先という「**外からの評価・評判**」が変わって、良い循環になって来て、最初にボヤいていた「**こんな給料・・・**」がよくなって来るのです。まさに、「**売るもの3つ**」への「**本気力**」が運命を変えるのです。

3. 「現場体温」

私は、お客様やお店などを見て「**現場体温**」を見るようにしています。「**体温**」が低いと人間と同じように老化が進んでいるのです。マンネリ感が漂い、人や物に勢いが感じられないのです。これは、

非常に重要な事なのです。ある方が「風呂」に喩えて、自分の体温が低いと38℃のお風呂でも熱くなると言うのです。もちろん、好みの問題もありますが、42℃のお風呂が標準的と言われていますが、中には、50℃に近いお風呂でも入ることが出来る方がいるのです。

実際に、私は、これをゴルフ場で経験しています。まだ、30才になっていない時だったのですが、会社のゴルフ大会で大阪の有名ゴルフ場に連れて行って頂いたのですが、ワン・ハーフ(27ホール)のプレーが終ってお風呂に行ったのですが、熱くて入れないのです。私だけでなく、多くの同僚が同じだったのです。そこで、社長に「熱いのですが・・・」と恐る恐る話した所、ゴルフ場の風呂の責任者を呼んで頂いたのですが、温度計は42℃だったのです。

確かに、メンバーと思われる年配の方々には平気で入浴されているのです。まず、慣れの問題でもあるのですが、身体が冷え切った状態でそのまま入浴しようとしたので、皮膚近くの体温がいつもより下がっていたのです。冬場の寒さに慣れてしまっていたのです。このことを思い出すのです。

「現場体温」と表現しているのですが、この「風呂」の逆現象が中小のお客様に起こっているケースが多いのです。先輩社員の体温が低くて「ぬるま湯」体質になっていると、「やる気」に燃えている若い人の体温との格差が出て「冷たく」感じてしまうのです。そして、いつしか「ぬるま湯」に馴染んでしまうのです。これが、一番の問題点なのです。

4. 「若いパワー」を引き出せ

このように、ベテランという域の社員は「こんなもんで良いやろう」という打算が働いており、それが染み付いているので、ちょっとした「動機づけ」では変わらないのです。いわゆる「抵抗勢力」という集団になっているのです。私は、この状況を打開するのに、人材採用を「若手中心」に変えてもらうようにしています。

そして、「若いパワー」を引き出すように、「商品」や「サービス」の魅力アップを図るのです。同じ新製品が出ても、ベテランは勝手な判断で「商品」を紹介するお客様を選んでしまうのですが、若いパワーは、「手順・ツール・トーク」を教えると「しがらみ」にとらわれずにターゲットとなるお客様にドンドン迫ってくれるのです。実際に、この若いパワーが100件訪問したら、有益な情報が30件ほど出て来て、最終的に10件の成約になったというケースもあります。コンサル業界の基準では、有益情報は10%、成約は3%と言われているので、若いパワーが「本気」で回れば「3倍」の成果を出したのです。

このお客様では、経験者より若手という方針で人材採用を行い、やる気のある若手リーダーがOJTする事で、さらに、良い循環になっています。お客様の内緒の話では、経験者中心の時は、即効果を期待したが、結局、「やってもやらなくても同じ」という集団に巻き込まれてしまったのですが、若手が育って「ロール・モデル」になってくれるようになったので「躰け」もうまく行くようになったと喜んでおられます。ご参考にしてください。

【まとめ】

1. 「日本力」＝「気力」×「粘り」
2. 「本気力」は「○(まる)のメガネ」で「内なる評価・評判」を高める事から始める
3. 「現場体温」を常にチェックする必要がある。
4. 「若いパワー」で体質を変える

【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！】