

## 「判断基準」を持つ

### 1. 船井先生の基準

右掲は、船井先生がコンサルの依頼を受ける時に経営者に聞く4つの質問です。この4問に「ハイ」ならば、やりなさいという判断をするという事です。すごく当たり前の基準ですが、通常は、どこかにムリが隠れているのです。

特に、4の自分で処理できる範囲かという点が重要です。多くの場合、困った状態になってから相談になるケースなので、どちらかという「神風」を期待されるケースが多いのです。特に、投資を伴う場合、費用対効果が出ない事が多いと覚悟できているなら問題はないのですが、多くの場合、妄想的にバラ色の結果を夢見ているのです。これでは、現実的に、成果が出ない場合、その金額で経営母体を揺り動かしかねないので、よくよく検討する必要があります。

- 4つのハイ**
1. やりたい事であるか
  2. その事に自信があるか
  3. その事にワクワクできるか
  4. 自分で処理できる範囲か

右掲は、「本物の4条件」という基準です。4の副作用という点が重要なのです。幾ら、効果的で誰でも出来て儲かるという物事であっても、例えば、麻薬のような反社会的な商品であっては「本物」と言えないのです。私は、この4条件に、さらに、消耗品であり、幅広く使われ、しかも安価で長持ちする商品という基準を加えています。リピート性は、「本物」という判断基準で重視しています。

- 本物の4条件**
1. 卓越した効果がある
  2. シンプルで誰でも出来る
  3. 経済的である
  4. 副作用がない

### 2. 鰐本先生の基準

サラリーマン時代に、トヨタの改善チームのご指導を受けた経験がありますが、この時に、座学を担当されていたトヨタ自動車の鰐本先生は、

**「道の選択に迷った時は、より困難と思われる方を選ぶ」**

と教えて下さった事がありました。丁度、その時、先生は関連会社の豊田通商に乞われて「物流改善」のスペシャリストとして転籍されたのです。

確かに、天下のトヨタ自動車において、製造業を中心に指導する世界に比べると、総合商社という世界で「物流」を指導するのでは難易度はかなり違うように思います。中味は、よく分らないですが、製造という機械を中心にした物流と商社の「人」と「商品」が中心の物流というのでは難易度は格段に難しいものと思います。

### 3. 私の基準

私も平成7年に独立して18年の経験を持つようになりました。この経験から得たものは右のイラストにあるような仕事感です。砂時計のように、「好きな事」を反復して、それが「仕事」として成果に繋がることが重要だと考えています。すなわち、まず、「好き」という事が優先していることが重要なのです。



「好きな事」をしている様子を想像してください、きっと、無心になって熱中していると思うのです。この「好きな事」を「人」に置き換えると相性がよいという事です。このようなお客様とお付き合いすると相互にメリットが出て、長続きする関係になるのです。従って、良好な人間関係をキープする為に、普段から「報連相」をマメに行うことが重要になります。この普段から実践できる関係がキーになります。お互いに尊敬し合うことも基本ですし、時間サイクルも同期する(合わせる)事が重要なのです。

このような仕事感から、右に掲げるような自分なりの判断基準が出来ています。私は、判断で一番重要としているのは「ワクワク」という点です。よくDNAが反応してワクワクすると表現しているのですが、ワクワク、すなわち、「面白い」と思えることが基本です。この「面白い」＝「ワクワク」がないと、幾ら、仕事と言っても「やり続ける」事が苦痛になります。従って、「真実の瞬間」とも呼びますが、第一印象が重要であります。私は、「重職の心得」の佐藤一斉が「人には春のように接する」という事を重要にしています。特に、第一印象を大切にしていますので「笑顔」を心掛けて、そして、相手の話をよく聞く「質問力」でお互いに心がオープンになれるように努力しています。

#### 羽野流の4つの基準

1. ワクワクするか
2. やり続けられるか
3. 投資できる金額か
4. 成果が出るまで、他人のスピードに待てるか

この第一関門を突破すれば、「やり続ける」ことが重要であり、「お金」の問題にもなりますが、最後の「成果が出るまで他人のスピードに待てるか」も重要であります。なかなか、自分の思うように進まないのが世の常なのです。この辺は、京セラの稲盛さんの「経営は土俵の真ん中で行う」という点が重要です。お金の詰まってからでは、どうしても「あせり」が出るので難しくなります。

#### 4. 支援の4原則

右掲は「支援の4原則」という物です。経営コンサルタントという仕事もこの原則に従っています。いろいろ分析して戦略を決めたとしても、その後、PDCAサイクルを回すことが出来なければ空砲に終わってしまいます。実際に、お客様が動くスイッチを押す必要があるのですが、その為には、普段から状況の推移を知っておく必要があるのです。まずは、「関心を示す」という事で状況を定期的に伺うようにしています。その結果、うまく行っておれば激励で後押しすれば良いのですが、状況が芳しくない場合は、後の「助言」や「助力」が必要になります。深く入り込み、戦術の練り直しや「叱咤激励」という精神的な後押しを行うのです。

#### 支援の4原則

1. 関心を示す
2. 激励をする
3. 助言をする
4. 助力をする

また、「助言」や「助力」ですが、当社の場合、社内にデザイナーとシステム開発者がいるので、例えば、販促物やホームページの制作をスピーディに行い「熱い」うちに発信が出来ると喜ばれています。また、システムにおいても、現場で使いやすい物をタイムリーに納入できて業務改善につながり省力化に貢献できています。例えば、「ねじ」を袋詰めして納入する作業にも、受注データからピッキング・リストやラベルを作成して省力化と精度向上に貢献しています。

もちろん、Faxで一斉同報サービスを代行したり、その送信データを管理したり、また、違った面では「名刺」を当社でデザインして印刷することも行い、名刺の使用量で営業活動のバロメーターとして状況判断の一つにしているサービスも行っています。

今回は、「判断基準」というテーマでしたが、決めたことを実践してこそ意味があります。PDCAサイクルを回すには、外部の支援も必要な場合があります。特に、中小企業の場合、人材面から見れば、「販促」や「業務改善」の分野が手薄なので、この部分をアウトソーシングするのですが、そこにコンサルタントとして入り「中継」をスムーズにする事でスピードアップが図れるのです。当社は、殆どの場合、顧問料の範囲内で制作まで行うので、気安くデザインやホームページの制作、あるいは、システムの改変などを依頼して頂いて組織の体内時計のスピードアップになり「業績」に繋がっていると喜ばれています。