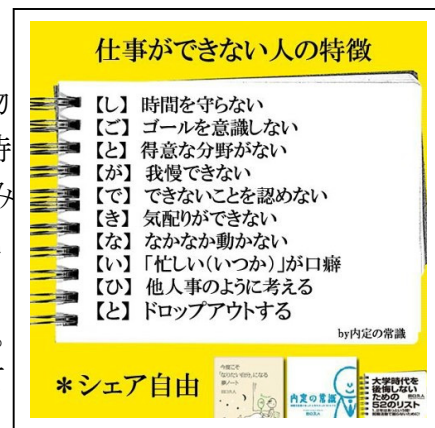


「ゴール意識」

1. 「仕事のできない人の特徴」

右掲は、Facebook (FB) にあった記事です。タイトルも衝撃的ですし、中味も単なる語呂合わせにしたら言い当てている類の物で興味深いものがあります。私は、お客様の営業会議の時に、持ち時間で、この記事をご紹介して、幹部の方々に感想を聞いてみました。「なかなか動かない」とか「忙しい(いつか)が口癖」や「他人事のように考える」という辺りに集中していたのですが、私は、「ゴールを意識しない」という点はどうかと切替えたのです。流石に、幹部の方々ですから、今日の会議の「ゴール」は心得ていると返って来ました。



しかし、彼らの言う「ゴール」は、少し、私の意図から外れているのです。と言うのは、彼らは「〇〇を決める」という回答なのですが、それだけでは不十分なのです。「〇〇を誰が、いつまでに、どれ位」と5W2Hで表現する必要があります。「〇〇」を意識しているだけでも、流石に、幹部社員なのですが、これを「誰が、いつまでに、どれ位・・・」と期限を切って決めて行く事が重要なのです。この5W2Hで表すことが非常に重要なのです。

2. 事実は命令する

確かに、定性的には「〇〇」という事なのですが、それを定量的に5W2Hに表すと、同じ「〇〇」でも過不足が出るのです。例えば、When(いつまでに)では、期日に対しての進捗が問題になりますし、How-much(どれ位)では、量的な過不足の問題になるという具合なのです。「差」をハッキリさせる為には、数値化する必要があり、「数値」によって「事実」となり「良否」を決めるのです。その「差」=「数値」が行動を要求し、「命令」となるのです。

「ゴール」を意識するという事は、このように、定性的な事柄と定量的な事柄の2面性で認識することなのです。私は、幹部の方々に「量」の面をお話したのです。確かに、社員間のムードは温厚な方が望ましいのですが、「これだけはやる」というお互いの義務を遂行するという前提条件が満たされておれば、「仲良し」のままでも構わないのですが、最近のように、経済環境が厳しい時には、義務を遵守する、即ち、この「量」の問題をあいまいしない事が重要なのです。

特に、「不足」を明確にして、早期の対策を練って対処して行かねばならないのです。「対策」には、確かに、「売上」という金額的な尺度が基準になるのですが、それを金額を埋めるには、「方法」や「商品」や「サービス」などを的確に打つ必要があるのです。「方法」には、自力以外に他力を活用する事も重要なのです。例えば、仕入先を変えるだけで、問題が解決するケースもあるのです。ところが、当事者は知らないで解決できないのです。この状況を早く察知すれば、幹部社員として部下に適切な指示ができて解決できるのです。

従って、「報連相」と言いますが、部下とのコミュニケーションのあり方が問題になるのです。右掲は、「支援の4原則」ですが、まず、「関心をもつ」という点なのですが、「報告」を待つのではなく、自分から訊くという姿勢が重要だと言っています。今日、何をするかを知っておれば、帰社した部下に「あれ、どうだった？」という声かけをするだけで良いのです。自分から口を開く習慣を作れば、報告が返ってくる風土になるのです。私は、「ちょっとした差」と言っていますが、「声かけ」しかも「あれ、どうやった？」というシンプルな言葉なのです。これを実践するには、事前に部下の

支援の4原則

1. 関心をもつ
2. 激励をする
3. 助言をする
4. 助力をする

行動予定を把握しておく必要があるのですが、重要な「あれ」は、この毎日の問いかけで十分に把握できると確信しています。

3. 「ゴール」が見える伝え方

「帰心矢の如し」と言いますが、遠方のお客様へ向かう時の心境と帰って来る時とは全く違うのです。確かに、往路は日中なので混雑しており、帰路は夜遅くというケースなのでクルマ自体の速度も違っていますが、それでも、諺通りに「早い」と感じるのです。帰る時は、「ゴール」がはっきりしているからだと解釈しています。同じように、忘れ物を取りに帰る速度は、平生の速度よりも格段に早くなっており「1.6倍」と言っても良いくらいになっています。

1:1.6:1.6²の法則 1:ただ作業する時の効率 1.6:ゴールが分ってする効率 1.6 ² :創意工夫する時の効率
--

また、仕事でも「仕上げ」が分っていると早いのです。口頭で指示をするのではなく、イメージを定性的にも定量的にも表現して指示をすると部下の方の作業がスムーズになります。指示があいまいだと部下の方も思案しなければならず、しかも、未経験な場合、過剰なことを想定してムダな作業をしているケースも出るのです。確かに、考えていることを「阿吽の呼吸」で伝えた心算になるのですが、これでは「結果」は確実なものにならないのです。

従って、口頭だけではなく、サンプルを示したり、イメージを描いたりして補助する事が重要になります。しかも、その上に、山本五十六元帥が「やってみせ、言ってきかせて、させてみて、褒めてやらねば、人は動かじ」と教えているように、内容を復唱するという形で「想い」が同じであると確認して、「それで頼む」という一声をかけるというやり方で実践することがポイントになります。安心感を持たせて、そして、途中のチェックを入れるなどして「ゴール」を確実なものにする事が管理者として重要な「伝え方」になるのです。

4. 「Do-Why」で「ゴール」を強く意識させる

多くの場合、組織として活動していますので、管理者と部下という関係で動いています。「プログラムがない計画は、部下任せ、客任せ」と言われますが、「プログラム」＝「前もって描く」という事が非常に重要なのです。「プログラム」として提示されたら、それを実践するのは容易なのです。しかし、この場合でも、「Do-Why」と言っていますが、「なぜ」という物を共有化しないと当事者としての思いが希薄になり、創意工夫が加わらないのです。「魂を入れる」と言いますが、「Why」を嚙んで含んで伝える事がポイントなのです。

「入魂」というのは難しいものです。前号の「知好楽」でも、魂の入り込み度合いで「知った状態」「好きな状態」「楽しい状態」と変わって行くのです。まさに、堀場さんのEnjoy&Funというスローガンに行き着くのです。堀場さんは「楽しい」から、さらに、「熱中しろ」と言われているのです。強く意識すると魂に余念が消えて没頭できるのです。この状態は、素晴らしいものです。「集中力」と言いますが、その一つの要因が「ゴール」なのです。「ゴール」を定性的にも定量的にも把握し、「なぜ」という面でも不安なく行動している姿はイキイキしているのです。

「Do-Why」と呼んでいます。現場で「なぜ」という疑問が出ない事が重要なのです。例えば、飛び込み訪問でも、自分の商品や会社に自信と誇りがあれば、断れた時の対応が違って来て、成果に差が出るのです。やはり、堂々と自信を持って飛び込んで来るのと、どこか腰が引けて、ただ飛び込みというのでは「第一印象」が大きく違うのです。「Do-Why」は、現場行動力の源泉なのです。この辺をしっかりと共有化できるように指導したいものです。

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