

「8000回の悔しさ糧に」

1. 「4000本安打」

右掲は、イチロー選手が、8月22日に、日米通算4000本安打を達成し、インタビューに答えているものです。「4000本の安打を打つには、8000回以上の悔しい思いをしてきた。それと常に向き合ってきた」など話し、今後について「失敗を重ねていって、たまにうまくいって、ということの繰り返しだと思う。それを続けていく」と覚悟を話しています。

イチロー選手は、愛工大名電高で2度甲子園に出場し、91年のドラフトで阪急に入団しています。投手から野手にコンバートされて、有名な振り子打法を生み出すのですが、その背景には、2軍で3割6分という高い実績をあげるのですが、1軍では実績があがらず2軍生活を積んだのです。

3年目に故仰木監督が就任して、スケールの大きい指導力の下で個性を発揮する事ができたのです。型にはめようとするコーチが多い中で、独自の打法を容認した訳です。くじけずに頑張っていたイチローに「仰木監督」という理解者が就任して本領を発揮するようになったのです。

通常、2軍でコーチの指導法を受け入れず、自分の振り子打法を貫くと大きなプレッシャーがかかるもので、並大抵の人ではプレッシャーに押しつぶされてしまうのです。コーチになる人は、自分なりの一家言を持っているので、それを基準に考えてしまうのです。幾ら長所伸長法と言葉で知っていても現実では「我」の方が勝ちやすいのです。仮に、イチロー選手が仰木監督に巡り会うのが、もう1年遅かったら、今のイチローがいたか否か、3年目という重要な時期だったのです。



2. 「8000回の悔しい思い」

このイチロー選手の例を見ても、どんな方でも順風満帆という人生はないと言ってよい程に試練が待っているのです。特に、営業という職業はプロ選手と同じような性格を持っていますので、どんなに成功した方でも全戦全勝というようなケースはないのです。OJTなどで営業に必要な知識を教え込まれてロールプレイングなどで練習を重ねても、現場で生のお客様と対面して商談を締結する必要があるのです。もちろん、お客様は「三社見積の原則」が働いており他社との競争、しかも、見えない(これがプロスポーツとの違い)相手と競り勝つ必要があるのです。

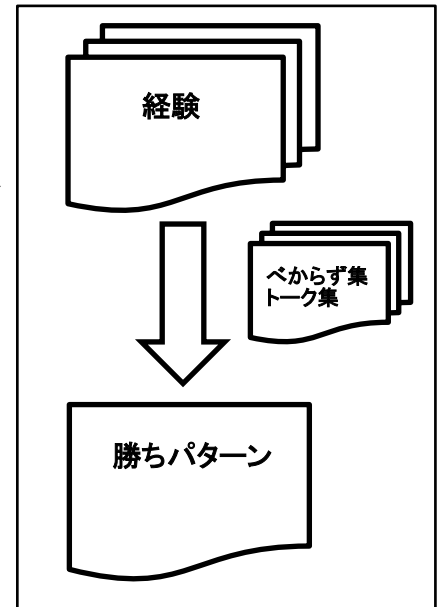
もちろん、人間関係が構築できていると「粘る」ということが出来て、再見積の機会を得ることも可能なのですが、多くの場合、そのチャンスは少ないのです。特に、新規開拓の場合、人間関係を構築する期間がなくて「勝負」という不利な条件下で戦うので、プロ野球の打者と同じで3割の勝率があれば優秀というケースもあるのです。ある統計では、新規開拓の成功は平均5.5回のコンタクトだとありますが、その殆どが初回訪問だけで終わっているのです。船井先生の「3回安定10回固定の原則」の通り、まず、2回目に持ち込めることが重要です。「2ndコール」というのですが、これを多くするには、上司の助言が重要になるのです。

従って、放任主義的な営業組織であれば、それこそ「100件以上飛び込んで、最後に成約がある」という根性主義になるのです。それを回避するには、初回訪問のやり方、その結果、2ndコールを導く「手順・ツール・トーク」の訓練が大きく物をいうのです。特に、初回訪問のやり方に工夫が要ります。最近では、テレアポを優先して、営業マンの訪問先を洗い出す組織プレーのやり方も多くなっています。分業化で科学性を持ち込んでいるので、重要な手法です。

3. 経験から学ぶ「勝ちパターン」

しかし、組織化されても「人の成長」はイチロー選手のいう「悔しい」思いを乗り越えてこそ生まれるのです。右掲は、豊富な経験から、「勝ちパターン」を導き出すということを意味しています。相撲を例にしますと一場所15戦のうち「得意技で8勝」できれば、大関や横綱になれるので、人に勝る得意技を磨くのです。有名な話では、横綱の千代の富士関は、肩の筋肉が弱くて脱臼ばかりしていたのですが、肩の筋肉を鍛えて右前まわしを引きつけて相手を起こすという技が身について横綱になれたと言われています。この事は、イチロー選手も同じで、調子の悪い時はセフティ・バントで得意の俊足を活かして打率を下げないようにして、出場の機会を得ています。

一般の仕事では、「経験」から多くを学ぶことが重要であり、特に、「べからず」ということを学習して、成功のトークへ練り上げる必要があります。その上で「勝ちパターン」が設計できて、各自の得意技になって行くのです。「手順・ツール・トーク」と言いますが、必勝パターンを学んで自分流に落とし込めるようになる事がポイントです(借り物ではダメなのです)。



4. 得意技と長所伸展法

右掲はブランディングの3態を表しています。仕事として考えれば、組織人としてのブランディングが重要になります。イチロー選手は打者・野手として秀でて「ヒット・メーカー」として一流になったのです。確かに、個人として優れた才能があっても、それを活かして一流になれるという方は少ないのです。個人の才能を「仕事」という場で活かすと事ができずに埋もれてしまう方が多いので、上司の責任も大きいのです。

3つのブランディング

1. 会社としてのブランディング
2. 組織人としてのブランディング
3. 個人としてのブランディング

「個人」⇒「組織」となり、「組織」⇒「会社」とレベルが上がっていくのです。その基礎は言うまでもなく「個人」としての得意技や信念なのです。個人の才能を引き出すことで組織人としての能力となって活躍できるのです。イチロー選手は「振り子打法」に才能があり、その才能を見抜いた故仰木監督やコーチ陣が組織人(プレーヤー)として一流に育てあげたのです。つまり、若い人の「棘」を受け入れて「長所」に育成することが重要なのです。これを「長所伸展法」というのですが、「棘」を短所と見てしまうとイチロー選手は日の目を見なかったのです。

「出る杭」を抜いてしまうのでは「組織」は活性化して行きません。富士山の登山道も幾つもあるように、自分の反対側にも「道」があるのです。イチロー選手と故仰木監督やコーチ陣の関係が物語っているように、自分と異質な存在であっても「受容」して「棘」に思えることも「才能」と見て「長所」へ伸展するように見守る器量の大きさが必要になります。仰木さんも新入団の際に、三原監督に投手から二塁手にコンバートされて日の目を見たのです。彼も「悔しい」思いをしていたのでイチローの「棘」を長所と見ることができたのかも知れません。このように、仰木さんはプレーヤーとしては超一流ではなかつたのですが、マネジメントの基本である「人づくり」の器量を若い時に身につけたのです。上司は実績を誇るのではなく、自分の苦勞・工夫をベースに若手指導して欲しいです。