

## 「自分流」= $\Sigma$ (人の話を工夫)

### 1. 「工夫」ということ

右掲は、368号でもご紹介した将棋の羽生名人の言葉です。私は、「人の話を聞いて工夫する」という点では自信がある方です。若い時、上司の故十河専務は「細部に神宿る」と褒めて頂いた経験があります。専務の要求する資料を作成する訳ですが、自分なりのアイデアも織り込んで分かり易い表現になっていたのです。この工夫する習慣が今日に至っていると思っています。

よくパクルと言いますが、若い時、システムを担当していたのですが、他のトヨタ系販売店に訪問してシステムを拝見する機会が多かったのですが、殆ど、自社なりのシステムにして開発していました。この状況を見て、他社の担当者から「栩野さんに見せたら、すぐにコピーられるなあ」と言われたものでした。コピーというのは不適切と思いますが、それをヒントにして同じような類のシステムを作っていました。

同じように、平成6年に船井総研で勉強したのですが、この時、担当していた宮内先生が、ある時、「栩野さんは、もう、うちの社員よりも船井流やなあ」と評価してくれた事がありました。同じように、船井総研の客員経営コンサルタントの資格を頂いても、船井流の奥深くまで噛みしめた人は少なく、私は、マクロに分析しながらも自分の領域を見出して「Faxちらし・3段活用マーケティング」という自分の流儀を確立して船井流を織り込んで来ました。

三流は人の話を聞かない。  
二流は人の話を聞く。  
一流は人の話を聞いて実行する。  
超一流は人の話を聞いて工夫する。  
by 羽生善治

### 2. 「自分流」= $\Sigma$ (人の話を工夫)

この状況を「自分流」=  $\Sigma$  (人の話を工夫)と公式化してみました。確かに、自分オリジナルな発想(ヒラメキ)で工夫を重ねて自分流を作る方もいらっしゃると思いますが、そういう方でも、人の話がヒントになって、新しいアイデアがヒラメキという形で加速されるケースが多いのです。このように、全く、無人島ではない状態なので、情報(含む人の話)を上手に活用できるか否かが大きく左右するのです。

ある方が「経営革新」はProduceであり、商品や技術・サービスを創り出し、それを経営(人・物・金・情報)して、さらに、販売促進(売り出す)ことだと主張されていました。確かに、「商品・技術・サービス」を磨くことから始まるのです。この考え方も一理あるのでヒントにして、自分なりに深めたいと思っています。

まず、経営革新の第一歩が「商品・技術・サービス」をクリエイトする事なのです。しかし、前述にもあるように、オリジナルな発想の「商品・技術・サービス」は生まれにくいものです。やはり、「人の話」を聞いて「工夫」という事が重要であり、羽生名人が「超一流」とランクするように、「工夫」を積み重ねることによってレベルが深まって、どんどんオンリーワン化して行き「自分流」になるのだと考えて「自分流」=  $\Sigma$  (人の話を工夫)としたのです。

次に、「経営」ということですが、「経営はやり続ける」事がポイントなので、その「やり続ける」ための「モチベーション」と「資金力」が重要だと思っています。「人・物・金・情報」という経営資源をフル活用することがポイントになります。最後の「販売促進」(売り出す)ということですが、別の方は「言葉のパワー」が重要だとおっしゃいました。「言葉のパワー」は、ある意味ブランディングということです。同じような物でも「言葉」による表現の仕方によって大きく左右されるのです。この考え方も織り込んでおきたいのです。何事も、私に限らず、いろんな人から教わったことをミックスして「自分」の考え方になって来るのです。

### 3. 「工夫」と「改良」

しかしながら、物販の世界と製造の世界では少し相違することがあります。簡単に「工夫」と言いますが、製造業では「改良」あるいは「改善」という言葉に置き換わるケースが多いのです。英語の単語では、DeviseとImproveとの差になります。Deviseは工夫するという事なのですが、どちらかと言うと考案する要素が強く、Improveは改良する、すなわち、今あるものを少し手を加えて善くするという「改善」的なものになります。そういう意味で製造業では「改善」の方が近いのです。どちらも「善くする」という意味では「改善」なのですが、「人の話を聞いて工夫する」と「今あるものを改良する」という差があり、微妙な差ですが、区別しておきたいのです。

しかし、どちらにしても「ヒント」がスタート台なのです。人の特性として「保守性」があり、どちらかというと同じ状態で留まっていることの方を好むのです。これでは、時代の進歩から取り残されて、ギャップが発生するので「困る」という状態に気づいて「工夫」や「改良」が起こるとも言えるのです。「困る」という意識が「関心」というフィルターをつくり「人の話」をキャッチするのです。

私は、革新の3つのキッカケとして、「不足」「不満」「不親切」という思いを取り上げていますが、いずれも「困った」という体験から生じる思いなのです。多くの方は、これらをキッカケとするのではなく、折角のチャンスを流してしまうのです。「困っている度合」が重要なのです。この度合は、「感度」という個人性につながるものと思います。「感度」、すなわち、どれだけ自分のものと受け止めるかというものです。自分のものと受け止めない限り「工夫」を重ねて「超一流」にはならないのです。

### 4. 「感度」を磨く

羽生名人の定義から「人の話を聞いて工夫する」という事を展開し、「自分流」=  $\Sigma$  (人の話を工夫)という公式化をご紹介します、この為には「感度」が必要だと書きました。約20年前に遡りますが、船井総研で学んだ時に、宮内先生は「感度と感性は違う。感度は金儲けにつながるが、感性は消費するだけや」とよく話されていました。「感度」というセンス、すなわち、これはイケルとヒラメクことが重要なのです。その直感した「イケル」を行動に移して、実際に、自分でやっていけるように工夫しながら進めることが重要なのです。

そうなんです。「感度」を磨くとは、実践して壁を突破して身に付けるものなのです。そういう意味では、「感度」=  $\Sigma$  (壁突破力)と公式化できます。何度も「壁」を突破する経験で、ケース毎に「この位で出来る」という目測ができるので、ますます「感度」が磨かれるのです。研ぎ澄まされた「感度」は、ゆるぎない自信を生み出すのです。「自信」というパワー、それも、「ゆとり」に裏打ちされたものは「人間力」を大きく高めるのです。

「イケル」というヒラメキ(感度)を「壁」を突破することで経験を積んで「感度」を高めるのです。右掲は、よくご紹介している成功の方程式です。まさに、「心」→「行動」→「習慣」とレベルアップすることが重要なのです。「習慣」=  $\Sigma$  (行動)なのです。「やり続ける」すなわち「壁」を突破する「工夫」を積み重ねることです。「人格」は「人から得る評判」と言えますので、「人格」=「習慣」=  $\Sigma$  (行動)と公式化できます。習慣化できるまで「やり続ける」ことが他人から良い評判を獲得できるので「人格」が変わるのです。まさに、「継続は力なり」なのです。確かに、途中で挫折する人、そもそも、行動を起せなかった人も多いため、習慣化できた方は「尊敬」に値するのです。船井先生の「コツコツ、ジワジワ、イキイキ、タンタン」という格言の通りなのです。

#### 成功の方程式

心が変われば、行動が変わる  
行動が変われば、習慣が変わる  
習慣が変われば、人格が変わる  
人格が変われば、天命が変わる