

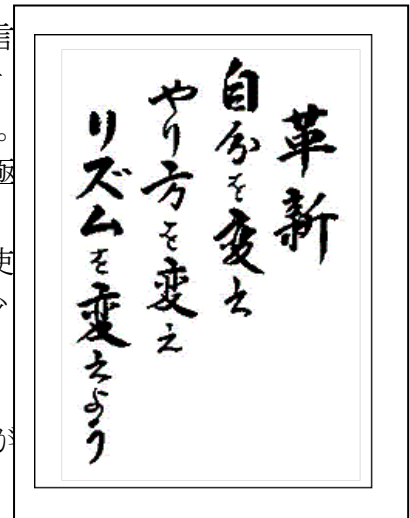
## 「妄想から構想へ」

### 1. 「腑に落ちる」まで

右掲はお客様の会議室に掲示されているタナベ経営さんの訓と言われているものです。革新と一言に言っても、実際に現場で実践するのは各自でありますから、この「訓」のように進める必要があります。しかし、大半は他人がやって上手く行った事を真似したいという消極的な態度の方が圧倒的に多いのも事実です。

例えば、会社からiPadのようなタブレットを支給されて、大まかな使い方を説明されても、現実的には、積極的に活用しようという方が少ないのです。カタログ類をiPadにデータ化して入れておけば、重たいカタログを持ち歩く必要性が少なくなり、その日、訪問して必要になる物だけをピックアップして携行するというのがシナリオなのですが、結果的にカタログで説明している方が多い現実なのです。

その大きな原因をタナベさんの「訓」に示されているのです。まず、「自分を変え」では説明された事が腑に落ちているかという事があります。自分が活用できると確信つかむまで説明を聞いたり、実際にトレーニングして使い込んで「これで大丈夫！」と自分で思える状態に集中してやる事がキーになるのです。この使える状態になってこそ「やり方を変え」というレベルに進めることが可能なのです。先ほどの営業のiPadの活用でも、自分が使う営業資料をデータ化して、事前に、ロールプレイング的のトレーニングする事で、脱カタログという方向に向かう事が可能になるのです。この使える状態でこそ「リズムを変えよう」という最終目的に到達できるのです。何事も大差ないと思います。



### 2. 「気づく」

右掲は、こと京都(株)の山田社長の写真です。うちのお客様が京都の中小企業家同友会の会員で、しかも、支部長をされている関係で、京都中小企業家同友会の例会に参加していますが、9月例会の報告者が山田さんだったのです。平成7年3月に脱サラされて実家の農業に入られたのです。実は、当社も平成7年7月創業なのでよく似た時期からのお話なので興味津々だったのです。

山田さんは、実家に戻って就農されたのですが、初年度はお父さんと2人で400万円の収納で、次年度は1000万円になり、お父さんは大変喜ばれたのですが、当の山田さんはサラリーマン時代の経験もあり、10倍の1億円という数字にこだわられたのです。自力で幾ら頑張っても1000万円と分かったので、他力を活用する必要性に気づかれたのです。その結果、3年目に「九条ねぎ」に絞り込んで、小さな小屋で「カットねぎ」を生産して販売する事にして、お客様づくりを始められたのです。



しかし、既に京都では同業他社が利権のように「カットねぎ」を販売されていたので、摩擦を回避するという事で他府県への進出に気づかれたのです。折からラーメーブームがあり、関東の有名ラーメン店の本を購入して、そこをターゲットに営業展開をされたのです。差異化する為に、山田さんは「九条ねぎ」という京都ブランドにこだわられたのが功を奏して大手ラーメン店に順に納入できるようになられたのです。国産しかも産地直送という「食の安全」が大きな武器になったのです。

### 3. 「妄想から構想へ」

その後、順に取引を増やされて、提携農家を増やしながらか安定供給を心がけられたのです。この愚直さが評判を呼んだのです。創業7年で当初目標の年商1億円を実現されて、その後、法人化されて「こと京都(株)」を設立されて、現在では、年商約8億円と大躍進されています。

素晴らしい軌跡のお話なのですが、山田さんは「妄想から構想へ」という言葉を使って、我々にヒントを与えてくれています。まず、「この方法では1億円にならない」という「気づき」からビジネスモデルを考えられたのです。農業の世界で「九条ねぎ」に特化するというのは、農業の先輩であるお父さんの猛反対を受けるという大きな「壁」を乗り越える「夢」(妄想)を描く事から始まったのです。ねぎ農家とグループ提携して安定供給をしてもらう構想も妄想から始まったという事なのです。「こうなれば、ええなあ！」というヒラメキ(妄想)から始まったのです。

お父さんという大きな壁も「ねぎ農家」の業界常識(JAとの関係)打破も山田さんの「こうなれば・・・」という妄想が熱くなって壁を揺り動かしたのです。言及はされませんでした。壁を突破するのに非常に大きなエネルギーをかけられたと推測します。しかし、一歩ずつ揺り動かして実績を積み重ねることでビジネスモデル化して「妄想」ではなく「構想」というレベルにステップアップしたのです。何事も小さな成功の積み重ねから確信が生まれて拡大して行けるものなのです。お話を聞いていると成功へのレールを一直線のような錯覚をしますが、いろんな常識の壁を突破して来られたと思うのです。しかし、その第一歩は「こうすれば、いける」というヒラメキ(妄想)からなのです。

### 4. 「小さな成功」の実感

右掲は、今までにも何度かご紹介している「改善の4人衆」というものです。まず、トンでもないことを言い始める(ヒラメキ)事が第一歩なのです。そのヒラメキで妄想することが次のステップなのです。船井先生は「ワクワク」とおっしゃりましたが、本人がワクワクする事が非常に重要なのです。

改善の4人衆
1. トンでもない事を言い始める人
2. そのトンでもない事ができると確信する人
3. そのできるをトコトン実践する人
4. 実践結果を横展開する人

そのワクワクを実現するストーリーをつくる必要があるのです。

その為には、小さくでも成功する必要があるのです。できると確信するという事は、実際には「小さく成功する」という事なのです。この試行錯誤の中でΣ(小さな成功)ができてビジネスモデル(やり方)となって形になって来るのです。この「やり方」をトコトン実践してΣ(小さな成功)⇒ビジネスモデルとして大きな成功へ構想を大きくして行くステップになるのです。そして、成功のビジネスモデルになると人が寄ってくるようになり、さらに、パワーアップして大きな構想へ進んで行けるのです。

冒頭にタナベさんの「訓」をご紹介していますが、第一歩は「自分が変わる」ことなのです。やってみて試行錯誤の繰り返しの中から成功への道筋が見えて来るものなのです。そのスタートが「妄想」とおっしゃるのが山田さんなのです。業界の常識や慣習の壁という物がありますし、自社にも「今までの方が楽だ」という抵抗があります。山田さんも年商1000万円で、お父さんの大反対という大きな抵抗があったのです。そういう大きな壁を揺り動かすのは、自分の確信が大きなパワーになります。「ちょっと、やってみて成功した」という事が大切なのです。この成功の喜びが大きなパワーになり壁突破の原動力になるのです。「小さな成功」への努力、それも「ちょっとした努力」をするかしないかが大きな分かれ目になるのです。いろんなマイナス要因や現象を打破するのは、このように「小さな成功」の実感なのです。