

「マイブーム」

1. 「続けられる事」＝「才能」

前号で、「〇〇」で脱マンネリを仕掛けると題して書きましたが、その「〇〇」は、いわゆる「マイブーム」と呼ぶものか、それとも、長く続くものかによって大きく違います。右掲はカラオケで歌っているイラストですが、私は、6年前に前職のトヨタ系販売店のOB会で三波春夫さんの「俵星玄蕃」を披露する事になって、半年ほど、自宅でユーチューブで練習したのです。この曲は、歌謡浪曲という三波さんのオリジナル・ジャンルで、歌謡曲とセリフや軽い浪曲調が混じった約8分に物で、「おお、そば屋か！」という件が有名なサビの部分という物です。



元来、歌が苦手な方だったので、亡き妻を相手に毎晩、何回も「俵星玄蕃」を繰り返し歌って、ともかく、それらしく聞けるくらいになったのでした。この時は、まさに「〇〇で脱マンネリ」に状態で、一生懸命に練習したのです。半年も練習したお蔭でOB会で何とか歌えたのですが、その後、近所のジャンカラに行くようになり、三波春夫さんの「俵星玄蕃」を始めとする「決闘高田の馬場」や「赤垣源蔵」・「杵掛時次郎」などの約10分物の歌謡浪曲に次々とチャレンジしたのです。方法は、自宅で昼食をとり、その後、ジャンカラによって30分歌うという習慣を作ったのです。シニア会員で30分で100円という気安さがあり、コーヒーなどのフリードリンク付なので丁度よい昼休みになったのです。

それから、約6年が経過して「一人カラオケ」も三波春夫さん一点張りから最近の若い人の歌などにも幅を広げています。若い人の中では福田こうへいさんの歌が自分には合うようで、例えば、「親子鷹」や「道ひとすじ」などは92点の高採点が出るようになっており、その要因として福田さんが民謡出身なので民謡調の歌い方が合っているのかも知れないと思っています。さらに、最近では北川裕二さんの「酔風ごころ」や秋岡秀治さんの「花板」なども友人から教えて頂いて歌うようになっており、歌の才能も幅広くなった感じです。ホンマに、続けられる事が才能を切り拓くと確信しています。

2. 「マイブーム」

このように、私は「一人カラオケ」がマイブームになっており、それも、三波さんから始まり福田さんや北川さんそして秋岡さんへと幅が広がっているのです。このマイブームは、前述のように6年間も続いているのが特長です。一般に「マイブーム」というとある一定期間で終わる事が多いのですが、丁度、コスパも時間的にも最適なので「一人カラオケ」は長期化しています。

一般的に「マイブーム」は、ある時、ヒットして、その旨味で集中して行うケースが多い偶然性の要素が含まれる物なのです。従って、長期化するケースが少ないのです。なぜなら、前号の「限界効用逓減の法則」が働き、繰り返す度に「伸び代」が小さくなり、早ければ、2～3回目で限界値に近づいてしまい興味が薄れて楽しくなくなるからなのです。軽い「マイブーム」は、そういう傾向があるのです。

私は自炊していますが、料理も自分で作るようにしています。その料理にもマイブームがあるのです。ある料理にハマると繰り返すという事です。しかし、味も限界効用逓減の法則に従うので2～3回で終わる事が多いのです。これはイケル！と思っても次に調理すると感激が薄くなってしまっているのです。お蔭で野菜を冷蔵庫に眠らせて腐らせる失態を幾度と経験しています。思いつきのマイブームはこんな失態のリスクを含んでいるのです。

3. 楽しくなければ仕事ではない

マイブームは、仕事でも起こり得ます。昔の話ですが、IBMの若手営業のSさんと一緒に新規開拓の営業活動をしていたのですが、Sさんは至るところで「入り日記」と質問するのです。当時、私は、納品書の事と思っていたのですが、実は、右掲のように3種類の形態があって用途によって使い分けているのです。例えば、大手の工場の場合、ある業者から納入物を梱包して混在の状態届けられる時に「入り日記」があるとどの梱包に何が入っているかが分かり現場作業のスピード化が図れるのです。これをコンピュータの担当者に訊いていたのですが、どうやら、殆どの担当者は現場を理解していないようで話題の展開が進まなかったのです。仮に、話題展開が進んでいたら、「入り日記」と「納品書」との関係をどのようにシステム化の対象としていたのかと今さらに思います。

納品書: 納品明細+納品金額 請求は別に請求書を起す
仕切書: 納品伝票+請求伝票 請求はこの請求伝票で行う
入り日記: 梱包の中身を書いた物 別に納品書が発行される

しかしながら、このSさんは本当に楽しそうにされていました。「入り日記」をマイブームにした彼が10数年後には営業幹部社員になっておられたので、きっと、その後もいろんなマイブームをネタにお客様に迫って行かれたのかと推測しています。ある特異点を見つけ出して、それをネタに横展開して、他のお客様に活用する訳です。システムの世界は日進月歩なので、次から次へと新しい特異点が出現するので、Sさんの営業スタイルは一つのパターンとして意味深いものがあると思っています。

仕事はオールマイティの方が能力が高いのですが、お客様の方から見れば「何」ができるのかわからない総合商社でしかないのです。お客様に迫るには、相手の気を惹く特異な事で一点突破の方がハッキリするので関係性を築きやすいのです。私はお客様に、新規開拓や深堀をする際に「特異な物」の一つを選んで切り出しに使うように指導しています。相手が興味を持ってくれるようにするには、まず、自分の方から切り出す必要があります、そのツールとして「特異な物」を選んで、お客様の関心を惹くように切り出すのです。このロールプレイングでバリエーションが生まれると最高の武器になるのです。

4. 幾つになってもマイブーム

前号でもサミュエル・ウルマンの「青春」の詩から導き出した「若さ」=「信念」x「自信」x「希望」の公式をご紹介して、69才になった私が「若さ」のキーは「希望」だと書いて「〇〇で脱マンネリを仕掛ける」としていました。その「〇〇」がマイブームになり、例えば、「〇〇」=「スマホ」で約半年、いろんな事にチャレンジしたと書いていました。「あれもしたい、これもしたい」は若い時の特長ですが、このスマホの時は、本当に「あれもしたい、これもしたい」でいろんな機能にチャレンジして若い方たちとメッセージ交換を楽しんだのです。

その中で、あるお客様が販促の打合せをしていたのですが、雑談の中でオーバーワークになっており、時間が足らずある事柄が遅れ気味なっていると漏らされたのですが、その場では、対応できなかったのです。帰りの電車の中でふと気づいてメッセージで内容を送ったら、その後、お客様から反応があって新しいビジネスが生まれたのです。このメッセージの機能を使ったのが良かったように思っています。その後、これにハマって電話よりもメッセージというマイブームが出来たのです。

このように、スマホのような媒体も新しい機能を使うと、一度、うまく成功すれば、面白くなってマイブームになり、まさに「楽しい」という状況になります。今後も、いろんな機能にチャレンジして新しいマイブームを引き起こして行きたいと思っています。

【AMIニュースのバックログは <http://wwgw.web-ami.com/siryo.html> にあります！】