

「変革の四月」

1. 若い時からの習慣

4月になり、街にはハツラツとした新卒と思われる若い方が多く見受けるようになりました。私は昭和48年3月にトヨタ系販売会社に入社してから、もう46年にもなり、随分、昔話になりました。まあ、骨とう品の部類に入るかと思いますが、この頃に、上司であった故十河専務に可愛がって頂き、よく49年3月に「栩野君、1年先輩になるけど・・・」と問いかけて頂き「何か進歩した事があるか」を点検する習慣づけをして頂きました。以後、毎年、年末と3月に自己点検をしています。



まず、過去の棚卸という事でクロノロジーを書く習慣があり、このメルマガでも年末には「十大ニュース」(<http://www.web-ami.com/siryo/624.pdf>)を書いており、そして、年初には「2019年の抱負」(<http://www.web-ami.com/siryo/625.pdf>)を書いております。実に、45年間も習慣化してきた事です。今回のテーマである「変革の四月」も、お客様で毎年のように既存社員の方に問いかけています。本当に、4月はこの1年間の歩みを振り返って、さらなる進歩を描く絶好のチャンスなのです。

私の場合、本年は満70才になるのですが、「2019年の抱負」でも書いているように「2025年大阪・関西万博」をターゲットに「I have a dream.」と公言して三男へ事業承継を目指して、第一歩を踏み出したところです。さらに、五木寛之さんの著書「白秋期」に励まされて、実り多い70代と信じて「この10年間の幸」を獲得する前向きなスタートを切ったのです。また、私は、サミュエル・ウルマンの有名な詩「青春」から「若さ」＝「自信」x「信念」x「希望」と定義していますが、46年間のビジネス人生を続けてきた事、その半分以上を有限会社エー・エム・アイとして経営してきた実績がありますので「自信」と「信念」には問題がなく、最大課題である「希望」もお陰様で持ち続けることが出来ています。

2. 独自のセルフ・エスティーム法

私は、若い時から預言者的な能力があり、周囲から見れば突飛でもない人なのです。その「突飛でもないこと」にチャレンジ&達成してきた人生なのです。ある意味、まれな境遇に恵まれていたかも知れませんが、卑近な例ですが、「21世紀は企画の時代」というフレーズに惚れ込んで、経営コンサルタントを目指して船井総研で勉強した、それも自費で通ったほどの変わり者です。しかも、船井総研の客員経営コンサルタント資格だけを頼りに、翌年、独立起業した程の超変わり者で、船井総研の方からも「トンでもない事をする人」と揶揄された程、大胆な向こう見ずだったのです。

しかし、私はその「トンでもない事」を自分はやれると確信して没頭する事ができたのです。私と同じように船井総研で学んだ仲間が多数いらっしゃいますが、大多数は学んだだけに終わり、一部は船井総研の社員になり、ほんの極少数ですが独立自営をした方がいるのが実情でした。その方々は出足がよかったが、結果的には2~3年で独立自営をあきらめた方が多く、今では、社員を擁して経営しているのは私一人だけという状況です。その理由は、お客様を獲得する機能が弱い事です。当初は、人脈を活かした活動でお客様が出来るのですが、当然、時間とともにお客様が枯渇して行くので経営が困難になる悪循環が大きな原因なのです。私の場合は、お陰様で「Faxちらし・3段活用マーケティング」という独自商品を開発したので、一定の効果を維持する事が可能であり、さらに、サラリーマン時代に身に着けた経験などでお客様満足度を維持する事ができたのです。

しかし、誰でも「落ち込む」事があります。そんな時に「セルフ・エスティーム」(自己肯定)の実践が大切です。私は、Fax通信やメルマガなどで定期的に情報発信すると決めて、自己主張の場を作ったのです。その主張から返事も返ってくるので非常に勇気づけられました。やっぱり、お客様の声に支えられるというのが私流の「セルフ・エスティーム」法です。

3. 「3つの‘キク’」と「○のメガネ」

しかし、「変革の四月」と言っても、一般的には「企業は人なり」と言いますが、その「人」が現場で深刻になっているのが現状です。例えば、コンビニでも24時間営業が人材難で難しくなっており、昔から言われている3K(キツイ、汚い、危険)に加えて新しい3K(帰れない・厳しい・給与が安い)が浮上して見直しが必要になっています。ましてや、中小企業の場合、求人市場が深刻化している上に、折角、採用した人が仕事を覚える前に辞めて行くのでは無駄な採用費をかけ、教育期間にOJTで先輩社員を振り当てる労力や人件費がドブに捨てる結果になり、悲惨なことになっています。

この打開策の一つに改善の「支援の四原則」があります。「関心」→「激励」→「助言」→「助力」という流れです。まず、「関心」を伝える事から始めるのです。「関心」つまり「あなたに興味がある」という意思表示です。具体的には、機会が多いが意外に活かされない「挨拶」なのです。幼い頃から「挨拶しなさい」と教えられている筈だとボヤクのではなく、上司から声掛けする事です。簡単な「おはよう」の一言でも若い人の心に響くのです。さらに、「最近、どうかね？」と一言を付加えると若い人はオーム返しで口を開くのです。本当に、軽い話題でよいのです。「口を開くと心も開く」は心理の鉄則、軽い話題のラリーの後、「頼むな！」と激励すればより効果的になるのです。この状態を心理学では「ラポール」が構築されたと言うのですが、一種の「絆」が生まれた強い信頼関係です。

この結果、上司との会話機会が増え、さらに、心を開いた状態なので本音で営業本来の「お客様の困りごと」の相談を引き出せるのです。この「困りごとを解決する」ことに焦点をあて、「3つの’ション’ (Mission, Passion, Action)」、つまり、「使命感」を持たせて積極的にお客様の「困りごと」に迫る「情熱」を引き出し具体的な「行動」につなげるスキームを実践する事が急務なのです。

また、「3つの‘キク’」と言っていますが「聞く」の他に「聴く」も「訊く」もあるのです。まず、「聞く」ですが、他愛のない会話でも毎日のように行くと「あいつの良さが分かってきた」となり、結果、人物像が変わるのです。こうして、「聞く」段階で「○のメガネ」で接するようになると相手にも伝わりロイヤリティが醸成されて、相談が密になるのです。さらに、「聴く」は評判を耳にして「○○だそうだなあ」と投げかける事ですが、自分の事を知っているという意外性で相手の心をつかむのです。次に、「○のメガネ」を持っていると「こんな話があるのだが・・・」と相手の長所を知った上で「訊く」事が可能になるのです。この期待を持って投げかける「訊く」は聞き手が未体験の事でも期待に応えたいという積極的な気持ちを引き出すパワーがあるのです。「期待」を込めて取り組ませ、その実践を支援するという構図になれば人材化への王道を歩む事になります。これには、「若い」という言葉は禁句です。仮に、失敗しても経験になり、さらに、リベンジのチャンスを与えれば「一生折れない自信」となるのです。「変革の四月」ですが「人は変えられない、変えられるのは自分だけ」と悟って人材育成へ一歩歩むチャンスです。

4. 「挨拶」する風土

小泉元首相が田中真紀子さんに贈った「重職心得箇条」は、天保・弘化時代、幕府の学者であった佐藤一斎が、その出身地である岩村藩の為に作った心構えを書き記したものです。その中で、人材について「その藩なりの人材」と説いて、他藩を見て比べて嘆くことを戒めています。つまり、いつの時代も身の丈にあった人としが縁がないのです。この「縁」を大切に作る心構えが重要なのです。

さらに、現代は、極端な「売り手市場」の上に、政府が「働き方改革」と掲げるので、若い人は少し気に入らない事があると何も相談もせずに「突然」しかもメールで伝えて来る時代で、「辛抱」は死語化して甘い方に流れる傾向なのです。実際に、突然というケースが多く、「心をつかむ間もない」のが現実なのです。「3つの‘キク’」と「○のメガネ」の両方で若い人の心をつかむ事が、中小企業でも可能な課題だと信じます。まずは、上司から「挨拶」をする風土を築いて「働き方改革」を始めましょう。

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