

「最適化」という視点

1. 最適化も状況による

右掲は、10月26日の新聞広告に出ていた本です。「最適化」というキーワードは改善の重要な視点。興味を持ったのでネットで書評を調べたら午前中に脳の活動を最適化する事が大切とあった。たぶん、いろんな事最適化を紹介されていると思う。ネットで調べると守屋氏の書評

【要約・感想】行動最適化大全のまとめ

参照：<https://mshinnet.com/book/behavioroptimization.html>

がありますのでご参考にしてください。守屋氏は

「仕事がうまくいかない」「会社が楽しくない」「人間関係で悩んでいる」「疲れがたまっている」「健康に不安がある」「なにがしかの【悩み】がある」方は読んだ方がよいとの事です。

私は、時間の使い方がポイントだと考えていて、「1日は誰でも24時間」なので貴重な時間を最適化する事がポイントと心得て来ました。サラリーマン時代の先輩から「酒で酩酊している時間がもったない」と教わり、無暗矢鱈に酒を飲んで憂さを晴らすという習慣を避けて来ました。実際に、ある異業種交流会に参加していますが、例会の後に懇親会があってワイワイガヤガヤするのですが、どうも皆さんは自身の憂さ晴らしの場になっているようでマイナス発言が多いのが残念で年齢もあって避けています。確かに、表向きのテーマから学ぶばかりではないのですが、裏話の次元を通り超えて「憂さ」になっているのがたまらないのです。個人的には内心「何かを決めて行動する事によって状況が変化して最適化されて改善するのに」と思う事ばかりです。そういう方は、何度も同じ話題になるので「いい加減にして」と内心思っています。従って、このような懇親会に参加しないという最適化しているのです。つまり、個々に最適化が違うのです。



2. 私流の行動最適化

私は72才。人生の経験を積み重ねて来ました。「仕事、学習、遊び、健康、対人関係」はおおよそ最適化できていると思っています。「仕事」は自営ながら経営コンサルタントで今も現役で働かせて頂いています、「学習」は異業種交流会でいろんな方から学ぶ事や新聞などの報道からも多くの事を学んできています、「遊び」は高齢になって持続できる点でカラオケを主体にしており、「健康」は「運動」x「食事」x「社会」⇒「健康」と公式化して実践しています。最後の「対人関係」は永遠の課題です。最近、対人関係で思うのは「つき」のある人と交流する事で、やはり、「つき」のある人からパワーがもらえるが、前項でも触れましたがマイナス志向な方から出るマイナスパワーは避けたいと思っています。

職業柄、お客様の課題を解決する事で「対人関係」の問題に入る事があります。「アリの眼、トリの眼、サカナの眼」と言いますが、当事者は「アリの眼」になり易く小さな事に拘っているので、少し距離を置いて「トリの眼」で最適解をアドバイスするようにしています。とは言っても「対人関係」は、相手のある事で相手側の最適解も踏まえる事が重要です。両者の最適解の交わる点から一点突破しないと解決しないので、「相手」の視点にも立つように心がけています。

そして、「不矩」の世代として、できる事なら「つき」のない人とは少し距離を置く事が大切と考えるようになりました。「聞き上手」が「対人関係」の重要ポイントですが、何度もネガティブな話題や他人を批判する人には少し距離を置いてマイナスの気分を引き込まないように心がけています。こういう最適化で自分自身のストレスを減らすようにしていますが、仕事以外にも地域社会などの人間関係もあり単純には行かないのです。地域社会では事務所のあるマンションの老人会に部屋を提供して毎週土曜日に「Cafe ひまわり」を開催して約10人の会合のお世話をしています。このような貢献もプラスの要因になるので継続して行きたいと思っています。

3. 仕事の最適化

右掲は東京の出版社が発行する「近代中小企業」で、最近採用された2つの記事です。実は、弊社は昨年「2025年事業承継」を掲げて、その準備を進めており、まず、新規のHP(<https://kaizen-ami.com>)を作り、自社のドメインを再定義しています。次に、マーケティング面では、お客様のニーズもあって、ListA(データベース収集ソフト)と配信メール(HTMLメール)に着手してメール販促にチャレンジという背景があり、さらに、出版社の「EC実践講座」と「サンクコスト・・・」という依頼原稿を書き、これらをベースにした下掲の「最適化による未来戦略セミナー」へ繋がっています。「運」が良いという面も多々ありますが、それぞれにおいて最適化したからこそ繋がったのだと考えています。

また、セミナーは古い感覚がベースにありますので、Webセミナーの特性に合わせた新しいスタイルを模索する必要も判明して来ました。話す方も聞く方もお互いに顔が見えない状態なので僅か1時間と言えども緊張ばかりでは耐えられない事に気づいたのです。歌でも力入れる箇所よりも力を抜いた箇所が多いほど聞きやすいように、緊張ばかりではダメなのです。心理学的にはペーシングというのですが、オンラインで、その上、顔が見えない環境での「ペーシング」のやり方が課題になります。現状ではユーチューバーに学ぶ事も必要と思ひ関心を持っています。

つまり、実践してこそ分かる課題があり、その課題の要因をブレイクダウンして重要箇所に集中して創発進化をする事が重要です。この「ブレイクダウンして重要箇所に集中」は最適化そのものです。いろんな解決策の中から「一つ」を選ぶという単純な手法ですが、その「一つ」が自分のできるか否かではなくて、やってみて「楽しい」という判断基準が大切です。セミナーの講師が、ユーチューバーのように魅力的な情報発信するのも新境地を拓くと思ひ「遣り甲斐」を感じています。雑談力を磨き、ぜひ、取り入れたいと思っています。

4. 最適化で「巻き込む」

この世の現象は答えが一つではないのです。幾つもある選択肢から最適と判断する事を選んで実行して、その結果、新しく発生する課題を分析して最適を選んで創発進化して行く流れの繰り返しなのです。今回は、精神科医の樺沢紫苑著「行動最適化大全」から端を発してビジネスの行動最適化を考え、私自身の「最適化」をご紹介します。人は自分だけではないので、周囲との関係で最適化が大切です。私のような経営コンサルタントは、経営者だけでなく実行する社員さんたちとの関係性を最適化する必要があるのです。

例えば、右掲はWebセミナーの最後に話する頁ですが、改善は「池の魚」状態の社員にとっては「トンでもない話」で何を言っているのと内心思う訳です。これを社員さんの意見を聞きながら、状況に応じてボトムアップと見せかけて、実は、トップダウンで方針を決めて現場展開する手法が実践的な手法です。この「やり方」で社員さんたちを巻き込んで26年以上も経営コンサルタントをやってきました。決して、押し付けるのではなく、現場が実践で得た課題に対して最適解を練りながらPDCAサイクルを回す「創発進化」なのです。人の問題はこのような手法が最適と信念を持って今日に至っています。

近代中小企業10月号付録小冊子 近代中小企業11月号掲載記事

コロナ後の世界に向けて身近な事例で学ぶ
最適化による未来戦略セミナー

【卸売業編】

①現状の課題
・サンクコスト
・関連比率
・BPR

②3つの対策
・関係改善
・選択と集中
・マーケティング

「身の丈」で始める
1-2-3即時業績回復法

③未来戦略
3つのエンジン
・NASAマーケティング
・営業をBPR
・生産性向上

since1995 NASAマーケティング
有限会社エー・エム・アイ

