

「エッジ」と「社風」

1. 志村塾

右掲はフジテレビで放映したという「志村塾」で「3つの問い」があったそうです。私自身はフジテレビ系列を余り見ないですが、同じような番組が今も放映しているそうです。若い人がMCにプレゼンする形式で、MCはこの「3つの問い」を投げかけて、さらに深めるようです。即座に答える事がキー。人格を問うには最適な質問だと思います。私は、就職の時に故福井社長に

- ① コンピュータをやりたい
- ② 大学で統計学を学びコンピュータを使っている
- ③ 真面目でやり始めると夢中になる

と必死になってアピールした事を思い出します。多分、そこまで必死に主張する学生が少なかったのが気に入ってもらったように思います。

しかし、74才の今は人間が丸くなって「トゲ」がなくなったように思います。例えば、①に対して「したい」事があるかと言えば、夢中になる程もモノがないし、②に対しても「自信」があるというほどの「特技」は過去のモノになっている、③に対しても特に大病してからは人間が丸くなり気長に待てるようになったと思っています。こんな状況では新規のお客様にアピールするモノがないので息子に期待したいと思っています。

志村塾の3つの問い

- ①何をしたいか、すぐ答えられるか？
- ②これだけは自信がある、という特技があるか？
- ③他人から「ちょっと変わっているね」と、よく聞かれるか？

2. エッジを効かす

右掲はお客様の方針発表会用に作成したパワーポイントです。私自身は紙で配布するのでA4サイズに応じたレイアウトを使う事が多いのですが、これはスライド投影用に横長のデザインにしています。これだけでも平素の自分ではないのですが、さらに、紙に印刷しないので壁紙にハート型の雲を選んで趣旨に沿うように配慮しています。また、外部の方も招待するので詳しくは口頭で行うというご意向に沿うように要点だけをズバリ表現している心算です。

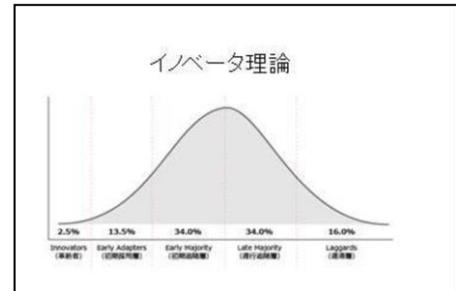
「エッジを効かす」は「他にはない魅力、特長をあたえるという意味からインパクトを与える」という事で使われるようになっていきます。他人の心にズバリ訴えるような表現のように使われます。つまり、内容を絞り込んで強調する事が必要です。このパワポは5枚に絞って内容を凝縮しており、その初めの2枚をご紹介します。「10年ビジョン」は「志村塾の3つ問い」に照らすと①の「したい事」は「100人企業」(中堅企業)に育てる②の「特技」は「ものづくりの総合支援」を追求する③の「評価(見る目)」は中堅企業として組織経営が出来る安定した経営ということになります。その結果、「視座」とありますが、現状の家族的雰囲気大切にしながら、「共に語ろう、共に育とう、共に掴もう」と呼びかけ「笑顔・笑声あふれる幸せを」を目指すように「変容」を促しているのです。

課題の一つは「視座」です。社員の方々は毎日仕事に励んでおられるのですが、バラバラな状態ではなく集団で行なうにはメンバー間の意思疎通がポイントなのですが、それを「共に語ろう、共に育とう、共に掴もう」のスローガンで全員参加の風土を醸成する事になります。日常的にコミュニケーションを大切にしてミーティングは勿論のこと休憩時や余暇という点でも和気藹々とした家族的雰囲気が活きるように心がけることが重要になります。バラバラな状態では中堅企業になることはできないので、この「共に語ろう、共に育とう、共に掴もう」を実践して「笑顔・笑声あふれる幸せを」を職場でも個人的にも実践される風土づくりがポイントになります。

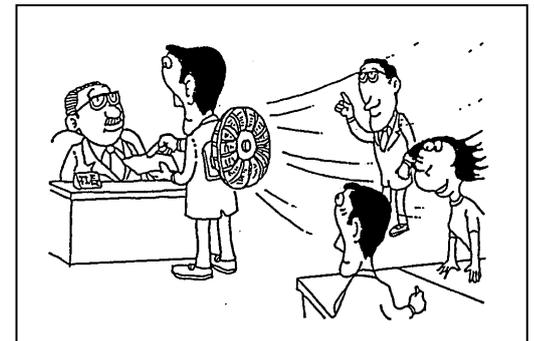


3. 「社風」を吹かす

しかしながら、「人は簡単には変わってくれない」ので「共に語ろう、共に育とう、共に掴もう」を実践して「笑顔・笑声あふれる幸せを」言い続ける必要があります。仮に言い続けたら、聞く人の反応は「鬱陶しいな」とか「しつこいな」という方と「そこまで思うか」と共感する人に分かれます。右掲は「イノベータ理論」とありますが、ベースは統計学の正規分布です。偏差値で 2σ 以上の層をイノベータと呼び最初に反応する方々です。僅かに2.5%という少なさですが「そこまで思うか」と共感する初めの方です。この共感者を見つける事が重要になります。そして、アーリーアダプター層(13.5%)が追随して、順にアーリーマジョリティ、レイトマジョリティと続き、最後まで受け入れないラガード層が16%いると想定しておく事が重要です。



前述のお客様はイノベータ層を掴み、右掲のように社風を吹かすことが重要になりますが、一見イノベータ層に見える方が内心は違っており、影で「そないに言われてもなあ」と周囲に同調を求め実行しな仲間づくりをするケースが多いのです。つまり、イノベータ層は「腑に落ちる」という状態であつ、実際に動き始めることがポイントなのです。意外に表面上と内心が違う「狸」みたいな人が多いので真に受けない事が重要です。



4. 「幸福」の形は「所得」

「凡事一流」という方がいますが、ビジョンを言い続けることで「凡事」、つまり誰でも出来る当たり前の事に落とし込むことが重要です。シンプルな事が大切です。前述のお客様は「共に語ろう、共に育とう、共に掴もう」とシンプルに表現し、しかも会話の機会を持たれています。社内にはいろんな方がいますが「共に」という「土俵」をつくり相互に会話することで心がオープンになり、徐々に理解し合うようになり、全員が実践するようになると「一流」になるという意味であります。

右掲は「成功の方程式」と名付けた4行訓ですが、「習慣が変われば、人格が変わる」とあるように、他人の評価が変わるのです。「変わっている」というより「変わったね」という評価です。「100人の企業」を目指すので、どんどん人が入って来ても「風土に染まる」状況にする必要があります。よい評判ならば、現実の苦勞も吹き飛ばす訳ですから、「習慣化」(風土化)が重要なのです。皆がやっていると見習い易いのです。シンプルな「共に語ろう、共に育とう、共に掴もう」のスローガンで「笑顔・笑声あふれる幸せを」を実現するのです。この状態になれば生産性も向上して配分としての所得も増えます。一流企業の目安は平均年収600万円ですから、トップは1000万円を超え、多くは年収400万円を超えるのです。右掲は最近の規模別平均年収ですが、中堅企業の387万円を超えるので良い会社であり、かつ、「笑顔・笑声あふれる幸せを」という状態なら和気藹々とした雰囲気結構な環境なのです。真剣に「風土」づくりに励んで頂きたいと思います。当然の如く「生産性向上」の為の環境づくりが急務の課題ですが「共に語ろう、共に育とう、共に掴もう」のスローガンの下で自発的な改善・改革が始まるように願う訳です。

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

大企業	: 456 万円
中企業	: 387 万円
小企業	: 356 万円