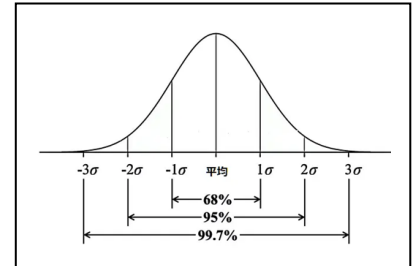


今さら聞けない#60・「面授口訣」

1. 故船井先生の教え

右掲は正規分布(イノベーター理論)の図です。2σ以上の方は「イノベーター層」と呼ばれており、積極的に行動する方で2.5%いるのです。例えば、100人いても2.5人しかいないのです。1σ～2σの間の方は「アーリーアダプター層」と呼ばれる方で「うまく行くな、自分もやってみよう」と思っている方で13.5人がいますので、1σ以上の16%がキーになります。



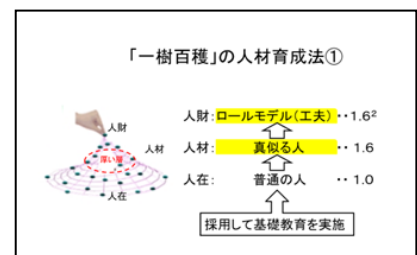
故船井先生は「セミナーでドンドン事例紹介する」と教えて下さいましたが、理論的な背景はこの統計分布と考えています。何故なら、事例を聞いて即実践しようとする積極的な方(イノベーター層)は2.5%であり、実行して成功まで辿り着ける方はさらに2.5%なので $0.025^2 = 0.000625$ なので、1000人に1人もいない計算になるのです。それよりも、「いいなあ!」と思ったが自分では動かない方(アーリーアダプター層)が13.5人なので、後日、フォローするとコンサルティングの商談になる方が潜んでいると教えて下さったのです。

先生は「give & giveの精神」とおっしゃっていましたが、「汝、欲する処を施せ」の黄金則に従って「相手」のことを思っに行なうようにしていました。口の悪い仲間は「give & take やん!」と鼻で笑っていましたが、「見返り」を期待すると「黄金則」も出来なくなります。「全て」をさらけ出して相手が理解しやすいように話すことがポイントです。当時('95年)は、パワーポイントではなく多くのスライドを用意してお客様の反応を見ながら投影して「関心」を引きやすくしていました。私は先生の教えを直接ではなく、講師の宮内先生を通して聞くことが多かったのですが、時折、船井先生の講演を拝聴して「give & giveの精神」を実感していました。

2. 面授口訣

仏教で、弟子にしか伝えない大切な教義や儀式を伝える方法を「面授口訣」と言っていますが、「面授」は面と向かって直接伝えることであり、「口訣(クヅ)」は言葉で直接伝えることです。しかし、前項のように「人」は統計的な法則に従っているので、「面授」しても、必ずしも真意が伝わらないケースが多いのです。この点から「うちの社員はなかなか育たない」という嘆きにつながるのです。

右掲は前号でご紹介した「一樹百穫」の人材育成法の図ですが、セミナーでは自分と波長が合うお客様を見つけ出して「語りかけるように話す」ことが鉄則です。波長が合うお客様は少なくとも「領いて」下さるので、手応えを実感しながら話を出来るので助かるのです。イノベーター層と合わせて16%になるので6人に1人の割合で領いてくれるのです。この方に直接分かるように反応を見ながら事例のスライドを調整していました。今はパワーポイントなので相手に合わせて調整するのは難しいですが、当時は、ファイルを捲って該当するスライドを選んでいました。話す方は手応えを感じながらなのでやり易いのですが、後で「面授口訣」じゃないですが、個別に訊いてみると意外に理解されていない状況でした。



例えば、TVで料理番組でも、見ただけで料理が出来る人とレシピ通りに細かく材料や調味料などを揃えて料理する人に分かれ、経験を積んだ人は見ただけで自分流に理解して料理できると言われています。セミナーでも同様な状況で、実際に自分流に工夫して行なう方は前項で示したように千人に1人いるかいないかの状況です。このような方がいれば、素晴らしい「人財」(1.6^2)なのですが、多くのお客様では、経営指導で「術」を教えるだけではなく「体」の実践も代行している状況です。弊社では、デザイナーを擁してコンテンツを制作し、それを発信の代行を行ない、レスポンスの状況を確認して「進捗」を促すようにしているのが現実です。

3. 一樹百穫

「一樹百穫」の「一樹」は一本の木を植えることであり、「百穫」は百倍の収穫の意味であり、人材を育成することは、大きな利益につながるということから大計を成功させるには人材の育成が必要であるという格言です。しかし、故船井先生の教えのように、このような方は千人に1人いるかいないかの「人財」とも呼ぶべき人です。「ツーカーの関係」とか「阿吽の呼吸」と言いますが、一を聞いて十を知る存在で効率1.6²の方です。言い換えれば、「波長が合う」という関係です。「波長が合う」と言っても「頷く」だけの人では何も生み出さないのです。前々号で「創造力」と「伝える力」を駆使すれば、どんな環境でも価値を生み出せる！という雑誌広告をご紹介しましたが、「伝えたい事」を素直に受け取って、それを自身の「創造力」でイメージ化して部下などに「伝える力」を併せ持つ方で、しかも、リーダーシップを発揮する方が望ましいのです。

右掲は「改善の四人衆」ですが、1の「トンでもないことを言い出す人」は経営者であることが望ましいですが、その「トンでもないこと」を2～4(出来ると閃き、とことん実践して、それを他人に教える)の3段階を行なってくれる人を育成することと私は理解しています。この事は故船井先生の「百匹目の猿」でも同じ意味合いを持っています。「芋を洗うと上手い」と発見した若い雌猿に共鳴した若い雄猿から群れに広がった」という「芋洗い現象」ですが、コンサルタントは「芋洗い」の「術」を示して、実践して効果を出して「共鳴」する人を作り、その方を通して社内を広げて行くことと教えて頂いたのです。

また、経営コンサルティングの場合、「分析」も大切ですが、その結果を実践する「術」が大切との事です。講師の宮内先生は「心・観・学・術・体」と言って「心」と「観」で経営者と共鳴して、その思いを「学」のレベルで実践する「術」が必要であり、「相手を押して実践させ、いざという時に介入する」と「術」を「体」で示すことがポイントと教えて下さりました。弊社は、お客様が選んだ商品を「ちらし」化する「術」を持ち、一斉同報送信の「体」を実践して「一樹百穫」に貢献しています。

改善の四人衆

1. トンでもないことを言い出す人
2. それを出来るとヒラメク人
3. ヒラメキをトコトン実践する人
4. その実践を横展開する人

**私の体感温度-17℃
が売りのネッククーラー**

私温度
-17℃

ケーブルレス
すっきり!

ネッククーラー-Slimと
モバイルバッテリーのセット

5月31日(金)まで
5,800円

株式会社 三井物産 株式会社

4. 打てば響く

「面授口訣」は「仏教で、弟子にしか伝えない大切な教義や儀式を伝える方法」という事ですが、一般の中小企業の場合も同じと言えます。多くの社員は、目に見える距離にいたので会話する機会や接点はありそうですが、大多数の社員は経営者と距離を置いており、意外に経営者の思いが伝わらず、悪い面ばかりが誇張されているのが現実です。実際に、「こんな会社・・・」という方がいらっしゃいました。こんな環境では、経営者が何かをしたいと思っても「想い」が伝わらないのです。

この状況を改善する為に経営コンサルティングの第一歩は「打てば響く」という同調者を見つけることから始めます。「芋洗い」のようにシンプルで誰でも出来る「術」を示し、それに同調する人を見つければ「百匹目の猿」のように組織に広まって行くが、それでも頑固に反発する人がいるという現実です。「包み込む」という言葉がありますが、同調者を増やして反発者を減らしていくことになります。「打てば響く」と言いますが、最初は反響が小さくとも順に同調者が増えれば反響が徐々に大きくなります。影響力シェアは11%、圧倒的1番シェアは31%、独占シェアは42%とパワーを増していきます。このように「面授口訣」の第一歩は影響力が出る11%を確保することから始まります。

シェア分類	シェア
独占シェア	71
独占シェア	42
圧倒的1番シェア	31
1番シェア	26
1.5番シェア	19
2番シェア	16
影響シェア	11
存在シェア	8
非存在シェア	3