

今さら聞けない#69・「夢」x「生き甲斐」

1. 「幸せの4条件」

右掲は「[人間の究極の幸せ](#)」をキーワードにネット検索したら出て来た4条件です。前号でも少し触れましたが、今号で深掘したいと思います。まず、①の「愛される」という条件は必須です。「存在感」という言葉がありますが、地域や組織の中で「孤独」にならないようにすることが最低限必要です。その為には健康であることや明るい言動がベースになります。私は「楽しそうに」を心掛けています。歩く時も元気よく手を振るように心がけると、体調が優れない時でも徐々に気分が晴れてくるようになっていきます。また、波長が合わない人とは適度な距離をおいて相互に干渉しないようにしています。

究極の幸せの4条件

- ① 人に愛されること
- ② 人に褒められること
- ③ 人の役に立つこと
- ④ 人に必要にされる

②の「褒められる」ですが、「返報性の原理」の基本に従えば、何もしないのに「褒められる」ことは日常ではありえないので、先ず他人に感謝することがポイントです。「ありがとう」は無限の言霊エネルギーを持っていると言われますが、意外にも感謝の言葉として発していないことが多いのです。他人の言動に「ありがとう」と感謝の意を発することがポイントになります。

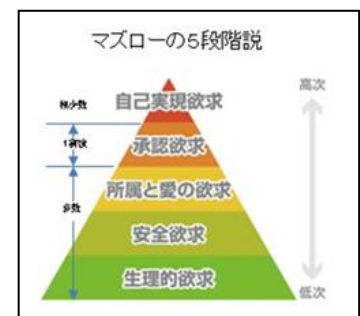
③の「役に立つ」という事です。「黄金律」といわれる「汝欲するところをなす」から始まります。「不踰矩」は孔子が70代の生き方について語った言葉ですが、「コンプライアンス」として法令遵守、倫理観、公序良俗に従い公正・公平な生き方がベースにあり、その上で「自分が信ずること」を実行する事が基本です。その信じることで人の役にたつと喜ばれるのです。しかし、喜ばれることは意外に難しいので、少なくとも相手に迷惑をかけないようにすることが最低限です。

④の「必要にされる」は①・②・③を通して生じて来ます。「愛され・褒められ・役に立つ」の3要素が揃えば自ずから「必要にされる」となりますが、その中で、自分独自のモノがあれば、なお好ましいので、ビジネスでいうUSP (Unique Selling Proposition) 戦略となります。直訳すれば、ユニークな主張や提案により販売するとなりますが、単純にはエッジ(尖り)を利かす事になります。中小企業家同友会理念の一つに「自主的近代化と強靱な財務体質」と謳っているように、ベースに財力があることが望ましいのです。

2. 「生き甲斐」

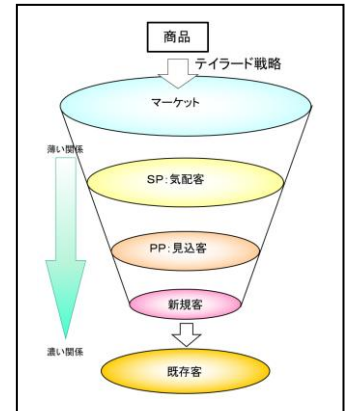
しかし、「幸せの4条件」を満たせば「生き甲斐」を感じられるかと言え、必ずしもそうではありません。例えば、幾ら大金持ちでも後継者がいないならば、自己満足の世界で終わってしまいます。「次の世代」に何かを残すことがポイントであり、それを受けてくれる後継者が重要です。時代の流れは早くなっているので「そのまま」継承されてもスグに陳腐化してしまいます。つまり、発展させる後継者が課題になります。徳川幕府で言えば三代目家光の存在です。

しかし、一般的には「静かなる退職」に徹する組織内での負け組が多くなります。組織に反発もせず静々と勤務するスタイルです。右掲はマズローの5段階説の図ですが、所属と愛の欲求レベル以下の層が多くなりつつあります。ご本人は一生懸命に働いている心算なので「何か」に対して「いっぱい、いっぱい」と拒否するのです。新しいことへのチャレンジは誰かが成功すれば、その恩恵に受けようというタイプです。このタイプは仕事以外のことに熱心になります。例えば、趣味の世界にどっぷりハマり込み、「生き甲斐」を趣味に求めるのです。90年代から言われ始めたという「社畜」という言葉がありますが、バブルが弾けて会社が厳しくなってもリストラされるまで居座ったように、言われるがままに勤務しているので生産性が下がり、企業は行き詰まるのです。



3. 「夢」を共有

40才を超えると「人」を変えることは難しいと言いますが、時代の流れが速いので常に「自主的近代化」を心掛けて「お客様」の要望から変わってもらうことがポイントになります。右掲はテイラード戦略と呼ばれた、今でいうインサイドセールスにあたる概念図です。自主的近代化で商品や技術・サービスを企画して、ペルソナ像を想定して市場にマーケティングをかけレスポンスを得るのです。そのレスポンスを確認する仕掛け(ズーム営業)を通じて「気配客」をつかみ、営業展開して「見込客」としてクロージング活動する流れです。最近のインサイドセールスではこの「見込客」を刈り取るだけの傾向が強く、リピート化という概念が欠けている業者が多くなっています。



インサイドセールスで分業するので効率よくお客様を炙り出し、さらに絞り込んで販売まで持ち込むことが可能ですが、そのお客様が既存客としてリピートするか否かが大きな違いになります。その「違い」は営業担当者とお客様との関係がポイントになります。インサイドセールスの場合、絞り込まれた見込客にクロージング活動するので短期間の接触というケースが多いのです。例えば、弊社はインサイドセールスでHPを制作して頂きましたが、その後、担当者とは連絡がなく、カスタマーサポート部という所から新人のような担当者から時々連絡が入りますが、CEO対策などの話題だけなので心が通うような関係にはならないのです。

ホームページを制作するという事はお客様に何かを実現したい「夢」があるので、制作で関係ができた担当者が「やりっ放し」ではなく、定期的にコンタクトをとって「夢」を共有するとお客様の満足度が高まり、自然に「究極の幸せの4条件」の③の「人の役に立つ」と④の「必要とされる」という関係になり、担当者もお客様も「幸せ」を共有できるのです。

4. さらなる「夢」へ

お客様と「夢を共有する」ということはマズローの欲求5段階説にある「承認欲求」や「自己実現欲求」へ繋がって行くのです。「認められたい」という思いがあると「役に立つ」ことを一生懸命になって考えるでしょうし、一生懸命に頑張ると「一本の道」が出来るので、その追究で「リーダー」や「専門家」になるという「自己実現」への思いが湧いてくるのです。

私の場合、サラリーマン時代に接したトヨタ方式のコンサルタントに憧れていたのですが、対象のお客様が中小企業の製造卸業が多かったのでトヨタ方式では荷が重い状況だったので、営業のOJT活動経験を活かした営業活性化をテーマにして船井総研の客員経営コンサルタント養成学校に自費で通い「船井流」を学んだのです。シンプルに「一番の商品を一番の場所に山積み」という原理原則を中心に「百匹目の猿」で伝播の法則を知り、「やってみせ」ができる「一番商品」として「Faxちらし」を取り上げたのです。講師の宮内先生は「心観学術体」と言って、「術」を持ち「体」つまり自分で実践できることがコンサルタントの要件の一つと教えて頂きましたが、まさに、当時(‘95年)、企業なら100%普及のFaxを活用するマーケティングで「一番商品」を確立して「一番の場所」として中小製造卸業をターゲットに「経験」を積み重ねて来たのです。

そして、やる限りは法人化してキッチリとした会社を目指したのですが、お陰様で創業30年を迎え、無事に三男に事業承継できました。キッチリとした会社と言う点では「社員」と「社会保険」の両方を最初から「夢」をもち有限会社でキチンと登記をして事務所を持つようにしたのです。今、相談役になりましたが、「百歳現役」という「夢」にチャレンジして事務所と自宅の往復ですがサイクリックに行っています。キチンとした生活で「百歳現役」を目指したいと思っています。