

アイデア・コンテスト

1. 若者を育成する風土

右掲は、豊富なアイデアの中から妙案が浮かんで来るというイラストです。どの経営者もこんな風な光景を待望しているのですが、現実は厳しい状況で真逆のような企業もあります。社員の「やる気」は大きな課題ですが、そのバロメーターの一つは「アイデア」という提案力です。

よく工場に行くと「QC提案月間」という風な垂れ幕が掲示されていますが、よく聞くとこの提案月間と発破をかけても数件しか出て来ないと現実があるのです。本当に、右掲のイラストに程遠い状態なのです。これは、工場に限るものではなく、販売や事務系でも同じなのです。提案そのものが少ないので。

よく「なぜ？」って聞かれます。私は、迷わず「楽しくないからだ」とお答えしています。松下幸之助さんも小林一三さんも「やってみなはれ」と言って、若い人の提案を支援したそうです。それが風土になって松下電器(今のパナソニックは？)となって日本を代表する家電メーカーになったのです。阪急も同じだったようです。言った事が実現できるという事は若い人にとって大きな「遣り甲斐」になるのです。確かに、必ず出来るという保証がないので、どんな壁にぶつかっても最後までやり切るという「信念」が重要になります。「やってみなはれ」は、この覚悟が大前提なのです。そういう社員を育成する風土が重要なのです。

しかし、往々にして古参社員がその芽を摘んでしまうのです。よくあるのが「こんな会社…」という刷り込みなのです。確かに、「こんな会社…」という点も多々あると思いますが、中には他社にない「光る物」がある筈なのです。故船井先生は「過去オール善」と「長所伸長法」で風土改革を始めよと教えて下さっていますが、社員全員が自社の長所を共有化する事から始める必要があるので。自社の「強み」「弱み」を洗い出すことから始めるのです。



2. 「高専ロボコン」に学ぶ

右掲は小山高専の2012年作品「フレンドルフィン」というものです。皆さんもよくご存じだと思いますが「高専ロボコン」があり、毎年、同じテーマで各高専の代表チームが作品を作り上げ、地区予選、全国大会とバトルを展開して成果(成績)を競い合うのです。同じテーマでも、各校の作品にアイデアが込められていて、みんな違うものに仕上がり、中には「こんな発想もあるのか」と感心する物もあります。右掲の「フレンドルフィン」もその一つです。



「妄想から構想へ、そして、実践」というのは私のスローガンの一つですが、「これはイケル！」という閃き(妄想)を実際に設計(構想)に落とし込み、さらに、稼働させて発生する課題を克服して実働モデルに仕上げるという「実践」の成果が、他校のモデルと競い合う事で明確になるのです。この悲喜こもごものバトルは感動そのものです。

限られた予算と期間で「実働モデル」を作り出すのですが、彼らは、非常に楽しそうに進めているのです。ここに「楽しい」という答えが隠れているのです。予算に縛られているのは、実際の企業でも同じです。彼らは身近な部品を集めて構想を具現化しているのですが、一般の企業ではどうなのでしょうか。出来ない理由を声高々に喚く人が多いのですが、喚くだけマシな方です。何も言わない期待しないという冷めきった人がいるのです。これでは「楽しい」とは程遠くなってしまうのです。

3. ポケット・マネー

右掲は、昭和50年に発表されたIBMシステム/32にというオフコン機です。私は、関学を昭和48年に卒業して「コンピュータをやりたい」と言って、トヨタ系販売店に就職したのですが、当時のトヨタ自動車は販売店がコンピュータを導入するのを嫌がっていたのです。大卒の2年生である私が「コンピュータ」と騒いでも社内ばかりかトヨタという巨大圧力まで抵抗勢力だったのです。



当時、右掲のIBMシステム/32が登場する前は、月額レンタル100万円も出してもバッチ集計機に過ぎない性能であり、データパンチャーなどを雇うと費用対効果は?の状況だったのも事実だったのです。こういう時に、運よくIBMがこの機種を発表して月額レンタル30万円程度だったのです。当時、私の給料は少し上がって6万円程度だったので、これでも結構な買い物だったのですが、故福井社長は「わしのポケット・マネーで買うてやる」と言って下さって、昭和50年12月に導入されたのです。

そして、「クルマが売れるコンピュータをつくれ」とフォルクスワーゲンの販売店で見たカルテ方式の指示書というヒントを頂いたのです。普通の社長さんなら、ポケット・マネーもヒントだけというものもないと思いますが、故福井社長はそれ切り細かい事に口を出さず、用紙は安物はイカンとおっしゃり、私はトップパン・ムーアという会社を選び、フォームのデザインという事を学びました。全てこんな具合ですから「やる気」の塊になるのは必然的な帰結だったのです。この故福井社長に与えて下さった「売る為に」を今も実践しています。

4. アイデア・コンテスト

本論の「アイデア・コンテスト」までの前振りが長かったですが、若い人が寸暇を惜しんでアイデアを出して、それを具現化する為に金が必要になつても、故福井社長の月30万円は現在に換算すると月100万円には軽くなるのですが、それをポケット・マネーと言って下さったのですが、今は、何事も非常に安くなっているので、例えば、3万円の予算でも高専ロボコンのように、いろんな事が可能になるのです。このポケット・マネーがキーなのです。

日頃からアイデアを奨励して、自由に「妄想を構想へ」を推奨し、予算を渡して具現化へチャレンジさせる事で想定外のアイデア商品や技術が生まれるものです。「にわとりと卵」と言いますが、まず、気楽にアイデアを具現化する風土をつくる事がポイントなのです。「人」が育つという事はいろんな要素が絡みますが、高専ロボコンを見ても分かるように「リーダー」と「フォロワー」がハッキリして来るので、「トンでもないアイデア」をリーダーが発案して、「やってみよう」とフォローする仲間が出来ると頼もしい集団が生まれるのです。

こういう風土をつくる為に、年に1回「アイデア・コンテスト」を行うという仕掛けです。職種が違うので、いろんな関心フィルターが働いて、アイデアの素が缶詰となって蓄積されるようになります。今年はこれ位だったが、来年こそこのアイデアを実現したいという風土になれば、素晴らしい集団になりますし、個々の人達も「宝」として貴重な人材に育つのです。時間はかかりますが、お金は少額で済む時代です。若い人の「アイデア」を楽しむ企業風土が必要です。トヨタやホンダのアイデア・コンテストは有名ですが、大企業ばかりでなく、中小零細でも「アイデア・コンテスト」を開催する事で素晴らしい集団になれるのです。