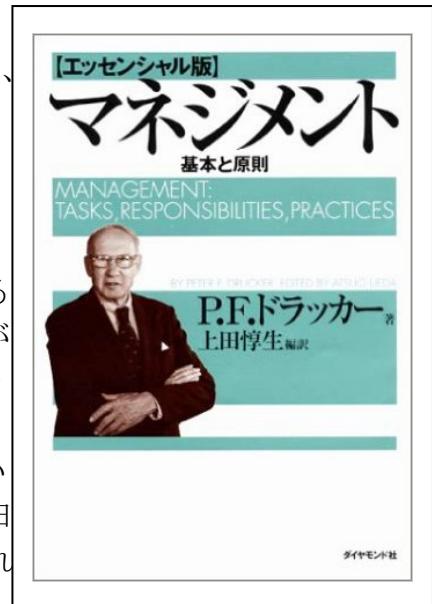


## 「ギャップ」と「ワクワク・イキイキ」

### 1. 温故知新

右掲は、有名なドラッカー先生の「マネジメント」(エッセンシャル版)の本です。私は、経営コンサルタントという仕事をしていますが、ドラッカー先生の専門家ではなく、本を読んだレベルで、それを売り物にしようとは思っていません。しかし、たまに改めて読むと心がリフレッシュするのも事実です。そういう意味で、ドラッカー先生の本がマンガにもなって広まっているのは良い事と思っています。

ドラッカー先生は、利潤は企業が永続する為に必要なものであるが、利潤が目的ではなく人に役立ってこそ喜びがあり、その共有が企業と社会の関係であるという風におっしゃっているのです。製造する人も流通させる人も購買する人も皆が喜ぶものでなければ意味がないのです。こう考えると今の時代は過渡期になって来たという感じがします。トヨタを始めとする大手製造業はグローバル化で日本離れし、銀行などの金融機関も同じ流れに向かっています。これって、「三方よし」の概念が大きく変わっているのです。



「三方よし」は近江商人の言葉と伝えられていますが、大阪や名古屋という大都会に挟まれた滋賀の商人が日本国中に「商い」をするに際して弁えた理念です。「売り手によし、買い手によし、社会によし」という3原則なのです。幾ら「売り手」にも「買い手」にも良いものであっても、例えば、麻薬のような反社会性のものはダメなのです。今の大手企業がさ迷っている流れを見ると、この最後の「社会によし」が難しいのです。「社会」＝「国内」と狭義に考えると今の潮流は明らかにズレているのです。今、国会でもめている「TPP」でも同じです。

しかし、ドラッカー先生は「ズレを認識してこそイノベーションが起こる」とおっしゃっているのです。大手企業のグローバル化から取り残された中小零細企業、TPPで脅かされる農家など戦後70年の骨格を支えたものが危うくなっているのです。その「危うい」に気づいた者からイノベーションが起こっているのも事実です。

### 2. 人を活かす経営

ドラッカー先生の基本は何かと考えると「人」であり、ワクワクする人が集まった組織こそが輝く存在になるという物があります。プロ野球の話ですが、今シーズン、日本ハムが大逆転でリーグ優勝し、日本シリーズでも2連敗から大逆転してチャンピオンになりましたが、この要因の中で、栗山監督の選手とのコミュニケーションや高卒5年目・大卒1年目までは全員が寮生活をしノートと読書の習慣を身に付けた事が挙げられています。

まず、監督から声をかけて積極的にコミュニケーションを図っているのです。例えば、「楽しいか」というシンプルな問い合わせなのです。難しい理論を投げかけるのではなく、「楽しい」という状態か否かの問い合わせなのです。これには、誰でも返答が出来るのです。もし、行き詰っているなら、「こんな事で悩んでいる」という返事も出てくるのです。この根底は「自分の事を理解してくれる」という深い信頼があるからなのです。

同じように、全寮生活で社会人として「反省」する習慣をつけさせるためにノートがあり、教養を養うために読書があるのです。何も難しい本を読めと言っている訳ではなく、本を読むという習慣づくりなのです。これで、「野球人」だけではなく「社会人」として生きていく習慣を身につけさせているのです。道具としての「野球人」ではなく「社会人」という点で特筆できるのです。

### 3. マンネリになっていないか

このメルマガの509号で「生涯現役」とタイトルして書いていますが、私にとって大きな分岐点を迎えたのです。今、67才になり、全ての借金はなくなり、しかも、生活に必要な資産もあり、さらに、生きていくのに十分な年金も頂いているという環境になっているのです。まあ、ある程度、幸せな部類にいると実感しているのですが、この充実が災いしてチャレンジ精神が薄れて「ワクワク・イキイキ」という実感が薄れているのです。これは、経営コンサルタントとしてゆゆしき状態なのです。この精神のギャップを克服する必要があるのです。

じゃあ、経営コンサルタントとしての「ワクワク・イキイキ」とは何かを考える必要があります。今までの経験から見ると「お客様のピンチ」がキッカケになって、そのピンチからの脱出策が成功の実感を持てた時が「ワクワク・イキイキ」のピークだったのです。この意味で考えると経営はピンチの繰り返しなだから、常に「ワクワク・イキイキ」としておれると思われるでしょうが、実は、経験の積重ねで深く悩むことが少なくなったので「ワクワク・イキイキ」の度合いも小さくなっているのです。経験が物を言うのが経営コンサルタントという仕事なのですから、今までの経験を活かすのが当然なのです。その方が、確実な解が得られ、また、リスクが少ない分、お客様は受け入れ易いのですが、自分としての達成感が薄れているのです。

要するに「伸び代がなくなっている」という状態なのです。これではいずれ陳腐化するのです。時代は変化し続けているのです。確かに、「人」という点では普遍性があるのですが、それでも、「やり方」という点ではいろんな面で変化しているのです。最近では、ITが必須になっているので、自社に「デザイナー」と「システムエンジニア」を擁して対応できるようにしているが、その面でも、時代の先端から周回遡れ的なレベルでいるジレンマがあります。

### 4. ギャップを克服してワクワク・イキイキ

ドラッカー先生もイノベーションの動機の一つに「意外な成功」を取りあげておられます。この「意外な成功」が大切と思います。前述のように、私の経営コンサルティングは、デザイナーとシステムエンジニアで総合的に奏でる物です。「形は心を動かす」という信念で始めた製造卸売業のコンサルティングに、成果が見えるというシステム構築で「評価」を加えたのです。さらに、日報報告をシステム化して、お客様の声をSP(Suspect: 気配)としてカンタンに登録をして、その気配案件(SP)の営業活動をフォローしてPP(Prospect: 見積提案)を繰り返して、お客様との合意になって受注となり、その納品後をフォローして継続取引の状況を販売管理システムのデータと連動して「見える化」したのが「営業マネージャー君」(経営革新計画で承認された商品)なのです。これらは、順次開発して来たのですが、実際のお客様で役だっているのです。

しかし、これが完成形ではないのです。一応の満足を得られる「完成」はあるのですが、まだまだ不十分なのです。確かに、今のお客様のレベルでは十分な状態なのですが、お客様が進化するとギャップが出るので。このギャップを埋めるのが誰かという課題なのです。まだまだ、若い人たちのは荷が重いのです。「ギャップ」を感じる事が大切なのですが、現実の仕事で精一杯なのです。この意味で、マクロな立場でいる私が「ギャップ」を感じて、それを若い人たちに克服して頂くという構図になるのです。

この為に、「常在戦場」という毛沢東の有名な言葉がありますが、経営コンサルティングの第一線を離れる訳に行かないのです。若いお客様との年齢的なギャップが開く中で、新しいお客様を獲得して、「デザイン」や「システム」の分野で新しい事へのチャレンジ精神を発揮する事でワクワク・イキイキが可能になるのです。このチャレンジ精神を忘れないようにしたいのです。