

The background of the page features a series of concentric circles in shades of light gray, creating a tunnel-like effect that draws the eye towards the center.

OAG **Members'** Book



OAGグループ

OAG Members' Book
メンバーズブック

OAGグループ ブランドストーリー



想像してください。

私たちが日本を代表する総合コンサルティングファームになる日を。
お客様も、メンバーも、家族も、幸せで健康に過ごす日々を。

時代の急速な変化と共にお客様のニーズは多様化、複雑化し、
AIテクノロジーの普及によって、私たちを取り巻く環境は大きく変化
していくでしょう。

しかし、私たち一人ひとりが良いと思うことにチャレンジし、OAGグ
ループのシナジー効果を活かし、お客様の見えない「潜在ニーズ」
にアプローチしていけば、決して夢の話ではありません。

現在、提供している各種コンサルティングサービスをはじめ、これ
から必要とされる、新しいプロフェッショナルサービスへの展開など、
OAGグループは、いま、事業領域を拡大しつつ、さまざまな課題にワ
ンストップで対応できる、総合コンサルティングファームへと進化して
います。

2023年、35周年の年を新たなスタートの年として、私たちの意志
を明確化し、これからさらに成長、継続していくために、「お客様に
期待以上の「カチ」を。すべてのステークホルダーに幸せを。」とい
うパーパスと5つのバリューズを掲げました。

信頼される専門家集団として、お客様が私たちのサービスに満足し、
メンバーたちは、ワクワク元気に仕事と向きあい、家族も健康に生き
る喜び、幸せを実感できる環境の創造へ。

私たちの新しいチャレンジは、OAGグループ一人ひとりの決意と
共に始まります。

グループスローガン
(合言葉)

3

チャレンジが、明日を変える。

4

Purpose / 存在意義

お客様に期待以上の「カチ」を。
すべてのステークホルダーに幸せを。

Values / 価値観

【チャレンジ】

半歩先を見つめた
チャレンジが、未来を拓く。

【スピード】

お客様の「潜在ニーズ」を発見し、
スピード感をもって成長を支援する。

【幸せ】

一人ひとりが輝く場をつくり、
メンバーと家族の健康・幸せを実現する。

【とがりつつなぎ】

一人精鋭の「とがり」と、
オールOAGの「つつなぎ」を大切にする。

【自立・誠実】

自立した行動と誠実な心で、
ステークホルダーとの信頼を築く。

【チャレンジ】

半歩先を見つめたチャレンジが、未来を拓く。



「1年の計は元旦にあり」という格言はありますが、「1年の総括は師走にあり」とはあまり聞きません。「経営は結果」だとすれば、1年の総括こそが将来への第一歩なのに、どうしてでしょうか。「総括しても結果は変わらない」「総括して落ち込んでもしようがない」等々の理由かもしれません。しかし、この総括は冷静に分析してしかるべきでしょうね。そして前向きに総括して、社員が共有する財産にするべきなんだと思います。

矢のように去りゆく時間との競争が面白いとは思いませんが、経営とは時間との競争なんだとつくづく実感します。とにかく、人も会社も、手をこまねいていると劣化が始まります。劣化の程度は人それぞれだし、会社もそれぞれです。事実なのは、下向きになることです。下向きになって、そのまま行ったら、結果は言うまでもありません。

人はともかく、会社の目的は継続企業を作ることです。そこで、前年と「同じ」なら時間との勝負は引き分け、前年を「上回った」ら勝ち、「下回った」ら負けとしましょう。前年比といっても、何を比較すればいいのか。売上高や利益額に尽きるんだろうと思いますが、その他にあるかもしれません。経営者なら、アクションプランの実行度にその指標を求める人もいるでしょう。それはそれでいいんだと思います。

私は「師走の総括」を始めた途端、肩がこってきました。この1年間、一生懸命やっていたつもりですが、何か今一歩か二歩足りないんですね。これは私だけでなく、多くの皆様も感じる事ではないでしょうか。何故かなと自問していた時、目に飛び込んで来たのが『無印良品は仕組みが9割』という本です。著者の松井忠三さんは今やカリスマ経営者で、話は聞いていたんですが、本を読むのは初めてでした。読み進むうちに、企業の優劣は「仕組み」で決まり、それをどう作るかが重要だと分かりました。本には、良品計画が勝ち続けているノウハウが詰まっています。

会社を成長させ、時間との競争に勝つためには「仕組み」が必要で、成長しないときは「仕組み」の悪さ、「仕組み」の無さを嘆くべきだと思いました。ややもすれば原因を人に求め、「誰々がもう少し成長してくれれば」などと思いがちですが、そうではなく徹底的に仕組みに求める事だと気付かされました。

「仕組み」は、1人では作れません。松井さんは、「全員経営は仕組み作り」とまで言っています。師走にかけて1年の総括をされる皆様、是非原因を「仕組み」に求め、新しい年は更なる良い「仕組み」を目指す年にしませんか。

仕組み

混沌とした時代にあって、確実な未来の一つに人間の寿命があります。

「ライフ・シフト」を書いたロンドンビジネススクールのリンダ・グラットン教授によれば、日本人は、2007年生まれ以降の人は107歳まで、2012年生まれ以降の人は109歳まで、50%の人が生きるのだそうです。我々団塊の世代では、85歳くらいまで、50%の人が生きるのではないのでしょうか。

グラットン教授は3年で寿命は1年延びるといっていますから、おおよそ自分の世代の平均寿命は予測できます。今、働き盛りの皆様は95歳～100歳まで50%が生きる世代ということになります。

さて、この長寿社会は、社会の仕組みを劇的に変化させます。

- (1) 定年という概念が変わります。
- (2) 会社と従業員という1:1の関係も変化します。
- (3) 年金での生活は不可能になります。そもそも年金支給額は年毎に下がり続け、加えて支給開始年齢は年毎に上がり続けます。

そして、働き方が決定的に変化します。働く定義も変わるでしょうが、80～90歳まで仕事をすることも含めて、社会参加をしなければなりません。例えば、

- ① 年功序列的な仕組みは無くなります。
- ② 終身雇用は終わります。
- ③ 会社を変えるだけでなく、職種も変わる事が必要になってきます。
- ④ 個人個人の得意技が必要になってきます。
- ⑤ 働く時間と働く場所もまちまちになります。
- ⑥ その他数多な変化が待ち受けています。

このような大変化に直面すれば、誰も不安が頭をよぎります。まして、会社経営にとっては未知の世界ですから、余計そうです。しかし、大変化は全員(全社)平等に来る訳です。もしかしたら、大チャンスがそこに眠っているかもしれません。

「人の半歩先を行く」＝「チャレンジ」精神しか、乗り越える方法はないのだと思います。

チャレンジ・長寿社会

「2」という数は、謂れの多い数ですね。右手と左手、太陽と月(陰陽)、男と女、夫婦、錠前(鍵と鍵穴)、紅白、白黒、○か×か、勝負(かちまけ)、プラスマイナス、これら全てが「2」という数です。貸借対照表(借方と貸方)、損益計算書も「2」ですね。

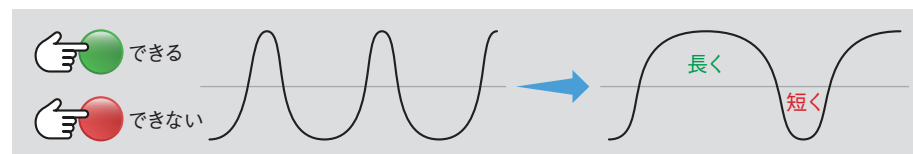
私達は日常生活においても、食事をするかしないか、映画に行くか行かないか、運動するかしないか、仕事をするかしないか、勉強するかしないか…と、おおよそ「2」者択一の行動をしています。

話は変わりますが、私の友人であり尊敬する先輩でもあるIさんは60歳から空手を始めて5段に昇段し、かつ開脚すれば180度に脚が開き、おへそが床につきます。私が「凄いですね」と驚嘆していると、「大したことはありません。必ずできるんだ、できるんだと思いつけてやっていたら、できただけです」「多くの人は『できるかな』というボタンと、『できないかな』というボタンを両方押ししたり(アクセルとブレーキを同時に踏むようなもの)、交互に押ししたりするから、結局できないのではないですか」と言われたんです。

Iさんは、目標を定めると、できるというボタンしか押さないんだそうです。「仕事も何もかも、できるという片方のボタンしか自分には無いんだ」と言っているんです。「できるというボタンを押したら、直ぐにできるものなんて、何もありません。でも、いずれはできる」と断言していました。できるボタンの効用は、できるための工夫・問題解決の糸口の発見・ひらめき・実行力・共感力、これらのものを総動員しなければならなくなることにあるんだと思います。

それにしても、この様な人を人生の達人というのでしょうか。しかし、我々凡人には、こうはいきません。ボタンは相変わらず2つあり、交互だったり、同時に押ししてしまいそうです。

さて、どうするかです。できるボタンを長く押し訓練をして、人生の達人の域に近づくというのはどうでしょうか。何事も訓練です。初めはできないボタンの時間が長くても、いずれは逆転し、できるボタンの時間が長くなります。人生は一回きりです。肯定的で、楽観的な人生の一助になることは請け合います。



片方のボタン

我々の日常は、習慣化しています。朝起きて、夜寝床に就くまで、おおよそ毎日同じ様に行動しています。仕事もその中に組み込まれていますから、自ずと習慣化しています。

人は、単純な仕事から複雑な仕事まで習慣化しながら、困難を克服し、スキルを上げ、生産性を向上させ、ベテランになり、プロとなっていきます。人は、習慣化することでエネルギー消費は少なくなり、継続することが可能になります。人は、学びから入ります。この学びを習慣化しながら、深化させるのが、プロになるということだと思います。

さて、習慣化ですが、弱点があります。柔軟さに欠けるという欠点です。習慣にはない仕事は、面倒になってきます。従来のやり方を変えることを嫌がります。マンネリ化します。マンネリ化は、進歩の障害です。しかし、日常の仕事は、習慣化が何より大切です。規則を生んでくれます。落ち着きを与えてくれます。集中力を増し、ミスを少なくしてくれます。

我々の日常は、日々変化しています。昨日の正解が今日は不正解ということが起きます。技術が陳腐化します。より良い技術が生まれたりします。何より時代は人の気持ちを変化させます。これに柔軟に対応するためには、習慣化を壊してやる必要があります。

非習慣を取り入れるんです。例えば、部下をつける、ポストを変える、仕事を変える、仕事の幅を変える、転勤させる、目標を変える等々です。経営者(上司)の仕事は、習慣化で効率を上げ、それを壊すことで柔軟さを維持させ、「習慣化の罠」に陥らせないことです。

自分もできていないから難しいのは分かっているんです。でも、変化は自分に関係なくやってきますから。

習慣化

ノルマという言葉には、どうも後ろ向きな印象が強く、例えば「過酷なノルマ」とか「ノルマがあるからヒィヒィ言ってますよ」のような使われ方をします。

「ノルマ」の語源はロシア語で、計画経済下の旧ソ連で、各自に割り当てられた仕事量を意味しました。日本で最初に使ったのは、第二次世界大戦後のシベリア抑留者のようです。シベリアでは、過酷な労働量＝ノルマで、多くの人が命を落としました。その体験と相まって、「ノルマ」を良い意味で使うことが少ないのでしょう。

でも、だからこそノルマは特別な意味のある言葉だと思っているんです。ノルマには、絶対に達成しなければならないものという、強い意味が込められています。

他人に課すノルマは問題になるかもしれませんが、自分に課すノルマは、必達の気持ちと呼び起こしますし、できなかったときの気持ち悪さは嫌でたまりません。

私は、幾つか自分にノルマを課しています。そして、気付いたのです。ノルマのとてつもない効用に。

ノルマを達成していると、自分に自信が付いてきます。多少のことでは、へこたれません。難しい仕事にチャレンジするときには、自分自身にノルマを課して、身体をいじめ、鍛え続けることです。仕事の達成度が格段に上がります。

少し前の話で名前等は忘れてしまったのですが、若手ベンチャー経営者が日本で成功を納めた後、シリコンバレーに渡り、アメリカで起業しました。しかし、どうしても上手くいかないで、毎日筋トレをするというノルマを課して、それに励んでいると、事業が上手くいくようになったというんです。成功の理由を講演会で質問された時に、「毎日の筋トレです」と答えていたことが、とても印象深く、記憶に残っています。

人は、生きていく上で多くのストレスを受けています。だから、自分からノルマを課して、ストレスを掛けるんです。そうすると、他のストレスが小さくなって、消えていく気がするんです。若い時は、特にそうです。人間関係で悩むことも多くあるでしょう。そんなときは、自分の身体をいじめ、鍛えようと、悩みなど大したことではないと思えてくるから不思議です。

ノルマを自分に課す。

目的達成への近道かもしれません。

ノルマを課す

【とがりとつなぎ】

一人精鋭の「とがり」と、オール OAG の
「つなぎ」を大切にする。



かつて、会社で働く社員たちには、ムラや家族のような共同体意識がありました。娯楽に掛ける時間やお金も無いため、会社が社員旅行や運動会を提供して、みんなが一緒に楽しむという場もありました。また、上司や先輩が親身になって相談に乗ってあげることは、私の若い頃には当たり前でした。

ところが、今の社員には自分で旅行に行ったり余暇を楽しむ余裕があります。また、後輩の世話を熱心に焼くような熱い人間は、「ウザイ」「クドイ」と言われるようになってしまいました。

仕事とプライベートを分ける欧米型の考えが徐々に浸透し、いつしか会社は仕事だけをする場で、それ以外にお互いのコミュニケーションを取ることが少なくなっています。加えてITの進化が、声を掛ければ聞こえるような近くの席にいる人にさえも、メールで連絡を取り合うような現象を生んでいます。

時代に即したコミュニケーションツールとして、メールは必要なものです。しかし、画面上の意思疎通ばかりしていると、面と向かって人と話すというコミュニケーション能力がどうしても低下してしまいます。交渉をするときには、「人」がキーワードになります。直接会って話し、信頼関係を築いて、商談などが成立するのです。コミュニケーション能力が欠けていると、仕事は獲得できません。

コミュニケーションを取らないのでできる仕事は、単なる「作業」と同じです。作業なら、代わりはたくさんいます。誰でもいいなら、安く使える方を選んでしまうでしょう。

今、大企業では、会社を元気にするために社員同士がコミュニケーションを取り、共同体意識を持つことを見直し始めています。社員寮を新設したり、社員同士が直接触れ合える場を作る動きも出てきました。もちろん、それが会社の業績アップに即結びつくものではありません。会計と同じで、コミュニケーション能力を高めることに、会社の業績向上のための手段の一つなのです。

長い歴史の中で、私たち人間は常に新しい価値を生み出してきました。それは、さまざまな人が共生し、話し合い、論じ合い、模索した結果なのです。

ダイヤモンドは、原石のままではただの石ころに過ぎませんが、カット面を多く作るほど、輝きを増します。それと同じように、さまざまな社員が触れ合い、磨き合うことにより、企業というダイヤモンドもどんどん輝いていくのです。

社員のコミュニケーション能力を高め、 輝く会社に

多くの経営者に共通の話題といえば、自社の人材のリソース(資源)でしょう。何故なら、すべての企業には「見える課題」と、それを解決するには「人が必要」なのだという極めてありふれた理由があるからです。特に、成長意欲の高い企業であればあるほど、人材難は当然の課題になってきます。

経営者なら、誰しも精鋭を育てたい、ないしは早く一人前にして、戦力化したいと熱望します。けれども、なかなかそうはいきません。企業の競争力の源泉は「人材力」に尽きますし、人材力を増すことが競争力の強化につながると分かっているにもかかわらず、簡単には手を付けられないというのが中小企業の悩みでしょうか。

何しろ、お金が掛かります。その上、強化する方法もいろいろあって、何が正しいのかよく分からないという事情もあります。そこで、お金も掛からないし、誰にでもできそうなのが「一人精鋭」です。

優れた者だけを揃える少数精鋭主義は、中小企業にとっては極めて贅沢なことです。そもそも、優れた者なんて、一人もいないかもしれないんです。しかし、戦いには勝たなければなりません。また、並の人で戦って勝ってこそ、作戦勝ちといえるのです。

因みに、普通の人でも少数に絞ると、精鋭化し始めるという「新少数精鋭主義」なるものがあります。少数にすることが精鋭を生むという理屈です。

例えば、大人数の会議だと、頭が休んでいる出席者はかなりの人数にのぼるのではないのでしょうか。プレゼンテーションでも、主担はそれこそ頭のアンテナを針ねずみの様に立てて緊張しますが、副担だとそうでもないでしょう。そんな経験は、ありませんか。

人は、責任を負うことが緊張を生み、それが成長を促します。人は責任のフロント(最前線)にいてこそ成長するんです。そこでいち早く成長を促す仕組み、それが「一人精鋭」です。2人一組のペア体制は、1人をコピー取りにしかねません。

責任の大きい小さいはともかく、責任を持たせること、自分で考える癖をつけること、頼るべきは自分だけだと教えること、それらをまとめると「一人精鋭」になるんだと思います。「一人精鋭」には、リスクが付きまといます。最初は効率が落ちるかもしれません。失敗も許容しなければなりません。

放任と混同しないで下さい。ウォッチすることは大切です。フォローも必要です。とにかく「一人精鋭」は成長を促します。全てが良い訳ではありませんが、人材育成の要諦のような気がします。

一人精鋭

前回、ひとりで責任のある仕事に就くことによって、成長するスピードが上がるを書きました。それが「一人精鋭」です。精鋭になった人が心がけること、それは「隣を助ける」です。人は、とにかく自分の仕事を限定するものです。自分の仕事であればやる、そうでなければやらない。当然のことでしょう。

自分の仕事をきちっとこなす。これで十分なのかもしれません。しかし、自分の仕事をきちっと決めようとすればする程、やっかいな問題に突き当たります。人は自分の仕事を狭く解釈しがちで、隣が見えなくなるからです。

自分と隣の人との間には、誰の仕事でも無い仕事、帰属のはっきりしない行方不明の仕事が生まれます。そうすると、会社全体の仕事量と、全従業員が決めた自分達の仕事量の合計が合わなくなります。下図のような感じですね。

会社全体の仕事量 > 従業員が自分の仕事として自ら決めた仕事量

この不等式は、どの会社でも起こり得ることです。でも、不等であるからといって、寝込む程のことではありません。しかし、不等が大きくなると問題が起きて来ます。ポロポロとミスが出始めます。誰の仕事でも無いけれど会社の仕事なのに、やる人がいないからです。そこで「隣を助ける」です。自分の決めた(決められた)仕事に隣接する仕事にも目配りをする。頼まれた仕事自分の仕事では無いとしても、できる事があるなら助けてあげる。できそうな人がいるなら、その人を教えてあげる。

チョットしたアドバイスで仕事が片付くことは、大いにあります。それは、チョットした親切かもしれません。出し惜しみしない精神かもしれません。「隣を助ける」は前述の不等式の左右の差を大いに縮めてくれるでしょう。「隣を助ける」人には、支援が集まります。「隣を助ける」人には、新しい仕事が舞い込みます。「隣を助ける」人の多い会社は、社風が良くなります。

「隣を助ける」ことの最大の受益者は、自分です。何故なら、その人が最も成長するからです。

隣を助ける

私達は誰でも、仕事をして、お客様から対価を頂いています。直接的にお客様と接し対価を頂いているか、間接的業務で間接的に対価を頂いているかのどちらかです。直接的であれ、間接的であれ、お客様から対価を得ている以上、これをプロと定義すべきであると思っています。おのずと、会社はプロ集団であると言う事になります。

さて、社員が全員プロだとして、社員にその自覚があるのか、経営者にその認識があるのかが、問題です。しかし、私が言いたいのは経営者の方です。社員をプロとして信じる事が、一番大事な事なのです。社員(経営者も含めた全社員)の能力は千差万別です。その能力を一律に、測る事を意味しません。その根底にある人格をプロとして、信じる事です。プロとして任されて、気分を害する人はいないはずです。

経営はそれを以てスタートすべきだと、特に強く思う様になりました。もちろん社員の中にはプロとしての自覚の無い人も多く居ます。そこは、プロであると言い続ける事です。

- 第一にプロはプライドを大事にします。
- 第二にプロは責任感が強いです。
- 第三にプロはチームプレーの大事さも知っています。

経営者の仕事は、社員にプロとしての自覚を促し、持続的発展と安定を達成し続ける事です。どうしたらこの様な事が成し遂げられるのか、ふと目に留まったのが天下の「北野武(ビートたけし)」のさりげない言葉でした。どのようにしてプロを使い、成果を上げるのか。天下の北野武の監督術が大いに参考になります。

「俺は怒鳴ったり命令することはしないんです。」
 「俺はこうしたいのだけど、どう思う？」

この方法で「世界のキタノ」と言われた作品を生み出しました。映画製作と会社の仕事は違うけど、基本は同じです。人をどう活かすか。それに尽きると言う事でしょう。北野監督は「どう思う？」と問い掛ける事でスタッフのアイデアと献身を引き出しているんです。

プロとして信じる

知人のAさんから、「太田さん、『受援力』って知っていますか?」と問い掛けられて、当然、「『支援力』なら分かるけど、『受援力』は分からないよ。それは、何ですか?」と問い返した次第です。

一般的には、「受援」とは災害に遭ったときに、ボランティアをどのように受け入れ、どのように活動してもらうかを計画するところから生まれた言葉のようです。Aさんは受援という意味をもっと広い範囲で積極的な意味に解釈していて、支援の裏側には受援という概念があり、支援と受援が調和してこそ豊かな社会になるのだと言いたいのだと理解しました。

経営者は、弱気より強気が好きです。負けより勝ちにこだわります。受援より支援となりがちです。むしろ受援など無縁の世界で、独立独歩、差別化、自立、自力等々の言葉が大好きです。これらの気概や行動が経営者のバックボーンを形成し、経営にとって無くてはならないことは事実です。しかし、よく考えてみると、私が何かを支援したり、さりげなく親切心を出したりするときに、その意思決定は相手(受援者)側の態度や気力によって左右されていることは確かです。これって「受援力」ではないのか。受援力の差が、支援の有る無しを決定しているのではないかと気付きました。

仕事はチームワークでなされます。チームであるならば、自分の仕事を達成するためには周りからの支援は欠かせません。周りに積極的に支援させる為には、受援力が必要なんだと思う次第です。「他人を当てにしろ」と言っているわけではありません。自分に厳しく、前向きに仕事をしない人に、誰も支援はしてくれません。その上で受援力を磨く事が必要なんだと言いたいのです。

どうしたら受援力を磨けるのか。様々あるのだと思います。志を立てると受援につながる場合もあるでしょう。黙々と頑張る姿が受援力になるかもしれません。このように受援力は人によって異なり、千差万別の磨き方があるのだと思います。

ひるがえって会社経営には、一にも二にも売上と利益の追求が優先されます。しかし会社の永続的な発展を望むなら、利益の追求という定量目標の他に、定性目標として、企業の受援力を磨くことも必要なのではないかと思います。言い換えれば、定量目標の達成には定性目標の下支えがあるという気がするんです。支援と受援で豊かな社会が出来るようにです。

受援力

【スピード】

お客様の「潜在ニーズ」を発見し、
スピード感をもって成長を支援する。



「経営はスピードだ」といわれますが、スピードには2つの要素があると思います。1つは、「収益を上げるスピード」です。大部分の経費(コスト)は、時間の経過に比例して増大するため、それを上回るスピードで収益を上げることが要求されます。何もしなくても発生する経費(=固定費)の中で最大たるもの、それは人件費でしょう。すぐにレイオフなど考えられない日本の経営環境の中では、正社員を採用することは損益分岐点の下方硬直性を高め、売り上げ変動に対する企業の抵抗力を弱めます。バブル崩壊後、多くの企業が契約社員や派遣従業員を急速に導入したのも、固定費化した人件費の削減が目的でした。いずれにしても、固定費の増大速度よりも早く売り上げを増大させない限り、企業は存続できません。

もう一つのスピードは、「情報をキャッチし、実行に移すスピード」です。インターネットが世界中に普及し、把握しきれないほどの情報が瞬時に世界を駆け巡っています。例えば、地球の裏側でやり取りされている情報の中に、自社の利益に直結する有用な情報があるかもしれません。その逆に、すぐ隣の会社で、自社に不利な情報が交わされている可能性もあります。「超情報化社会」の中で、会社にとって真に必要な情報をいかに速くピックアップするかが極めて重要なのです。

しかし、情報をキャッチしただけでは、何も利益を生みません。情報に基づいて決断し、実行に移すことが最も重要なことです。決断と実行までのスピードの速さが、企業の成長を大きく左右し、浮き沈みを決めます。

「良い情報」だと信じて突き進み、失敗することもあるでしょう。その時、「失敗は成功の母」と考え、プラスに転化できるか、「あつものに懲りて、なますを吹く」ようになるかで、企業の成長力は180度違ってきます。失敗を怖れて行動しない、あるいは失敗をいつまでも悔やんでいるようでは、有益な情報が目の前にあっても、次第に見えなくなります。情報に対する感度を磨くためには、失敗を恐れずチャレンジするという、勇気と行動力が必要なのです。自分の決断に自信がなければ、信頼できるパートナーに聞いてもいいでしょう。パートナーが「GO」と言えば、迷わず突進するべきです。

時代の変化=時流を、いかに早くつかみ、上昇気流に乗ることができるか。そこにわれわれのビジネスの成否はかかっているのです。

「経営はスピード」の 前提は情報感度

「お役に立つ」という言葉があります。どのような商売であろうと、あるいは商売以外のものであろうと、人は「お役に立つ」ために生まれて来たんだと、ものの本には書いてあります。しかし、日々の生活に追われている身としては、「お役に立つ」どころか、足を引っ張っているのではないかと思うこともしばしばです。

商売をする上では、「お役に立つ」ことのみがお客様満足を得られる唯一の方法です。これがなくては会社の存在基盤そのものが失われてしまうことは、誰にでも分かることです。

会社を成長させたい、より良くしたいと考えるのなら、どうしたらいいのでしょうか。換言すれば、どうしたらお役に立つことができるのでしょうか。そんなことを日々悩んでいたところ、友人がヒントをくれました。

ある会社の会議の冒頭で、その社長が話を始めた時、出席していた10名前後の全員が、それぞれ一言一句を聴きもらすことなく聴いていたというのです。その光景を目の当たりにした友人は、「この会社の凄さを見た気がした」と話してくれました。そして、この会社はこれからも成長すると実感したそうです。

何が凄いのか。それは、全員が「聴き耳を立てていた」ことです。

「聴き耳を立てる」ことは誰にでもできそうですが、しかし考えれば考える程、聴き耳は難しい事に気が付きます。

相手に対して聴き耳を立てると、

- ①信頼を勝ち取れます
 - ②真意を理解できます
 - ③知恵がわいてきます
 - ④思慮深くなります
 - ⑤コミュニケーション能力が向上します
- (聴いてもらっているだけで、相手は嬉んでくれます)

そこで改めて、企業の存立基盤が「お役立ち」にあるとしたら、お客様の声に聴き耳を立てなければならないということになります。これは、お客様に対してだけではなく、部下や上司、同僚に対しても聴き耳を立てる必要があるんです。何故なら、仕事はチームワークで成立するものですし、1人でできる仕事には限界があります。企業は1人ひとりが如何に聴き耳を立てているかによって決まるともいえそうです。

できそうでできない「聴き耳」。皆さまはできていますか。そして、立てさせていますか。

聴き耳を立てよう

情報がタダで手に入る代表として、グーグル検索があります。「ググる」というのは、言わずと知れた、インターネット検索によって何かの答えを出すことの造語です。

ところで、朝活といわれる出社前の勉強会や、ビジネスアワーに行われる有料の講習会・研修会も、それこそ無数にあります。たいがいの経営者は、一つか二つの定期的な勉強会に参加していると思うんです。どうして、「ググれば」答えは手に入るのに、わざわざ有料の勉強会に参加するのでしょうか。

そこで、私が何のために勉強会に参加しているのか、自問自答してみました。

- ①時代の流れを知りたい。
- ②新しい知識やアイデアを知りたい。
- ③新進気鋭の企業のビジネスモデルを知りたい。
- ④起業家のサクセスストーリーに感動したい。
- ⑤人脈の広がりを期待したい。

等々が答えとして出てきました。

しかし、①～④は「ググって」もできそうです。何故高いお金と時間を遣って参加するのか、良く分かりません。それでも、私の勉強会への参加は、確実に効果があると判断できます。そこから私なりに導き出した一つの結論は、「ググる」と「参加」には大きな違いがあり、それは感動の大きさの差にあるということです。

人間のセンサーは、感動しないことには反応が鈍く、「ググって得た情報」にはなかなか感動しません。感動しないと、行動もしません。

一方、直接人の話を聞いて感動すれば、まず記憶の底に残り続けます。記憶の底に残っている数々のものが、ときには、一つのアイデアとして出てくるし問題解決に役立ちます。

私は単純な人間で、成長したかったら「感動すれば良い」「憧れを持てば良い」と思っています。感動したときには、何ともいえない幸福感があります。「凄いなー」と思えることに会おうと、エネルギーが生まれる気がします。

人は動く事でしか感動に出会えません。大いに行動し、果実をもぎ取りましょう。

感動 = 行動

「ロッキー」は、シルヴェスター・スタローン主演の映画です。制作されたのは1976年、昭和51年です。太平洋戦争の敗戦から31年、今から47年前の事です。スタローンが脚本を書き、映画会社に持ち込み、主役を演じました。映画は大ヒット、スタローンは一気に大スターへと駆け上ります。映画の内容は、この広報誌の読者なら概ね分かっていると思うので書きません。サクセスストーリーそのものです。

振り返って、当時の日本国・我が国も、映画の主人公ロッキー・バルボアの様に世界に向かって驀進中でありました。トヨタ、ホンダ、日産、ソニー、松下、三洋電機等の人々は世界を相手に仕事をしてきた感があったでしょうね。日本全体が高揚感に包まれている状況であったのです。個人もイケイケ・ガツガツで、一生懸命仕事をすれば、ポストも給与も上がっていきました。皆と同じ様にしていれば良かったのです。そこでは余り難しい事を考えずに、与えられた仕事を一生懸命やる事で、何とかあったのです。

しかし、現在は違います。世の中が大きく変化しました。インターネット、グローバル、自動運転、AI、ロボット、個人情報、プライバシー、情報格差等々、一生懸命のほかに何か求められる。指示された事をやるだけでなく、何が最適かを考えて実行する力が求められています。

一方で、変わらないものがあります。「お客様への貢献」です。「お客様への役立ち」です。世の中がどの様に変わろうか、個人の働き方がどの様に変わろうか、お客様を満足させて、売上を獲得しなければ、企業は継続できません。平たく言えば、倒産してしまうのです。

さて、話は再び「ロッキー」に戻ります。私は少し朝ジョギングをしています。わずか2～3キロメートルを月10～15回走るのです。その時に「ロッキー」のテーマが頭の中を流れます。すると不思議に元気が出るんです。ロッキー・バルボアになった様な錯覚が起きるのです。「よーし、やるぞ」の感覚は足取りを軽くするし、今日の元気に繋がっていきます。

誠に単純な話ですが、皆様は思い出すと元気になれる何かを持っていますか。へこんだ気持ちを立て直す何かを持っていますか。世の中は複雑に進歩した由に、へこむ材料には事欠きません。そこで皆様、映画「ロッキー」を観てください。へこんだ時の特効薬になりますよ。

「ロッキー」を知っていますか？

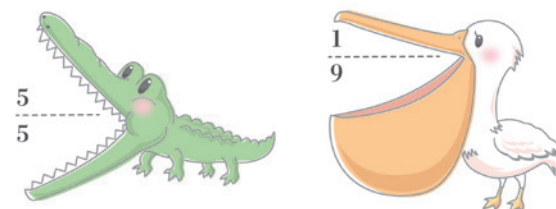
コロナは5類に移行し、季節性インフルエンザと同類のものとなりましたが、3年の長きに渡るコロナ禍は、人の行動を変えました。まずは、人と人との会話の量が圧倒的に減りました。顔と顔を合わせても、マスク越しだと親近感もわいてきません。3年も同じフロアで仕事をしていて、外で会ったら同じ会社の仲間だと分からない。こんな事で良いチームが作れる訳がありません。通り一遍の仕事になってしまいます。そこで、コミュニケーション復活のためのセレモニーが必要です。それは会社が企画した懇親会です。そして、社内ではマスクなしの執務です。

企業の盛衰は、「お客様への貢献」という価値の提供に尽きます。それはコミュニケーションの活発な会社のみが出来る事です。一方、ITの進歩は凄まじく、国の優劣に直接影響を与えます。新興7ヶ国と言われるE7(中国、インド、ロシア、ブラジル、インドネシア、メキシコ、トルコ)はロシアを除けば大成長中です。E7のGDPは2030年に先進7ヶ国・G7(米国、日本、ドイツ、英国、フランス、イタリア、カナダ)を抜いてしまうと言われていました。これもITの力でしょう。特に中国、インドの人口大国にとって、ITは既存のインフラが弱い事が強みになって、著しい進歩を遂げています。新興7ヶ国が先進7ヶ国を抜いてしまうんです。

世の中は大激動期です。企業も大激動です。少し前から、企業競争の厳しさを表現する方法として、「ワニの口」という言い方をしました。上の口に行かないと企業は淘汰される事を意味します。しかし今や企業競争は、「ペリカンの口」になってしまったのではないか。上の口は「1」しかなく、下の口が「9」もある図です。

皆さん、奮起しましょう。ペリカンの上の口になるために。「ワニの口」だと「まあ何とかかなるかな」と思えますが、「ペリカンの口」は禪(ふんどし)を締めてかかると上の口には行けません。

皆さん、奮起しましょう。



ワニの口からペリカンの口へ

【自立・誠実】

自立した行動と誠実な心で、
ステークホルダーとの信頼を築く。

「熟練工」「熟練の技」など、「熟練」という言葉は、普通良い意味で使います。仕事を遂行する上で、熟練は確かに必要なことです。しかし、それは諸刃の剣になることにも留意するべきでしょう。

会社の日常業務は、新入社員でもない限り、あまり考えずにこなせるはずで、毎日決まって行うルーチンワークがあり、その延長線上でほとんどの問題は解決できてしまうものです。

ルーチンワーク化は、会社の生産性を引き上げるためには必要不可欠です。そして、ルーチンワークのスピードが他の人よりも速いことを、往々にして熟練と呼んでいます。

ところが、ルーチンワークに慣れてしまうと、思考能力が衰える危険性があります。キーボードのプランインドタッチは脳をほとんど使っていないという、脳科学の研究成果と似ているでしょう。ルーチンワークに追われることで充実した仕事をしていると錯覚し、仕事への想像力を失っている人も少なくありません。

では「考える」とは、どういうことでしょうか。それは「思う」ことや「悩む」こととは違います。思ったり悩んだりするだけでは、何も変わりません。考えるとは、実行可能なプランを頭の中で試行錯誤し、練り上げていくことなのです。

しかも、成否は実行してみなければ分かりませんから、恐怖とも背中合わせです。会社の発展を望むなら、このハードな行為に挑戦する強い意志が必要なのです。

考える状況に自分を駆り立てるためのポイントは、3つあります。まず、危機感を持つこと。業界や会社の将来像を明確に想定し、それに対して今何をすべきか、プランを立ててみましょう。

2つめは、強い願望を持つこと。理想、夢、野望、個人的欲望などが混在していてもいいのです。ハングリー精神は、成長へのパネになります。

そして3つめは、同志を募ること。一人の頭では、限界があります。「三人寄れば文殊の知恵」の例えどおり、目標を同じくする仲間が集まれば、新しいアイデアが生まれやすく、責任感やモチベーションも高まり、創造性豊かな組織になっていくのです。

真剣に考えていると、少しの変化や相違にも敏感になり、さまざまな情報や知識を吸収することができます。その結果、見識が高まり、多面的な思考もできるようになります。人からはとても魅力的に映り、人材や情報など、目に見えない貴重な財産も集まってきます。考えることの効用は、思いのほか大きいのです。

会社のことを考えていますか？

会社が存続する条件とは何でしょうか。会社経営者は何を目指すのでしょうか。まずは損益分岐点を突破し、黒字にすること。黒字にならないければ、どこかで倒産することになってしまいます。図で書くと、【1】のようになります。売上規模や会社の大きさはさておいて、全ての会社が黒字経営を目指して、日夜の努力を重ねているということです。

さて、人はどうしたら幸せになれるのでしょうか。幸せには物心両面が必要ではありますが、ある程度のお金さえあれば、後は心の問題が大半であることは論をまちません。

ところで、人も会社と同じように、生まれた時は「借り」からスタートします。図の【2】でいえば「a」点です。徐々に成長するにつれ、世の中に貢献できるようになります。そしていずれ自立することができたとしたら、そこが人生における損益分岐点(わたしはこれを『自立点』と呼んでいます)に到達します。まず第1歩は、『自立点』に到達することです。次は、黒字を増やすこと。これが「幸せ」になるコツだろうと思います。

人は「借り」からスタートします。生きている限りいろんな人々(過去の人々も含む=世間)から借り続けなければ生きていけません。そして世の中の役に立つようになり、少しずつ「貸し」が増えていきます。やがて物心両面で自立したとき、プラスマイナス0の地点=『自立点』に到達したことになります。

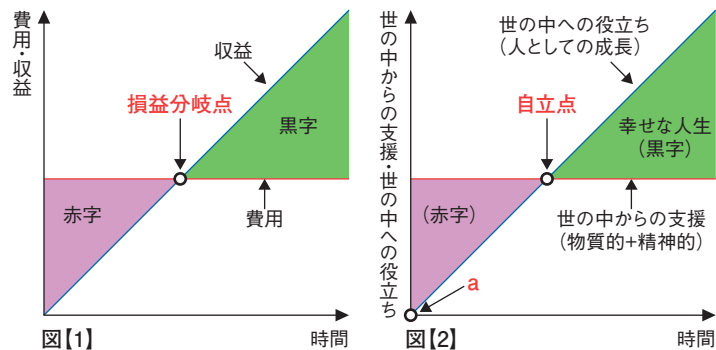
さあ、これからが本当の勝負です。いかに「貸し」を増やすか。これが人生の目的のような気がします。全て、お金で測ってはいけません。穏やかに暮らす、他人に親切にする、全て「貸し」だと思います。会社経営者は雇用を創造すること、黒字で税金を納めることも「貸し」になりそうです。

考えれば考えるほど「貸し」はいっぱい種類もありそうです。子供を一人前に育てることも、感謝することも「貸し」になる気がします。このように人は「借り」もいっぱい作りますが、「貸し」もまたいっぱい作れるのです。そして「貸し-借り=幸せな人生」という定義が成立します。

このように考えると、社員一人ひとりが「貸し」を多く作るための仕組み作りや教育が、経営者の仕事ということになります。何故なら、「幸せな人生」の人の生産性は間違いなく高く、強い企業に欠かせない人材だからです。

お金だけで強い企業は作れません。では具体的にどうするかという答えは、私にはありません。それぞれが考えるほかないということです。そしてこれからの会社は、お金プラス「何か」を提供しなくては強い会社にならないと思っています。

自立点を突破しよう、させよう



仕事をする上で「腹おち」すること、させることは、大事なことだと思います。しかし、これが結構難しい。

そもそも「腹おち」ってあるのかと思うほど、人は「腹おち」しないものです。私たちは、人は他人の意見はほとんど聞かないということを、体験から知っています。また、「腹おち」した仕事は、良い結果に繋がることも知っています。

さて、自分の仕事が決まったとします。その仕事を「言われた」からやるのか、「腹おち」してからやるのかでは、成果に山ほどの差がつきます。

しかし、「腹おち」は心の内面の問題ですから、他者からは分かりにくいところがあります。また、そもそも自分の意思で取り組んだものは、「腹おち」の必要のないものです。自分で発案したり、心から納得したりすることで、「腹おち」は済んでいるからです。自発的な仕事の成果が高いのは、そのためです。

そう考えると、マネジメントの要諦は、すべての仕事の仲間に「腹おち」させることだといえます。しかし、仕事の大半はルーティンとして決まっていたり、割り当てられたりするものです。そこで、「腹おち」させるためのコミュニケーションが必要になります。

アメリカで開発された「コーチング」というマネジメント手法もその一つです。コーチャーはひたすら聞くことで、相手に自ら結論を出させて「腹おち」させています。

しかしながら、マネジメントの要諦が「腹おち」だとしても、毎日忙殺されるほど忙しい仕事の中であって、とても手が回りません。見切り発車で、出発させてしまいます。これもまた、むべなるかな、と思います。

「腹おち」は合意形成して、全員で決めることとは違います。仕事を成功させるために必要な覚悟の様なものです。

「腹おち」してやった人は、仕事が失敗したとしても、言い訳はしません。責任の転嫁もしません。失敗を活かします。このような人を多く生み出すこと。これこそトップマネジメントの仕事だと思います。

腹おち

夏休みも終わり、天高く、馬肥ゆる秋がやって来ました。自然界は実りの季節を迎え、動植物はエネルギーを貯蔵しはじめています。

さて人間界はどうなってますでしょうか。実りの秋の実感はしていますか?経済が弱いなら、人は余りそうですが、どこもかしこも『人が足りません』と嘆いています。

何故なのでしょう。少子化の影響で働く人が少なくなっている現実がありますね。それと人の流動性が少ないという、我が国の労働市場があります。しかし、これらの問題は、社会・政治の問題で、我々には、どうする事も出来ません。

あえて正論を言うと、経営者は、与えられた環境の中で、発展の芽を探し、隙間を探し、人を配置し、モチベーションを上げ、とにかく会社を成長させて、利益を上げる事です。「そんな事分かっているよ」「それが出来ないから、困っているのではないか」とお叱りを受けそうです。

しかし、それが使命なんですね。どんなに苦しくても弱音を吐かない事です。苦しかったら、歩みを遅くするとか、方向を変えるとか、気分転換するとか、方法はいくらでもあります。いくらでも方法は有るんだと思う事が「コツ」かもしれません。

経営は長い時間が必要ですし、長い時間がかかります。短期的ではありませんし、肩肘はって、如何にも頑張ってると言うのは疲れます。

ヨーロッパのアルプス地方の格言に「ゆっくり歩く者は長く歩く、長く歩く者は遠くまで歩く」があります。とても好きな言葉です。天才経営者ならいざ知らず、普通の経営者はコツコツと進むしか方法はありません。

但し、頭の奥底に、胸の奥底に、我々の使命を置いておくべきです。その使命が、いざれ花咲くと思っているんです。使命は大きいとか、小さいとかの問題ではなく、自分にとっての使命です。そしてコツコツ歩く自分を肯定してあげる事です。そしてそんな時の一杯の酒、一杯のコーヒー、家族との食事は明日への活力だと思つづく思いますね。

さあ、「馬肥ゆる秋」です。自然界のお相伴にあずかりましょう。

馬肥ゆる秋

会社経営は上手く行かない事が多くありますね。何を以て上手く行っているのか、行っていないのか、判断そのものが難しい事でもあります。しかし、上手く行っていない事が端的に現れるのが、人事上のゴタゴタです。人が辞める事で、問題の大きさに気付くんです。人が辞める事で問題に気付き、慌てて対応策なり、解決策を考える事になります。人が辞めないと問題に気付かない事自体が問題だと思いますが、現実はそのような所です。

さて、会社の強さは問題が起きてからの解決に現れるのではないかと思っています。問題は起きます。要はその解決です。教科書的に言えば、

「落ち着いて原因究明し、果断に解決する。」

ですが、実際にはとても難しい。何故なら人が絡むので、失敗する事もあるし、組織にひびが入る事もあります。

そこで最も大事な事は、この問題が誰の責任かという事です。一番の責任者は組織のトップです。トップが自分の責任(自責)であると自覚するかどうかです。自責であると自覚したトップは、まず自分の反省からします。自分の失敗は何なのか。その上で根本から解決するには、どうすべきかを考えます。これを自責的解決と言います。私が問題解決にこそ、会社の強さが現れると思う所以です。何故なら強い会社は問題(ピンチ)をチャンスに変えています。

他方、「彼が悪い」で終わってしまう解決を他責的解決と言います。いわゆる責任転嫁です。この他責的解決の何と多い事か。この事が会社を弱体化させる原因になるんです。問題発生には何らかのペナルティが付きます。これが嫌なんです。だから他責にするんです。人として、問題を自分の責任にするのは本能的に嫌だし、ペナルティも嫌いです。分からないわけではありません。しかし他責では本人は成長しません。会社も弱体化します。

強い会社とは、「トップに始まり、自責的解決の出来る人が多くいる会社」という事になりますね。

自責と他責

【幸せ】

一人ひとりが輝く場をつくり、
メンバーと家族の健康・幸せを実現する。



家を建てる時のチェックポイントは幾つかありますが、その中でも重要なことの一つに“風通し”を良くすることがあります。風の通らない家はカビが生えたり、ジメジメしたり、家の土台が腐ったりと、良いことはありません。皆さんも風通しの悪い家や締め切った部屋に入った経験がきっとあるでしょうから、想像がつくと思います。

企業の風通しにも、家の風通しと全く同じことが起こりそうです。企業の風通しとは、具体的には何でしょうか。

- ①誰でも自由闊達にもの言える
- ②意見を聞いてくれる人がいる
- ③悩みを聞いてくれる人がいる
- ④自分を認めてくれる人がいる
- ⑤目標が共有できている
- ⑥尊敬する先輩や同僚がいる

その他にもいっぱい有りそうな気がします。風通しの良い会社というのは、何となく活発だし、明るいし、元気が有ります。

家の風通しを良くするには窓を開けたり換気扇をつけたりしますが、会社の風通しはどうすれば良くなるのでしょうか。なかなか難しい話ではありますが、前記の例を逆にして考えてみましょう。

- ①意見を封じる人がいる
- ②意見を無視する
- ③悩みに気付かない
- ④他人を認めない
- ⑤目標を信じない
- ⑥他人の良いところを見ようとしない

これらをやらなければ、風通しが良くなるのだと思います。しかも、これらは全て心の持ちようによって変えられます。だとすれば、全てが解決可能な筈です。何故なら“自分”がそうすれば良いだけなのですから。

「言葉で言うのは簡単だけど、そうはいかないよ」 そんな意見も分かる気がします。でも、企業が腐ってしまうことを考えれば、待ったなしです。

話は変わりますが、今いろいろな企業で「部活」が流行っていると聞きました。これも風通しを良くする手段なのかなと思います。部活では上下や部門間の壁が無くなりますから。

風通しを良くするには、さまざまな工夫がありそうです。部下に風通しを良くする方法を尋ねてみてください。彼らは全て知っています、その解決策を。

風通し

人の体についてあれこれと考えていたら、ふと「胸を膨らませる」が頭の中に浮かんで来ました。「係長は係員の胸を膨らませ」、課長は「課員の～」、部長は「部員の～」、社長は「社員の胸を膨らませる」のが仕事でしょう。そして仕事とは、お客様の期待を超えて、「お客様の胸を膨らませる」ことにあるんでしょう。

結局、元気な会社を創るということは、様々な人々の「胸を膨らませる」ことに尽きるのではないかと。しかし、これが難しい。「簡単にできるなら、苦労はないよ」といわれそうです。

ところで、私は10月に母校で高校生を相手(1,000人程度)に講演をしなければなりません。半年前に頼まれて、承諾していたんですが、期日が近づくにつれて胸が痛くなり始めました。2か月ほど前、教頭先生から「テーマを決めて下さい」と言われ、結局、さんざん迷った末に「夢を持つことから始めよう(突然窓が開く事がある)」にしました。

9月に入り、何をしゃべるか具体的に考え始めると、自分の高校時代が思い出され、その時の自分が「夢の話」を聞かされて楽しかったか、素直に聞く気になったかと考えると、胸が膨らむどころか、胸がしぼんできてしまいました。

そもそも「高校生の胸を膨らませるなんて、大それた事ができるの?」と自問してみても、答は「???」。しかし、できるできないは別にして、大人が彼らに話をするにすれば、こんな話しかできないなという結論に達しました。開き直った感じです。胸を膨らませることが、如何に難しいか。高校生の講演を引き受けた事で実感しています。

しかし、一方では強いリーダーの待望論が根強くあります。何故でしょうか。もしかしたら、自分で胸を膨らませられない人々の、「自分の胸を膨らませて!」という気持ちの裏返しではないでしょうか。

人は誰でも、自分の胸を膨らませたがっていると思うんです。それなら「火を付ければ」燃えるということです。火を付けることこそが経営者の仕事と割り切って、張り切る以外に方法が無いと思います。マッチ1本で火が付く人もいれば、それこそバーナーで1時間燃やしても火が付かないような、さまざまなスタッフがいると思います。願わくば、「マッチ1本で」と思うのは、欲張り過ぎでしょうか。

いずれにしても、凄いリーダーは、この火付けが凄いななどと感心するばかりです。周りを見渡して、そんな人がいたら真似する事から始めませんか。

胸を膨らませる

「2」という数字はごくごくありふれた数字ですが、よく考えてみると不思議な、ある意味では象徴的な数字だと思うんです。例えば、夫婦も2人だし、人の体も手は2本、足も2本、目も2つ、耳も2つです。その2つが補い合うことで求められている機能をより良く果たしているのだと考えれば、夫婦が2人なのも、極めて象徴的ではありませんか？

福沢諭吉翁は「一身にして二生を経るがごとく」と言っています。66年の生涯のうち、前半生は江戸時代という封建制の中、後半生は明治時代というまったく新しい世の中でした。まさに違う文明とっていいほど異なる2つの時代を生きられたのですから、やりがいに満ちた生涯であったことは想像に難くありません。

また、何かを決断するときにも、多くの選択肢があっても結局は「やる」か「やらない」かの2本の道に集約されます。人生の岐路もまた、二股なんです。とある会合で、「人生を豊かにする為には、皿回しの皿を2つ回す必要がある」と聞きました。1つの皿は「仕事」という皿で、これをうまく回さなければ何も始まりません。

仕事をする事は、自分の人生を作るだけでなく、社会貢献そのものだと思っています。仕事をする事によって世の中は豊かになり、便利になり、社会の共通経費である税金を払う事ができます。従って、働く為にリスクを取る＝起業することは、とてつもなく意義深く、中小企業の支援業としてのOAGグループの存在理由もそこにあると思っている所以です。

しかし「仕事」の皿が上手く回せたからといって、それだけでは豊かな人生にはなりません。もう一つの皿を回す必要があるんだということです。本当にその通りなんだと思います。とても説得力のある言葉でした。その方は2つ目の皿を「文化・芸術」と言っていました。私流に解釈して2つ目の皿に載せるべきものを定義してみました。①「打ち込める事」で、②「社会に役立つ事」。

どうでしょうか。こうするとかなり広がりますし、自分の年齢によって変わっても良いことになります。いや、むしろ年齢や時代と共に変わるべきかとも思います。例えば若かりし頃の「子育て」も、①②を満足させられますね。一生懸命打ち込めるし、子供は社会の宝ですから。しかし、いずれ「子育て」は卒業します。そのときには次の皿を探し、回さなければなりません。①②を満たす自分に合ったもう一つの皿…。私に見つかるでしょうか。そして上手く回せるでしょうか。そんな自問自答をしているところです。

皆様は、もう一つの皿をお持ちですか？

2(2月にちなんで)

福田会(ふくでんかい)という児童養護施設などを運営している社会福祉法人があります。施設の中に地域交流を目的とした「さくらホール」があって、そこでバイオリンとピアノのミニコンサートを実施した時のことです。バイオリンは須山暢大さん、ピアノは谷合千文さんという、共に東京芸大出身の将来を囑望される若い演奏家です。

1時間ほどのコンサートが終わると、日本人の聴衆は控えめな拍手で、演奏に感謝と賛辞を示しました。慎み深い日本人らしい光景だったんですが、その時ある男性が手が痛くなるほどの大きな拍手と「ブラボー」「ブラボー」、そして「アンコール」とエールを送ったのです。聴衆が50名しかいない小さなコンサート会場は、それをきっかけに拍手が一段と大きくなり、私も追い掛けるように「ブラボー」「アンコール」「ブラボー」「アンコール」と繰り返していました。しばらくすると須山さんと谷合さんがアンコールに応えるために登場し、須山さんはゆっくりとマイクを取り上げて、「とても嬉しいです」と言葉少なに語ったのです。その真摯な姿が、心のこもった演奏と相まって私達の胸を打ちました。

人は何に喜びを見出すのか。人は何があればモチベーションを高めるのか。答えが、そこにありました。「拍手」と「ブラボー」そして「アンコール」です。須山さんも谷合さんもプロの演奏家です。さくらホールには、仕事をしに来ました。しかし、「拍手」と「ブラボー」と「アンコール」は、2人をいたく感激させたのです。そして、その感激を目の当たりにした我々にも感動を呼び起こさせました。人は誰でも賞賛されたいし、認められたいものです。賞賛を送った結果、送った人の心にも感動の波が広がっていくことがとても新鮮でした。

人を賞賛するには、その人の行動をよく見ておく必要があります。そして良い行動であれば拍手(良かったよ)、ブラボー(素晴らしい)、アンコール(同じようにまたやって)とエールを送ること。それは正に会社経営そのもので、経営者の仕事であり、上司の仕事であり、仲間の仕事でしょう。まさに全員の仕事なんだと思います。

いい会社とは、他者に関心を持ち、声を掛け合う組織ではないでしょうか。人は認められたいし、褒められたいし、関心を持ってもらいたい。それらを実感できれば元気でいられるし、社員が元気でいられれば、会社は必ず発展します。発展すれば、気分は最高です。その仕組みを「拍手」と「ブラボー」と「アンコール」で作れると思うんです。

拍手、ブラボー、アンコール

この間、1時間半ほどある人の話を聞いていたら、後日えらく感謝されました。私にすれば、聞いていただけなんです。何かアクションをした訳ではないんですが、そのように感謝された事で、改めて「聞く力」とは何なんだろうと考えた次第です。

そういえば、阿川佐和子さんの『聞く力』という本が、昨年ベストセラーになりました。きっと、聞く事の大切さに多くの人が気付いた結果なのでしょう。

では、聞く事は何を生むのでしょうか？

- ①相手を認める事→モチベーションが上がる……>
- ②面と向かっている→モチベーションが上がる……>
- ③相手の要望が分かる→問題解決の糸口が分かる……>
- ④しゃべっている人に責任が生まれる→実行力が上がる……>
- ⑤しゃべっている人の責任感が分かる→適材適所の配置が分かる……>
- ⑥聞いていると冷静になれる→問題解決に近づく……>
- ⑦しゃべっている人の能力が分かる→適材適所の配置が分かる……>
- ⑧情報が集まる→戦略・戦術が上手くなる……>
- ⑨聞いてくれる人は好かれる→人が集まるし成功の確率が高くなる……>
- ⑩聞いてあげると人は成長する→人材が厚くなる……>

しゃべるのが専門の人=政治家や士業、学校の先生、医師等、いわゆる“先生稼業”の人の中から、なかなか大物が生まれないのは、この聞く力が弱いからなのかなと納得したりします。

経営者にとっては、「聞く力」は特に重要です。上述の「……>」の先には、「企業の成長」とか「企業の存続」とかのフレーズが入るからです。

経営者の仕事は、企業の存続です。そのためには、部下からの信認と情報の収集は欠かせません。それを実現する大事なツールが、「聞く力」なんだと思います。

「経営者」というと、我儘者が多くて、聞く耳を持っていなさそうですが、決してそんなことはありません。一見すると、そのように映るのは、発信力(しゃべる力)が強過ぎて、相対的に「聞く力」が弱く見えるからに過ぎないんです。

しかし、人は得てして「高ころび」をします。この「高ころび」の原因を見ると、「聞く力」が弱くなった事が大きな割合を占めている気がします。聞く事ができなくなるのは、「傲慢」の最も分かりやすい兆候でしょう。

でも、実際に「聞く事」を実践してみると、エネルギーを必要としますね。とても疲れる仕事です。疲れしない方法は、自分一人でやろうとしないこと、聞く仕組みを作ることですかね。

何となくなんですが、「聞く力」の強い会社は人も辞めませんし、長持ちする気がするんです。

聞く力

夢・目標・自己実現 5年計画

| 目標 | 2024年 | 2025年 | 2026年 | 2027年 | 2028年 |
|----|-------|-------|-------|-------|-------|
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |

OAG Members' Book

メンバーズブック

発行 : OAG グループ
〒102-0076 東京都千代田区五番町6番地2
2023年12月8日 第1刷・非売品

広報誌(コラム) : 太田 孝昭(OAGグループ代表)

企画 : マーケティング・コミュニケーション室

デザイン・制作・印刷・製本 : 株式会社野毛印刷社



to **40th**