

THANKS

(VOL. 160)

BUSINESS NEWS LETTER

発行日：平成22年10月1日
発行者：有限会社サクスマインドコンサルティング
連絡先：〒359-1118
埼玉県所沢市けやき台 1-41-11
TEL:04-2922-1417
E-MAIL：info@thanksmind.co.jp
<http://www.thanksmind.co.jp>

特集

「ことわざから学ぶ仕事における心構え (その6)」

本誌では今、「ことわざから学ぶ仕事における心構え」を特集しています。
私自身の経験や、コンサルティングを通して見たことを踏まえて、「こんなことが大事では…」と思われることをまとめたものです。
「カルタ風」に、「あ行」から進めています。
今回は、「ち」のことわざから続けます。

ち：「近くて見えぬはまつげ (ちかくてみえぬはまつげ)」

<意味>

自分のまつげは、近すぎて見えない。
本当に身近なことは案外気づかないというたとえ。
また、他人のことはよく気づくが、自分のことは気づかないということ。

良く耳にする「灯台下暗し」ということわざも同じ意味です。
私もコンサルタントとして、結構、耳が痛いところがあります。
他の人がやっていることについては、客観的に「こうした方が良い」と指導するものの、自分については???
そう思うことも少なくありません。
進歩のためには、まずは自分自身を客観的に見つめることです。
「あいつは裸の王様」なんて言われたら最悪です。
しかし、実際は、身近なことほど「まつげ」のように見えにくいもの。
それでは、一体、どうしたら良いのでしょうか？
私は以下のように考えています。

①道具を使ってみる

鏡を見れば、自分のまつげを見ることができます。
仕事についても、同じこと。
何か、「道具」を使えば、普段、見えないものも見ることができます。
例えば、プレゼンテーションの時に、自分の声を録音したり・・・
「こんなはずでは…」
自分の声を聞くことは本当に「恥ずかしい」ことですよ。
苦痛以外の何物でもありません。
しかし、ガマンして聞いていると、いろいろと「気づく」ことがあります。
「こんな癖があったのか!」「こんなに早口になっていたのか!」
私自身、何度も、そのようなことがありました。

②他の人に教えてもらう

まつげは、自分自身では見えなくても、他の人からは、よく見えます。
「お前のまつげは、ちょっとおかしいぞ！」
そんなことを言ってもらえれば、おかしいことに気づくことができます。
よく、「率直に批判してくれる親友をつくれ！」と言われますが、まさにその通り。
ストレス時代の中で、やさしく癒してくれる友人や、一緒にバカ騒ぎできる友人も大事でしょう。
しかし、自己成長という意味では、言い難いことをハッキリ言ってくれる友人が一番の宝です。

とは言いつつ、そういう親友を持っている人なんて、それ程多くはいないでしょう。
そういう人はどうしたら良いのでしょうか？
まずは、周囲の人に「何か気づいたことがあったら、是非知らせてください」とお願いしておくことで
す。
敢えて欠点を指摘してくれる人は少ないですよ。
「お前に、そんなことを言われる筋合いは無い」って言われたら嫌ですから。
「あいつのまつげは、ちょっと変だけど、まあ、そのうち本人が気づくだろう。俺には関係ないこと
だし…」
ほとんどの人はそのように思うのです。
だからこそ、「お願い」しておくことが必要なのです。

私も研修で、よくアンケートを書いてもらいます。
何も言わずに書いてもらうと、ほとんどの人は「よく理解できた」等、「良いこと」しか書きません。
しかし、「気づいたことは、何でも良いから書いてください。 マイナス面を書いてくれた方が、私と
しては嬉しいです」と前置きをして書いてもらうと、結構、いろいろ出てきますよ。
「休憩時間をもっととって欲しい…」
「言葉づかいで分からないものもあった…」
まさに、自分自身では気づかないことばかりです。
正直言って、そういうアンケートを読むと、気持ち的には、少し「へこみ」ます。
そりゃあ、誰だって「勉強になりました。 ありがとうございます」というものの方が、気分が良い
です。
しかし、自分自身のまつげを見るには、時には、敢えて「へこむ」状況を作ることも大切なのです。

③自分を見つめる機会をつくる

皆さんは、日記をつけていますか？
私は、学生時代から、何度もトライして、その度に挫折してきました。
最長記録は、2週間くらいだったと思います。
私自身、「日記を書くことは性に合っていない」と思っていました。
ところが、数年前から始めたものは、今でもずっと続いているのです。
きっかけは、中小企業診断士の勉強会。
大先輩の診断士の方が、「五年日記によって、自分自身が大きく成長した」という話をされました。
「五年日記？ 何それ？」
その話を聞いた時の私の感想です。
皆さんは「五年日記」ってご存知ですか？
通常、市販の日記帳は「1年もの」ですよ。
今年の日記帳だったら、2010年1月1日から始まって、2010年12月31日までが期間です。
しかし、「五年日記」は、1冊の期間が五年間なのです。

つまり、今年の元旦がスタートの五年日記であれば、終了する日は、2014年の12月31日です。具体的には、「2010年1月1日」「2011年1月1日」「……」と、ひとつのページに記入欄が5段あるのです。

「単に、五年分書けるだけじゃない」と言う無かれ。
書いてみると、通常の「一年日記」とは、全く違うのです。
最大の違いは、日記を書くときに、前の年に書いたことを読み返すことができること。
同じページの上の段には、前の年に書いたことが残っていますので、当然、目に入ってきます。
「3年前の今ごろは、自分はこんなことを考えていたのか…」
「今だったら、きっと、こんなことをするだろうな…」
まさに、自分自身のことを客観的に見つめる機会になるのです。

それから良いのは、5年分で1ページですので、1年分を書くスペースがとても小さいこと。
ちょっと書けば、すぐに空欄が埋まってしまうので、「たくさん書かないと…」というプレッシャーから開放されます。
また、別に、毎日無理して書く必要もありません。
書きたい時に書くだけでOKなのです。

正直言って、私も最初は「どうせ続かないだろうな…」と思っていました。
しかし、適当に続けていたら、だんだん習慣になってきました。
そして、今では、自分自身を振り返るためのとても良いツールになっています。

つ：「角を矯めて牛を殺す（つのをためてうしをころす）」

<意味>

曲がっている牛の角をまっすぐに矯正しようとして肝心の牛を殺してしまう。
少しばかりの欠点を直そうとして、かえってそのもの自体を駄目にしてしまうたとえ。
些細な末端のことにこだわって根本を損なう愚かさを言う。

今年のプロ野球は大混戦。
セリーグは、まだ優勝チームが決まっていません。
と書いたものの、私は、ここ数年、日本のプロ野球には、トンと興味が無くなり、目はメジャーリーグに向いています。
イチロー、松井、福留、松坂、黒田・・・
今年も大勢の日本選手がプレーをしました。
「メジャーリーグは雲の上」というのは、今や昔の話です。

ところで、皆さんは、今のように日本人選手がメジャーリーグに行けるようになった立役者は誰だと思えますか？
野茂選手？ イチロー選手？
いやいや、私は、近鉄やオリックスで監督を歴任した仰木彬氏だと思っています。
「どうして？」
意外に思われる方が多いでしょう。
実は、仰木氏は、野茂選手とイチロー選手の共通の恩師なのです。
もし、仰木氏がいなかったら、きっと、野茂も、イチローも無く、メジャーリーグは今でも「遠い世界」だったと思われそうです。

それでは、仰木氏の何がすごかったのか？
それは、選手ひとりひとりの個性を尊重し、それを徹底的に伸ばしたことです。
野茂選手の「トルネード投法」も、イチロー選手の「振り子打法」も普通じゃないです。
常識的には、まさに矯正対象。
事実、野茂選手も、イチロー選手も、当初はコーチからフォームの矯正を求められていたようです。

しかし、仰木氏の見方は違っていた。
人それぞれ体格や体力が違うように、理想のフォームも違うはず。
本人が一番「合っている」と思ったことをやらせればOK。
このように考え、コーチの矯正指導に対して、ストップをかけたそうです。
「今の自分があるのは、仰木さんのおかげです」
数年前に仰木氏が亡くなった時、野茂選手もイチロー選手も、即座にアメリカから駆けつけ、祭壇の前で感謝の気持ちを伝えていました。

「基本」や「セオリー」は、当然大切です。
こうしたことを、ないがしろにして「個性」だけを尊重するのは論外です。
しかしながら、細かなところまでとやかく指導して、皆を金太郎飴のように仕向けることも問題です。
無理に矯正することで、ことわざのように、せっかくの「良い所」が消えてしまうこともよくあるのです。
「彼は、そこそこ何でもできるけれど、「これは最高！」といえるものは無い…」
つまらないですね。
「基本は基本。 個性は個性」
特に、上司として部下を指導する立場の人は、十分に配慮しておくべきことでしょう。

て：「鉄は熱いうちに打て（てつはあついうちにうて）」

<意味>

鉄は真っ赤に焼けているのを叩いて形を整える。
人間も同じで、純真な精神を持っているうちに鍛えておくべきだということ。
また、物事は情熱があるうちに着手すべきだというたとえ。

「展示会」や「セミナー」…
お客様に自社の商品を知ってもらう大事な機会です。
営業担当者がまず考えることは、いかに集客するかでしょう。
確かに、お客様がほとんどいない展示会やセミナーは寂しい限りです。

しかし、本当に重要なのは、実はその後。
参加していただいたお客様を、しっかりフォローすることですが、もはや息切れ。
「ほっと一息」になっているケースが多くみられます。

例えばセミナーは、鉄、すなわちお客様を「熱く」させる道具です。
「なるほど。 ということなのか…」
来場していただいたお客様に対して、いろいろな角度から話をして、問題意識を持っていただくのです。
しかし、せっかく、熱くなった鉄でも、放っておけば、元通り、冷めてしまいます。
一度、冷めてしまったら、それから形を整えようと思っても、もはや手遅れなのです。

「他の仕事が忙しくて、なかなかフォローできなくて…」
営業担当者から良く聞く「いいわけ」です。
こういう人は、物事の優先順位が、分かっていない人。
鉄を熱いうちに打つことは、極めて優先順位が高いことなのです。

私が以前、勤めていたコンサルティング会社でもセミナーを年に数回開催していましたが、セミナーの計画段階から、参加者のフォロースケジュールを細かく決めていました。
セミナー後の1週間は、とにかく、「フォロー訪問」に充当されます。
「参加者の××さんは、いつまでに、誰がフォローするのか…」
皆、セミナー途中の休み時間の時などに、お客様に感想を聞きながら、次回訪問のアポイントをとっていました。

日常業務で多忙なことは理解します。
しかし、それが理由で、参加者をフォローすることができないようなセミナーだったら、やらない方がマシでしょう。
成果が期待できないのは当然だし、鉄を熱くするために講師を勤めてくれた方々にも失礼ですから。

<次回につづく>