勁草塾＃7・・愛語回天②

私が「愛語回天」という言葉に出会ったのは
サラリーマン時代のトヨタ系販売店の半年毎の路線会議
で来賓のトヨタ担当員の祝辞でした。

「愛語」は相手を思ってかける言葉
「回天」は人生が変わる

もう50年ほど前、当時、バブル景気に沸いていた頃。

確かに、クルマが飛ぶように売れていました。

しかし、自動車営業員の定着率が低く、
当時の会社は毎年100人以上の新卒を採るが社員総数が余り変わらない
というブラックな状況でした。

ある方が「営業所が冷えている」と嘆き
「最近、上司が何人も変わったが指導を受けていない営業員がいる」
という状況でした。

当時、トヨタの経営指導に**セールスマン投入度**という指標があり、
市場規模に対するセールスマン数で千台当たり何人と算出していました。

つまり、**ランチェスターの第2法則で人数の二乗で格差**がつくという考え。

しかし、当時、自動車営業は不人気業種の一つだったので
折角、採用した営業員を教育して定着率を挙げることが急務の課題だったのです。

多分、全国的な課題だったのだろうと今では思います。

この背景があって担当員が
「愛語回天」を持ち出し、各自が自分に受けた「愛語」を再点検するように
話されたのです。

他の方の受け止め方は分かりませんが、
大多数は販売激化の流れで厳しく追及されていたので
被害者意識で聞いていた話を
逆転すると「愛語」なのかも知れないと思ったのです。

そんな背景のある「愛語」のエピソードをご紹介します。

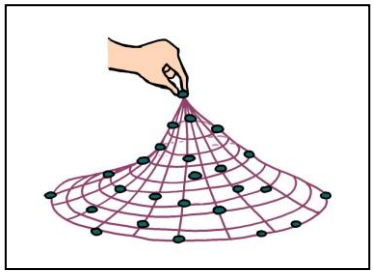
例えば、「**迷ったら、より困難な道を選べ**」という言葉ですが、
トヨタ物流改善のモデル店になった時に
指導に来られた鍔本課長が

所属の国内物流部から、関連の豊田通商に転籍して「トヨタ方式」を商社に根付かせる任務になり、トヨタ自動車を退職する決断した決め手の言葉
とおっしゃったのです。

トヨタ自動車は自工と自販に分かれていたのですが、
メーカーの「トヨタ方式」の浸透で工販合併の大事業を実現し、
そのエッセンスを販売店に「物流改善」という方式で展開し始めた時でした。

ラッキーにも物流改善のモデル店になり、
鍔本先生の直接の講義を受けることが出来て、
新車部流の視点で「トヨタ方式」をシステムを使って実現できました。

ある時、鍔本先生に
「社内で誰も理解してくれない」
と嘆いた時に
「栩野さん、このハンカチのどの辺にいますか？」
と尋ねられて、中心より少し離れた箇所を指し、
「あなたが立ち上がると皆を引き上げることができる」
と教えて下さったのです。



この時の体験が私の人生の基礎になっていると感謝しています。

「**愛語**」: 迷ったら、より困難な道を選べ
「**回天**」: 人生の岐路で決断の根拠

誰しも安易な方へ流され易いですが、
「池の魚」で安住するよりも「川の魚」となってチャレンジする
という生き方を実践して来たと思っています。

【勁草塾のバックログはホームページにあります！】