勁草塾＃１９・・船井流の極意④

船井総研客員経営コンサルタントとして学んだ「船井流」を
「祖術」としてご紹介しています。

今回は「船井流視座」です。

宮内先生は「視座」という言葉をよく使われました。

ネットで調べると
　「視座（しざ）とは、物事を見るときの立場や姿勢のこと」
とあります。

よく「アリの目、トリの目、サカナの目」と言いますが、
　・「アリの目」は眼前のことに視点があり
　・「トリの目」は俯瞰して全体を見る
　・「サカナの目」は流れを見る
というように、
モノの見方が視点によって変わるのです。

私が勤務したトヨタ系販売店では、
トヨタ国内物流部の物流改善プロジェクトのモデル店になり、
私は販売店のリーダーとなって「トヨタ方式」の指導を受けました。

その指導の中でも
単なる物流改善に終わるのではなく
その真髄を学んで全体の改善を図る「大志を持て」と言っていました。

つまり、単なる一員ではなく、真髄を展開する人材になれという意味でした。

しかし、現実を比較すると
トヨタ販売店は儲かっており、トヨタの勢いに乗っている
に対して、
一般の中小企業では「儲け」と「勢い」に欠けるという状況があるのです。

つまり、ビジネスで言えば、
　・今日の１千円か
　・1カ月先の１万円か
という選択肢のようなことでも
中小企業では「視座」が大きな分岐ポイントになります。

要は「待てる」という余裕感が重要です。

「今日、１千円がなければ、飯が食えない」
というような切迫感があれば、
「1カ月後の１万円」
という選択はないのです。

宮内先生は
「今日の食い扶持と明日への蓄え」
とおっしゃっていました。

つまり、少しずつでも蓄積を重ねることが重要なのです。

しかし、現実の繰り返しではマンネリ化するのです。

脱マンネリには「夢」が必要です。

私は‘94年当時、情報関係の子会社に勤務していましたが、
当時、「子会社」独特の厭世感が漂っており、
このままでは、自分も染まってしまうという危機感から
自費で船井総研の客員経営コンサルタント養成学校に通ったのです。

つまり、コンサルタントになる「夢」をもっていたのです。

「夢」すなわち「コンサルタント」への憧れがあって、
毎週、金曜日の夕方から太融寺で学んだのです。

船井総研では
「人間力」（MP）と「商品力」（MD）
の2つの言葉をよく使います。

つまり、「夢」を実現する「術」≒「商品」が必須であり、
その「商品」は時流感から選ぶことがポイントです。

よく、当時はやった「ほか弁」を喩えにして、
儲かるからと言って「ほか弁」の店を出すのでは成功が覚束ない
と言っていました。

「儲かる」と「やりたい」と必ずしも同じではないのです。

「儲かる」という視点も重要ですが、
「やりたい」という本人の動機が伴わないと「折れやすい」のです。

例えば、弊社のお客様でも
セミナーで営業の活性化だけを望む方が多く、短期的な契約が多いのですが、
中には、「肌が合う」というか「縁」の濃さで長期にお付き合いしている方々があり、
後者では、長期的な関係すなわち「AMI」（仲間）の理念が働いて
総合的に発展して頂いています。

その発展の「術」には、
当初の「Faxちらし・3段活用マーケティング」だけでなく、
HPやメールそしてITを含めた弊社の隠れた「術」が威力を発揮する
という総合力が隠れています。

つまり、私の「視座」は
　「心」・・AMI（仲間）
　「観」・・Advanced Management with Information（情報で先進的経営）
　「学」・・営業活性化
　「術」・・Faxちらし・3段活用マーケティング
　「体」・・デザインと発信を実践
という総合化したものになります。

例えば、先の例にあった「ほか弁」でも
フランチャイズの受け身の出店では「心・観・学・術・体」が不完全な場合が多く、
街の変化で「ほか弁」が危うくなるというリスクを考えて
「明日への蓄え」
を続けて来たか否かによって成否が分かれます。

弊社の場合、30年間で
Ｆａｘの時代からＷｅｂそしてITさらにAIへと
変遷を続けています。

つまり、「コツコツ、ジワジワ」を実践して、
少しずつ「明日への蓄え」を積み続けたのです。

「術」の進化について行くことが重要ですが、
それには資金的な余裕が必須です。

弊社は平素の「明日への蓄え」をコツコツ続けることで
小さいコンサル会社ですが、
業界の「視座」の変化に対応できたと思っています。

【勁草塾のバックログはホームページにあります！】