

「知恵の蔵」

Facebook を見ていると「致知」に掲載された
稲盛さんの「知恵の蔵」という記事のコピーがあった。

思い悩むことがあるが、
なかなか、名案が出ないこともしばしばだが、
それでも真面目にして居れば
暗闇の中に「松明」が灯るように光明が見え
それを信じて「努力」すれば運勢が変わる
という風な意味だった。

しかし、「知恵」という泉は経験の積み重ねであり、
知識の積み重ねは「必要」だが「不十分」なのだ。

つまり、あれこれを試す努力が必要。

例えば、うちの仕事で言えば、
「〇〇」は「△△」の技術が必須だと思い込んでいると
「技術」ばかりを追いかけることになる。

しかし、既存の「技術」でカバー出来る物も多い。

少し工夫すると「目的」を達成できることもあり、
「応用力」がポイントになる。

しかし、この「応用力」は、
結局、どれほど経験を積んだかによるので
普段の努力が重要。

「知恵の蔵」という話だが
意外にも思い悩んでいると視野が狭くなって「泥沼」化するが
少し視野や視点・視座を変えると
稲盛さんがいうように「光明」が見えてくる
ということも体験から領ける。

例えば、「文殊の知恵」という言葉があるが
意見の違った人たちと会話する中で「位相差」の中から
ヒントが浮かんでくるが、
そのヒントやアイデアを信じ込んで努力する信念がポイントで
すぐさま開花することは滅多にないのだ。

私の仕事で言えば、いろんな種類のお客様と接して
その体験から生まれる「共通項」をルール化できるか否かであり
私の場合、運よくルール化できて今日に至っている。

しかし、「位相差」という言葉は、
電気の世界では周期的な波の「タイミングの違い」という事だが
ビジネスの世界でも他業界とのズレを認識して
それを「位相差」として取り入れる事で新しい世界を切り拓く
という事に繋がるケースが多々あるのだ。

例えば、「[付加価値の U 字曲線](#)」があるが、
物販だけでは収益を見込めなくなり付加価値の高い分野へ進出
という大きな課題がある。

しかし、付加価値の高い分野は未体験な分野なので
「位相差」として風土の違いを事前に調べる必要。

また、人材に関しても、
若い人の持つ価値観は「位相差」と見るのが前提であり、
それは「女性」を採用する場合も同じなのだ。

例えば、和歌山の文具店の話だが、
ある時、仕入先から「ウェディング用品」の話が舞い込んだが
男性の店長が「二の足を踏んだ」のだが、
思い切って「朝礼」で意見を訊いたら、
あるパート女性が名乗り出てコーナー担当を引き受けたのだ。

どうするのか見守っていたら、

自宅から本物のウェディングドレスやブーケを持参して
コーナーを見事に演出した。

このコーナーがヒットして若い女性が口コミで増えて
ファンシー用品などがドンドン売れて地域一番店になり
和歌山なのに新商品が早く紹介されるようになった
という成功物語があった。

ホンマ、「文殊の知恵」というが、
他人にはいろんな経験が隠れており
それを引き出せれば「宝」になるという事例だった。

一人で悩まずに他人に問いかけて反応を見ることで
「知恵の蔵」が開くことになると思いしたい。