

「塞翁が馬」

「七転八起」という四字熟語があるが、
転んでばかりいると染み付いてしまう事が多い。

小さな失敗は何度も経験しているが
それらは「失敗は成功の基」に繋がっており
ルール化すれば何度も使える。

でも、誰も失敗したくないのは本音である。

「塞翁が馬」という格言があるが、
一見不幸に見える出来事が後に幸運となることもあれば、
その逆もあるという教え
との事である。

つまり、今がうまく行っても先は分からず、
逆に、どん底に陥っても立ち直って栄えることもある
というのが、

「若い時の苦労は買ってでもせよ」
というように「失敗」を恐れずにチャレンジがすることで
将来が切り拓けることになる。

少し視点が違うが、
世界の先端を知る努力で日本のメーカーに貢献している
という事例は沢山ある。

先端を求めて海外を視察したりするが、
例えば、日本のホームセンターはロード型が多いのは
アメリカのウォルマートなどの視察から得た成功パターンだが
それでも多くの企業は失敗に終わっている。

うちのお客様に建機の製造卸があるが
依頼を受けた当初は経理担当者から海外から輸入した機械の数々を見せられ
こんなムダなことをしている
と嘆かれたのを思い出す。

アメリカやドイツなどの展示会に行き、
最新の工法を知り、その工法の機械を輸入していたのだ。

何事も「真似ぶ」という事が大切であり、
自動車メーカーは他社の製品を購入して技術を取得する
ということを繰り返しており、
今なおトヨタですら「真似」ることが出来ない技術が
ポルシェにあるそうだ。

世界一になったトヨタすら「真似ぶ」をしているので
やはり、先端を知る投資が必要だと思う。

先のお客様では倉庫に眠っている「機械」から、
何かを学び、その先端工法を日本の建築土木業界に広めた
という研究開発の隠れたストーリーなのだ。

それでも全てがヒットする訳ではないが
その応用で新しい機械が生まれることがあるので
先端技術に投資することは全くのムダでなく
「塞翁が馬」の格言のように、
その技術を活かすことができて新商品に変わる
というケースもある。

ホンマ、「失敗は成功のもと」というが
チャレンジしないと経験にはならないので
チャンスがあれば挑戦する姿勢が必要だ。

例えば、小売りの場合でも
「流行らない店は流行らない商品が顔を利かしている」
というので
「80：20の法則」で商品の2割を入れ替える努力が
お店の活気になるように、
どんな仕事でも新しいことへのチャレンジがなくなると
陳腐化して行くと覚悟する必要がある。

「赤字脱出戦略手順」とカッコつけるが
故船井先生はシンプルに「圧縮付加」せよとおっしゃり、
商品を山積みしてスペースを空けて新商品を入れる
という基本を教えて下さっている。

つまり、「山積み」しても「売れない」場合は特価台に移したり
「超目玉商品」として売り切ることがポイント。

先生は「換金」して新しい商品の仕入れに回すとおっしゃっていたが
一端は「損」して、新商品で挽回する
というシンプルな構図である。

これこそ「塞翁が馬」で、損切りした商品のスペースに
新商品が登場してお店に活気をもたらししてくれるように
何かを捨てないと新しいことにチャレンジできないということを
噛締めておくことが重要なのだ。