

「現実は想いより深く広い」

私は‘94年に船井総研の客員経営コンサルタント養成学校に学び船井流のコンサルタントと名乗る資格を得た。

しかし、資格を得たからと言って仕事になる訳がなく何かで「一点突破」する必要があるが、経験のある事でもお客様も現実に関験されているのでさらに深い「術」が必要になるという現実が立ち上がったのだ。

船井総研の講師は「一番商品」と言っていたが、私の場合、最終が情報システム会社勤務だったので「情報システム」という大きな括りでは焦点がボヤけなかなか中小企業向けの「一番商品」が見出せなかったという状況だった。

例えば、「情報システム」とすれば中小企業ではパッケージを元にして現実との Fit & Gap をして自社用にカスタマイズするスタイルなので一人では到底できない仕事になるのだ。

「OPC」は、AIなどを活用して、一人で運営する会社（One-Person Company）という意味で使われることが多い新しいビジネス概念と言われているが、独立した経営コンサルタントの基本は OPC なので他人のパワーを必要とするような事は難しいという現実がある。

また、OPC の経営コンサルタントは他に相談する人がいないので「文殊の知恵」を発揮できない上に、往々にして表面上だけを見て「独断と偏見」に満ちた判断をするという危険性が高いのだ。

つまり、「現実は想いより深く広い」というが

「想い」は調査して描いたとしても
「現実」は調査し切れないものがあって
「不文律」のような慣習もあるので
ホントに「深く広い」ということを弁える必要がある。

しかし、自分の「術」を中心にすれば、
「現状」を「変える」という「変革」が可能になるが、
その「術」が誰でも出来ることでなければ
容易に「変革」の結果を引き出すまでに行かないのだ。

故船井先生は著書「百匹目の猿現象」で
海岸べりでイモを洗うという「術」は発見した若いメス猿がいて
その様子を伺っていた若いオス猿が「真似」をして
この「術」が群れに広がるが
最後まで頑固に「保守」する猿もいる
と教えて下さった。

これをイノベータ理論に置き換えると
「術」を発見した若いメス猿はイノベータで僅か2.5%
「真似」をする若いオス猿はアーリーアダプターで13.5%
頑固な保守的な猿はラガードで16%
という分布になる。

つまり、経営コンサルタントが「術」を示しても
イノベータは2.5%に過ぎないので50人いても1人に過ぎない
ので大変厳しい環境で仕事することになり、
成功するキーは「術」で結果を出して、
それを教え込むという事になる。

私の場合、「Fax ちらし3段活用」と「術」化して
商品をちらし化して、それをFax一斉送信する「術」を編み出し
レスポンスがあれば、営業がクロージングして成果を出す
レスポンスが無ければ、コピーを持ってお客様に直接訊く
というシンプルな手法だったが、
最初のうちは、レスポンスが無い時にコピーを持って案内してくれるが
徐々に、それをしなくなるという運命的な構図があるのだ。

「限界効用逓減の法則」という永遠の課題があり
何事も3回も続けば「御」の字というのが現実なのだ。

この「壁」を突破するには「凡事」とすることがポイントで
面倒だが、毎回、反省会をして、ロープレを行なう
という基本を繰り返して「風土」化することになる。

私が30年以上も経営コンサルタントを続けられたのも
一人で反省して次の対策を講じるということを「凡事」として
遣り続けたことで「経験値」= Σ （経験）なので
「経験値」を高めて「信念」となったからだと思っている。

「凡事一流」というが、私が「一流」と問えばそうでもないが、
やり続けた経験値が高いので「Faxちらし」でメシが喰えた
と言っても過言ではないと思っている。

そういう意味で「現実は思いより深く広い」は、
「凡事一流」になるまで「やり続ける」ことで、
お客様より「深く広い」経験を蓄積できていると思っている。