「運・鈍・根」

私は、若い時から「待てない」気性なので
上司の十河専務から「とっちゃん、鈍で行こう」と言われたことがあり
「運・鈍・根」という言葉を知ったのだった。

改めて調べてみると
「運・鈍・根」とは、物事を成功させるために必要な三つの要素で
「運」: 幸運やよい機会に恵まれること
「鈍」: 才気に走らず、あせらず、愚直に粘り強く続けること
「根」: 根気や根性があり、最後まで努力すること
とAIが回答して来た。

確かに、「運」がよい方が得だと分かるが、
故船井先生は「つくように生きる」と「運」を「つき」に置き換えて
幸運な人と付き合って「つき」としてお裾分けを頂くことも大切
と「コツ」を教えて下さいました。

私は経営コンサルタントを目指して、
「船井流」という看板を「つき」の一つとして掲げて今日までやって来たが
平成6年(‘94)に客員経営コンサルタント養成学校で習った仲間は
「船井総研客員経営コンサルタント」
という肩書をうまく利用できなかったようで
結局、殆どがサラリーマンに戻っており、私だけが残った
という結果になった。

私自身は「肩書」を名刺の裏に書き込んだり、
セミナーの冒頭で自己紹介の際にサラリと紹介した程度だったが
それでも、結構な好印象を持って頂けて、
お客様との関係が当初から良いポジションからスタートできた
と思っている。

しかし、「運」に恵まれてもすぐには結果につながらないことも多く
根気よく続けることで少しずつ「視界」が開けて来るということもあって
「鈍」ということが非常に重要なのだ。

つまり、「船井流」という「看板」を掲げて良い印象からスタートできても
お客様との関係を深めて行く努力がないと長続きしないのだ。

私は創業以来31年になっているが、
お客様としては2社と今もお付き合いできている状況だが、
うちに短期の契約を含めて135社の名簿が残っているが、
イノベータ理論では2.5％なので3社が基準となるので
概ね、よくお付き合いが出来ているという状況だ。

もちろん、その他のお客様ともメルマガなどで繋がっているので
時々、仕事になるお客様もいらっしゃるのだ。

そういう意味では「メルマガ」は「鈍」のツールになっている。

よく「売りっ放し」という表現するが、
アフターフォローの視点が欠けると「鈍」が機能せずに
常に「新規」を追い続けることになるのだ。

最後の「根」だが、
これは「最後までやり切る」というスタイルが基本だと思っているが
どんな事でも「うまく進まない」という暗礁に乗り上げることがあり
仮に、お客様がダメだと降りた時でも、最後まで仕上げることが
「Do－How」の蓄積になると確信している。

そして、「Do－How」の蓄積として、
私はIBMに教わった「知識データベース」と名付けたファイリングを続け
それはHPにも引き継いでおり、
今でも「検索」で容易に過去の実績を引き出せているのだ。

例えば、組織で「情報共有」が大切だが、
殆どは「口頭」による伝達なので「記憶」の世界になり時間と共に薄れるのだ。

これを「紙」に残すことから始めて、
「検索」のためにDリングファイルで小見出しを付けて管理するようにして
効果を高めたのだった。

今はHPを使っており、いつでも、どこでも、だれでもが検索できるようになり
さらに効果が高まっている。

「根」は最後までやり切ることが基本だが、
やった事柄を「情報」化してファイリングやHPなどに残す方式も
重要な「後始末」だと思っている。

たかが「運・鈍・根」という言葉だが、
実践レベルでは個々のスタイルがあって良い訳で
そのオリジナルなスタイルを貫徹しながら、
「時流適応力相応一番」という故船井先生の教えに沿って
少しずつ変化して行くことが大切と考えている。