

経営支援ニュースレター

※※御社の経営に役立つ情報を、毎月わかりやすくまとめてお伝えします※※

＜今月の主な内容＞

- Give&Give&の話
- 勢いをつけていこう！
- 人の器、社長の器とは？リーダーの条件とは？
- ブロークンウィンドウズ理論

付録： **保存版** 平成17年 今年のココが変わる一覽

Tokyo
Metropolitan
Consulting
Group

東京メトロポリタン税理士法人

TMコンサルティング(株)／(株)クイック經理

代表／税理士 北岡 修一

Give & Giveは、最高のマーケティング・コンセプト！

皆様、こんにちは。

今年も既に1ヶ月も過ぎてしまいましたね。早いものです。でも、言い方を変えれば、あと11ヶ月もある...

年齢を経るごとに時間の過ぎるのは早く感じるようになるそうです。今年の目標を再度確認して、着実に実行していきましょう！（すでに忘れてないですよ？笑）

■ Give & Give

この“Give & Give” 以前にも紹介した、私の所属する異業種交流会「二木会」(にもくかい)のポリシーとしてしている言葉です。Give&Takeの間違いではなく、Give&Give！ 普通ビジネスは、Give&Takeの関係です。Give&Takeでなければ、バランスが取れません。どちらか一方が得するビジネスは、長続きしません。当たり前ですね。二木会は異業種交流会だからGive&Give ということもあります。どこかの会社のビジネスとしてやっているわけではありません。二木会は、会員が皆で作っていく自主運営の会です。会員が自分のできることを、進んでやっていく。データベースの仕事をしている会社の方は、名簿を管理する、ITの会社は、ホームページや通信などを担当する、そして私は、会計を担当する、というような感じです。異業種交流会というと、皆、そこに行けば人脈が増えてビジネスにつながる、と考えて入

ってきます。でも、そんなに単純なものではないですね。簡単に仕事は増えません。異業種交流会の最も大きな目的は、人間関係を作る、ことではないでしょうか？それができなければ、先に進むことはないと思います。そのために、Give&Giveなんですね。会の運営だけでなく、自分の知っていること、皆の役に立つこと、これを与えて与えて、はじめて信頼関係ができていく、ということだと思います。

二木会のことを書きましたが、何もこの会の宣伝をしているわけではありません。**このGive & Giveというのが、実際のビジネスでもすぐ使える**、いや、実際実績を上げているマーケティングや営業手法には、この思想が必ず入っている、と思ったからです。

こちらの商品売るのに、買ってくれ、買ってくればかりでは絶対に売れないですよ。 **事前に何かを必ず与えているはず**です。それは決して“もの”だけとは限りません。たとえば、不動産会社であれば、情報や相談といったサービスを与えています。お客様が本当に欲しいと思える豊富な物件の情報、お客様の立場に立った親身の相談、そういうものをこれでもか、これでもかとGive&Giveしていけば、たとえその中にいい物件がなかったとしても、やはりその方にお世話になろうと思うのではないのでしょうか。また、感

動を与える、期待を与えるなんていうのもあるかもしれませんが。あの商品を買ったらすばらしいだろうなあ、という期待を与えることができたとしたら、多少値段が高かったって買ってくれます。商品を買ってくれる、ビジネスが成立する、その過程の中では、必ずこのGive&Giveがあるはずです。

御社あるいは御社の業界ではどうですか？どんなGive&Giveをしていますか？是非、時間を取って考えて、書き出してみてください。

当社であれば、そうですね、このニュースレターなんかもそうですね。情報をどんどんGive&Giveすることが、我々には重要なことだと思っています。

ところで、なぜGive&Giveすると商売につながっていくのでしょうか？それは、人間の心理によるものだと思います。というのは、**人間は一方的に与えられてばかりいると、心のバランスがくずれてくるのです。**

何かを返してバランスを保たないと、気持ちが悪くなるものです。これは決して悪い意味ではありません。たとえば映画などでもの凄く感動を与えられたりすると、バランスを戻すために、誰かにそのことを話さないといられなくなります。これがロコミの発生する原理です。ロコミはバランスを取るための、自然現象ということです。だから、御社の製品をロコミで広めたければ、Give & Giveをどんどんしていく、感動を与えていく、ということが大事なわけです。

御社のGive&Give、やり過ぎる位やってみたら凄いことになるかも...？

(二木会に興味ある方、連絡ください。ただし、1業種1社なので、入れないことも多いです。念のため。)

■勢いをつけていく！

今年、私が意識しているのは、「勢いをつけていく」ってこと。勢いをつけてやると、仕事は速く、質の高い

ものができる、良い運がついてくる、と思っています。これは、斉藤ひとりさんの本にもありました。

「運勢とは、読んで字のごとく運に勢いがあること。勢いがあると運勢はどんどん良くなっていく。」というよ

うなことが書いてありました。たとえば、大きな目標を達成したい場合、まずはそのための中間目標を数段階に分けて作る。1つ目の中間目標を達成したら、間髪を入れず次の目標に向かって走っていく、そしてまた、次の中間目標を達成したら……、というように、やっていくと勢いがつき、運勢がどんどん良くなっていく、ということです。中間目標を達成したら、ご褒美にちょっとひと休み、なんてやっていると、勢いにつかないよ、いつまでたっても次にいけないよ、っていうことです。ご褒美はご褒美で多少はいいのですが、休みがずいぶん長くなってしまふケースが多いですね。あと、中間目標を立てないケース。大きな目標には中間目標がないと、やっていけません。モチベーションがなかなか続きません。中間目標という杭があって、そこにロープを結びつけ、ロープづたいに登ってそこまでたどり着く、そしてまた次の杭にロープを結び、そこまで登っていく、というようなイメージでやると、目標達成は格段に達成率が高くなる。何しろ杭にロープがつながっていますから、そこ以外にたどりつく訳がありませんね。現実的には、その杭にロープを結びつけたままにするってというのが、難しいのかも知れませんが、...そのために目標は紙に書き携帯する、というのが大事なのでしょう。

ちょっと話がズレたかも知れませんが、とにかく気持ち的に、行動的にも勢いをつけていく、「**返す刀でバサッと!**」という気持ちで行動していくと、どんどん乗ってきますよ。そうすと運も良くなっていくこと間違いなし！

■メルマガが生んだ本

私は、「実践！社長の財務」という週刊メールマガ

ジン(メルマガ)を出しています。お読みいただいているかたも多いと思いますが、メルマガではよく相互紹介というのをやります。同じような読者層を持つメルマガ同志が、相互の読者に誌上で紹介し合うのを、相互紹介といっています。そのメルマガ仲間の野知律子さんが本を出しました。彼女が書いているメルマガは、「小さな会社の転がし方」というメルマガ。自ら小さな会社を経営しており、そのノウハウをメルマガにまとめて配信しています。それを本にしたのが下記の本です。



のち式「経営」クリニック

著者:野知律子

出版社:明日香出版社

価格: 1,365 円(税込み)

初版: 2004/9/30

表紙もずい分地味だし、実は上記の相互紹介するまでは、知らなかったもので、買ったはいいいけど、読まずにしばらく置いてありました。この本、たまたま正月に読んだら、結構いいんですね。最近よくあるギトギトした本ではなく、飾り気なくサラッと書いてありますが、すごく強い意志を感じます。小さい会社の経営者にはお奨めです。私が良かったと思ったところをいくつか、紹介してみたいと思います。

■人の器、社長の器とは？

よく、あの人は器が大きいとか言いますが、その器が大きいというのは、どういうことなのでしょう？

包容力があるとか、考えていることが壮大であるとか、かなと思います。この本で1つの答えを言ってくれています。それは、「**人の器とは、責任の取れる範囲である。**」ということ。どれだけ、自分で責任を取れるか、その範囲が広ければ広いほど、人間

の器が大きい、ということになります。確かに何百人もいるような会社の社長になると、どこで何が起きているか、わかったものではありません。会社にはいろいろな人がいますから、好き嫌いも含め、すべての人を社長は許容していかないといけません。何かがあったら、すべては自分の責任として、責任を取ることができるのかどうか。器が小さい人は、その立場に立っただけで押しつぶされてしまうかも知れませんね。

人の器＝責任の取れる範囲、と書いていろいろな会社を見てみると、なるほどな、と思います。やはり、大きくなった会社の社長は肝が座っていますね。こちらがあのか社員はどうか、なんて思う人も許容していませんね。やはり器が大きい人とは、そういう人言うのです。自分はどこまで、責任を取れるのか、人を許容できるのか、それを考えておくことは、今後自分の会社をどのようにしていくか、考えるのに役に立つと思います。

■リーダーの条件とは？

リーダー(社長だけとは限りません)の条件とは、何ででしょうか？様々なものがあると思いますが、のち式で第1条件にあげているのは、次の条件です。

「この人についていったら何か良いことがありそうだ。少なくとも悪いことが起きる確率は少なそうだ。」と思わせる何かを持っていること。どうでしょうか？御社の社員は、皆そう思っていますか？といっても、正直良くわからないですよ。でも、少なくとも次のように考えている方は、その条件を持っていると思います。**「自分と縁あって出会った人を、決して不幸にはしない。」** どうでしょうか？ こう思っていれば、まずは第一条件突破です。

そして、リーダー(特に社長)として最も大事な条件。先ほどともダブりますが、「**問題が起こったときは、すべては自分の問題、自分の責任として対処すること。**」小さなケアレスミスから、会社の存続を問われる大きな問題まで、すべては自分の問題として考えること、これがリーダーの条件ということです。会社の代表印を持っているということは、会社の運命を握っているということであり、会社の運命を握っているということは、業務上の全責任を取るということ、なのです。

どこかの大企業のように、事が起こると「知らなかった。担当者が自己の判断で勝手にやった。」などと言っている社長は、本当に見苦しいですね。小さい会社(本当は大きい会社も)は、それでは、絶対いけないですね。すべての問題に対して、責任を取る、自分が矢面に立つ、と覚悟しておけば、実際はそれの方が楽だと思いますよ。そういう覚悟がない時に、いきなり大きな問題が起こると、逃げられないから非常につらいものです。**小さい問題で訓練しておく、いつでもトラブルに前向きな気持ちになっておく、ということが、却って私は楽に経営できると、思っています。**

■ブローケン・ウインドウズ理論

ブローケン・ウインドウズ理論というのを、知っていますか？割れた窓ガラスを放置しておく、そこを通り過ぎる人間は、その地域が人の目が及ばない場所だと思い、軽犯罪を呼び寄せてしまい、さらにその軽犯罪が、もっと凶悪な犯罪を呼び寄せてしまう、といった理論です。人の目がしっかり行き届いていない、管理がゆるい状態が、いやな雰囲気を生んでいくのでしょ。同じように落書きが多い町は、犯罪やスラム化しやすいとか、一度ゴミが捨てられてそのままにしておくと、ゴミの山になってしまう、とか、悪い

雰囲気、ムードはどんどん悪いものを呼び寄せてしまいます。

これが会社の中でも、起こってしまうことがあります。たとえば、看板がはげたままになっている、カーペットや壁がよごれたままになっている、机の上につと使わないものが置きっぱなしになっている、机の上が散乱している、器具などに埃がかぶったままになっている、トイレがきたない、便器が黄ばんでいる...等々。こういうところにいると、そこで働いている人まで、すさんだ感じがしてきてしまいます。カーペットの大きなシミを毎日見ているうちに、棚の上の埃も気にならない、窓ガラスの汚れも気にならない、整理整頓もしないようになってきます。このように悪い環境になってくると、小さなトラブルが発生してきます。ものがなくなる、こわれる、連絡ミスが増える、社員同士の喧嘩が起こる...さらに、会社の備品が盗まれる、在庫の横流しが起こる、顧客データの持ち出しが起こる...どんどんエスカレートしてきます。

町と同じように会社でも、ブローケン・ウインドウズ理論は働くのです。恐ろしいです。先ほどの二木会の仲間にも、5Sのコンサルタントの方がいます。5Sとは、整理・整頓・清掃・清潔・しつけのことを言い、これを全社的に推進する5S運動を、指導している方です。その方が、事務所が汚れたり散乱したりしていると、悪いエネルギーが蓄積する、だから5S運動をすと言っています。まったく同じですね。会社をきれいにする、というのはこういう意味があるのです。最後までお読みいただき、ありがとうございます。

●ご意見、ご感想、ご質問は、下記まで。

東京メトロポリタン税理士法人 <http://www.tm-tax.com>

株式会社クイック経理 <http://www.quick-a.co.jp>

発行人: 代表/税理士 北岡修一 kitaoka@tmcg.co.jp

〒163-1304 新宿アイランドタワー4F 私書箱1653

TEL: 03-3345-8991 FAX: 03-3345-8992