

2006年7月7日発行

ぷるす

四季の会・ユーザーズ・サービス

211号

発行人 浅沼 邦夫

拝啓 盛夏の候、先生におかれましては益々御健勝のことと存じます。

7月12日、プロスの全国大会で、講師藤原直哉先生に、お会いできることを楽しみにしています。私は、藤原先生からいただく資料の中で「御用達経済の時代」がある。会計事務所経営に一つの示唆を与えてくれたと思っています。会計事務所は地域の中で何よりも大事なことは、地域経済の企業や経営者の信頼関係を保ち、経営のお役立ちになることが、非常に大事かと思うのです。その中の一つをここに書かせていただきました。

御用達経済の時代

『藤原直哉先生より』の一部です。

「御用達」は「宮内庁御用達」の御用達である。皇室では皇室出入りの特定業者から、自ら店に足を運ぶことなく、要望に合った品物を購入する。そこには全てにおいて信頼関係が存在している。業者にとって「宮内庁御用達」の店であることは非常に名誉なことであり、店のブランドにもなっている。

これからの時代、自分が商売として提供する商品やサービスに関しては、少なくともお客様と対等の関係で付き合うことができるようになるべきである。逆にそういう信頼を寄せてくれるお客様をこちらから選ぶべきである。

たとえば自分を含めて、自分の家族の着るものについては全部任せると言われれば、その人の好み、年齢、社会的立場、どういふときに着る服か、予算はどれほどか、それら一切をお客様に成り代わって考え、あつらえなければならない。逆にそうやって誠心誠意商品やサービスを提供していけば、お客様の方だって、こちらの商売の存続を脅かすような値下げ要求はしないであろうし、自分の好みや固有の事情を最もよく知っている商人を、そう簡単に切ったりはしないであろう。

反対にお客様にしても、任せたことに真

剣に答えてくれる商人を選べば、また人の鷹揚さにつけ込んで粗悪品を押しついたり、高値を吹っかけたりする商人を選ばなければ、安物買いの銭失いみたいなことはしなくても済むし、第一自分で考えなければならぬことがその分減って助かる。

このような商人とお客様の関係は、一言で言えば御用達である。つまりどんな商売でも、御用達という関係で商人とお客様がつながることが、これからの時代のコンセプトになるだろう。御用達商人であれば、お客様のことはなんでも十分に知っていなければならない。単に商品やサービスを売るために付き合うのではなくて、人間同士の付き合いのなかで商売を行うという関係になる。したがって御用達商人はいつでもお客様の家にお出入りし、いろいろなチャンネルでお客様との接点を持つ。

そのなかで自分の商売とする分野で、お客様にとって理想のものとは何かを常に考える。アフターサービスなどという恩着せがましい言葉はもはやなくなり、売った商品の客先での管理は、当たり前前の時代になる。そして商人は自分の才覚が大きければ大きいほど、御用達の範囲は広がるはずである。

洋服の御用達から始めて、和服のこともわかれば着るもの全般の御用達になり、家のインテリアや食べるもの、車、なんでもわかれば、生活一切の御用達になる。またお客様の個性が強ければ強いほど、それに誠実に対応している限り、自分の地位は競争者を寄せ付けない、より安定的なものとなる。

御用達商人として、豊かな個性を持つ一人の人間を最大限に尊重できる商売を選ぶべきである。単に商品という発想を止めて、お客様との間に人間関係を保ち、お客様の生活のなかでプロとして助けられるところを全部任されて助ける、という発想に変えるべきである。

あー！そうか！そうだったのか！ - 歴史的な天才にみる数式 -

大切なのは知識力より直感力である。

・知識 = 覚えた量 - 忘れた量

・直感 = 覚えた量 + 忘れた量

中島孝志氏著「できる人の数式」によると仕事ができる人の特徴の一つに、直感という切り換えスイッチがきちんと動いているということが上げられるかもしれない。例えば、工作中、読書、スポーツ、散歩、食事中だろうと、「いいこと思いついた！」とひらめく(直感)ことがある。これは社長室や会議室で考えている時よりも格段にいいアイデアであることが多い。「仕事は仕事、遊びは遊び。何事にも集中してメリハリのある生活を送るべきだ」というのは全くの嘘である。

工作中だろうが、遊びだろうが、脳はテーマを追いかけている。ビジネスパーソンなら、ビジネス、仕事などに関連する情報。キーワードを聞いたなら、すぐに「モード」が切り替わるのだ。

脳はこのテーマを24時間365日、常に追いかけている。いわば、永遠に続く執念深いストーカーのようなものなのだ。だから、どんなに遠くはなれていても関係ない。意識はずっと続いているからだ。いや、それどころか、未知の世界へ、人との出合いが、アイデアにはいい栄養になるかも知れない。

ドイツの南端にウルムという小さな町がある。ある建物のエレベーターがゆっくり昇り出した時、乗っていた幼児が母親の顔を見上げながらこう叫んだ。「ママ、このエレベーターはどうして上に昇っていくの?」「綱で引っ張り上げられているんだよ」「もし、綱が切れたらどうなるの?」小さなエレベーターだから周囲の人にも聞こえた。その幼い発想に人々は微笑んだ。母親も笑いながらこう諭した。「そんなつまらないことを考えるものではありませんよ。」

ところが、この幼児が傑出していたのは、このテーマをそのまま放り出さず、それからずっと追いかけたことにある。小さな疑問は、彼が少年になった時には大人たちの想像もつかないものになっていた。

「もし、このエレベーターが地上より無限に高いところにあつたとしよう。そしてそれが無限に落下していくとどうなるだろう。綱が切れたら、エレベーターは同時に落下するリンゴと同じ速度で落ちるわけだから、その瞬間から、リンゴはエレベーターの床に落ちずに空中で止まることになるのでは?いや、リンゴだけじゃない。エレベーターにいる人間だって、みんな、綱が切れた瞬間から身体が宙に浮いたように感じるに違いない」少年は青年になってもさらに考え続けた。「綱が切れ、現実にかかる様々な運動の変化には、いったいどんな関係があるのか?」この些細な疑問が「20世紀最大の発見」と言ってもいい革命を科学にもたらす。

少年の名はアルバート・アインシュタイン。彼が追いかけて続けたテーマとは、後に「一般相対性理論」と呼ばれるもの。ニュートン力学に換わる、この新しい考え方によって、人類は宇宙へ旅立つことさえできるようになった。

最も重要なポイントは直感にある。まず、最初に直感ありきなのだ。おぼろげでもかまわないから、直感が起動するかどうか...

直感には知識が必要なのか? 必要ないとは言わない。しかし、知識と直感とはかなり次元が違うのだ。その違いをあえて数式で表現すると、「知識 = 覚えた量 - 忘れた量」「直感 = 覚えた量 + 忘れた量」となる。

知識を表現する数式は、あなたも何度も試験で体験している通り、100 覚えていたのに30 忘れてしまえば70 ということになる。全て覚えていたら、100 点満点だ。もちろん、はなから覚えていなければ、零点ということになる。知識は記憶力である。

直感を研ぎ澄ますには、どんどん仕入れること、体験すること、満喫することです。顧問先とのよいコミュニケーションは直感かも知れないのです。