

この月刊サワネを、お知り合いの方に見せてあげてください、きっと喜んでいただけます。

『ハイパーフォーマー彼らの法則』

相原孝夫著 日経プレミアシリーズ、

850円＋税 230頁

著者は人事・組織コンサルタント。20年ほどハイパーフォーマーの調査・分析をしてきて、その共通点を、本書で取り上げています。ここでは、その共通点と、他におもしろいと思ったことをご紹介します。

・**アズイフの法則**（のよりの法則）：まず、行動があって、感情はそれについてくる。したがって、ある「感情」を持ちたいのであれば、その「感情」を持っていたらするであろう「行動」を最初にすればいい。「人は楽しいから笑うのではなく、笑うから楽しいのだ」笑うから楽しくなり、楽しくなったから笑う。自分の行動が自分の感情に影響を及ぼし、次なる行動を生み出す。**好業績者のようにふるまえば、好業績者になれるのだ。**

古来より稽古事、芸事というのは、型から入ることになっている。それと同じだ。

・**ハイパーフォーマーは「やってみなければ分からない」という**：いろいろなことに次々にチャレンジするハイパーフォーマーたちが共通に口にする言葉に、「とにかく、やってみなければ分からない」というのがある。動くことによって頭がまわる。完璧を目指さない。そうすることで、新しいことに次々と挑戦できる。

・**失敗を正当化しない**：失敗した時に失敗を失敗と認めることができない。「想定内だ」「たいしたことではない」「〇〇のせいだ」「顧客企業の△口のせいだ」などだ。取り繕えば取り繕うほど、周囲の信頼を損ねるし、自分でも、次に同様の状況に直面した時も、真正面から立ち向かえなくなってしまう。

・**ハイパーフォーマーの失敗の受け止め方**：失敗を学びの機会と捉え、正面から客観的に事実を見る。そうすることによって、行動は改善され、同じようなことが起きた場合に二度と同じ失敗は繰り返さないようになる。

・**ダメージ症候群**：劣っている、あるいは力不足と思込まれた社員が、自分の上司が低い期待しか抱かないことで、その低さに応じた動きしかしなくなる。

たとえば、上司は、部下の弱点だと思った点に合わせて、部下に割く時間と向ける注意を増やし、部下が判断を下す前に必ず承認を得るように要求したり、それらの判断事項を文書化するように求めたり、会議中にはより厳しい態度で臨み、その意見を激しく批判したりする。これは、部下の過失を未然に防ごうという意図があるからだが、部下は「期待と信頼の喪失」ととらえ、自信を失い、自発的な行動を起こそうとはしなくなるのだ。そうすると上司はさらに管理を強めることとなり、負のスパイラルに陥ってしまう。

——さて、いかがでしたか？

最初に出てきた「アズイフの法則」、よく言われる「やる気をだせ」について考えてみるとよくわかります。「やる気を出せ」と言われても、どうやったら「やる気が出るのか」わかりません。頭を開けて、やる気を出すわけにはいきません。やる気を出している人は、どんなことをするのかを考えて、そのようにふるまう。それが**好業績者のようにふるまう**ということだと思います。

次に失敗についてですが、失敗に正面から向き合い、失敗の分析に力が入りすぎてしまい、改善策を考えることができなくなってしまうことがあります。失敗の分析の目的は、将来の失敗を回避するためにあることをしっかり意識しなければいけません。

この月刊サワネを、お知り合いの方に見せてあげてください、きっと喜んでいただけます。

神田正典さん、セミナー

1月に有名なコンサルタントの神田正典さんが、岡山でセミナーを開催されました。刺激的な話をいくつも聞きましたので、その中から、特に面白いと思ったものを紹介します。

・**超ローカルか、超グローバル**：高齢化が進んでいるので、顧客に密着して、手取り足取りのサービスを提供すると生き残っていきける。また、IT技術が非常に発達しているので、世界を相手に商売するのが簡単になってきている。成功のポイントはこのふたつだ。

・**WeChat (ウイチャット)**：超グローバルの一例は、中国版のライン。スマートフォンで、無料通話やチャットが楽しめるコミュニケーションアプリ。中国IT企業大手のテンセント(Tencent)社が提供するサービスで、中国語では「微信(ウェイシン)」。利用者は6億人だ。以前は、中国で商売するためには、あちらに溶け込んで、とことん迎合しなければならないと説いていた人が、今はこう言う。「WeChatだけで商売できる」

・**360度カメラ**：周囲360度を撮影できるカメラ。撮影した映像をホームページなどに張り付けると、あたかもその場所にいるかのように周りを見回すことができる。お店、クリニック、塾、不動産屋さんのお部屋紹介などに使うと効果的である。数万円で入手できるし、スマートフォンのアプリでもある。

・**line@ (ラインアット)**：ラインの商用使用、基本版無料。有料版も月額5,400円。基本的な違いは発信可能なメール数。飲食店、各種小売店などお客様と実際に向き合う業種に向いている模様。また、無料のサービスもあるのもいいところだ。店舗系の事業ではぜひ使ってもらいたい。次のウェブサイトで詳細がわかる。<http://line.cre-os.com/>

・**クラウドソーシング**：インターネットを利用して受注者の募集を行うこと。また、そのような受発注ができるWebサービス。

企業などがクラウドソーシングサービスのサイト上に業務の内容や発注条件などを告知し、サービスの加入者の中で希望する人が応募する。発注元は応募者の中から適任と思われる人物に業務を発注する。また、制作物の依頼などでは希望者が作品を投稿し、気に入ったものを選んで買い取る、いわゆるコンペ形式の発注形態が取られることもある。どんな様子なのかは、次のウェブサイトを見るといい。<http://crowdworks.jp/>

・**動画**：ホームページには、商品や事業の内容を説明した動画が効果的だ。90秒くらいがいいだろう。前にあげたラインアットも動画で内容を知ることができるようになっている。

・**テレファーム**：顧客は、自宅のパソコンや携帯端末、ゲーム端末などを使って、インターネット上で農薬、化学肥料を一切使用しない有機栽培野菜の遠隔栽培を行うことができる。インターネット上の農作物遠隔栽培WEBシステムは、現実の農場と連動しており、WEB上で指示（栽培作物の選択、栽培方法、使用資材を指示）したとおりに、実際の農場で栽培し、収穫された有機栽培野菜が自宅に届けられるという、新しい農業サービス。

この内容は、90秒の動画で分かるようになっている。<http://www.telefarm.net/>

——以上簡単にご紹介しました。超ローカルを選択すれば、仕事には手がかかるようになりますね。360度カメラとか、ラインアットは使えるのでしょうか？テレファームのような新しい形態は可能でしょうか？クラウドソーシングで仕事の受発注はできそうでしょうか？ウイチャットではいかがでしょうか？