

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。

## 『1分で仕事を片づける技術』

鈴木進介著 あさ出版 214頁 1,300円+税

著者は、経営コンサルタントで、思考の整理術を使った問題解決支援という独自の手法を取る方です。本書では、著者が出会ってきた仕事が早く、結果を出している人がしていること、著者が実践し、クライアントにも実践して成果が出ているものを厳選し紹介しているそうです。いくつかかいつまんでご紹介します。

★大原則：仕事に取り掛かる前に、頭の整理をし、仕事の仕方を考え、それに沿って進める。

★大きな仕事はばらして行う：大きな仕事は手軽な大きさに因数分解してしまう。これ以上ないくらい分解するとTo Doリストになる。

★To Doリスト：To Doリストはすべき項目をすべてリストアップしたもの。そこから、上位ベスト3をピックアップして、集中リストを作る。その3つが終わったらまた同じように集中リストを作ってやっていく。それを繰り返す。

★判断軸：判断軸を3つ持ち、優先度を決める。

1. 緊急性と重要性：緊急であっても、緊急ではない重要性の高い仕事を優先させなければならぬこともある。

2. 定型的と非定型的：一般的に定型的な仕事は楽で時間がかからない。

3. 自分仕事と他人仕事：自分でしかできない仕事か、他人に任せられる仕事か。

★仕事を捨てる

1. 現時点で「緊急度と重要度」が低い仕事

2. 誰がやっても同じ仕事

★完璧を目指さない：すべての仕事で完璧を目指さない。どこかでキリをつける。完璧を

目指す仕事を絞る。

★仕組み化をすすめる：仕組み化によって、時間のムダが省け、ミスが減り、人に任せられることができるようになる。繰り返し業務、忘れそうな業務、自動化できる業務が対象。

★自分と向き合う時間を多く持つ：一人で考える時間を確保する。

★会話は「1つのルーチン」と「3つのルール」で行う

・ルーチン：話す前に1分間伝えるポイントをまとめる。話す内容が多いときは3つ程度にポイントを整理する。頭の中に箇条書きする。

・3つのルール：①短く (Short)、②シンプル (Simple)、③ストレート (Straight)

★3つのルール

1. 短く：話が長い人は会社に損失を与えている。話が長くなればなるほど、興味が薄れ、集中力もなくなる。短いほど理解度は深まる。話を短くするのは、次の三段階です。

①Twitterの文字数140文字以下でまとめる。

②「要するに」をつけて30文字を目安にする。

③「ひと言で言うと」をつけて、15字前後にまとめる

2. シンプルに：PREPの型にはめる。Point (結論、要点) → Reason (理由) → Example (事例) → Point (再度ダメ押し結論)

3. ストレート：「一瞬でイメージできるかどうか」を常に考えながら話す。

①行動の1歩目がイメージできる

②5W1H (いつ、どこで、誰が、何を、なぜ、どのように) の視点を使う

③数字で表現する

以上、ご紹介しましたが、仕事をすいすいと片づけるヒントがひとつでもあったでしょうか？まず、第一歩は、効率アップを目指しますことでしょう。

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。

## 将来と今後の対策

先日、神田昌典さんという方の講演会に参加しました。お話が大変面白かったので、すこしご紹介します。

★未来を予測して、その影響に対処する準備をすすめる

2025年：大阪夢洲（ゆめしま）、万博、カジノ

2027年：リニア新幹線

2045年：シンギュラリティ、人工知能が急激な技術の成長を引き起こし、人間文明に計り知れない変化をもたらす。2045年問題とも呼ばれている。

大きな変化が起こる。それに備えなければいけない。変化はすでに始まっている。たとえばビジネスでは、光本勇介、前田裕二、佐藤航陽、落合陽一などが出てきている（澤根注：すべてネット上で講演等を聞くことができるし、本も出ています）。この4人に共通することは、ポケモン世代だということだ。ポケモンは、敵を殺さない、そして進化する。それがウルトラマン世代との大きな違いだ。これからの変化の時代はAI、第4次産業革命だ。

★自分たちはどうするか

・IT：既存の事業に少しITの要素を加える。少しでいい。それで大きく伸ばす。ITの優れた人材を求めてはいけない。優勝な人は全部amazonと外資に行っていて、身近にはいないからだ。

・独自性：AIが発達し、どこでも同じものが手に入るようになる。そこで売れるためにはオリジナリティ、独自性がとても重要になる。その点で成功しているのは、「ブードゥー・ドーナツ」とかオランダのハンス・ブリンカー・ホテルだ。「ブードゥー・ドーナツ」は、ポートランドが本拠地のドーナツ専門店。ダ

ウンタウンにドーナツ店がなく、ドーナツのことをまったく知らないふたりの若者がカリフォルニアでドーナツの基礎を学び、11年前にオープン。奇抜なドーナツであつという間に行列店となり、日本への進出も間近。ホテルは、世界一評判の悪いホテルという宣伝文句が受け大繁盛している。ホテルの看板には、「免疫力を高めよう」と書かれている。ホテルが汚いから免疫力が高まると宣伝している。

では、どうやって自社、あるいは自社商品のオリジナリティを高めるか。それには、NPS、ネットプロモータースコアを使う。これは、顧客のロイヤルティを測るための、単純化されているが非常に重要な指標の1つ。

「あなたは〇〇の製品（サービス）を友人に薦めますか？」と聞いて0から10の間で答えてもらい、その数値によって信奉者、批判者、中立の3つのグループに分けるというもの。CES、カスタマーエフォートサービスも利用できる。“顧客が顧客自身の課題を解決するためにどれだけの労力を必要としたか”を測る指標です。顧客は労力をかけたくないので。具体的には、次のような質問をします。

「あなた様の課題解決を、当社はどれほどスムーズにできたでしょうか？」

「あなた様が〇〇〇されるにあたり、当社はどれほどスムーズに対応できたでしょうか？」

NPSやCESを使って、自社の長所を知り、際立たせ、独自性を強化する。

・心配をいやす：AIなど世の中の変化は激しい。したがって、世の中は不安に満ちている。心配を癒す商品サービスを考えよう。

・中国の学習：中国ではものすごい学習ブームだ。勉強セールなどという販売促進が受けている。勉強の重要性は高まる。