



元氣とタイムリーな情報を提供する

五十嵐レポート

発行:「町コン」五十嵐 勉 平成29年03月20日 第811号「週刊五十嵐レポート」

優秀な人は来ない

起業して従業員数を50名まで増やしたS社長の話。S社長の名刺には「代表取締役」と「社員育成トレーナー」という肩書があります。

S社長は、従業員教育に年間500万円(@10万円×50人)かけるぐらい教育に熱心です。従業員の成長が会社の成長と考えています。

しかし一方で冷静に客観的に見ています。「我々のような中小企業には優秀な人は来ない!」。

では、優秀な人とはどういう人のことをいうのでしょうか。

「だまっていても、自ら勉強する人。自分で課題を見つけ、それに向って進人。つまり、向上心のある人のこと」。

「多くの中小企業の従業員は、時代がどう変化するか関心がない。世間から遠ざかっている」。

では、どうすればいいか?

「強制的に勉強させる」。「会社は何もしないと潰れる。潰さないためには利益が必要。利益はお客からの評価。お客のためになることをする。お客のためにならないことをすれば、評価されない。だから利益は『正義』。赤字は『悪』」。この1年間は、全社員にブログ・SNS研修会、商売繁盛塾などを開催。毎年、人材の質が劣化してきている。常に同じ事を言い続けている。1,000回以上はいう。この中からスジのいい人を見出していきます。

教育効果 = 素質 × 教材の質 × 回数²

教育しようとしているテーマを最低限理解するには30回の教育が必要と言われています。仕事に応用して成果を出すには、量稽古を積まないと結果はでません。習慣化するには適度な強制を加えることになります。

S社長が言うとおり、中小企業には優秀な人材は来ません。さらに中小企業では社員教育の制度を作っている会社が少なく、これが大きな弱点になっています。S社は、社員教育を継続、これらの蓄積が社風や企業文化になって、企業の強さになっていきます。(社風は1日してならず)

ちょっと
気になる出来事

社員教育の効果 = 社員の素質 × 教材の質 × 教育回数²

教育というのはある意味では有益な「情報」です。

「情報」とは ある事柄についての知らせ。 判断を下したり、行動を起こしたりするために必要な種類の媒体を介しての知識。

はインフォメーション。 はインテリジェンス。

「知識」とは、ある事項について知っていること、またはその内容。

「知恵」とは、物事の理(道理)を悟り(深く理解する)、適切に処理する能力。

「教育」は、「情報」「知識」に、さらに「知識」「知恵」にまで進めていくことと考えています。



一口メモ
知識

顧客から出発

マネジメントのいうマーケティングは、販売に関係する活動の組織的な遂行を意味していた。それではまだ販売である。その考えは、製品から出発している。

これに対し、真のマーケティングは、顧客から出発する。人間、現実、欲求、価値から出発する。「われわれは何を売りたいか」など考えない。「顧客は何を買いきたいか」を問う。「これが、われわれの製品やサービスにできることだ」といわない。「これが、顧客が求め、価値ありとし、必要としている満足だ」という。

販売とマーケティングは逆である。

もちろん、なんらかの販売は必要である。しかしマーケティングの理想は、販売を不要にすることである。マーケティングが目指すものは、顧客を理解し、製品やサービスを顧客に合わせ、おのずから売れるようにすることである。

P.F.ドラッカー「チェンジ・リーダーの条件」より

- 「戦略社長塾東京」小岩校 毎週日曜日 午前10時～12時
- 「戦略社長塾東京」小岩校 毎週水曜日 午前10時～12時
- 「戦略社長塾東京」銀座校、武蔵村山校、豊岡校 開講中。

㈱五十嵐コンサルティングオフィス 〒133-0051東京都江戸川区北小岩6-21-5

03-3659-7703 Fax 03-3659-7077 i-daruma@igarashireport.com

