



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07月10日 第827号「週刊五十嵐レポート」

変化

ある企業の経営幹部社員教育(25名)としてランチェスター経営戦略研修(全6回・期間6ヶ月)を行った。

社員教育は、経営目標を達成するためにする。経営目標が明確でなければ、教育はできない。社員をただのもの知りにしたり、知らないより知っていた方がいいという程度では、費用と時間のムダになる。

教育を広辞苑で調べると、「人を教えて知能をつけること。人間に他から意図をもって働きかけ、望ましい姿に変化させ、価値を実現する活動」の意。

第1回目に新聞を毎日読んでいるか、本を読んでいるかを訊いてみた。新聞を読んでいる人は2人で、年間1冊以上読んでいる人は3人。他の人は読んでいない。これはどこの中小企業(従業員100人以上)でも変わらない。自分の仕事には関心があるが、世の中のことや知識を増やすことには無関心。

全6回・ランチェスター戦略を通して、「知識」(ある事項について知っていること)を得て、仕事に応用して、「知恵」(物事の理を悟り、適切な処理する能力)にまで高め、成果を上げる。戦略は知っているのと知らないのでは大きな差になる。訓練して会得すると「強い武器」になる。

半年が過ぎ第6回を終えたとき、社員から「たくさんの気づき。考え方を学んだ。店舗でランチェスター戦略を活用し、変化、進化することができた。部下に広めていく。時間を見つけ、新聞、本を読む習慣を身につける」、「6ヶ月間の研修を通じて、部下との会話において『共通言語』として習ったことが多く出るようになってきた」という意見が多く出てきた。

教育効果 = 社員の素質 × 教材の質 × 回数²

今回の研修で終わりではなく、はじまり。テキストを何回も読み、部下の教育を幹部自らインストラクターとして行う。教育効果はすばり回数。回数が蓄積されると社風や企業風土の大本になっていく。時間が必要。しかし、これはお金で買えない。つまり他社にまねできないものになる。教育の差別化になる。微差が大差になる。

ちょっと
気になる出来事

6月29日付、日経新聞に「ソニー、レコード生産再開」という記事。「ソニーは29年ぶりにアナログレコードの自社生産を再開する。レコード人気はかつてのヒット世代にとどまらず、レコードに触れたことがない若者にまで広がっている。

これまで国内で唯一生産する企業(東洋化成)に委託していたが、能力が限られていた。音楽配信やCDにレコードを加えることで多様な楽しみ方を提供。音楽販売の増加につなげる」

レコードの国内生産は、2009年10万2千枚が2016年には約8倍の79万9千枚まで増加している。(日本レコード協会による)

唯一の生産会社である東洋化成株式会社を帝国データバンクで調べると、2011年3月期売上21億円、当期利益32百万円が2016年3月期売上36億円、当期利益1億15百万円。5年で売上は1.7倍、当期利益は3.6倍。オンリーワン企業は強い。

私は1980年代に購入したレコードを今でも聴いている。



一口メモ
知識

問題を早期に発見する

問題の発生を早期に発見するには、状況の変化に注意しなければならない。事業の定義は、組織が目標を達成したときに陳腐化する。目標が達成されるときは、お祝いをすべきときではなく、定義を考え直すべきときである。

急速な成長も、事業の定義の危機を意味することがある。短期間に2倍、3倍に成長すれば、いかなる組織も、それまでの定義を超えて成長しているに違いない。シリコンバレーの中堅企業であっても、従業員に名札をつけさせなければならなくなるほど、もはやビールパーティでコミュニケーションを図ることができないことを知る。

そのような成長は、より深いところで、事業に関わる前提や方針や慣行に、問題を投げかけていることを知らなければならない。成長はもちろん、健全性を維持するためにも、自らの環境と、使命と、強みについて、繰り返し自問自答しなければならない。

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

