



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 2023年09月25日 第1135号「週刊五十嵐レポート」

7つの習慣の第二領域

「7つの習慣」(スティーブン・R・コヴィー著)に「成功者たちの共通点は、成功していない人たちの嫌がることを実行に移す習慣を身につけていることである。彼らにしてみても、必ずしも好きでそれを行っているわけではないが、自らの嫌だという感情をその目的意識の強さに服従させているのだ」と書かれている。

「7つの習慣」に時間管理のマトリックスがある。第一領域は緊急で、重要な領域(締め切りのある仕事、クレーム処理、切羽詰まった問題など)。第二領域は重要ではあるが、緊急でない領域(準備や計画、人間関係作り、勉強や自己啓発など)。第三領域は緊急で重要でない領域(多くの会議や報告書、多くの電話、突然の来訪、無意味な付き合いなど)。第四領域は重要でなく、緊急でもない領域(暇つぶし、待ち時間、だらだら電話、多くのテレビ・SNSなど)。大事なのは第二領域。ピーター・ドラッカーの言葉では、「大きな成果を出す人は、問題に集中しているのではなく、機会に集中している」と。

中小企業では、特に従業員50人以下の規模では、業務規則集(手順書、マニュアル)など業務に関して明文化(見える化)がされているところが少ない。業務規則集などを活用して従業員教育をして、業務レベルの向上を図る必要がある。そのため、社長には業務時間外で3~4ヶ月ぐらいかけて作るように勧めているが、社長たちはなかなか作ろうとしない。「7つの習慣」の時間管理マトリックスでいうと、第二領域になる。重要ではあるが、緊急度が弱いと思われる。そうすると第一領域のクレーム処理や切羽詰まった問題に対処する時間が多くなる。

一方、業務規則集を作り、従業員教育をコツコツ継続している社長たちは従業員のレベルも上がり、不必要なクレームや問題が少なくなり、生産性が高まっている。なるほど、第二領域に時間を意識して割く社長たちは、予防的に物事を考えている。第一領域の問題を極力少なくし、先手先手で手を打っている。後手後手の社長らは余計な所に時間を割かれ、生産性が低い。時間をどう使うかで決まる。

ちょっと
気になる出来事

9月21日付朝日新聞、「稲庭うどんの製麺会社×醸造所→発泡酒」という記事。稲庭うどんを副原料にした発泡酒が話題に。共同開発したのは秋田県内の製麺会社「稲庭うどん小川」とクラフトビールの醸造所「羽後麦酒」。7月末に地元の道の駅などで販売した300本は半月足らずで完売。

稲庭うどんの製造過程で、麺の長さをそろえる際に3~4センチほどの切れ端が出る。その量は月に200キログラム。これまで切れ端をお金をかけて廃棄していた。食品ロスを減らすため、年寄向けの食事に切れ端を活用、老人ホームに寄付をしていた。一方で切れ端を活用した新商品の開発を湯沢市ビジネス支援センターに相談。羽後麦酒を紹介され、今回のコラボレーションが生まれた。

発泡酒「小川」は麦芽と稲庭うどんの切れ端を発酵。1年がかりで商品化。酒税法上はビールではなく発泡酒の分類に。「キレがよく、ほどよい苦みがあり、ほのかな塩の風味が海を感じさせる香りが特徴」。

「既存の商品・技術」×「異業種の技術」=「革新」。

意外な組み合わせ。ビジネスは面白い。



一口メモ
知識

「機」を自在に用いる

私心なく物事を客観視するならば、時の兆しを観て、先だって行動しても、天の時とぴたり順応する。また時に後れても天の理(ことわり)に従い行えば、道は外れない。天の時さえ違わないならば、人は言うまでもなくその行いに従う。

「天の時」は、わかりやすくとえると春夏秋冬の循環のこと。易経は四時(しいじ)(春夏秋冬)をよく見て、それに習い、従い

さいと繰り返し説く。人生にも物事にも、天の時、天の理に従ったしかるべき順序がある。

しかし、人は欲や私情によって、物事の順序、情理を見失いがちである。何か問題が起きた時、壁にぶつかった時には、冬に種を蒔くようなことをしていないか、夏が終わろうというのに、まだ伸びようとしていないか、しかるべき順序に従っていたかどうかを考えてみるのだ。それができてはじめて、「機」を掴(つか)み、「機」を自在に用いることができる。

「易経一日一言」(致知出版/竹村亜希子)より

●「戦略社長塾東京」小岩校 毎週日曜日・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

TEL03-3659-7703 Fax03-3659-7077 info@igarashireport.com

