

メンター通信

第29号

発行元

メンターシステム(株)

TEL059-398-0123

FAX059-398-0153

習慣を変えろ！人生を変えろ！

「岩崎さん、ちょっとお尋ねしますが、今までに座禅をしたことがありますか？」

「いいえ、初めてです」

「間違っていたら、いいのですが、今悩み事などはありませんか？」

「いいえ、特にありませんが」

これは私が10数年前に、永平寺に座禅に行ったときのことです。私は箱田先生の影響もあり、一度でいいから座禅というものを経験したいと思いつきました。

そこである人を通じて座禅が出来るところを探してもらったら、永平寺で、3泊4日で座禅ができることを教えてもらいました。夏の休みを利用して、早速申し込んだわけです。

到着するなり、作法を教えてもらいます。

我々を指導するのは雲水という修行僧なのですが、その作法といふのは、廊下ではしゃべってはいけない。とか合掌の仕方とか、

食事の仕方など決まりを教えてもらうだけです。

食事をする時の器は、洗わないんです。

どつするかといいますと、最後のお茶を頂くのですがそのお茶を少し残しておいて、そのお茶で器をゆすぎそしてそのお茶を飲み干すのです。

飲み干した後は、布で拭いて終わりです。

雲水曰く

「精進料理なので、油も少ない。だから大丈夫。座禅の作法は、無駄を一切しないという考えから出来ていきますので、お茶も最後まで飲み干してください」

それにしても、大変なところへ来てしまったなあ。というのが私の感想です。

朝は、3時か4時ごろの暗いうちから起きだして、準備しお経を上げます。

最も、何も無いところなので、消灯も8

時と早いのですが

それが終わりますと食事の用意、掃除、座禅、簡単に言いますとこれの繰り返しです。

貴方自殺しようと思っていませんか？と聞かれて



先ほどの話は、2泊目ぐらいの時で雲水に呼び出され話を聞かれたのです。

座禅を初めて組む人は、普通痛くて動くものです。ところが、あなたは全く動かない。

動かないのには2つのパターンがあって、

「一つは座禅をしたことのある人。」

もう一つは自殺などを考えている人です。」

後者の方で、なければよいのですが・・・念のためにお聞きしました。ということだったんです。

「ひええ〜俺自殺願望者と間違えられていたの?」

私は、動けば余計に痛くなるので、じっとしてただけなんです。痛いという状態が普通の状態と考えるようにしたんです。

これは人間が備えている自己防衛本能じゃないでしょうか。

そのとき、閃きました。自分が今までやった事がないことでも、その状態が普通だと思えば、やり続けられるのではないかと思っただのです。

例えばです。

ハガキは、良いことですから書きましょう。といっても中々書き

続けることはできません。

良い点がいくら解っても、ハガキを書き続けるという行為とは別だからです。

ハガキの効用をちよつと並べてみましょうか?

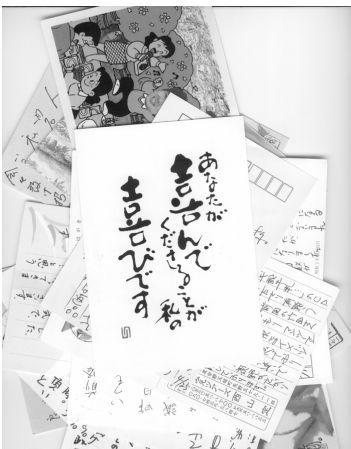
ハガキを手書きで書くには、相手のことを考えなければなりません。宛名を書くには、名前も住所も書かなければなりません。

さらに本文を書くには、もちろん相手のことも知らなければなりません。この作業を行うことで、商品開発をするとき、店のレイアウトを決めるとき、あの人だったらどうするだろうか。

あの人には、これが似合うかなあ。と考えることができます。

「お客さん」とひと括りにしても、お客さんがどう考えているなどとてもイメージできません。

お客さんの身になって考えるという前にお客さんのことを知ることの方が大切ですね。



最近頂いた葉書の一部です。返事が戻ってくるようになれば、習慣も近い。

このようにハガキの効用は大変大きいのですが、中々定着しないのも現状です。

では、ハガキは出すものだと考えたなら如何でしょうか？

出すんなら、短い時間で効果的なものをと考えます。

ですから、ハガキを出すとか、出さないとかということとは別の思考回路が働いてしまっているんです。

習慣にするには、その行動に意味があるか無いかなんて考えられない状態にすることがです。

さて、経営力を強くするには、良い習慣を浸透させることが必要ですね。

まず社長がそう思うことですね。その次に実行する人たちに、その状況を描いてもらうことです。

例えば、ハガキを一日に5枚書かなければならないとしたら、どいういう状態で実行するかを描いてもらうのです。

もう一つ習慣を付ける方法があります。

かの有名なベンジャミンフランクリンの十三週間精進録を利用する方法です。

この方法は、フランクリン自伝の中でも書かれています。が、「人生を幸せへと導く13の習慣」という本に詳しく載っています。

その方法とは、

まず習慣づけたい13の項目を考えます。

フランクリンの場合は、節制・沈黙・規律・決断・節約・勤勉・誠実・正義・中庸・清潔・冷静・純潔・謙譲の13項目です。

この13項目を順番に今週の重点項目とします。例えば第一週は節制だとしますと、それを1週間意識します。

そして、出来なかつた数をチェックします。次にそのチェック表を作ります。

縦に13週の習慣。横に曜日を入れます。先ほどチェックした数だけ点を打つていきます。

そして、次の週は沈黙、次の週は規律というように毎週変えて行きます。

1年間で4クール行うというものです。

この方法は、ヘミングウェイや『7つの習慣』のステイブ・コヴィー

博士、日本では、福沢諭吉・新渡戸稲造・内村鑑三・夏目漱石なども

節制

頭や体が鈍くなるほど、食べてはいけない。酔っぱらうほどお酒を飲んではいけない。

| | 日 | 月 | 火 | 水 | 木 | 金 | 土 |
|----|----|---|---|---|---|---|---|
| 節制 | | | | | | | |
| 沈黙 | . | | | | | | |
| 規律 | .. | . | . | | . | . | |
| 決断 | | | . | | | . | |
| 節約 | | . | | | | | |
| 勤勉 | | | . | | | | |
| 誠実 | | | | | | | |
| 正義 | | | | | | | |
| 中庸 | | | | | | | |
| 清潔 | | | | | | | |
| 冷静 | | | | | | | |
| 純潔 | | | | | | | |
| 謙譲 | | | | | | | |

徳の表の例

習慣が変われば人格が変わる
 人格が変わると人生が変わる。
 社員の人生を良いものにするのは
 経営者の仕事では・・・

行った方法だそうです。

いずれにせよ、社長の仕事は、良い習慣を身につけさせて成長させることですね。

それには、少し強制をしなければならぬのではないのでしょうか？

すべて社員任せというのはありえないと思います。

「社長が変われば、会社が変わる」音声テープの中でもフランクリンの方法は触られています。興味のある方は、同封のパンフレットをご覧ください。

カミに願いを込めれば、道は開ける

2ヶ月ほど前ですが、フォーラム紺忠の松岡社長を訪ねたときのことです。

岩崎さん面白い人いるんや。と名刺を見せてもらった人が、藤村正宏という人でした。

偶然ですが、この人の本は2冊ほど読まさせてもらっていました。いずれこの人のセミナーには参加したいと思っていましたが、活動が、東京と大阪が主でどうしようかと考えているうちに、意識からなくなってしまうていたのです。

今度桑名でセミナーがあるからということ、お邪魔させて頂きました。

内容は期待通り、店舗で集客することを得意とする人で、今回はPOPの話が中心でした。

POPの書き方は、以前にも勉強していましたので、ああそういえばこんな内容だったなあと頭の中に蘇ってきました。

早速藤村氏の本を5冊ほど読みあさってみると、一つのキーワードがみえてきました。

接客する人が多いところだったら、よいとしても接客する人を多く出来ない場合は、その代わりにPOPがするという考え方です。これは私にとっては画期的でした。

なんせ弱者の戦略ですから、私の進めているのは、組織力のないところがどうやって勝つかを研究しているのですから。

それに、今はお客さんが自ら選ぶ時代で、店員に進められて買うというスタイルでないことも考えると、こ



単に、値段と商品だけ書いても営業力は、発揮しないんですよ。上のPOPを見て、買いたいと思いますか？

のPOPによって販売員の代わりにするというのは理にかなって
います。

さらに

購入者の86.5%が店頭で購買意志を決める

そうです。

私みたいに夫婦で仕事をしていて、人、物、金が無いというこ
ろにとつては、是非取り入れたいアイデアですね。

では、どうやって書けばいいのか？一つ例を挙げます。

あるホテルで藤村氏の研修会をやったときのことです。

お土産に手打ちうどんセットというのがあったのですが、見た目

白い塊が入っていて何か分からない。

誰が見ても買いたいとは思わないものだったのです。

そこで皆でアイデアを出し合って、次のようなものにしたそう
です。

「これを買っていくと、絶対奥さんに叱られます。でも美味しい
ものって、手間が掛かりますよね」

うまい！このPOPを掲げてから、全く売れなかった商品が少し
ずつ売れ出したそうです。

私がここで申し上げたいのは、営業だけが売るのではなくてあら
ゆるところで売りに関わられるようにすることです。

例えば、経理事務の方がお礼状を書

けば、それは顧客維持に繋がります。

どうも面接するのが苦手だとい

人は、ニユースレーターでも、お客さ

んとの接点を作ることができます。

ホームページでも、同じです。

三重県は製造業が多いようですが、

全員がお客さんと接する場面を作

ることです。

接する場面が出来たら、今度はその

質を上げることです。

簡単に言えば、人間性が出た接し方、藤村氏の手法をお借りする
と、「エクスペリエンス・マーケティング」を行うことです。

藤村さんとの出会いを演出して頂いたフォーラム紺忠松岡信社長
に感謝いたします。

ちなみにこの信(まこと)さんの名前は私のいとこ(SF作家で
すが)と同じ名前です。

私と一緒に
営業を研究しません
か？
6月の無料説明会のチ
ラシをご覧ください。



