

「自分を経営する」

～管理だけではうまくいかない。経営しよう。～

セミナー講師：三好 隆宏 先生



管理なのか？経営なのか？

企業のマネージメント

【経営】 事業目的を達成するために、継続的・計画的に意思決定を行って実行に移し、事業を管理・遂行すること。

【管理】 ある基準からはずれないよう、全体を統制すること。

セルフマネジメントは、どっち？ 自己管理なのか自己経営なのか？

わたしたちが生きていること(生きるが大げさであれば、生活)は、事業ではないか？

【経営】 目的は何か？何のために存在するのか？

→顧客や従業員、株主、地域、行政、協力企業、同業他社、……
といったまわりも視野に入れる。

【管理】 自社全体を統制する。

→自社だけしか視野に入らなくなりやすい。

いま、呼吸を意識しておこなっている方は？

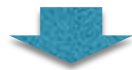
自分の表情を意識的に操作している方は？

立ち上がったたり、歩き回ったりせず、おとなしく座っていることに注意を払っている方は？

おしゃべりをせず、いきなり居眠りもせず、じっと黙って聞いてみよう意識している方は？



ほとんどいないでしょう。
実に数多くのことをやっています。意識せずに。



ものすごい分業をしているわけです。

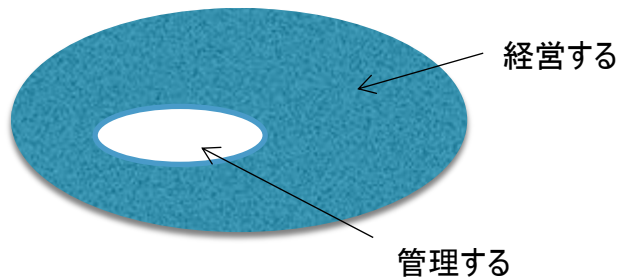


巨大な企業と同じようなもの

ということで、「セルフマネジメント＝自分を経営すること」と考えることをおすすめしたい。

自己管理だと、つまらなくなる。

管理＝決めた通りにやることが目標だから。



☆管理は経営を構成するひとつの要素・手段。

→管理は少ないほうがよい？なくてもよい？

▲管理が行き届いた企業が必ずしも魅力ある企業とは限らない。

▲管理ができていても、つぶれてしまうケースや、ブラック企業であることもある。

★そもそも、何をするか、何に価値を置くか、といったことは管理には含まれない。



「自分がどうやって人を幸せにしたいかを考える、実行する。でも、いいかい、決して自分を過小評価しないこと。自分は素晴らしい存在で、素晴らしい仕事で人を幸せにできるんだということを常に実感してほしい」

「英国シューマッハー校サティシュ先生の最高の人生をつくる授業」 辻信一 著

「自分は経営するもの」だとすると？

自分を経営する上で大事なこと

- ◇ ミッションは何か？・・・書き出すものではなく、生活し、行動するもの
- ◇ 顧客は誰か？・・・自分も顧客
- ◇ 顧客が価値を見いだすものは何か？・・・もちろん、自分にも価値があること。
- ◇ 自分が望む結果は何か？・・・ビジョンとして視覚化できるとなおのことよい。
- ◇ 自分の計画は？・・・長期の場合は、「そのための第一歩として、今日何をするか？」



★このへんのことは、ぱっとひらめくことではない。設定するのは簡単ではない。
しかし、はっきりさせたい。

○計画は作成することに意義がある。

プラン B → たいてい考えた通りにはいかない。これも楽しめるか？

☆ただし、無計画だとすばやく“修正”ができない(修正するものがないから)
プランAがあるから、Bがある。

○モニタリングの仕組みをもつ。

やるべきこともよいが、やるべきではないことをモニタリングしてみるとよい。

<やるべきこと>

例)睡眠時間

→ 睡眠は重要な仕事。足りなくなると、パフォーマンスもクオリティも両方低下する。

<やるべきことではないこと>

例)深夜タクシー(朝帰り)の回数、他人(その場にいない)の批判をする回数

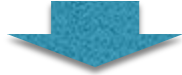
→ 自制が効かない証。

1. ささやかな親切やギビングを習慣にして、精神状態や感情や体に生まれる変化を意識する。
2. ないがしろにしがちな人々ーお店のレジ係、オフィスやホテルの清掃作業員、カフェのスタッフなどーとパーソナルな結びつきを持つ。もっと生き生きとした気分になり、今という瞬間とのつながりを取り戻すのに役立つことが感じられるはずだ。
3. 自分のスキルや才能ー料理上手だったり会計が得意だったり、インテリアのセンスが抜群だったりーを使って誰かを手助けする。ゴー・ゲッターからゴー・ギバーへ転身し、世界との結びつきや人生の本来の豊かさとの絆を回復するために。

「サード・メトリック」 アリアナ・ハフントン著

集中と選択

○「何をするか」が重要。ということは、「何をしないか」が重要ということ。



何かを選ぶ＝それ以外を選ばないということ。

選ぶ → リスクが伴うのでは？ YES !
しかし、「選ばない」というのもひとつの選択にちがいない。
また、自覚はなくても、実際、いろいろ選択している。

【経営】 → 選択と集中。当然、リスクが伴う。
【管理】 → リスクを嫌う(ばらつきを抑えるのが管理の目標)

そもそも、世の中は、リスクがあるだけでなく、不確実である。

リスク＝起きることはわかる(確率と影響度)。ただし、いつ起きるのかは不明。
不確実なこと＝何が起きるかも不明。



不安になるか、スリルを楽しむか。

スリルがあるのと、ないのと、どちらがよい？
★賭けているものは、自分の人生そのもの。決して小さくない！

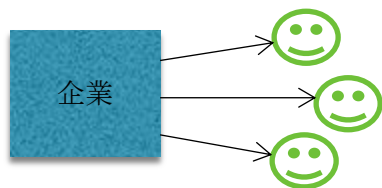
結果的に安定しているところは、常に何かしているところ。
新たなことを何もしない(することが安定)ところは、不安定になる。



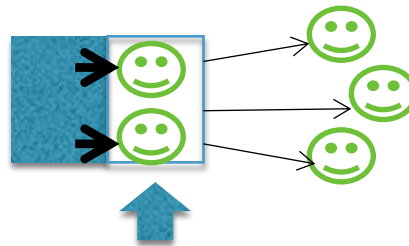
インターナル・マーケティング

○インターナルマーケティング⇔(エクスターナル)マーケティング
自社の従業員の満足度を向上させ、よりよいサービスにつなげていく手法

(エクスターナル)マーケティング



インターナル・マーケティング



権限を与える(責任も) + 武器も渡す
☆要するに大事にすること。

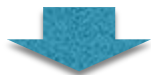
○ロイヤルティとは？ 忠誠心

これには、「信頼」が欠かせない

- ・自分の能力を伸ばせることを信じる … 向上心
- ・自分の能力を発揮できることを信じる … 勝負強さ(安定)

☆トレーニング(練習)が大事！

→ 仕事(本番)ばかりだと、育たない(慣れるだけである)。



技に磨きをかけることを意識的に行う。そのような場をもつことが大切。

練習するときは、技術レベルを高めるための練習と、自分を信頼する練習を行う。

例)ピアノ…特定のフレーズの練習(向上)。1曲最後まで弾く(安定)

もし勝負強さを身につけたいなら、自分を信頼することが不可欠である。コースに出たときに自分のスイングを心から信頼するには、練習場でもそうすることに時間をかけなければならない。人間は習慣の生き物である。いつも向上心ばかりで練習してきた人が、実戦で突然、自分のゴルフを信頼しようとしても、そう簡単に切り替えられるものではない」

「私が変わればゴルフが変わる」ボブ・ロテラ著

関係性マーケティング

効果を出すには？

例) ダイエットの講座に出席しただけでは、やせない。

聞いただけだと始めない。→ 「今日、このためにどこで、何をするか？」

始めたとしてもほっておくとやめてしまう。→ ほっておかない

ほっておくと、顧客の多くは、離脱する。



ちょっとコンタクトするだけで離脱は防げる。



★誰かに注意を払ってもらう。
自分のステークホルダは数多く存在する。



昔の謙虚は、人間に自分の努力の意味を疑わせたものである。だからこそ人間は、一層の力を尽くして努力を重ねたものである。ところが今日の謙虚は、人間に自分の目的そのものを疑わせるのである。だからこそ人間は、まるきり努力をやめてしまうことになるのである」

「正統とは何か」 G. K. チェスタトン