

2年6月26日 ほづみアカデミー店長研修(会長より)

戦略戦術目標数値・理想像・理念・使命感・熱意・ワクワク

リーダーは常に自分の部署でワクワクをどの様に獲得出来るのか模索して欲しい

ワクワクを浸透させれば熱意、使命感、理念、理想像、戦略戦術目標数値が浸透します。

使命感があるから熱意、ワクワクが存在するのか、ワクワクがあるから熱意、使命感があるのかは分かりません。

しかし、戦略戦術目標数値から入ると、仕事の意味が分からなくなり、その部署はギスギスし出します。

リーダーは常に、考え、ワクワク感を創出するのが第一の仕事です。

稲盛和男 人生仕事の結果＝考え方×熱意×能力

ダスキン創業者鈴木清一 一日一日今日こそは

ソフトバンク孫社長

ユニクロ柳井社長

ドラッガー 戦争のない平和な社会を作りたい

株式会社ほづみ 豊かな会社を作りたい

豊かな部署、豊かな店、豊かな人間性、豊かな収益、豊かな社会

経営で成功するためには、原理原則が最重要である。

スポーツでも武道でも上達するためには、正しい師につく事と

基本となる型を身に付けることが必要です。

経営も同様です。卓越した組織をつくり、事業を発展するためには

経営者は正しい経営の?型を知り、正しいコーチ(師)に学んで、

初めてぶれずに正しい企業経営と共に事業を発展させることができます。

## 2.6.26 リーダー研修

1)

使命観に基づいたリーダーシップを確立する

強い使命感を持ち

価値観を失わずに

革新的であり続けよ。

(参考：ドラッカー・創造する経営者)

【使命感・価値観・革新性】

ドラッカーの言うリーダーシップとは、「使命感」に基づいたミショナリーなリーダーの事をいいます。

ドラッカーが一番大切にしたのは、企業における特有の使命、またリーダーとしての使命でした。

使命・なんのためにこの世に存在しうるのかという根源的な質問を大切にしました。

ドラッカーは常にリーダーに説きました。

「亡くなった時、人生を全うした時に、あなたは何として記憶されたいか？」常に考えなさいと・・・。

事業はいつも思う通りいくわけではありません。

むしろ大変な苦境の時、どのようにブレイクスルーを生み出すか、あきらめずに、血を吐いてでも、事業の遂行に向けていけるかが経営リーダーには問われます。

そのような時に支えてくれるのは、なぜこの事業を行うのか？ この事業で何を成し遂げるのかという精神的な使命へのコミットです。

使命にうらづけられた行動は、いかなる艱難も跳ね返し、偉大な道を切り開きます。

何のために事業を行うのか？

「あなたの事業は使命に基づいていますか？」

「なぜあなたは今の事業を行うのですか？」

「あなたは何を成し遂げたいのですか？」

ドラッカー経営は、ビジネスと精神的な世界、物質世界と精神の世界を繋ぐ有機的な学問なのです。

あなたの真摯な精神の遂行として、ビジネスがこの世に姿を現す時に、あなたの事業は本当の人生表現として偉大な力を持ちます。

それこそあなたの使命観であり、あなたの価値観の結晶であり、世界に影響を与えようとするあなたの純粋な存在からのエネルギーなのです。

事業において常に、「使命」にコミットメントするようにして下さい。

使命からのリーダーの活動は、周囲の世界さえ大きくこれまでと変えてしまうでしょう。

リーダーから発される覇気も、使命観を持った時に大きな変容をとげ、あなたは偉大なエネルギーの塊となるのです。

それこそが、どんな苦難にもまげず、世界をより良く変える力になるのです。

常に使命を問い、使命に沿ったその事業を為すべきか否か問いかけつつ、事業を進めるのです。

使命に合わなければ、ノーという勇気を持つ

私の知り合いの経営者は、本当に子どものために役立つ自由な方針の教育の幼稚園を創るという使命感から保育事業をお越しました。

国の方針で、保育事業には補助金が出るため、それを受け取って事業を起こせば財務上の運営は非常に楽になるのですが、補助金を受け取ってしまうと行政の固い教育方針に縛られ、本当に自由な教育が実現不可能になると知りました。

その経営者は自分の給与を食べれるまでぎりぎりに削減して、しかし胸を張って使命からの保育事業を行っています。

使命を犠牲にしてまで利益を追求することはビジネスの本質ではありません。

何のための事業か？ 何のためにこのビジネスをするのかを考え抜き、全ての方針を決める時にあなたの事業は真のビジネスに進化するのです。

「使命・なんのために行うのか？・何を為したいのか？」がなによりも重要なのです

.....

2)

リーダーシップとは組織の使命を考え抜き、それを明確に確立することである

リーダーシップとは何か？

リーダーの仕事としてドラッカーは次の3つを上げています。

1 組織に使命（価値観）を確立し浸透すること（バリューへの取り組み）

2 現在の成果を上げること

3 人材育成

多くのリーダーが、現在の成果をあげる事には集中しています。

ところが、使命を確立すること（経営理念・価値の浸透）そして人材育成についてはほぼ取り組んでいないことが多いのです。

ミッションが第一に重要なのです。

ミッションこそチームを導き・鼓舞する北極星なのです。

ミッションとは『存在意義・大義』・何のためにこの仕事を成し遂げるのかということです。

営業で成果が上がらないとき、テレアポで断り続けられるときは、モチベーションが落ちます。

そんな時、もう一軒飛び込めるかという時には、このチームとしての大義があるとないとでチームの行動が全く変わってしまうのです。

ミッションは人の行動をパワフルに限界まで働かせる事ができるのです。

人間は大義があれば、血と汗と涙、そして命までも差し出す生き物です。

リーダーは組織の明確な存在意義、つまり何のためにわがチームは存在するかを明確に打ち立て、組織に浸透する必要があるのです。

チームの存在意義を考え抜き、本質的なアプローチをする事が現在の大きな成果にもつながるのです。

ミッションから闘っている人間の闘争心には、いかなる金銭的報酬も名誉もかないません。

明確なミッションを確立し、教育を通じて組織に浸透させることに注力して下さい。

あなたのチームは、はるかに多くの成果を手にする事になります。

使命について、ドラッカーは、組織は「独自の」貢献を社会に果たすことが重要だと言います。

他社には果たすことのできない、皆様の組織の「独自」の貢献は何ですか？

部門の独自の貢献は何ですか？ 何をするために部門があるのですか？

リーダーとしてどのように組織の中で明確に確立し、メンバーへの理解を深めていきますか？

.....

3)

組織と部下の無限の可能性を信じる

リーダーの大切な仕事は

働く人の魂を輝かせ、目覚めさせ、その人の潜在性を爆発させることです。

ドラッカーは、「リーダー話すな！聴け」といいます。

これは、部下を成長させるためには、

リーダーは、自分の話をするよりも、部下の話を聴き、部下をもっと理解せよという意味です。

この「聴く」と言う事に関して、効果的な傾聴法にコーチングという形式があります。

命令するのではなく、質問話法によって相手に考えさせ

相手の可能性を爆発させ 相手をサポートすることです。

このコーチングには秘密の技術があります。

この技術を用いるだけで効果は何倍にもなる秘密です。

そして、部下指導全般に活かすことができるものです。

その技術とは、相手と話す時、相手を教育する時、相手と接する時に

相手の中の無限の可能性、創造性を信じて

この人の魂は必ず偉大な事を成し遂げる力をもっていて

それが解放されるのを待っている。

かならず、この人は大きな仕事を成し遂げてくれると

全面的な信頼と期待の波動・念を相手におくることです。

この心構えだけで、相手の創造性、相手の対話における効果は何倍にもなるのです。

私は、多くのクライアント様に経営コンサルティングをさせて頂きますが

その時に今日は人生が変わるほど、ビジネス観が変わるほどの

大きな感動があったといわれます。

その理由は、相手に最大の創造性を期待し、相手の中の創造性は私とのセッションにおいて解放されるのをまっている。  
この人は絶対素晴らしい創造性、未来の成長した潜在性をもっていると狂氣的にまで信じ抜き、相手に尽くすからです。  
社長と社員さん 上司、部下の関係も同様です。  
できないと思えば、相手はできなくなります。  
相手の成長、相手が偉大な仕事を成し遂げている潜在性、未来までイメージして指導する時、導く時にはその人の魂の創造性は必ず、花開き、開花し、大きな仕事を成し遂げてくれるのです。  
我々の魂は、成長するように、創造するようにできています。  
宇宙の原理は、無限の成長です。  
その原理に即して、相手に接する時に、相手の創造性の無限の開花解放を祈る時に、その宇宙の原理はそのまま働き、相手は偉大な仕事を成し遂げてくれるのです。  
信じて下さい。  
相手を見る時には、現在の相手だけではなく、成長し、偉大な仕事を成し遂げている、未来の相手の姿を、時間を超えてみるのです。  
その未来こそ、あなたが創造的である証であり、宇宙の無限成長・発展の原則の波動を生み出し、部下や組織を最大に成長させることになるのです。  
あなたにも、相手の中にも、ビックバンで生まれた宇宙創造のエネルギーが眠っていることを強く信じてください。  
人の魂を開花させ、創造性を爆発させ、成長させることこそリーダーの素晴らしい仕事であり、偉大な功績になるのです。  
忘れないで下さい、あなたは人の創造性を爆発させ、人の魂を成長へと導く真のリーダーであることを。

.....

4)  
リーダーはなぜ高い目標をあげなければならないのか？

今回のテーマ：【リーダーは卓越した目標掲げる者である】  
リーダーはチームへ高い目標掲げる必要があります。  
なぜ目標は高くなければいけないんでしょう？  
それは、リーダー以上になる組織はないからなのです  
あなた以上に組織が成長することはありません。  
リーダーの掲げた目標以上に組織が成長することはないのです。

■リーダーは働く仲間の視座を高めるものである。  
ドラッカーは次のように述べ、リーダーの視点の高さの必要を訴えます。  
「リーダーシップとは働く仲間の視座を上げ  
人格を陶冶し 制約を超えさせる ものである」  
(ドラッカー著 現代の経営・プロフェッショナルの条件)  
リーダーであるあなた以上に部下が高い視線を持つ事はありません。  
リーダーの目標・志が低いと組織全体が卑しくなってしまうんです。

そのためにリーダーは、高い目標を設定する必要があるのです。  
同じく、管理職やマネージャーも部下に高い目標を示す必要があります。  
ところが、最近、ゆとり教育の影響なのか高い目標を上げる人が少なくなっています。

■リーダーが高い目標をしめさなくてはならないのはなぜか？

このままでもいけるのに

なぜ高い目標を上げる必要があるのでしょうか？

という質問をするマネージャーが多いのです。

なぜ高い目標なのでしょう？

それはマネージャー以上の視点・視座を組織に示せる人がいないからなんですね

昔、民主党の蓮舫議員が言ったように、2番じゃ、目標はダメなんです！

リーダーは高みを目指すからこそリーダー足りうるのです。

そのため、私は多くのクライアントさんにナンバーワンの目標を上げて頂きます。

日本ナンバーワン・地域ナンバーワン・業界ナンバーワンという目標が分かりやすいです。

高い目標によって組織に誇りを与え、鼓舞すること

そしてメンバーに自己の制約を超えさせ

高い目標に挑戦してもらうことこそ、リーダーの重要な役割です。

リーダーとは究極的には、人間を挑戦させ 成長させるものです！

■ドラッカーの経営におけるリーダーとは、メンバーを挑戦させ、成長に導く者である。

マネジメントは人のことであると唱えた、ドラッカーの人間中心の経営とは

メンバーに挑戦させ、メンバーを人間として成長させ、

メンバーに誇りあることを成し遂げさせるものなのです

メンバーに人間的な成長して頂くためにも、リーダーの目標は高くなければなりません。

目標とは、究極には志の問題だからです。

リーダーの高い志が、組織の心に炎を灯し、メンバーを誇りあるものとし

偉大な成果を成し遂げさせるのです。

そして最大の成果とは、仕事を通じてメンバーに

最大の人間的成長を遂げてもらうことなのです

あなたはリーダーです。

これからの時代は全ての人がリーダーの時代

あなたはリーダーとして、メンバーの先頭に立ち、メンバーを成長させる者なのです。

ドラッカーで高いビジョンを確立し、組織に明確に示して

本質的なリーダーシップのもとに、最大の成果を上げていきませんか？

.....

5)

管理職など存在しない。マネジメントとは起業家的活動である

「管理職になりました。仕事の仕方で気を付けるところはありますか？」

企業研修の中で、今期から課長に昇進された方に頂いた質問です。

リーダー・マネージャー層（役員・部課長）の仕事とは何でしょう。

ドラッカーは言います。

「マネジメントとは内部管理活動ではない、それは起業家的活動である。」

管理職の誤解 管理職など存在しない

日本では、管理職という言い方がされ、これが大きな誤解を生むのですが、経営幹部の仕事は内部を管理することではありません。

利益は顧客の元、社外にしかありません。社内にあるのはコストだけです。

内部管理をいくら強化しても成果（利益）があがることはありません。

事業は、すべてお客様に向けた市場活動である必要があります。

顧客を忘れ、社内に閉じこもるリーダーは組織に危機をもたらします。

リーダーの定位置はお客様のところへです。

事業の全体を顧客・市場・現場のもとから考察するのがリーダーの役割なのです。

「管理職」という言葉は、リーダーの仕事に大きな誤解を招く

ドラッカーは言います。

「現在、マネジメントはより起業家的側面にコミットしなければいけない。内部志向になってはいけません。」

リーダーの仕事を一言でいうと、市場・顧客に向けた事業の機会追及職であるということです。

成果は機会からもたらされます。

リーダーの目は常に、外部へ、機会へ向いていなければいけません。

役員席・部課長席にふんぞり返って、社内をいくらにらみつけても、業績があがることは決してありません。

顧客・市場を起点として、わが社はどうしたらお客様への提供価値を向上させることができるだろうか？

という重要な命題について考え続けることが、リーダーの仕事です。

事業活動は「市場活動」なのです。

すべての取組みを内部への管理ではなく、市場に向けた機会追及活動・価値向上活動へと集中させてください。

成果は会社の外にしかないのです。

.....