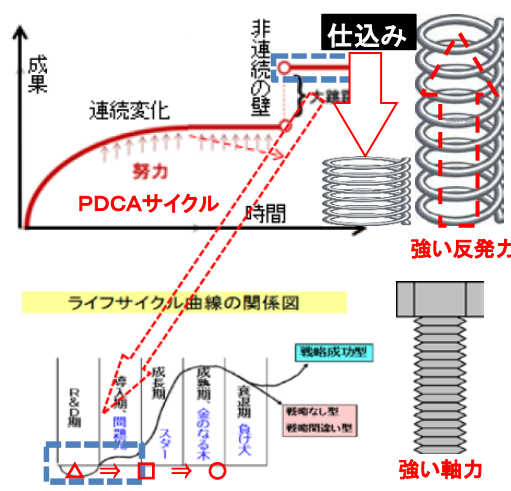


MMQCとは「もっと儲かる業務改善」で「業務改善は、人づくり、品質づくり」を実践する着実・前向き・具体的な活動です。

バネの瞬発力とネジの軸力の組合せ！

右掲、121号でもご紹介した「非連続の壁」というグラフとライフサイクル曲線のグラフにバネとネジを加えたものです。「非連続の壁」を突破するには、バネを縮めて反発力を高めて、一気に解放するというイメージを描いています。従来からの延長線上ではない物を選んで新企画として世に打ち出して「閉塞感」を一気に吹き飛ばしたいという願いを描いています。しかし、新企画はライフサイクル曲線で示すように導入期が必要なのですが、バネのように事前にシッカリと準備しておけば「仕込み」が出来るので、社内や社外の協力者のパワーが高まるのです。その高めたパワーを一気にマーケティング展開に変換して解放するのです。十分な教育訓練をしておくと現場の立ち上がり方がスムーズになり、初期導入期間は短くて済むようになります。また、ネジの軸力のようにPDCAサイクルを回すことで努力効果が低減する現象を抑えることができるのです。



しかし、新企画を打ち出す手順が大仕事になります。単純に、新企画を社員に伝えたと既存の延長線上ではないので「ええ！」というリアクションになるケースが多いのです。このリアクションにたじろいでは「非連続の壁」突破にはならずマンネリの繰り返しになります。脱マンネリの為にも新企画を打ち出して、社員を巻き込む努力が必要です。小泉純一郎元首相が総裁選に出る時に「自民党をぶっ壊す」と打ち出して「青論塾」を作って、郵政問題などで厳しい意見を戦わせて仲間づくりを行い、当初は青論だった「郵政改革」を政策の一丁目一番地に掲げて総選挙に打って出て大勝したという歴史があるように、

「青論」(△)→「正論」(□)→「成論」(○)→次の「青論」へ

若い人を中心に「新企画」について「青論」を語り合う事が大切です。中にはとんでもない発想が飛び出して異次元の世界へ向かうベクトルが生まれるのです。この議論から生まれた「発想」を出来る事にブレイクダウンして着手の糸口をつかむ事が第一歩です。これをテスト・マーケティングで成果の出やすい形にして、出来れば親しいお客様に試して頂いて結果(効果)を出す事が大切です。つまり、アイデア段階から成果が出ると「青論」から「正論」に変わります。多くの方は「結果が出る」ならば動き始めるのです。「結果」が△から□へ移って戦術として定着するのです。この段階へ向かう「仕込み」期間が重要なのです。バネを圧縮するように、シッカリと行なえば、大きな反発力となり勢いが加速するのです。

そして、PDCAサイクルを回してシッカリとレベルを上げて行くのですが、結果を生み続けると成功パターンが確立して誰でも出来るように「手順・ツール・トーク」が出来て「成論」となり□から○となり普及が速まるのです。この段階では、ネジのように1回転毎に着実に成果を生む事が大切です。ネジには軸力が働くのですが、普及期では期間毎に成果が生まれるのです。

しかし、ライフサイクル曲線が示すように、必ず、衰退期に入るので、常に、「青論」に戻って尖った議論で新企画を打ち出す事が大切です。この新しい「青論」を打ち出すタイミングが大切なのですが、可能ならば、同時並行が望ましいのです。つまり、若い人の中から青論を好む方を選び、次の企画の為に尖った議論を引き出す事が大切です。必要ならば、「呼び水」となるテーマを用意する事も議論のキッカケづくりになります。

今号は、「非連続の壁」の実践法を「バネとネジ」で表し、その展開を「青論」から始めて若い人を巻き込んで、若い感覚の尖ったアイデアを引き出して進める事をご紹介しました。「青論」は小泉純一郎さんの造語だそうですが、大きな「瞬発力」を貯める良い方法としてご紹介しました。

ワンポイント・アドバイス

人は自分の経験を通して物事を見ると言われます。私は、71才になり、気分は若くても実際の若い人の発想について行けない事が多くなっています。この状態から脱出するには、若い発想を受け入れて、その発想を確認する会話で前向きな意欲を引き出すようにしています。この青論を受け入れてまずは小さくテストする事から始めるのです。小さなテストならリスクも大きくなりませんので人材育成にもお薦めです。

