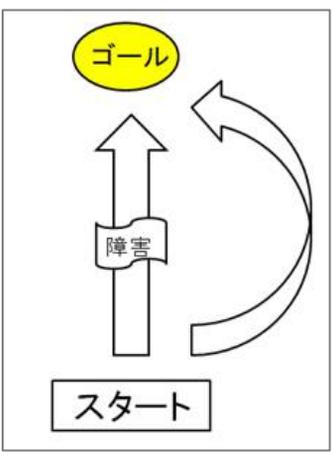


MMQCとは「もっと儲かる業務改善」で「業務改善は、人づくり、品質づくり」を実践する着実・前向き・具体的な活動です。

## 「急がば回れ」は「急がば調査」!

右掲はゴールに一直線に進むと途中で障害があり、迂回する方が結果的に良い結果になるという図です。例えば、高速道路の渋滞は巻き込まれるとどうしようもありません。「直感」と「ヒラメキ」の相違を将棋の羽生さんは「到達系」を描く事ができれば「直感」であると定義されています。この定義に従えば、高速道路の渋滞情報に従って「迂回」する方が適切という事になりますが、実際には、迂回するクルマが多くて迂回先で渋滞が起これ、迂回せずに居る方は障害が取り除かれて意外に早くゴールに辿り着くというケースがあります。「情報」をタイミングよく把握する事が分岐点。



この事から「急がば回れ」という格言が浮かびますが、現在は情報化時代なので、「急がば調査」という事になります。例えば、診断士や社労士に委託する補助金や助成金の申請でも、該当のHPなどを丁寧に調べれば「申請の仕方」やその要点などを丁寧に解説されています。そして、「叩き台」を作成すれば、申請の窓口で点検してくれて適切なアドバイスを頂けるようになっています。時間がかかりますが自力で行えるので、申請などの中身にも詳しくなり、自社の改善課題なども浮かんで来るのです。確かに、専門家に依頼すればスムーズに解決する可能性が高まりますが、それでは社内の人材が「受け身」になってしまい自ら「気づいた」事を改善しようとするマインドが育たないのです。

例えば、補助金や助成金の申請とすると必要な事項を調査して、それぞれの特性を要因分解して着手する事柄を列挙し、それらの優先順位をつけて着手する事になります。この時点で「不明」な点があれば、申請の

## 「きく」の3段階=「聞く・聴く・訊く」

窓口で相談してアドバイスを受ける事ができるのです。このような手法は科学的な手法なので、対象範囲は広いものです。一度、身に付けると応用が可能なので人材育成に重要な事です。何事も未体験の事は手掛かりを見つけるのに苦労しますが、「調査」する姿勢、つまり「訊く」姿勢が身に尽きます。これは「キクの3段階」とも言いますが、英単語で示すと聞く=hear、聴く=listen、訊く=askとなります。「hear」は単に聞く、「listen」は関心のある物を聞く、「ask」は自分から尋ねるという違いがあります。この尋ねるがレベルアップすれば「consult」=相談するとなります。相談を受ける人は「consultant」ですが、専門知識を有しています。

しかし、補助金や助成金という明確な相談は比較的対応が可能ですが、一般的な事象に関する「相談」には専門的知識や経験がないので調べる事になります。従って、「〇〇のコンサルタント」と看板を掲げてマッチングしやすくする事がポイントです。私自身は船井流を学び、主にマーケティングが専門であり実践手法は「ちらし」が得意という事です。「ちらし」づくりの為にデザイナーを擁して社内でスピード感をもったコンテンツ制作を提供しています。

「〇〇コンサルタント」と領域を絞っても依頼される事は幅広いので未体験の事柄が多くあります。未体験でも「調査」する事が出来るので依頼事項の解決策を提示する事が出来ています。この時、まずは自身でテストして手応えを感じてから提示するので説得力が増しています。この事は社員の方でも同じであります。専門家と一緒に得た体験から学んだ事をルール化しておけば、自分の知識となりますので、次に起こった時は専門家の協力がなくても出来る体験を持っているのです。専門家が迂闊な対応すると満足できないレベルになっている方もいらっしゃると思います。

### ワンポイント・アドバイス

「訊く」の中に「調査」する事が含まれています。アドバイスを受け、それを自分なりに試してみても実感する事が重要です。「腑に落ちる」と言いますが、この状態になると一般の方よりも1.6倍の能率に跳ね上がります。この「腑に落ちた」事柄を通して自分なりに噛み砕くことでより高い理解度になります。そして、工夫を加える事で1.6<sup>2</sup>になり人財になる。

