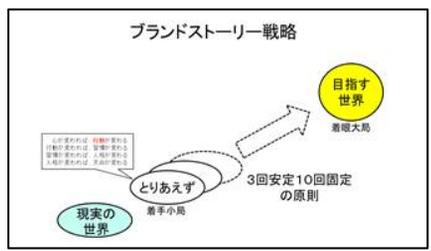


MMQCとは「もっと儲かる業務改善」で「業務改善は、人づくり、品質づくり」を実践する着実・前向き・具体的な活動です。

「夢」と「希望」

右掲は先月にもご紹介したブランドストーリー戦略の構図です。これを日本語に置き換えて見ると「夢」と「希望」に分解できます。先月の続きで表現すれば、「夢」は輪郭を描く事、「希望」は塗る作業と言えます。換言すれば、「夢」を実現する為に具体的に行う事が「希望」となります。「夢」に繋がる「希望」が重要であり、右図のように「とりあえず」から始めて、「出来た、出来た、また、出来た！」という連続3回で「流れ」と「勢い」を作ることがポイントです。



では、「夢」をどのように描くかが重要になります。よく言われるのは10年先の姿を描く事ですが、内部環境と外部環境の両面がキーになります。10年先に外部環境を描くには、大きくはグローバルな視点もありますが、少なくとも人口動態はハッキリしているので先細りの経済が見えます。その環境下で内部環境、例えば、社員の年齢も10才加齢するように「商品」や「技術」「サービス」も陳腐化するので、目先の最適化だけでは長期的にはギャップを大きくするだけになります。

日常的には「アリの眼」で目先の課題を処理する事が重要ですが、その上に、「トリの眼」や「サカナの眼」さらには「コウモリの眼」が必要になるのです。「トリの眼」は「外部環境」や「内部環境」を掴む事で、「サカナの眼」は時流、つまり、10年先を展望する事です。そして、「コウモリの眼」になって「逆」に見て「展望」や「外部環境」「内部環境」が正しいかを検証する事になります。

個人的な面ですが、私自身は10年後84才になっています。この年代の先輩を観察すると2極化が甚だしくなっています。現在の日本人男性の平均寿命は81.64才(厚生労働省、令和2年の簡易生命表)との事なの

「コウモリの眼」で検証！

で、平均を超えています。一方、90才を迎える人の割合は1980年が9.4%に対して2020年は28.1%と増加しており、元気な人とそうでない方の格差が開いている事を物語っています。各年齢からの平均余命も伸びてお入り75才では12.54才となり平均より約6年長生きという統計です。つまり、これから「元気」に過ごせば、念願の「百歳現役」も可能なのです。100才以上の方は約9万人で、その11%が男性なので約1万人という事です。かなり確率は低くなるが可能性があるので生活様式に注意する必要があります。つまり、QOL(生活の質)がポイントになる事が浮かび、個人的には

「運動」x「食事」x「社会」⇒「健康」

と公式化しています。「運動」は自分で生活できる事、「食事」は運動して美味しく食べる事、「社会」は人の役に立つ事と定義しています。「コウモリの眼」で逆に見ると「今のうちに対策」という事が浮かんで来ます。いろんな対策が必要ですが、昨年、大動脈瘤の手術を受けたのは大きな対策になっています。これをベースに「百歳現役」という「夢」に対する「希望」を作るかが課題になります。

まず、10年先も元気に仕事をしている事がベースです。令和7年に事業承継の予定でいますが、仕事を続けたいと思っています。勿論、若い人の邪魔をしない事が大前提ですが、「人」に関する基本は普遍なので経験を通して伝えるようにしたいと思っています。ただ、表現法は時代の進歩と共に変化しているので、頑固にならずに柔軟に受け入れるようにしたいと思っています。

今回も個人の事を例にしましたが、外部環境や内部環境の10年先を描く事で現実とのギャップがハッキリします。このギャップを埋めるか、コウモリの眼で別の方向に進むかの決断が必要になります。決断して着手すると「希望」が生まれ「夢」に向かって行けます。ご参考になれば最幸です。

ワンポイント・アドバイス

「希望の星」という言葉があります。夢を実現する人や商品などですが、「夢」がないと目先の事ばかりになります。目先の最適解は長期的な最適解とは限らないのです。多くは、時代の進化でギャップを作ります。このギャップを埋める対策が重要なのです。つい目先に惑わされて間違ってしまう。つまり、脱マンネリを常に心がける事がポイントになります。

