

# THANKS

(VOL. 163)

BUSINESS NEWS LETTER

発行日：平成23年1月1日  
発行者：有限会社サクスマインドコンサルティング  
連絡先：〒359-1118  
埼玉県所沢市けやき台 1-41-11  
TEL:04-2922-1417  
E-MAIL：[info@thanksmind.co.jp](mailto:info@thanksmind.co.jp)  
<http://www.thanksmind.co.jp>

## 特集

### 「ことわざから学ぶ仕事における心構え (その9)」

本誌では今、「ことわざから学ぶ仕事における心構え」を特集しています。  
私自身の経験や、コンサルティングを通して見たことを踏まえて、「こんなことが大事では…」と思われることをまとめたものです。

「カルタ風」に、「あ行」から進めています。  
今回は、「に」のことわざから続けます。

### に：「女房鉄砲仏法 (にようぼうてっぼうぶっぼう)」

#### <意味>

世の中の安泰を保つものは、女房、鉄砲、仏法の3つだということ。  
女性はその場の雰囲気や和らげ、鉄砲は無法律者を取り締まり、仏法は人の心を正しく導く。

「女房」が最初に来ているところが「深い」ですね。  
良い仕事ができるのは、女房の協力があってこそ。  
アカデミー賞の授賞式などのスピーチで、よく「ワイフ××に感謝する」ということを言っている人がいますが、確かにその通りだと思います。

「伊藤さん。どうしたの？ 何か悪いことでもしたんでしょ。」  
そんな声が聞こえてきそうですが、歳をとるにつれて、だんだん上記のような気持ちになってきます。  
本当に！！

思い起こせば、昔はひどい旦那だったと反省します。  
たとえば…

15年前に、家を引っ越した時のこと。  
私は、引越しの当日、仕事をしていました。  
確か土曜日だったと思いますが、数日前に、仕事が入ってしまったのです。  
「大丈夫だよ。ここまでまとめておけば、あとは引越し屋がやってくれるから…」  
そんなセリフを残して入社して、あとは、女房に任せっぱなし。  
会社から新居に帰宅しました。  
そして翌日の日曜日。  
荷解きに取り掛かろうとする矢先に「悪魔の電話」がかかってきました。  
「伊藤ちゃん。今、皆が集まっているから、おいだよ」  
学生時代の仲間からの誘いです。

「昨日引越したばかりだから、今日は忙しいんだけど… まあ、でも皆が集まる機会は滅多にないから行くよ…」

「すぐに帰ってくるから…」と言い残したものの、結局、帰宅したのは午前様。さすがに女房はしばらく口をきいてくれませんでした。

女房は、このことを余程、根に持っていたのでしょう。その後、5年間、毎年1回くらい、機嫌が悪い時に言われ続けました。「あんたは、引越しの時もいなかったし、翌日もいなかった。幼い子供を連れて私がどれだけ大変だったか分かる！」

「伊藤さん。よく離婚されませんでしたね…」  
以前、この話を後輩にしたら、そう言われてしまいました。私自身、そんな危機感は微塵もなかったのですが、今から思えば「確かに…」と思います。今、私がこうして仕事ができているのも女房のおかげ。本当にそう思っています。

## ぬ：「盗人にも三分の理（ぬすびとにもさんぶのり）」

### <意味>

泥棒にも、盗みを正当化する理屈は三分程度ある。  
どんなことでも、理屈だけはどうにでもつけられるというたとえ。

先日、ラジオで永六輔さんが、次のような話をしていました。「テロ組織に対しては、抑圧するのではなく、会話を持ってもらいたい…」  
「会話？ 変なことを言っているな…」と思っていたら、彼は次のように続けました。「どんな人にも言い分がある。それが我々の価値観や常識と違っていているから『間違っている！』と言っても、彼らには理解できない。言い分を聞いた上で、お互いに接点を持つことを考えないと問題は解決しない…」

アメリカでは、学校の授業で「ディベート」を行います。「ディベート」とは論争のこと。お互いに違った意見を主張し合い、相手を論破することを目的とします。確かに、アメリカのような合理的な考え方を好む風土では、そうしたことがなじむのでしょう。しかし、世の中、全てが合理的、論理的な方法で物事が解決するとは限りません。間はもともと価値観や常識が多様なもの。自分が「正当」と思っていることであっても、相手から見れば「不正」と思うことも沢山あるものです。

「××はこうすべき…」  
コンサルタントは、よく「べき論」を使います。本誌にしても、世の中の一般的な「セオリー」を中心に書いていますので、「べき論」だらけです。これは職業柄、仕方がないこと。まずは、「世の中一般」について、理解してもらうことが使命ですから。しかし、上記の通り、人にはいろいろな価値観や常識があります。当然、セオリーに対して、「自分はそう思わない」という人もいます。そういう人に対して、無理やり「××しろ！」と強制しても、逆効果になることが多いです。まずは、その人が「なぜ、そう思わないのか」「どうしたいのか」をじっくり聞くこと。そして、「説得」するのではなく、お互いの「接点」を探ること。そんな姿勢も大切です。

## ね：「猫に小判（ねこにこばん）」

### <意味>

どんなに高価で貴重なものでも、その価値を知らぬ者には何のありがたみもないことのとえ。

以前、ある会社が営業担当者のパソコンを全て、デスクトップ型からノート型に切り替えました。狙いは、客先でのプレゼンテーション力を高めること。例えば、省エネ効果が高い機械を提案する場合、口頭や紙で説明するよりも、パソコンで動いている姿を見せれば、お客様の理解度が高まります。大勢の人に対して説明する場合は、プロジェクターで投影することが望ましいですが、相手が数人だったら、並んで座って、一緒にパソコンの画面を見てもらえれば、それで十分です

また、パソコンに予め、費用対効果が計算できるプログラムをダウンロードしておいて、商談の中でお客様から聞いた条件をその場で入力。

「シミュレーションによれば、貴社では年間××円くらいのコストダウンが可能です」

即座に効果が算出できます。

まさに、プロとしての「演出」でしょう。

ところが・・・

このような本社スタッフの狙いとは裏腹に、現場の担当者は一向にパソコンを持参しようとしません。

「重いから・・・」「商談の中で時間が無いから・・・」

理由を聞けば、いろいろな「言い訳」が出てきます。

しかしながら、それは、結局は「そんなことをしたって、お客様に買ってもらえるとは思えない」という意識の問題につきます。

これぞ、まさに「猫に小判」。

いくら道具を与えても、本人に使う気がなければ、無駄な投資です。

コンサルティングをしていると、上記のような例に数多く遭遇します。

それでは使い手だけが悪いのか？

必ずしもそうとは言えません。

道具を与えている側にも問題がある場合が少なくないのです。

「つべこべ言わずに、とにかくやれ！」

狙いや背景を明確にしないで上意下達で命令するだけだったり、具体的な使い方を説明しないで道具だけを渡したり・・・

これでは、期待通りに現場が動かないのは当然です。

「猫に小判」にならないためには、まずは、小判を与える側が、その「ありがたみ」をしっかり説明すること。

そして、「ありがたみ」を実感できるように、具体的な使い方まで教えること。

さらに、実際に成功事例ができれば、それを現場にドンドン知らせて、「自分もやってみよう！」という意識を醸成すること。

このようなことが重要です。

<次回に続く>