

『不易流行』・・・変えてはいけないものを見つめる。

元々は、「不易変易」といって、時代と共に変えていいものと 変えてはならないものを明確にするということです。

例えば、いくら高度情報化時代になったからといって、

**挨拶ができる」**

**約束や時間を守る」**

**報告・連絡・相談をする」**

という基本動作の大切さは変わらない。

そして、一番大切なことは、相手のして欲しいことをする  
自分がもしお客様だったらどうして欲しいのだろうか  
相手の立場に立つこと」などは、「不易の代表」だ。

老舗の家訓・・・薄皮饅頭の柏屋

「不易流行」

「不易」変えてはならないものの代表は、

“おいしさ”と“信用”である。

目先の利益、目先の競争に走り 妥協の品を送り出していけば、今の柏屋の“のれん”はなかったかもしれない。

今、ディズニーランドが大繁盛しているのは、昔から日本人が一番大切にしていた「おもてなしの心」があるからなのではないでしょうか？

先日も、あるコンサルタントの講演で、「笑い」ではなく、

「笑顔」の重要性が大切だなあと感じました。

そしてその「笑顔」を「感動の経営」にしくみとして、どう取り入れるか？が今の時代に必要かと痛感した次第です。

チェックポイント

時代の変化にとらわれず変えてはならないこと（不易）が、社内で明確になっていますか？

過去にとらわれず思い切って変えるべきもの（変易）が、社内で明確になっていますか？

時代や社会の変化の波の下に静かに流れる底流、人間・日本人としての「真・善・美」を見つめる時間が取れているだろうか？

『感動経営のヒント』

世の中や業界は、

「人の行く裏山に花が咲いている」ものだよ。

もし、ご興味あれば、いつでもご連絡下さい。

志高く、未来に向かって、価値を創造する

未来創造志塾

塾長 細川栄一