

「ストーリーでリーダーはカリスマになれる」

参考著書「仕事はストーリーで動かそう」川上徹也著より

モノをつくる前にヒトをつくる

ストーリーをつくるのがうまいリーダーとして最初に思いつくのが、松下電器の創業者・松下幸之助氏です。

戦後日本の高度成長を支えた今や伝説となっている経営者は何人もいます。

しかし、ストーリーづくりの観点から言うと、松下幸之助氏は飛び抜けています。

まさに天才と言ってもいいでしょう。

他の伝説的な経営者である、本多宗一郎氏やソニーの盛田昭夫氏が技術者出身だったのに比べて、松下幸之助氏は根っからの商売人です。

実は松下電器の歴史を振り返っても、創業当初の二股ソケットを除いては、画期的な発明とか時代を変えた新商品と言ったようなものはほとんどありません。

それでも松下電器が日本を代表する企業のひとつになっているのは、創業者・松下幸之助氏のストーリー力によるものが大きいと思われれます。

こんな伝説的なエピソードがあります。

松下電器がまだ創業して間もない頃、社員が幸之助氏に報告しました。

「今日、お得意様から『松下はんは何をつくっている会社ですか？』って聞かれましたわ」

「それで何て答えたんや？」

「そら『電化製品をつくっている会社です』と答えました」

「次に聞かれたらこう答えとき。『松下電器は人をつくっている会社です。あわせて電化製品もつくっています』」

本当にこんな会話が社員とあったかどうかはわかりません。（だから伝説なのです）

ひょっとしたら、理念が先あって、このエピソードは後からできたものかもしれません。

しかし、「松下電器はモノをつくる前にヒトをつくる」という理念は、このストーリーと共にしっかりと語り継がれます。

ここにストーリーづくりのエッセンスが凝縮されています。

もしこれが、「松下電器は人材教育に力を入れています」などといったスローガンでは、誰の記憶にも残らなかったことでしょう。

このようなストーリーがあるからこそ、「松下電器は人をつくっている会社」という伝えたい部分が記憶に残ります。

まわりからの期待も高まりますし、社員たちもストーリーに合わせようと切磋琢磨します。

松下幸之助氏には、このような伝説的なストーリーが数多く存在します。

その多くが単なるエピソードとして終わらず、ちゃんと企業理念や社員教育につながっている所が、すごい所です。

コメント

松下幸之助氏につくったストーリーを分析すると経営のヒントになります。

他では有名な「水道哲学」のストーリーがあります。

時代のニーズと消費者の期待をしっかりと掴んでいますね。

誰にも「わかり易い」例えで、それを実現することで、多くの人たちを幸せに出きるという目的。

このような未来のストーリー（経営ビジョン）を語れることが、リーダーの条件ですね。

我々もストーリーを語れるように努力しましょう！