

経営のヒント193 「川に飛び込め」の精神が大切

失敗をさげようとしな

「川に飛び込め」の精神が大切だ。
迷わず飛び込んで向こう岸を目指す。
もし川が思ったよりも浅ければそのまま走って渡ればよい。
深かったら泳げばよい。
泳いでみれば案外緩いかもしれない。
もし流れが急で泳ぎ切れなかったらどうするか。
これが怖いからなかなか飛び込めない。
だから経営が「はい、ここまで」という撤退のラインを決めておく必要がある。
店舗を新たに出す時、まず考えなければいけないのは立地でも家賃でもない。
閉店のルールだ。
一定のルールを満たしていない店は月に1回の「閉店会議」で問答無用で閉店する。
うちでは閉店資金が毎月積み立てている。
いつでも店を閉められる。
ある意味で失敗を認めている。
失敗がルール化されていれば、思い切って川に飛び込める。

吉越浩一郎 (トランプ・インターナショナル)

大切なことは、失敗を避けることではなく、「早く」「小さく」「はっきりと」失敗することです。
ストーリーがメンバーに共有されていないと、子供のサッカー状態になり、失敗が「遅く」「大きく」「あいまい」になります。

未来から定義して不確定である以上、失敗は避けられません。
避けられないものを避けようとする、その時点で立ち止まってしまい、前に進めなくなります。
唯一可能な手は、試行錯誤を重ね、ストーリーを修正していくとい実験的なアプローチです。

大切なことは、戦略ストーリーの中で失敗をきちんと定義しておくということです。
つまり、成功と失敗の境界条件をいくつか設定し、いついつまでにこういう条件をクリアできなかつたら、そのストーリーは失敗として即座に引っこめるとい出口を設けておくわけです。
例えば、リクルートのホットペッパー事業にしても、当初から「18ヶ月での黒字達成」と累積キャッシュアウトは20億円が上限」とい条件が厳しく設定されていました。
この条件をクリアできなければ撤退するという前提で戦略ストーリーがつけられました。

「ストーリーとしての競争戦略」楠木建 東洋経済新報社より参照

<経営のヒント>

新しいとにチャレンジすることは必要です。

しかし、成功する確率はどのくらいか？

いったい、何パーセントなのか？

失敗する確率の方がダントツに大きいのですね。

だから、失敗を失敗と認め、あきらめる(捨てる)勇気が大切なんですね。

そこで大切になるのが、捨てる時の基準(数字)を明確にしておくことが必要になります。

登山と同じです。撤退する勇気と決断は、本物のリーダーにしか出来ないのです。