

未来創造志塾 7期第4回 (H20.6.16)

「論語」と「算盤」利と義は両立する！ 参考著書：

～ ドラッカーのマネジメントの真髓を学ぶ～

商売繁盛の企業事例研究「クラブソーリズムの秘密！」

「利の元は義なり」…孔子の精神

人の道

利を見ては義を思う

「義」を踏み外しても罰せられない。「法」に違反したら「罰」を受けるとチャラになる。

富と貴きとは、人の欲するところなり。その道を以ってこれを得ざれば処らざるところなり。

「富貴」は正しい方法によって得るのでなければならない。

君子は義に喩り、小人は利にさとる。

金で人を惹きつけることはできない。

そういうものを行っているところほど人の出入りが激しい。「ネクスト・ソサエティ(91P)」

会社と社員の**共存共栄のしくみ**をつくること！(企業理念などの研修の重要性)

努力すれば報われるしくみをつくり、多数の人間のやる気にさせることが大きく、強い体質を築く

利益の幻想 利益は存在しない、存在するのはコストにすぎない。実践する経営者(14P)」

第1に利益とは資金なる名の重要資源の正真正銘のコストである。

第2に利益とはあらゆる経済活動に付属するリスクと不確実性に対する定量化可能な保険料である。

第3に利益とは明日の雇用と年金の資源である。

これに対する唯一の例外、唯一の真の剰余は OPEC の石油カルテルのような独占利潤だけである。

歴史に学ぶ

故きを温ねて新しきを知れば、以って師たるべし。

「温故知新」…先人の苦闘、成功と失敗の記録、興亡の記録

歴史からベンチマーク 本質を見抜け、自分に振り返れ

望ましい人間像

質直にして義を好み、言を察して色を観、慮りて以って人に下る。

飾りつけがなく、まっすぐな人柄で、常に筋を通して行動する

発言と表情を察して、相手が何を考えているのか、どの程度の人物なのかを観察する

何事にもよく考えて慎重に対処し、見下すようなことはしない

厳刑重罰は民の悪む所なり、而れども国の治まる所以なり

百姓を哀憐し、刑罰を軽くするは、民の喜ぶ所なり、しかれども国の危うき所以なり

刑罰は平等 透明…厳刑をためらうな！

評価は公平 透明にする

「徳」は孤ならず！

徳は孤ならず、必ず隣あり

徳のある人は孤立しない。必ず共鳴者が現われてくる。

徳の要素 = 仁 (思いやり) 信 (嘘をつかない) 智 (洞察力) 勇 (決断力) 謙 (謙虚) 寛 (包容力)

経営の質をチェックする。実践する経営者 (158P)」

業績とは事業の成果ではあっても、今日の経営の成果ではない。事業の成果とは昨日の経営の成果
今日の経営陣にとって、前の経営陣が下した決定を変更することは、最も困難でありながら最も重要な
責務の一つである。

今日の経営陣には、明日の事業のための決定を今日下すとい重大な責務がある。

ここにこそ、経営の成果の測定、あるいは少なくともその評価が必要とされる

投資の結果と期待と比べる 直接もたらす収益だけでなく、会社全体への収益の影響も対比

人事の結果を期待と比べる 定量的に測定はできなくとも、評価はできる。

イノベーションの成果と期待と比べる 打率の高い会社は体系的に評価している。

計画の結果と期待を比べる 計画とは今日の資源を明日のために使うためのプロセスである。

リーダーシップへの誤解 (カリスマ性はいらぬ)197p

そもそもリーダーシップそれ自体、よいものでも望ましいものでもない。何のためのリーダーシップかが
問題である。リーダーシップはカリスマ性に依存しない。大事なことは正しいこと。

カリスマ性はリーダーを破壊させる。柔軟性を奪い、不滅性を妄信させ、変化不能とする。

リーダーシップとは仕事 使命を明確に目標 優先順位 基準を決め、それを維持する

リーダーと非似リーダーの違いは目標にある 現実の制約によって妥協する時に使命にそっている

責任である 自らが責任を負うべきことを知っているがゆえに、部下を恐れない。

信頼である 真意であると確信できること。真摯さというものに対する確信。信念と行動の一致。

マネジャーの資質 「マネジメント」(129p)

マネジャーは、人という特殊な資源とともに仕事をする。人はともに働く者に特別の資源を要求する。
人を管理する能力などは学ぶことはできる。だがそれだけでは十分ではない。

その根本的な資源が必要である。真摯さである。

事実、うまくいっている組織には、必ず一人は、手をとって助けもせず、人づきあいもよくないボスがいる。

この種のボスは、とっつきにくく気難しく、わがままなくせに、しばしば誰よりも多くの人を育てる。

好かれている者よりも尊敬を集める。一流の仕事并要求し、自らにも要求する。

基準を高く定め、それを守ることを期待する。何が正しいかだけを考え、誰が正しいかを考えない。

真摯さよりの知的な能力を評価したりはしない。

学ぶことの出来ない資質、後天的に獲得することのできない資質が一つだけある。

才能ではない。真摯さである。

商売繁盛の企業事例研究

参考著書 理想の旅行業「クラブツーリズムの秘密」高橋秀夫 毎日新聞社 1800円

「仲間縁」で心を豊かに！ 旅の付加価値 = 出会い 感動 学び 体験 交流

旅ということ」を提案 = 価値ある経験の創造

「心の志向」から「質志向」…人々との「出会い」を体験する最高の機会 場所の提供！

高橋秀夫氏 … 近畿日本ツーリストの渋谷営業所より発展、独立

1. 大手企業の限界 自ら変えられない！
2. 消費者の価値観の変化

昭和 40年 ~	平成	現代から
新幹線 高度成長 海外自由化 団体旅行 修学旅行 社員旅行 宗教団体 積立旅行 パック旅行 分業化 「モノ」志向 価格重視 どこに行くか？ 商品中心 場所 ものの豊かさ 観 観	少子化 ・ネット予約 個人旅行 格安航空券 顧客拡大路線 専門化 「こと」志向 価値重視 心の豊かさ 文化 ・自然 仲間	高齢化 独り旅 仲間旅 顧客創造路線 プロ化 「質」志向 触れ合い重視 何をしにどこに行くか？ テーマ 出会いの縁 (自分発見) 学 旅 楽 動

学ぶことで旅はもっと深くなる！

旅する前に旅がある 旅の文化カレッジ (事前講座)

旅した後にも旅がある 仲間縁

ライフスタイル ・マーケティングとは？

狙い = モノを価格で売るのではなく、コト、価値の楽しみ方、ライフスタイルとして売る！

顧客 = 豊かな仲間旅、生き生きとした高齢者文化！

目的 = 旅を通して、人々との出会いを体験する最高の機会 場を提供する！

クラブツーリズム宣言

「ミッション経営」を目指す

仲間と旅を楽しみ、旅を共感し合った仲間が次々と増え、さらに旅の楽しみが広がっていく。それを私たちはクラブツーリズムと言います。私たちの事業活動における理念であり、社会に対する貢献活動でもあるクラブツーリズムをここに宣言します。

生き生きとした高齢者文化の創造

「出会い」「感動」「体験」「交流」…豊かな仲間旅」と「生き生きとした高齢者文化」

求めていること 「孤独の解消」と「社会参加を通しての自己成長」

クラブツーリズムの使命 … 旅を通して仲間づくりのお手伝いをする」こと

クラブやサークルを旅と結びつけ、豊かな仲間旅を提供すること

ピーター・F・ドラッカー博士 「未来社会への変革」より

「20世紀は、政府と企業が爆発的に成長した時代であった。しかし、21世紀の開幕が何より必要とするものは、都市において共同体を築くことのできる、**非営利的な社会組織の爆発的な成長力である**」

クラブツーリズムの「旅の友」会員、組織のネットワーク

「旅の友」会員・・・S60年 10万人 H20年 360万世帯
DBM (データベース・マーケティング)
クラブ1000構想・・・2007年 150クラブ 2015年 1000目標
フレンドリースタッフ・・・1995年 33名スタート 2007年 760名
エコスタッフ・・・・・・1992年スタート 2007年 1万エリア9000名(8割カバー)
フェロー・フレンドリースタッフ・・・97年 70名スタート 2007年 600名
パートナー・・・取り組み先との共創(コラボレーション)

課題発表会 クラブツーリズム白書

- ・前向きな提案
- ・具体的改善策

**クラブ活動 自己組織的に高度化 顧客拡大 維持 創発 競争優位 学習組織(協働)
ホロン組織(部分と全体が統合) 相乗効果を生む!**