

分離思考 (個人主義)	統合思考 (共同体主義)
部分性思考 実体性思考	全体性思考 関係性思考
客観的 合理的 分析思考	主体的 直観的 洞察思考
17世紀近代古典科学のパラダイム (目標達成)	21世紀脱近代複雑系パラダイム (目的達成)
統合の思想」と企業経営の関係性 (154p)	
低い思想 分離思想	高い思想 統合思想
自己と他者、敵と味方が明確に分かれてしまう お互いの権利の主張がエスカレート!	敵が味方に変わる! 悪を善に変える! 醜い世界が美しい世界に!
主観」と客観」を分離	主観」と客観」を統合
機械論的思想	有機体的思想

### 統合思想」に基づく創造的リーダーシップ (196~ 220p)

196p 人間の間信頼が成立する条件

リーダーシップの基本 信頼・・・強い願望 (部下・上司・顧客、そして自分自身にも・・・)

198p 信頼関係を成立させる3つのステップ

第1ステップ 自分との関係性 = 「自分で自分のことが信じられるかどうか」

第2ステップ 他人との関係性 = 「自分が他人を信じられるか」

他人を信じられる喜び・・・100倍!

第3ステップ 信頼される関係性 = 「他人から自分が信じてもらえるか」

価値観のクオリティの高さ・・・素直に尊敬の絆」

過去の自分の価値観の欠点や問題点を、自分の言葉で素直に説明できる (言語概念化)

201p 自己の中から尊厳性を見つけ出す

信頼の絆 人間としての喜び

自己について語れる言葉」= 価値ある人間かどうか

自分が評価できる自己」= 大切にしたい自己、尊敬したい自己、自信が持てる自己

深くその人を信じられる自己の発見 (自己と向き合う)・・・信頼関係の絶対条件 (鏡の法則)

203p 信頼を築く 関係的思考」とその信頼を突き崩す 実体的思考」

実体的思考 要素還元主義 自己主張 (対立)・・・自我」

西洋文明から個人主義の伝統・・・自己主張の思考が支持・・・近代

自己満足 計算や打算のために、一方的に相手を利用しているだけ 妥協」折衷案」

関係的思考 関係性によって全体が成立 相互関係性を大切にする (統合・互惠)・・・無我」

東洋文明から共同体主義の伝統・・・共存 協創的思考が支持される・・・脱近代

全体への貢献 相互補完 (優先順位) 深い信頼の絆を創っていく統合思考

211p リーダーとしての不動の信頼を得る5つの指標

### 1. 自己の本質を見極めた人であること

- 要素 「自分がどんな人間なのか」
- 要素 「自分が何を信じているか」
- 要素 「何を基準にして自分の思考と行動を決定しているか」
- 要素 「どのような立場に自己を位置付けているか」
- 要素 「何を自己の人生の究極的な目的としているか」

### 2. メンバーに深い感謝の心を忘れないこと

- 帝王学では、上司のほうから部下に挨拶する！・・・何故か？
- ドラッカー 「リーダーであるための最大の条件はリーダーとして認めるメンバーが存在しているから」
- 高い価値観が大切だと認識を共有できれば 価値観の違い 個性 (多様性) を最大限認め合う!

### 3. 人材を積極的に育成すること

- 育てるとは = パラダイム (価値観) のレベルを高くすること!

### 4. 目的に対し忠実に奉仕すること

- リーダーとは、「自分とメンバーが共有する目的や目標に使える人間」
- 「自分が確信する目的を共有してくれるメンバーのために働く人間」
- 模範 = 時間とい重要なコスト(資源)を思考と行動と選択のための優先順位を示し続ける必要!

### 5. メンバーに共通な価値観を呈示すること

- 残り4つの前提条件

## 成功の基本原則 5つの方法

1. 経営と現場が一体となってお客様の満足を実現する
2. 仕事を通して現場の人を成長させる
3. 重要なことに絞りこんですぐやる
4. 売れる商品を価格を下げないで売り込む
5. 今までのやり方をやめて、構造的に改革する

お客様満足 = 「お客様は常に正しい」...お客様のため

お客様の満足が、企業価値の本質 = もっとも大切なものは人財（質に左右）です。

人件費はコストではなく、人が企業価値を上げる！（長期的視点）

会社の売上、利益は現場で働く人がつくる

一番偉いのは「お客様」 次に偉いのは「お客様に近い現場の人」

...経営者は現場に指示・命令できると錯覚していないでしょうか？（サポート役のはず）

IYの会議：前は現場の人、役員や社長は末席（指示するのではなく、教えてもらう）

会社の方向性など大局的な考え方や戦略を、現場全員にちゃんと説明することが重要

短期的な利益より長期的な利益を重視する（今やるべきこと vs 将来のためやるべきこと）

長期的な視点で考える（経営者の役目）...私の責任でやると決断、明言

仕事とはコミュニケーションすること

組織はシステム...指示出し「行動が変わらない」のはシステムの不備

コミュニケーションとは相手の行動を変えること

ダイレクトに感情（表情・目つき・身振り・想い）相手の気持ちを動かすこと

マンネリを恐れず、できるまで徹底する

基本的な事柄は、新しいことをするより、同じことを延々と継続していくことが大切

計画は作成することより実行することに力を入れる

計画が実行されないのは、怠慢ではなく、計画が現場の実態に合っていないことに原因

計画履行を阻害する「ボトルネック」となっている要因を察知して、すぐに手を打つ！

60%の人を動かせれば、会社は大きく成長する

組織や仕組みをどのように工夫するか？（コミュニケーションのあり方をどう変えるか）

社員は仕事で成長する

モラルの高い人材（お客様の立場、満足、喜び、感性）...アイデンティティの問題

人生観まで踏み込む 熱意、心を開いて、お互い人間として向き合う覚悟

社員に勝ちグセをつけて成長させる

成功の確率が高いものをやらせる！ 「挨拶」の徹底（店長と挨拶担当者 BM）

モラルが上がると、売り上げは20%上がる

入った瞬間に違いがわかる！雰囲気明らかに違う！（嬉しい・感謝の気持ちがあると）

適材適所を貫けば少数精悦になる

重要度の高い仕事から優秀な人に優先的にやってもらう！

効果のない作業 = あまり優秀でない人 辞める 補充しない 無駄がなく強い組織

成長意欲ある限り、人は成長する。「場」を提供し、熱意を持って育成、正当な評価の仕組み

「やったほうがいい」ことはやってはいけない

優先順位をつける 大局的な情勢判断が必要

仕事というものは、優先順位上位の項目だけに集中すればいいもの

優先順位：教えるのではなく、**その人に考えさせる!** (会社は何を重要と考えているか理解)

仕事は優先順位上位10%に集中する

成城石井では、重点課題「挨拶の徹底」「商品開発力の強化」「販売力の強化」の3つ

128点の特選品の展開：品質がよくて価格が高く、粗利益が大きくとれる商品で、

なおかつ他社では売っていない差別化された商品。(粗利40~60%)

**成果の上がるものに集中するだけで、同じ時間・労力を使っても大きな差が出ます!**

とにかくすぐやる

その場で決める(結果はわからない、やってみて結果を一度出してみる)

**最初の一步より、この次の行動が実は大事です**

優先順位の重要項目「たった3つの基本を徹底する」

「あいさつ」「クリンネス」「品切れ防止」...**基本の徹底**が出来ていないとすぐやらなくなる!

基本の徹底は、当たり前前を当たり前前にするしかありません!

会議は30分で終わらせる

「会議用の資料は作らない」「必ず結論を出す」「短くする」「議事録をとる」会議の要点

**会議には意思決定できる人が必ず出席し、その場で決める!**(議論しても結論でない)

結論のない会議はお互い時間の無駄。次の打ち手を決めるのが会議

「いつまでに」「誰が」「何を」という決定事項が議事録に書かれていること。

残業をなくすと、時間内に重要な仕事をするようになる

明確な方向性を示し、重要な項に絞って徹底させる。=**評価と連動**させる!

優先順位が出来るようになったら、次は「**時間を区切る**」期限を決める!

**売上を上げるためには、今売れている商品をさらに売り込むか、売れる可能性の高い新商品を売ってみることの2つしかない。**

**売り込まなければ、お客様は商品を買ってくれない!**

売り込む意思を持たなければ、そもそも「買いたい」という意識がお客様の中に生れない!

品揃えが豊富とは品数が多いということではない

**本当の意味で「品揃えがいい」ということは、買いたい商品が並んでいる店!**

売れ筋をさらに売るために見せ筋商品をつくる

**買うのはいつもの定番でも、お客様は喜んで買いたいのです!**

正しいアイテムの絞り方は、売れ筋商品と見せ筋商品、死に筋商品、

それぞれのフェイスに極端な差をつけることです。

**小売とメーカーが一体になると、利益が上がる**

**流行のスピード 新しい機能・魅力的な商品開発 お互いの役割分担(ニーズに対応)**

バイヤーが売れ筋商品をつくる

「仕入担当」 「仕事本来の役割」=購買代理「商品開発」に専念する体制

店舗開発のノウハウを蓄積する

これからの小売業は、店舗開発の巧拙が業績を大きく左右する!