

2024年9月1日

Value Management Innovation

株式会社ブイ・エム・アイ総研

「活・人・経・営[®]」コラム第106回

<習慣化の価値>

ビジネスで成功している人や組織に共通している見逃せない要素があります。それは、成功に向けた行動やものの考え方を習慣化していることです。

物事の成功に通じる門は狭く、失敗への門は広い。人生経験が多少でもある人はこのことに対して疑う人はいないでしょう。この狭き門に至るためには基本的な原理・原則が存在し、これを人や組織の考え方や行動に生かし、応用することを習慣化していることに私たちは気付きます。

この原理・原則の大前提ですが、人の場合は先ず人生目標などの志であり、組織の場合は企業理念や経営ビジョンでしょう。目指すべきゴールを可能な限り高く掲げないと行動計画が場当たりの甘くなり易く、日常のP-D-C-Aの多くが効果的に回らなくなります。その結果、行動内容にも緊張感が薄れ、成果の価値も乏しくなり、広き門に至ってしまうケースが多いようです。

習慣化の第一ステップですが、人や組織にはそれぞれの長所や強みがありますので、まずはそれらを磨き続けることでしょう。強み等が明確に認識できない場合は、現状の行動を通じて他者や顧客から評価され、喜ばれることを見つけ、そこに焦点を合わせて努力すべきことを習慣化すべきでしょう。そして人がして欲しくないことをする、顧客からクレームを受ける、などは行動のタブーとして認識し、習慣化したいものです。

顧客満足については、顧客の期待通りならば満足、期待以上ならば感動、期待を大きく超えると感激を生み出すと言われていますが、少なくとも顧客から感動を生み出す行動を習慣化できれば、顧客から喜ばれる笑顔によって、私達は生きるエネルギーを戴き、人や組織は益々活性化され、狭き門に至るでしょう。

<習慣>

人生の行為に於いて習慣は主義以上の価値を持っている。何となれば習慣は生きた主義であり、肉体となり本能となった主義だからである。誰のでも主義を改造するのは何でもないことである。それは書名を変へるほどのことに過ぎぬ。新しい習慣を学ぶことが万事である。それは生活の核心に到達する所以(ゆえん)である。生活とは習慣の織物に外ならない。「アミエルの日記」～途中略～

習慣は徳性と離すことのできないもので、第二の天性ともいわれる。知も技もこれに結ばれねば本物にはならない。習慣を軽んずるのは人間の破滅である。

— 出典：「百朝集」安岡正篤 著 —