



このレポートは、私・和仁が毎月のコンサルティング活動や日常生活を通して気づき、学ばせて頂いたことを書き留めたものです。  
お気軽にご笑読頂ければ幸いです。

## 【今月の気づき】

### 『行き詰ったら、時間軸で俯瞰する。』



**仕**事をしていて、「どうも周りが見えていない。ミスや漏れが多くて、周りを振り回してしまっている」「目標を達成できずに毎月がむなしく過ぎていっている」「良いことをやっているはずなのに、なぜか正当に評価されていない」というような閉塞感、行き詰り感に陥ったときの、わたしの打開策をご紹介します。それは、「時間軸で俯瞰する」作戦です。

やり方は簡単です。A4かA3の紙を1枚取り出して、上部に左から右へ1本線を書きます。そして、その線に日付目盛を入れる。そして、その下にやるべきことを時間軸で書き出す。具体例でお話しましょうか。たとえば、印刷会社の営業マンがミスや漏れが多かったとします。彼の仕事は、納品に到達するまでに、デザイン・校正・印刷・製本会社への外注などのプロセスをたどる。しかもそういう案件を1つ2つではなく、何件も抱えている。もしそれを頭の中だけで管理していたら、どうなるでしょう？手帳を見ても、最終納期しか書かれていない。それでは、まだ余裕があると思っていた案件が、フタを空けてみたら、実はすでに納期に間に合わない状況に陥っていた、なんてことになりかねませんね。

そのとき、「時間軸で俯瞰する」作戦です。まず抱えている仕事のスパンを考え、仮に2か月で完結するなら、日付目盛は60日分。縦に60本の線を引き、日付を入れます。そして、納品先ごとに始めから納品までのプロセスをいつ行うか書き入れていく。すると、それを書き終わった時点で気づくはず。「う～ん、思ったよりも、全然余裕がなかったんだ」と。これは「未来に向けて全体をつかむ」作業です。それによって、「その1つ1つの仕事の重要度・緊急度は？」「それが他の仕事に与える影響は？」「必達期限は？」が視覚化し、直観的につかめるようになるので、結果的に仕事のバランス感覚が磨かれていきます。

一方、「過去からの流れを読んで未来を予測する」場合にも「時間軸で俯瞰する」作戦は有効です。たとえばわたしは最近、次に出すビジネス書を、どんな切り口・テイストにしようか考えるために、過去25年間の会計本のベストセラーの趨勢を時間軸で書きだしてみました。すると、いくつか併存するカテゴリーの発生と終えん、そしてその移り変わりが見えてきます。これも視覚化することで、「この流れはまだ続くのか？」「賞味期限はいつか？」「次の流れは？」がおぼろげながら見えてくるから不思議です。行き詰ったら、その状態を上から俯瞰するかのように紙に書き出してみると、結構、ブレイクスルーが起こりますよ。

## 【今月の一冊から】

### 『2つの異なる領域をつなぐ力。』

>「コンセプトの時代」に成功したいのなら、一見バラバラで多様な秩序の間にある関連性  
>を理解しなければならない。明らかに無関係な要素を結びつけて、新しいものを作り出す  
>方法を知っている必要があるのだ。また、類推力、つまり、ある物事を他の観点からとら  
>えることにも長けている必要がある。言いかえれば、次の三タイプの人には成功する可能性  
>が大だということだ。それは、「境界を超えられる人」「発明できる人」「比喩を作れる人」  
>である。

(『ハイコンセプト』 ダニエル・ピンク 著 三笠書房 P.212 より引用)

先日、肖像写真家の方に、ホームページや原稿執筆時のプロフィール写真等で使用する顔写真を撮影していただきました。知人の紹介でその人の存在を知り、彼の仕事の仕方を詳しく聞いたところ、「ぜひわたしもお願いしよう」と決めました。

彼の仕事の面白いところは、「社長の顔写真を、企業価値を高める手段として使う」というコンセプト。「顔は人の内面を映し出す鏡。ならば、その目的にそった顔写真の撮り方をしよう」ということで、テレビのニュースでとりあげられてから、全国の社長やセミナー講師、生保営業マンなどから依頼が舞い込んでいくとのこと。

「売上や価値のアップ」という「経済」と、「顔をきれいに撮る」という「アート」を融合させるという見事な発想。このような2つの異なる領域をつなぐ力。

世間一般の相場よりも高い価格設定であっても、そこに価値を感じさせることができれば、ちゃんとニーズは生まれることの証明だと思いました。

今、このように2つの異なる領域をつないだところにビジネスチャンスが見受けられます。たとえば、「メイク」という「美・見た目のケア」と、「カウンセリング」という「心のケア」の融合。「ボディケア」という「身体をリラックスさせる」ことと、「能力を発揮しやすい身体づくり」という「自己啓発」の融合。「英語レッスン」と「アイデア創出法」の融合、等々。

わたしが今取り組んでいるビジョナリーパートナーというのも、「社長と社員の認識のギャップ」「社長と税理士の財務知識のギャップ」にかけ橋をかけることで、ビジョン実現化をサポートする仕事です。これは、社長と社員の立場の違い、社長と税理士の役割の違いを現場の実体験でつかむことで形になりました。

このような、2つの異なる領域をつなぐ上で最も必要になる共通の要素は何か？

それは、2つあるとわたしは考えています。1つは、現場体験。これは縁あって目の前に与えられた仕事の本質を追求すること。そしてもう1つは、相手に共感しながら本音を引き出すヒアリング力です。何と何を結びつけたところにチャンスがあるか？

遊び感覚でいろいろと組み合わせを考えてみると、面白いかも知れませんね。