

4/20
2008
vol.41 No.923

人と組織の力を高める人材開発情報誌

企業と人材



企業理念を核に 組織と人材を活性化する



《解説インタビュー》

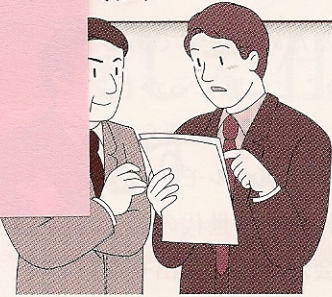
何のために価値観共有・組織文化伝承を進めるのか考える

リクルートHCソリューショングループ コンサルティングディレクター

吉川克彦

《事例》

デンソー/ユエ・チャーム/東芝/サイバーエージェント



社内や社外に 有力な人脈を作る

嶋津良智

リーダーズアカデミー
代表取締役社長

上司にとって 人脈作りは重要な仕事

部下時代には、個人的な好き嫌いで付き合う相手を選んでいてもよかったかもしれませんが、上司になると人脈作りにも広い視野が求められます。

人脈作りのメリットを改めて整理してみましょう。

1つ目は情報です。

人から入ってくる生の情報は新聞や雑誌の情報よりも新しかったり、詳しくあったりすることが多いものです。真偽については十分な注意が必要ですが、動きが早く、変化の大きい現代のビジネス社会において、このアナログな情報源が意外な強みを発揮するのです。

2つ目は自分の成長の糧になるということです。

自分にはないものを持っている人や、自分とは違う分野で活躍している人との出会いは、良い刺激になりますし、知識やノウハウを増やしてくれます。

3つ目はビジネスを進めるうえでリソースが増えるということです。

自分のところにはないものを持っている会社や組織の人と良好な関係が築ければ、何かの時にサポートを受けられる可能性が出てきます。ひょっとすると、そこから新しいビジネスが生まれるかもしれません。もっとシンプルに言えば、知らないことを教えてくれる人が増えるということです。

ビジネスライクな視点と思われるかもしれませんが、「この人は何かあった時に力になってくれそうだ」、「今後、ビジネスを展開するうえで、この人との付き合いが必要になりそうだ」といったことも考えて、上司は人間関係を築いていかななくてはならな

いのです。

それに上司には、部下からさまざまな問題が持ち込まれるので、トラブルに巻き込まれる機会は、部下時代とは比較にならないくらい多くなります。

そんな時に、助けてくれる人がいるのといないのとでは大きな差が出ます。個人的な人脈で部下のトラブルを解決できたら、部下の信頼も今まで以上に厚くなります。

相手に何を与えられるか

では、人脈はどのように作ればよいのでしょうか。コツは「ギブ・アンド・ビー・ギブン」です。つまり、自分が相手に何を与えられるかを最初に考えるのです。

私は以前、ある通信関係の会社で営業を担当していました。

時には得意先から「予定を変更して、すぐにもでも工事をしてくれ」という無茶なオーダーも飛び込んできます。

電話やファックスなどの設置工事は工事課という部署が行っていましたが、私は、日ごろから、この工事課や工事担当者が何をしたら喜んでくれるか、何をしたら彼らの役に立てるかを考えていました。そのおかげで、そんな無茶なオーダーにも対応できました。工事担当者から「ほかの人なら絶対に断るケースですが、嶋津さんだからオーケーしたんですよ」と言われて、感謝したことを覚えています。

相手から何かをやってもらうことばかりを考えている人には、良い人脈は作れません。

私の友人の中には、自分がその人に対して何を与

えられるかを考え、もし与えられるものがなければ、アプローチをしないという人もいます。私も同じ考えです。

与えるものあるいは持っていくものは、ちょっとしたものでも構わないと思います。例えば、どこかの会社の社長に会いに行くとします。「もうご存じかもしれませんが、参考になればと思って、こんな記事を持ってきました」と切り抜きのコピーを渡す、そんなことでもよいのです。

モノでも情報でも、相手が喜んでくれるか、感動してくれるかを考えること、それ自体が大切です。その気持ちはきっと伝わります。

時には逆のパターンもあると思います。思いがけず誰かに良くしてもらったケースです。必ず覚えておいて何かの時にお返しをしてあげましょう。

見返りを期待したわけではないという人がほとんどだと思いますが、期待していないという人ほど、あなたの心遣いを喜んでくれるはずですよ。

無駄な面会を削って 人脈のクオリティを上げる

もし、会いたいと思う人がいたら、私はメールを送ります。今、シンガポールで新しい人材教育事業を立ち上げているところですが、現地では、メールを送って面会を断られたことはありません。

しかし私は、人と会うということについて、一般の人とはちょっと違う考えを持っています。

ビジネスマン、それも上司ともなると人脈を広げることは非常に重要なことです。しかし、ともしれば、それが強迫観念のようになって、毎日、人に会わなければ他人に遅れを取ると思っている人もいるのではないのでしょうか。実際、スケジュール帳が予定で埋まっていないと不安だという人がいるようです。

しかし、あえて会わない勇気というものも必要だと思ふのです。

1日24時間という限られた時間の中で人と会うのは、大切な時間を削るということに他なりません。

ある時、1ヵ月を振り返って、誰とどんな時間を

過ごしたかを考えてみたことがあります。すると8割は必要のない面会だということに気づいたのです。

そこで、人に会わない勇気を持つようと考えました。それでどうなったかということ、それでも必要な人や大切な人とは、その後もちゃんと会って人脈を広げていたのです。

これは偶然ではありません。心理学にカラーバス効果という言葉があるそうです。

1日外を歩いてきて、赤い色のものを何か見たかと聞かれても、たいていの人は思い出すことができません。ところが、朝、今日は赤い色のものをたくさん見つけようと思って出かけると、赤い色のものが自然と目に飛び込んできます。もちろん家に帰ってから思い出すこともできます。

同じように、成功したいと意識している人は「成功するための〇〇」というタイトルの本や雑誌が目に入ってきます。

「成功」という言葉だけではありません。それに関連する言葉にも引っ掛かるものを感じて、手に取るはずですよ。

四六時中、意識していなくてはならないということではありません。目の前の仕事に追われて忘れていても、キーワードが飛び込んでくると気になってしまう——、人脈作りもそれと同じだと思います。

こういう情報を持っている人に会いたいとか、こういう分野に強い人に会いたいと思っていると、自然とインスピレーションが働くのです。

しかも、自分が必要と考える人は、往々にして相手にとっても自分が必要な人であることが多いものです。

ですから、あえて人と会わないことによって、むしろ必要な人、大切な人に会うチャンスが増えるのです。

カラーバス効果のたとえで言えば、必要のない人との面会を重ねるのは、赤い色を意識せずに出かけるのに等しいと言えるのではないのでしょうか。

そういう時間を減らすことによって、本当に必要な人との出会いや面会の機会はむしろ増えていきます。逆に必要のない人との面会を重ねていると、「今

週は時間がない」、「今日は予定がいっぱい」ということになり、本当に必要な人、大切な人との出会いのチャンスが減る可能性があります。

時々、今の人脈を見直して、無駄と思える人に費やす時間をなくすということを繰り返していけば、自分にとって大切な人、必要な人だけが残ります。こうして人脈のクオリティがますます高まっていくのです。

同じようなことは、異業種交流会などにおける人脈作りにも言えます。私は、この種の会に参加するのであれば、明確な目的を持つべきだと思います。

例えば私の場合は、現在、シンガポールで事業を立ち上げており、それを成功させたいという目的があります。

目的を持つのは、前述の赤い色を意識するのと同じです。そうすると、自然と、自分にとって必要な人、大切な人に対する嗅覚ともいべきものが働くようになります。

目的がなく、いつか役に立つかもしれないくらいの気持ちで名刺を配るのは無意味です。ほとんどの場合、その後の付き合いに発展しません。

ちなみに、私は、この種の会に参加して名刺交換をした人に対しては、必ずお礼のメールを送るようにしています。お礼のメールを送って返信があった人は、その後、貴重な人脈になることが多いものです。逆に何の返事もなければ、それまでの縁だと思って、追いかけることはしません。

インスピレーションや嗅覚とは別に、それが私にとって、一種のフィルターになっています。

会社も組織も人が作っている

今の人脈としては、ビジネス書を著している著者仲間、経営者仲間、シンガポールの仲間、サラリーマン時代・学生時代の友人——大きく分けると、この4つになります。

著者仲間とは、「JBN (ジャパン・ビジネス・ネットワーク)」という組織を作っています。海外で活躍しているビジネスマンに何か貢献できないかと思

って作った組織です。

海外に出て行って頑張っている、日本人のビジネスマンや起業家はたくさんいます。しかし、彼らが学べる場は、多くはありません。そこで、彼らに学びの場を提供できたらと考えています。

場所の確保や告知は現地の企業やマスコミにしてもらい、私たちは交通費、宿泊費、講師料なしで、セミナーを開催しています。ハワイ・シンガポール・ロスアンゼルスと成功を収め、今後は上海・香港・バンクーバー・シドニーで行う予定です。

この著者仲間とは、いつの間にか付き合いが深まっていたという感じです。今の私にとっては非常に大切な人脈です。

シンガポールの仲間にも助けられています。最近、シンガポールである契約をすることになったのですが、私はそれが英語で行われるとは知らずに出かけて行きました。

交渉が始まると、私の英語力ではとても太刀打ちできないことが分かりました。それで、申し訳ないとは思ったのですが、シンガポールで知り合った人に電話をかけて通訳をしてもらい、その場を切り抜けることができたのです。

その人は知り合いに紹介してもらい、その後、私のセミナーに参加してくれるなどして交流が深まっていた人でしたが、本当に助かりました。

大きな会社や組織も、結局は人の集まりです。どれほど大きなプロジェクトであっても、動かしているのは結局は人です。人との関わりなしにはビジネスは成り立ちません。

上司たるもの、人脈作りを常に意識してほしいと思います。

(しまづ よしのり)



●プロフィール

1987年(株)フォーバルへ入社。93年(株)リンクを設立し代表取締役就任。94年レカム(株)を設立し代表取締役就任。97年(株)リンクとレカム(株)ほか2社をM&A。04年レカム(株)を大阪証券取引所ヘラクレス市場に上場。05年(株)リーダーズアカデミーを設立し、代表取締役就任。