



## 今こそ元気な経営を part III — 元気の出るスピード経営の提言 —

平成21年12月号では「今こそ元気な経営を—元気の出る私案7カ条の提言—」、平成22年2月号では「今こそ元気な経営を part II—ドーパミン型経営の提言—」を続けて執筆いたしました。特に12月号では「元気とスピードの速さには相関関係がある。」と書きました。今回はこの「スピード」をキーワードに速聴等を紹介し、元気の出る経営へのヒントを色々な方向から考えてまいりたいと思います。本シリーズは、これで終わりとさせていただきますので、気楽にお読みいただければ幸いです。

### 1. 元気の原点は子ども

最近の子どもは、少子化とか、少し大きくなってくるとゲーム漬けとか、塾通いとか、中学受験とか大変なようですが、小さい子どもは、一般的には疲れを知らずに飛び跳ねて夢中になって遊ぶ、元気で、やんちゃな可愛い存在です。

小さい子どもは、総じて、小さなことは気にしません。

失敗も気にしません。

宮沢賢治ではありませんが、雨が降っても、風が吹いても、雪や夏の暑さにも負けません。いやだな、とは思わないのです。むしろ、どんな状況であってもその中でうまく適応し喜々として遊べます。無心に遊ぶ子どもは、本当に可愛い存在です。

どんな環境の中であっても、常に、子どもたちは遊びを見つけ出し、喜んで遊ぶのです。遊びの天才と言われるゆえんです。

いわゆる「日常における非日常の発見」が得意なのです。

これが大切なことなのですが、子どもはその天才なのです。そうしながらも、毎年どんどん成長していきます。

「大人になったら」という夢も当然ありますが、大人になってしまうと、もう遊べなくなってしまう。今のうちにたっぷり遊んでおきたいと思うわけです。遊びは子どもの特権ですから、遊べなくなってしまうと困るという危機感の方が強いのだと思います。しかし、なまじ大人になってしまいますと違ってきます。今度は、守りに入ってきてしまいます。当然のことですが、基本的に、生活が安定することを好みます。仕事や生活面で失敗したりして、上司や先輩、親など周囲の人達から叱られたり、怒られたりするのを嫌います。

大人は子どもと違って、遊びの時間を意識的に造り出さなければなりません。

会社帰りの居酒屋、カラオケ、麻雀（最近は少なくなってきているようですが）、パチンコ、ゲーム、休日のゴルフやドライブ、競馬、競輪、映画、DVD鑑賞等々。

その時間だけ集中して、一気にのめりこみます。

しかし、好きなこととはいえ、趣味の時間を決めあらかじめ計画して行うわけですから、結局は、非日常ではありません。日常の延長に過ぎません。「日常における非日常の発見」ではないのです。ですから、これらは、刺激があるようで、

それほどの刺激にはなっておりません。

すべて、あらかじめ予想できる範囲内での体験に過ぎないからです。

ここが決定的に子どもの遊びと違うところです。そして、仕事の面では、職場への失望感はあるけれども、危機感には案外子どもより少ないのではないかと思います。最近では雇用状況が冷え込んでおりますから、そんなことはないかと反論する大人が多いかも知れませんが、そんな将来に夢も希望もない大人にこれからなっていく子どもの抱く危機感や、現実問題として、満足に就職もできない子どもの危機感に比べたら、まだまだ小さいのではないかと、それが現代の大人と子どもの実態ではないかと思うわけです。

本誌2月号に書かせていただいたドーパミン型経営の提言—では、元気の素、ドーパミンを分泌するのに、特に効果があるものとして、「美味しいものを食べること」や「異常な刺激（大きな音、地震、突飛なこと、マラソン、快感、ほめ言葉等）を受けること」と書きました。

これらは、すべて「日常における非日常の体験」なわけです。冒頭申し上げた通り、「日常における非日常の発見」が得意なのは、まさに、子どもなのです。

子どもの頃、社長さん方も、買い食いしたり、遊園地のジェットコースターに乗ったり、友だちとかけっこしたり、カン蹴りをしたり、スモウをとったり、遊んでいて拾ったものを正直に届けて、親や先生に頭をなでてもらってほめてもらったりした経験があると思いますが、こうした遊びの中で、子どもは、新しいことや、変わったこと、又面白いことなどを、日常の中で刺激的に体験していたわけです。

ですから、常に、「日常における非日常を体験」している子どもは元気なのです。

「元気な会社」は「元気な子ども」とよく似て

いると思います。

「元気な会社」は、いろいろなことに首をつっこみます。

常に、非日常的なものを求めています。

決して、守りに入ることはありません。

失敗を恐れることもありません。

良い制度やシステムなら貪欲に積極的に取り入れる柔軟さがあります。

まさに「元気な会社」は、子どもの持っている積極性と適応力があるのだと思います。

そして一番のポイントは、スピードのある決断と実行により常にプログレッシブ（進歩的）かつアグレッシブ（攻撃的）に成長を続けているということです。まさに、継続は力なりを実践している会社こそ、元気の素ドーパミンホルモンがあふれているのだと思います。

この意味で、元気な経営の原点は、真の子どもに学ぶべきだと思うのです。

## 2. スピードを競うビジネス

この人・モノ・金・情報 etc. の超スピード化時代にあって、スピードを売りものにするビジネスはたくさんあります。

自分でやると、遅くなったり、うまくいかなかったりすることでも、お金を出して専門の業者に頼むと、「正・速・美」の満足すべき成果が返って来ます。アウトソーシングは、その良い例だと思います。

例えば、私ども研究所の身近な例としては、定期講演会を開催した後、講師の先生のお話の内容を本誌「福島の進路」に載せるために、録音しておいたものを文章にしたい時があるわけです。

この仕事は、「テープ起こし」と言うのですが、私が自分でやろうとしますと、膨大な時間がかかって遅くなりますし、不正確な上に疲れてしまいますから、専門の業者に頼みます。以前は、仕事

が速くて安い東京の業者にテープを送っておりました。いろいろ調べているうちに、金沢市にもっと安くて、もっと速く仕上げてくれる業者がいることがわかって、今は、そちらへ切り替えております。

料金が同じで内容も良くて、スピードが速ければ当然そちらへ頼むことになるわけです。

この場合「スピード」が選択のポイントになります。もともと、当然ながら運輸業や通信業などもそうでした。歩くより、速いからタクシーに乗って行く。

わざわざ野球場まで足を運ぶと時間がかかるからテレビで観戦する。

クリーニングも自分でアイロンをかけるより「きれい」で「速い」から、クリーニング屋さんをお願いする、ということになるわけです。

みな、そういう理由から、使うようになったわけです。

ただし、「スピードが速い」ということ以外に、当然自分でやるよりも「きれいになるから」、「正確だから」それに「疲れるから」などの理由から頼むことも多いわけです。

### 3. 「スピード」そのもののビジネス化

このようにスピードをプラスアルファの付加価値と位置づけて「スピードの速いサービス」を売りものにするというのが、今までの流れだったと思います。

ところが、しばらく前から、「スピード」そのものが持っている力によって、人間の脳を活性化させ、さまざまな潜在能力を引き出すというビジネスが生まれて来ております。今ではそれぞれビジネスとして成り立っているようです。

本誌12月号で触れました速読とか、これから申し上げる「速聴」や速視などといわれる分野のビジネスがその例です。

私は、このようなビジネスを総称して、「頭脳活性化高速スピード・ビジネス」と呼びたいと思います。

これは、もちろん、私が勝手に造った造語です。

これから、このようなビジネスの可能性について話していきたいと思います。

というのも、これらのビジネスは、自然のスピードを捨てて、敢えて人工的に「高速のスピード」を作りあげて、お金を稼ぐ、すなわち収益を上げるわけです。「高速スピードに合わせた読書力」、「高速スピードに合わせた視力」、「高速スピードに合わせた聴力」を作り上げて、人間の持っている潜在能力を引き出す。そのためのソフトやハードを製造し、販売しようとするビジネスなわけです。

私の自宅にも以前「速聴」に関するダイレクトメールが送られて来たことがありますから、「速聴」とは何かについて話してみたいと思います。

この「速聴」を実行することによって、聞き取れない言語を何とか理解しようとする役目を持っている「ウェルニッケ中枢」という、大脳内にある言語中枢の神経回路が発達し始めます。

「ウェルニッケ中枢」は、言語に関わるだけでなく、脳内の記憶や知覚、認識、運動などをつかさどる各領域とネットワークでつながれている大脳の、いわばゴールデン・スポットという場所なのだそうです。

「速聴」によって、「ウェルニッケ中枢」が刺激されるとその刺激は脳の各領域へのネットワークを通じて、脳全体に広がっていきます。

このような作用を、医学的には「汎化作用（はんかさよう）」というのだそうです。

この「汎化作用」を受けた脳の活性化している状態は、実は、私たちが、高速道路をドライブしている時に、一時的に体感していることなのです。車で高速走行をしている時に、ドライバーは

安全運転をするために、超高速スピードで次から次と過ぎ去ってゆく色々な標識を瞬時に見分け判断し、脳全体をフル回転させながらハンドルを握っています。まさに手に汗を握っている状況なわけですが、インターチェンジを降り高速道路から一般道路に入って、走行速度を落としても、脳はすぐには低速の運転には順応できずしばらくはフル回転の状況が続くわけです。

そうしますと、例えば、市内を制限速度の時速40キロで走っていたとしても、フル回転している脳には、あたかも時速20キロで走っているようにゆっくりと感じられ、窓の外の流れ去ってゆく風景を詳細に明瞭にとらえることができるわけです。

ですから、一般道路を高速道路の延長のような感覚で走ってしまいますから、ついスピードを出し過ぎてしまって、白バイやネズミ捕りのお世話になってしまったという方も多いのではないかと思います。

つまり、これは、脳全体が活性化され、認識力が高まったことによるわけで、専門的には、この脳の活性化による認識力の高まりを「インターチェンジ効果」と呼んでおります。

これは、野球のバッティングでも同じような体験ができます。

最初、時速120kmのボールを打とうとしても振り遅れて空振りばかりします。まして、時速150kmのボールでは、手も足も出ません。

それでも、150kmのボールに目を凝らして何回も何回もスイングをくり返します。

だいたいそのスピードに慣れてきたなと思う頃、もう一度120kmにスピードを落としてもらうと、最初よりはボールにミートして打てるようになるわけです。これは速いスピードのボールに集中することで、脳の活動レベルが高くなって、それがしばらく持続されるからなのです。

但し、これらのいわゆる「インターチェンジ効果」は一時的なもので、脳はすぐに元の状態に戻ってしまいますから、「インターチェンジ効果」が続くようにするには、高速音声による大脳への刺激をくり返すことで、脳全体を活性化させ、鋭敏な状態を維持しなければなりません。

これが「速聴」の原理なのです。

この効果によりまして、脳の中では、それまで眠っていた潜在能力が目覚まし始めます。つまり、速聴効果によって、単に速い音声聞き取れるようになるだけではなく、集中力や記憶力といった潜在能力を開発させていくものなのだという事です。

#### 4. 実際に速聴する

私の友人にマスコミ関係で活躍している者がいます。仕事柄必要なのかいつも速聴している男です。以前、速聴に関心を持っていると電話で話したところ、彼は、小型カセットレコーダーを持って来てくれて試してみるように貸してくれました。私にも速聴を実際やってみろというわけです。今では、ICレコーダーのような性能の良い便利なものが色々あります。

彼によれば、その機械の再生スピードは2倍速までいかずに、1.5倍速程度のスピードですが、これを聴き始めてから、テレビやラジオの英会話や人の話が聴き取りやすくなったから、お前も試してみろ、というわけです。そればかりではなく、記憶力もだんだん衰え始めていたものが、彼の場合は回復し始めたというわけです。

これは、先ほど申し上げた、あの「インターチェンジ効果」と、それによって呼び起された潜在能力の一部なのだと思います。

カセットをいろいろ聴かせてもらいましたが、英会話などのテープの他に、「綾小路きみまろ」のライブのテープも入っておりました。

回転数の関係でかなり高音ですが、何とか理解はできました。

それ以来、私は「綾小路きみまろ」の熱烈なファンとなりました。

## 5. 「速聴」に向く漫談家

ここで少し脱線します。

この「綾小路きみまろ」のライブは、一つ一つの小話の連続なわけですが、当時ミリオンセラーとなりました。今は、有名な人気歌手でさえ、100万枚を売り上げるのは大変な時代です。何がそんなに現代の人々の心をつかんだのか、ということ。

彼の小話は、何でもない普通の「おばさん（おばあさん？）」が主役です。

そのおばさんたちを、あたたかい慈悲にも満ちた気持ちを込めながら、思い切りストレートにいたぶり、いじめたわけです。

最強のおばさん軍団を相手にしまして、それまではタブーとされていたことに果敢に挑戦したわけです。具体的には「おばさん」たちの容姿のこと、持っている不満や態度の悪さ、などなど数え上げればきりがありません。

しかし、ご存知のようにきみまろ自身も決して美男子とは言えないタレントです。

最後は、人も人柄も良さそうなタレントですから、彼に「ブス」なんて言われても、思わず笑って許してしまうわけです。これが美男子に「ブス」と言われたら深く傷ついて、カンカンになって怒るところなのですが、きみまろですと、おばさんたちは、かえって快感になってしまうわけです。

何故なら、これは当然なわけです。

今までは「誰も注目してくれない」と思い込んでいた50代、60代、70代の女性に急に突然スポットがあたるわけです。何を言われても嬉しい道理で

す。ただし、彼は決して、直接的な下（しも）ネタは出しません。そこが、下品でなくて、人気が出る秘密なのだと思います。おっかけもたくさんいるようです。元気でタフなおばさん方になって、社長さん方も、こういう元気がない時だからこそ、腹の底から笑えるものを聞いたり、見たり、話したりする必要があるのではないかと思います。景気は気でもあるのですから。

<閑話休題>

さて、本題に戻りますが、先程の私の友人は、最初にテープ（CD）を聞く時は、普通で聞くそうです。次から少しずつ回転数を上げていきます。

きみまろの小話は、よく聴いていきますと、1つ平均10秒から15秒で落ちが来ます。

お客さんが、前のネタで笑っているうちに、次のネタに入っていきます。笑う時間は2～3秒です。

「うふふふ」で2秒。「あははははは」で3秒。

この連続です。

あまりいい例えではないですが、30秒に1回の落ちを大砲と考えますと、彼の話は、ピストルの連続射撃というところだと思います。

言葉による「おばさんいじめ」「おばさんいびり」を次から次にシャワーのように浴びせかけられますから、おかしさが効果的に倍増するのだと思います。

彼は「速聴」に向く漫談家と言えらると思います。

## 6. 速聴の後に速笑が必要

さて、きみまろのライブを速聴していきますと、1つの小話が7秒～10秒ぐらいに短縮されます。ですから重要なことですが、こちらは1秒～2秒で笑っていかないと、次のネタに乗り遅れてしまいます。

今まで以上に頭の中の回転を良くしていかないと

と、自分自身の笑いが起こらなくなってしまうわけです。

そうなのは、意味がありません。「速笑」をしなければならなくなってしまう。

「速笑」とは「速く笑う」です。どこの辞書にも載っておりません。私の勝手な造語です。それだけでなくこの多忙な時代、せめて、笑う時くらいは、せかされることなく、追われることなく、余裕をもって、ゆっくりゆったり笑いたい、という方は、普通の速さで聴いていただくしかありません。

しかし、きみまろを速聴し、速笑することによって、脳、特に右脳をトレーニングしたい方にとっては、速笑することも本当に必要なのだと思います。

きみまろを入門編として、次は落語家の話を速聴すれば、落語特有の持ち味の風流さなどは無くなってしまおうでしょうが、脳のトレーニングには良いのだと思います。それに、当然ながら限られた時間内にたくさん聴けるというメリットもあるわけです。

## 7. 脳や身体をコントロールさせるビジネス

私は、冒頭「頭脳活性化高速スピード・ビジネス」と言いました。

自然のスピードを高速にすると、脳の活性化の面からは、良いのだと思いますが、かなり疲れてしまうことも事実だと思います。

「インターチェンジ効果」の例でもお話ししましたが、高速のスピードで車を運転しますと、脳全体をフル回転いたしますから、活性化した後には、どっと疲れが出て来るはずなのです。そんな時は、後から、ゆるゆると、市内をゆっくり低速のスピードで走行すれば、疲れも取れて来ると思います。

脳の働きを休め、心を癒すためには、反対に

「癒し型低速スピード・ビジネス」なるものも、これから起きてくるのではないかと私は思っております。

眠りにつく深夜に聴く「癒し系の音楽」などはその代表例だと思います。

例えば、回転数を下げた動物の声や、自然の醸し出す音などを売り出したら、ものによっては、又人によっては、子守唄のように聴こえてヒットするかも知れないのです。

不眠症などで悩んでいたたり、寝つきが悪かったりして、気持ち良く快適な睡眠を手に入れたい人にとっては、救世主になるかも知れません。高齢化がどんどん進む中で「速読・速聴・速視とは、とんでもない」と言う方がいるかも知れません。ですから、もちろん、テレビやラジオの普通の番組は、ゆっくりしたスピードの内容にしなければなりません。カラオケが好きな方は知っておられると思いますが、結構童謡はテンポが速いのです。若い頃は、当然ジャズやロックなどアップテンポのビートのきいた音楽を好みます。ところが、歳をとってくると、だんだん演歌が好きになってきます。

演歌のテンポは、童謡よりも結構ゆっくりしていますので、誰にでも歌いやすいからなのです。

ですから、老人クラブでは、演歌でなくて、童謡を歌っているところがありますが、本当に皆さん歌についていけるのかなと疑問に思う時もあります。

もっとも、スローテンポの演歌を歌うよりも童謡を歌う方が頭の回転は良くなるでしょうから、わざと童謡を歌っているのかなとも思っております。

しかし、私は、やはりお年寄りには演歌のこぶしのきいた曲の方が似合っていると思います。

よく、歳をとってから、踊りを習う人がいます。なかなか大変なようですが、頭の回転を速める

ためにはとても良いと思います。

動きながら物を見ますから、速視と同じ状態になるわけです。

音楽を確認しながら、次の振り付けを合わせるわけですから、耳の活性化にも良いと思います。中には、お年寄りでもディスコ調の踊りを選ぶ方もいるようです。そうなれば今度は速聴です。身体を動かしますから健康になりますし、頭の回転も良くなるということで一石二鳥なのだと思います。

このように少子高齢化といっても悲観的なことばかりでなく、それに対応した新しいビジネスが、今後増えていくのだと思います。その気になれば、ビジネスチャンスはどこにでも転がっているのだと思います。

人体の各器官、例えば、脳とか心臓の動きなどは、今まではお医者さんだけが知っていれば良かったことです。しかし、先程申し上げた「ウェルニッケ中枢」の脳の働きなど、ビジネスの世界にも、どんどんこの分野が入り込んで来るんだと思います。そして、その経営のキーワードは「スピード」なのです。「スピード」ある決断こそ、ビジネスチャンスを広げ、そして「スピード」ある実行こそ、ビジネスを成功に導くのだと思います。

常に、習慣的にも信条的にも「スピード」を心掛け、その上「速聴」で「ウェルニッケ中枢」を刺激し続けておきますと、経営の重大な局面にあっても、あわてふためくこともなく、平常心で「スピード」ある決断と実行が可能になるのだと思います。

## 8. スピード プラス アルファ

環境問題に逆行するような話で恐縮ですが、「スピード」と言えば私の場合は車よりもオートバイをイメージするわけですが、最近、私の若い

友人がハーレー・ダヴィッドソンのファット・ボーイを買いました。

彼は、根っからのライダー（オートバイ乗り）ですが、今までは、燃費効率が良く、高速・高性能が代名詞である日本車にしか、それもこだわりがあってKAWASAKIのオートバイにしか乗りませんでした。それが突然、「ハーレーを買いました」と言ったものですから、私は大変驚いたわけです。これほど、ハーレーは日本でも人気が高いのです。

オートバイに関心のある方にも、関心の無い方にもハーレーについて余計な説明は必要ないと思います。あの、アメリカ製のガッシリした大型オートバイのことです。独特で重厚な不連続な排気音にも特徴がありますので、皆さん知っておられると思います。オートバイ業界での存在感も圧倒的です。しかし、実は、ハーレーは1985年に資金繰りに困って倒産寸前となったことがあります。今回の経済危機でも若干の影響はありましたが、当時の危機は、それどころではありませんでした。日本企業（ホンダ・ヤマハ・カワサキ等）との競争が激化する一方で、負債が巨額となって、主力銀行からは追加融資を断られる有様でした。まさに土壇場に追い込まれたわけです。そこでハーレーがとった行動はまさしく起死回生策となったわけです。

すなわち、自社の最大の欠点と思われる性質を逆手に取ったわけです。

つまり、日本のメーカーが得意とする低価格・高速・高性能の追及をあっさりやめてしまったわけです。日本のメーカーでは競争できない分野を開拓したのです。

すなわち、ハーレーの商品開発の三原則といわれる、「①ルックス（外見・芸術性）が楽しい、②サウンド（排気音）が楽しい、③フィール（乗り心地）が楽しい」を徹底して重視していったわけ

です。

つまり、低価格・高速・高性能という機能が良いオートバイの条件という従来の常識を打ち破り、全く違った視点から、高価格に見合う三原則を機能として、付加価値化させたわけです。

又、ハーレーは、もう一つ「ブランド管理」を徹底しました。ロゴマークの改定は、絶対に行わない、ロゴの色も精密に指定する。ディーラー店舗の内外装についても、外装がレンガ調、内装は木目調にする等々いろいろな取り決めがあるそうです。

このような「ブランド管理」いわばブランドへのこだわりが顧客ロイヤルティの高さにも繋がっているようです。

このようなハーレーの世界に、ひとたび入り込んだ人たちは革ジャンやアクセサリなど、ハーレー独特のファッションを身につけることになります。

このようなファッション関連商品だけでも、ハーレーにライセンス使用料も含めて、多額の収入が転がり込んでいるわけです。このような経営の根幹にかかわるような方向転換をするについても、当時の経営陣のその決断と実行は非常に速かったわけです。商品であるオートバイ以上に「スピード」のある決断と実行だったわけです。

## 9. 最後に一元気にさせる「非日常」

人は、ドライブやツーリングの後、「スピード」に疲れたら、旅館やホテルに泊まって温泉につかって、ごちそうを食べて、元気になれば、良い所に泊まったと満足した気持ちになれるわけです。疲れ切った身体や精神の疲れがとれればなおのこと、にこにこして帰ってゆくと思います。

それでは、お客さんに元気になる素であるドーパミン系を活発にさせていただくには、どうしたら良いか、ということです。

話は最初に戻りますが、お客さんに徹底して「非日常的な発見や体験」をしていただければ良いのです。

ですから、本物の旅館のサービスを考えるのであれば、まず、美味しいものを食べていただくことです。

次に、睡眠時間以外で大きな音を立てることです。もちろん不快にならない程度においてです。「いらっしやいませ」という元気な明るい声も結構なことだと思います。

裏山の滝の音や、前を流れる川のせせらぎの音、蝉やひぐらし、かじかの鳴き声なども刺激的です。

丹前や浴衣、着物に着替えていただくのも「非日常」を演出する上で有効な方法なのだと思います。

次には、何と言ってもお客さんをほめていただきたいのです。「お客様、目が肥えていらっしやいますね。」「この山道を上がって来られたのですか。お二人ともお若いですね。」といった言葉も良いと思います。リップサービスでなく、心を込めてほめていただきたいのです。

又、岩風呂や露天風呂に入るといのは、滅多にない体験なわけです。持てるものを全てお客さんにエンジョイしていただけるよう、工夫することです。今まで申し上げたことは当たり前のことばかりですが、その当たり前のことを知っているだけのことと実際やっていることとの間には、天と地ほどの開きがあるということです。

このように、「非日常的な発見や体験」が多ければ多いほど、お客さんは元気になってくれます。泊まっていたいただいたお客さんを元気にさせてあげられるのが本物の旅館なのだと思います。そして、元気になって帰っていったお客さんは、又必ず次回も、リピーターのお客さんとして戻って来ていただけるのだと思います。

(担当：松野)