

## 営業スキル向上勉強(#38)

2017年8月25日

書籍タイトル : 世界のエリートが実践している  
目のつけどころ ものの考え方

今回この本を読んだ目的、きっかけ：

最近、著書を選んだ理由として、「腰巻を見て」というくだりが多いが、今回もそうだ。

「この本を読めば、

- ・土壇場に強くなる
- ・想定外のことに柔軟に対応できる
- ・心が折れにくくなる
- ・何が起こっても動揺しない
- ・何事も楽しめる余裕ができる

など、生きていく上で重要なことをたくさん得ることができます。」

という言葉が非常に魅力的だった。

特に、土壇場や想定外のことにまだ弱く、動揺するかもしれない。

それを乗り越えることができる力を身に付ける方法が書かれているなら、読んでぜひ身に付けたいと思った。

概要：

著者は、1979年に「早稲田塾」という塾を創業した。その塾は、普通とは違った塾で知っている人からは「AOに強い塾ですよ？」と言われているそうだ。そんな塾で、最も重視していたのは、世界の最前線で活躍されている各分野の第一人者と協働して、次世代の育成環境を作ることだったそうだ。何故かという、そのような環境に身を置いた若者たちは、世界的な人物たちの生き方に触発されて、自らの生き方を変えていくのだ。

著者はこれまで、スティーブ・ジョブズの右腕と言われたジョン・カウチ氏やTIME社の歴代社長など他にもたくさんの世界的な人物と教育事業や新事業を立ち上げてきた中で、あることに気づいたそうだ。彼らには共通点があったのだ。

それは、「突発的な出来事にめっぽう強い」ということだ。

これまでにこんな経験はないだろうか。

- ・突然、「スピーチしてください」と頼まれ、言葉が出なかった
- ・取引先から想定外の提案をされ、返答に困った

このような時、「柔軟に対応できたら」「臨機応変に切り返せていれば」と感じたこともあるだろう。

人生には「想定外」の出来事がつきものだ。それは誰にも起こること。そこで問われるのが、それをいかに乗り切り、解決していくか、ということだろう。

そんな時、できるならば超一流と呼ばれる人たちと同じように、「想定外」への強さを身に付けたいだろう。

この著書は、世界で活躍するエリートの共通点を、誰でもすぐ実践できるようにカリキュラム化したテキストとなっている。「できそうだな」と思ったことや「やってみたいな」と感じた項目から、是非試してみよう。ひとつやるごとに、きっと変化が生まれるだろう。

参考にしたい点、気になる点

#### 1. 「自分の値段を意識したことがありますか？」

突然だが、アップル社の製品は基本的に割引されることはない。

それなのになぜやっていけるのだろうか？

実は、そもそもアップル社と他メーカーとでは、それぞれの製品の小売店での販売価格の決定プロセスにおいて大きな違いがあるのだ。

一般的なメーカーは、自社製品に「卸売価格」と「希望小売価格」のふたつを設定して、店頭に出す値段の決定は、小売店に一任するケースがほとんどだ。

この場合、「希望小売価格」というのはあくまで「希望」に過ぎないので、小売店での実際の販売価格は、小売店がその製品の売れ行きに応じて、卸売価格(小売店からすると仕入れ価格)を下回らない程度までは、自由にディスカウントすることができることになる。

ところが、アップル社の製品には、実質的に、この「希望小売価格」がない。直営店での「販売価格」、小売店への「卸売価格」、そして、小売店での「販売価格」が、数パーセント程度しか変わらないと言われている。そのため、小売店では、安売りしようにもできないのだ。

なぜこのような強気の値付けができるのだろうか。

それは、常にマーケットに新機軸を打ち出しているからだ。

市場にまだ存在せず、他に比較対象がないイノベーションを提供しているから、「値付けの親」になれるのだ。

イノベーションを起こし、見事に人々の期待に応え、あるいは、期待を上回るようなことをやり続け、その結果、ブランドが確立され、信頼され、成功する…。

グローバルに活躍するエリートたちも、実は、この視点を持っているようだ。

自分のイノベーションとは何か？自分の価値はどれくらいなのか？常にこの意識を持って行動しているのだ。

そして、重要な点だが誰もがその値踏みを他の人との比較で行っているわけではない。自分にしかできないことは何か？自分だからこそできることは何か？それは人の

役に立つことか？この問いかけを大前提として持っているからこそ、ブランドが形成されていっているのだ。

他の人との比較ではない、自分だけの価値を是非考えてみよう。そうすれば、次はその価値をどう高めていくかに目を向けられるようになるはずだ。

## 2. 『「肌」で情報を得よう』

インターネットのおかげで、我々は日本にいながら海外のあらゆる情報を得ることができるようになった。けれど、それだけでは「本物の情報」を得ることができない。なぜなら、ネットをはじめ、テレビや新聞などのメディアには、必ず何かしらの「フィルター」がかかっている。たいてい、書き手の思惑がこもっているからだ。また、特にネットの検索は、ユーザーの「クセ」にあわせて最適化されている。それは、もちろん便利だが、一方で情報が偏るともいえる。同じ事象を見たとしても、人の感じ方、捉え方は千差万別だ。自身がその出来事に触れてどう感じるか？それが大事だ。そのためにも、自分の肌で情報を感じる必要がある。

先日、ドナルド・トランプ氏が大統領に就任した。著者は、前から「トランプが勝つのではないか」と周囲に言っていたそうだ。何故か。それは、「肌」で感じたからだ。トランプ氏が勝利したミシガン州やオハイオ州はトランプ就任前に著者が出張で現地を訪れた時、著者に予想外の雰囲気を感じさせたそうだ。それは、「この人たちは今の政治に満足していない。今までの政治を基本的には踏襲するヒラリーではなく、トランプに期待しているだろう。」と思ったそうだ。実際に、結果は知っての通り。

遠くから傍観しているだけではわからないことは多々ある。

著者のように、実際に足を運び、現地の情報を得ることによって、学ぶことはものすごく多いのだ。

ネットやテレビ、新聞、本などを観たり読んだりすることで知った気にならず、実際に、現地に足を運び、フィルターのかかっていない「生の情報」を肌で感じよう。

## 3. 『「今」は30年前の「結果」に過ぎない』

今、我々がはっきりわかっていること、というのは、実は「30年前」の結果だと著者は思っているそうだ。

例えば、今流行っている「グルテンフリー」という食事療法。小麦粉など麦類に含まれるたんぱく質の一種である「グルテン」を食べないとするものだが、昔の給食(著者の場合30年よりさらに昔だが)には、毎日のようにコッペパンが出ていた。でも、ここに来て、アトピーやアレルギー体質の人が増えてきた。その要因のひとつに「小麦粉」があるのではないか。そこに至るまでに、30年近くの年月を要したというわけ

だ。

また、今から 32 年前の 1985 年、国内で初めて携帯電話のレンタルが始まった。今でこそ、携帯電話を一人 1 台持つのが当たり前といった感覚だが、30 年前にはまさかここまで普及するとは予想していなかったかもしれない。

このように、今あることは 30 年前の結果でしかない。夜空に輝いて見える星は、実際には何億年も前の光が届いたものだが、それと同じように、物事の「結果」にもタイムラグがあるのではないだろうか。

「30 年先を少し意識して、見据えてみる」ということは大切なことだ。

そして、先を見据えて考えた時に、もう一つ大切なことは「流行ものには手を付けない」「今、“旬”の物事は疑ってかかった方がいい」ということだ。なぜなら、今、流行っているものというのは、たいていの場合、ピークアウトを迎えている、つまり全盛期を迎えているからだ。目先の「人気」「流行」に飛びつかない。10 年先を意識して見据えてみる。そのことを心がけるだけで、一味違った回答が得られるかもしれない。

## 感想

この著書を読んで、今まで考えたこともなかった考え方を知ることができた。例えば、「参考にしたい点、気になる点」の③がまさにそれだ。

当時人気でも、それはすぐに終わる。今の流行に惑わされない先を見据えた行動をとることで、数年後の流行に最初から乗ることができる。

また、他の著書でいくつも見たが、物事やプロジェクトを少し離れて、全体が見える位置から俯瞰してみるというのがこの著書でも書かれていた。「鳥の目」を持ち、視野を広くすることで考え方にも幅が広がる。考えるときにも重要だが実際に行動に移してみるときにも重要だ。

例えば、パーティー会場などで高名な人は大抵、人が少ない前の方にいるのだ。

そういったときに、人の多い後ろの方に紛れるのではなく、あえて前の方に行く。

これが「その他大勢」から抜け出し、自分のスペースをより価値の高いものに変化させ、いい人脈に出会うコツだ。

今まで、意識しなかった考え方を意識できるようになったので、今後そのような目線でモノやコトを俯瞰していきたい。