

The cover features a minimalist design with three overlapping blue circles of varying sizes and shades, positioned at the top, middle, and bottom right. Two thin, light blue diagonal lines cross the page from the top left to the bottom right, creating a sense of movement and structure.

パワーアップを望む商店主のための

セルフコーチングシート集

2008

メンタルチャージ 岡本文宏

無断での転載・コピーなどを禁じます。

リーダーシップを発揮する

店主は、お店の中で、現場責任者と経営責任者、両方を兼務している場合が多いのではないのでしょうか。いずれの立場においても、常に、リーダーシップを発揮して、スタッフをまとめ、目指すべき方向に導くことが必要です。

次のアセスメントに答えてください。

セルフアセスメント

自分はリーダーシップの取り方をよく知っている。

自分のリーダーとしてのスタイルを知っている。

自分のモデルとなるリーダーがいる。

リーダーに必要な要素に、何があるのかを知っている。

リーダーとしての自分にフィードバックしてくれる人がいる。

アセスメントをやってみて、何を感じましたか？

リーダーには、大きく分けて、二つのタイプがあります。PUSH 型のマネジメントを行い、トップダウンで指示命令を流していくタイプ。どちらかという、20世紀の高度成長時代からバブル崩壊までの間は、この手のリーダーが一般的であったと思います。

これと、対極にあるタイプが、PULL 型のマネジメントを行うリーダーです。スタッフに対して、意見やアイデアを求め、コンセンサスを取りながらチーム全体を目標としている処へ導いていくタイプ。最近では、このタイプのリーダーシップの取り方が注目を集めています。

この、二つのリーダーシップは、一方が正しく、一方が間違いであるというものではなく、本来は、PUSH 型、PULL 型の両方を組み合わせながらマネジメントを行うというのが理想的なのです。

それでは、それぞれの型でリーダーシップをとる上でのメリットと、デメリットを考えてみましょう。

PUSH 型

メリット	デメリット

PULL 型

メリット	デメリット

複数のスタッフを抱えていたとして、スタッフ全員が同じレベルで、同じタイプの人間である場合は、ほとんどありません。にも関わらず、全員に同じスタイルでマネジメントを行おうとすると、どうなるでしょうか。

リーダーとして、まず必要なことは、スタッフをよく観察することです。

そのスタッフの性格、何に対して興味を抱くのか、何が好きか、どういうことを言うと喜ぶのか、行動の動機となることは何か...など、スタッフの日常の仕事振りを観察して、相手の特徴を把握することが重要です。

その上で、その人に適したマネジメントスタイルで関わっていく。また、同じ人でも、時と場合によって、効果のあるマネジメントスタイルは変化します。その変化を見分けていくことも、リーダーとしての大切な仕事のひとつなのです。

あなたが関わってきたリーダーの中で、自分のモデルとなる人は誰ですか？

今、あげたリーダーは、あなたがモデルと感ずることができるだけの『リーダーとしての要素』を持っています。モデルとするリーダーを含め、世の中に存在する、優秀なリーダーと呼ばれている人が持っている、『要素』にはどのようなものがあるのでしょうか？

リーダーとしての要素	チェック	リーダーとしての要素	チェック

リストにあげた要素で、あなたが既に手に入れているものにチェックを入れてみてください。

リーダーとして、必要な要素を手に入れることは、リーダーシップを発揮する上で欠かせないことです。チェックが入っていない項目を把握して、そこにチェックが入るように意識して行動していくことが大切です。

リストを作成して何を感じましたか？

リーダーは、スタッフと共に目指していく場所、そこまでの進路について、自分の思いをスタッフに伝えていく必要があります。

そうすることで、スタッフとの思いの共有ができるのです。そして、そこに共感が生まれるのです。

共感を生むためにリーダーが語る内容は、目の前の仕事の進め方ではなく、日々の売上の作り方でもありません。語るべきことは、あなたのチームが進むべき本当のゴールについての詳細です。なぜ、そこに行くのか、そこに行くとなんが待ち受けているのか、そのためには、何が大切で、何が必要なのか、そもそも、私たちがなぜ、今の仕事をしているのかという、根本となることを語っていかなければなりません。

あなたがリーダーとして、スタッフに語ることを原稿を作ってみましょう。

リーダーシップを開発する

組織の中でのリーダーに値する職種についている、もしくは、自分は経営者である、ということと、“リーダーシップを持っている”ということはイコールではありません。

リーダーシップはスキルの一つです。スキルですから、開発したり、学んでいくことができるものなのです。

自分は、リーダーには向かない。リーダーの素質がない。
リーダーとしてのポジションにいる人が、思うように組織を動かすことができなかつた場合、そのような気持ちになることがあります。
でも、実際には、そうではなく、リーダーシップを発揮するだけのスキルの開発ができていないという場合が多いのです。

セルフアセスメント

当てはまると思うものにチェックを入れましょう。

リーダーシップとは何かについて答えることができる

リーダーとしての自分に不足している部分を理解している

スタッフの観察記録を残している

リーダーとしてのビジョンが明確だ。

スタッフのことは熟知していると思う。

スタッフにきっちりと要望することができる。

アセスメントをやってみて、何を感じましたか？

リーダーとして必要な要素として、
まずは、『この人についていきたい』と感じさせることが必要です。

自分自身がどこに行けば良いのか分からない、つまりは、ビジョンが明確でないリーダーに、スタッフはついていくことはできません。

ビジョンの中で、そこに行けば、今よりも、もっと素晴らしい状態になれるということを、みんなに理解させて、実際に、どうしても行きたいという気持ちにするだけの魅力的な物語を熱い思い、情熱と共に語る必要があります。

**リーダーシップを取るために必要なスキルの一つ目は
『明確なビジョンを語るスキル』を持つことです。**

あなたのチームのゴールを明確にして、スタッフに理解できるようにビジョンを書き出してみましよう。

リーダーシップのスキルの二つ目は『観察力』です。

相手の力を引き出すためには、相手の強みを見つけ、それを伸ばすことが必要です。また、人によって、思考、行動、反応のタイプが異なります。それぞれのタイプに、もっとも適したコミュニケーションを取っていくことが、相手のモチベーションを上げていくことにもつながります。

それらのことを実現するためには、相手のことを観察する力を磨き、相手のことをできるだけ深く理解する必要があります。

あなたはスタッフのことをどれくらい理解していますか？

	強み	興味を持っていること	将来のビジョン	子供時代のこと
スタッフ名				

リーダーシップのスキルの3つ目は『相手に要望を伝える力を持つ』ことです。

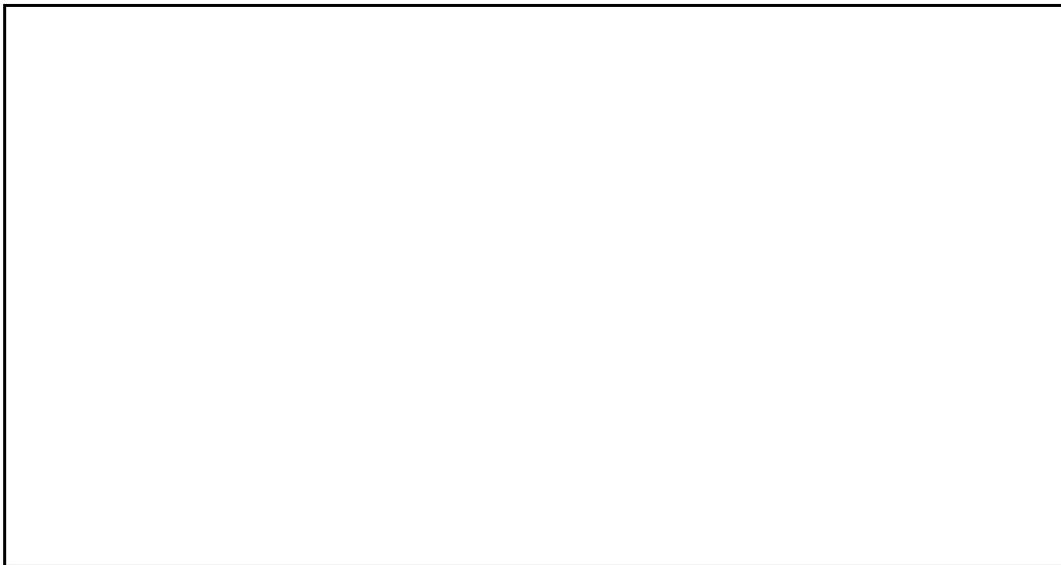
スタッフに対して、きちんと自分の要望を伝えることで、組織はリーダーの理想とする状態に近づくことができます。

でも、自分の要望をスタッフに伝える行動を取ることに抵抗のあるリーダーもいます。

もし、その要望を聞き入れてくれなかったらどうしようという思いが頭の中を支配することで、なかなか、思ったように要望することができないというのが理由の一つです。

自分の要望を聞き入れてもらうために必要なこととしては、相手との間に信頼関係を築き上げることが重要です。

スタッフとの信頼関係を築くためには、何が必要ですか？



リーダーシップのスキルを磨くためには、これまでご紹介したこと 以外にも必要なことは多数あります。でも、今回ご紹介した3点を、まずは重要ポイントとして取り組んでみていただければと思います。

自分の役割を知る

日々の営業の中で、誰かから何かをリクエストされたり、依頼されたりすることは多々あると思います。

でも、例えば、お店のスタッフが数名いたとして、全てのスタッフから同じことについて、同じようにあなたの対応を求められるということは少ないと思います。それは、求められることは、あなたがスタッフにとって、どういう役割をもつ存在なのかということで大きく変わっていくからです。

スタッフが、あなたに求めていることがそれぞれ違うのに、あなたが、全てのスタッフに対して、同じような関わり方をしていくと、どういうことになるでしょうか？

例えば、ある人は、あなたに対して、人生の先輩であるメンター的な役割を望んでいる。ある人は仕事を進めていく上でのナビゲーターの役割を望んでいる。また、相手が新人さんであるならば、おそらくアドバイザーの役割を望んでいるでしょう。

スタッフの数だけ、あなたに対して求めている役割の数があるはず。個々のスタッフが、何を求めているのかを知ることで、相手に対しての適切な関わり方を知ることができます。このことは、職場の内側のことだけに限らず、お客様に対しても応用することができます。

周りの人に対して、どういう関わり方をしているのかを書き出しましょう。

名 前	関わり方（例...新人なので、アドバイザー的に関わっている）

以下のアセスメントに答えて下さい。

スタッフに応じて自分の役割を意識的に変えている。

職場では、スタッフのモデルとしての存在になっている。

個々のスタッフの強みと弱みを文章にしてまとめている。

個々のスタッフが何をすれば喜ぶかのポイントを知っている。

個々のスタッフに受け入れられやすい、ねぎらい方を知っている。

個々のスタッフと職場以外の場で話す機会を設けている。

この1週間の中でスタッフとじっくり話しをする時間をもてた。

スタッフに新しい視点から物事を見るように促している。

スタッフに対して何を提供できるのかが、はっきりしている。

スタッフのミッションを知っている。

スタッフのビジョンを知っている。

自分のミッションを文章にしている。

自分の強みを知っている。

アセスメントを行なってみて、なにを感じましたか？

.....
.....
.....
.....

スタッフから、よくリクエストされること依頼されることを書き出して下さい。



上のリストから、普段、あなたがどういふときに必要とされているのかを知ることができます。あなたが必要とされていることのキーワードを見つけ出して書き出してみましょう。



自分の強みを知ることで、スタッフに対して、自分が果たすべきことができる役割の領域（守備範囲）が明確になります。時には、守備範囲以外のことを要求されることもありますが、その時は、背伸びをせずに、第三者のサポートを受けることも重要です。全てを一人で解決する必要はありません。まずは、自分の守備範囲を知ることから始めましょう。

あなたの強みはなんですか？

.....
.....
.....
.....
.....
.....

あなた自身をサポートしてくれる人を項目ごとに書きだしてみよう

項目	名前	連絡先	項目	名前	連絡先
(例)お金の知識	Aさん	76X - 815Y			

お店（職場）の中でのあなたの役割は何ですか？

.....
.....
.....
.....
.....
.....

自分の役割がはっきりしたら、今度は、スタッフの役割をはっきりさせてみましょう。ひとつのグループの中で、お互いの役割を明確化し、それを自覚していくと、今まで以上に行動が促進されていきます。このヒントを、あなたは何に活かせるでしょうか？

自分のプレゼンスを知る

ビジネスに携わっていく上では、様々な人との出会いが必要になっていきます。以前から付き合いのある人、始めて出会う人...

そういう人たちに対して、良い印象をもたれてビジネスを展開していく方が、そうでない場合よりも、断然、物事はスムーズに運ぶことができます。

今回は、どうすれば良い印象を持ってもらえるのか、どういうことが良い印象をもたれることにつながるのかということのヒントをつかむために、自分のプレゼンスについて考える時間を持っていきたいと思います。

中身よりも外見が大切

ひと昔前までは、人間は中身で勝負だ。外見よりも中身が大切。ということが言われていて、外見を気にするのは、浮ついた人間のすることという考え方が多くの人の中に浸透していたかと思います。

最近では、ウォーキングエクササイズ教室が人気だったり、イメージコンサルタントが表舞台に出てきたり...。そういうことを見ている限りでは、以前に比べて、ずいぶんと変化してきているとは思いますが、まだまだ、自分のプレゼンスに対して十分に気を使っているという人は、少数派ではないかと思います。

メラビアンの法則

人が相手に対して何らかの印象をもつ要素を分析すると、相手の外見、態度など、目で見て判断する要素は全体の55%。声のトーン、話すテンポなどは、38%。話の内容に関しては7%とされています。

どんなに、中身が素晴らしい話しをしたとしても、話し手の外見の印象が悪いとなると、それが邪魔をして、話の中身が評価されにくいということになるのです。

例えば、どんなに美味しい料理を出すレストランであったとしても、料理を盛り付ける皿にヒビが入っていたらどうでしょうか?盛り付けが彩りを考えずに、無造作に皿に盛られていたらどうでしょうか?

食べてしまえば、何でも同じ。という考え方もありますが、やはり、素敵なお皿に気の利いた盛り付けがされている料理の方が、そうでない場合よりも、美味しく料理を頂くことが出来るのではないのでしょうか。

初対面の人にどういう印象をもたれることが多いと思いますか?

その印象をもたれることについて、自分ではどう感じていますか?

今の印象を、より良いものにするためには、どういうことに気をつけていけばよいのでしょうか?

自分自身の理想のセルフイメージをもつ。ということは、ビジネスを成功へと導く為に、とても大切なこととされています。

でも、どうしても、目の前で起こる様々な現象に反応してしまい、理想のセルフイメージに近づけないということが間々あります。

例えば、業績があまり思わしくないときには、どうしても、顔は陰気になり、声のトーンも低くなり、背中は丸まり、歩くのもトボトボ歩いてしまう...

でも、こういう相手から、ものを勧められても、なんとなく買う気は起こりませんよね。

第一印象がそうであれば、なおさらです。

第一印象は、先入観となって、相手の記憶の中に残されていきます。そこで残された記憶は、数週間から数ヶ月、持続するといわれています。

その先入観を拭き去るためには、記憶が自然と薄らいでいくまで待つか、第一印象を塗り替えるほどのインパクトのある印象を相手に与えるかしか方法はありません。

自分自身が持っている理想のセルフイメージと、近くにいる第三者が、どういう印象を自分に対して持っているかの差を知ることで、今の自分の現状を客観的に分析することができます。

また、理想のセルフイメージに近づくために、どこをどのように変えていけばよいかを考えていくためのヒントをつかむことにも役立てることができます。

次のページのチェックリストを使って、色々な角度から自分のプレゼンスを見つめ直してみてください。出来るだけ、多くの人にどういう印象を持っているのかをインタビューされてみることをお勧めします。

セルフプレゼンスチェックシート

	チェックポイント	理想のセルフイメージ	第三者が持っている印象	どう変えていくのかのアイデア
顔	いつもの表情			
	髪型			
	ケア			
声	トーン			
	大きさ			
	口調			
態度	立っている時			
	座っている時			
	歩いている時			
	話しをしている時			
	黙っている時			
	電話をしている時			
服	センス(オン)			
	センス(オフ)			
	似合う色			
	似合うスタイル			

『決断する』ということ

経営者やマネージャーには、時間的な余裕もなく、限られた情報をもとに、進んで行く道を決めていかなければならない局面におかれるときがしばしばあります。

とくに、その決断によって、会社や組織の方向性が決定する場合などの重要な案件を決定して行くときなどは、相当の覚悟が必要になります。

大型客船が真夜中に航行中、突如として現れた冰山を前にしたとき、船長の判断いかんによっては、あのタイタニック号のごとく、凍りつく海の底に消えてしまう可能性もあるわけです。そういう意味で、決断するということの重さを、日々、感じている方も多いのではないのでしょうか。

セルフアセスメント

意思決定するときのスピードは速い方だ。

意思決定をするとき、誰にも相談しない。

意思決定をするとき、できるだけ情報を集めてから行う。

一度決めたことは、途中で変更しない。

直感に頼って決定したことが正しかったことの方が多い。

意思決定を先送りしてしまいがちである。

一度決めたことを再検討することはあまりない。

意思決定をするときに、いつも選択肢を3つ以上準備している。

セルフアセスメントをやってみて何を感じましたか？

物事を選択する際に、本当は、できるだけ時間をかけて、情報を集め、いろいろと検討した上で、最も正しいと思える方向に進路を進めるというやり方を選びたいものですが、現実には、そういうことが行えるケースばかりとは限りません。

時間をかけて選択していくということは、決断ではなく、判断することになり、それは決断とは違います。正しい考え方ができる人であれば、正しい判断をくだすということは、ある意味、難しいことではありません。組織のトップでマネジメントを行う経営者、マネージャーに必要なのは、判断ではなく、決断するスキルなのです。

あなたが、決断を迫られたとき、それを鈍らせる原因となることは何ですか？

よりよい決断、より正しい決断をくだそうという思いが、逆に、決断を鈍らせる原因になることもあります。また、今手に入れているものよりも、より確かな情報を手に入れたいという気持ちが決断のスピードを鈍らせてしまう場合もあります。

100%の答えを見つけてから決断をするのでは、決断のタイミングがずれてしまい、それにより、逆に大きなリスクを負ってしまう場合もあります。

あなたが、タイミングを遅らせることなく、決断を行うために必要なことは何ですか？

手元に必要なすべての情報を置いておくことはできないかもしれませんが、今後、自分が必要になる可能性のある情報をストックしておき、いつでも取り出せる状態にしておくことは可能です。そのためには、情報をキャッチしていくための感性のアンテナを磨き、数多く出しておくことが必要になります。

また、専門家や協力者などの人的ネットワークを持つておくことも大切でしょう。必要なサポートを必要なときにいつでも受けることができるようにしておくことは、決断をしていく上で強力な武器となります。彼らとの間に今まで以上の信頼関係を築いていくことで、より太いパイプで結ばれたネットワークを形成することができるはずです。

そして最後にとっておきのことをお伝えしておきます。それは、『一度決断をくだしたことも、途中でそれが間違いであると気付いたときには、いつでも、撤回し、正しい道を選びなおすことができる』ということです。こう考えることで、必要以上のプレッシャーを感じることなく、決断をくだしていくことが可能になるのではないのでしょうか。

妥協していることリスト

人は、生きていくうえで、さまざまなことを妥協 (我慢・あきらめ) しています。

それらの妥協は行動を起こす上で、さまざまな障害の原因を作り出しています。
その妥協がなかったら、今の自分とは違う自分が存在している可能性もあります。
しかし、妥協そのものをすべてネガティブに捉える必要はなく、その妥協があるからこそ、今の自分がここにあるということもたくさんあるでしょう。

今、妥協していることを見つめてみて、それぞれが、自分にとってどうい意味を持っているのか、また、その妥協を取り除いたときに、自分がどのように変わることができるのかを考えてみる。それがこのリストの使い方です。

身の回りの環境

人間関係

仕事、経済

将来のビジョン

妥協をやめるためには、どんな方法がありますか？

妥協をやめた自分はどんな状態になっていますか。

--

リストを完成させた、ご自身の今の素直な感想を書いてみましょう。

--

ビジョンを語るツール

スタッフを抱えてチームで商売をしていくとき、そのチームを上手く操縦し、パフォーマンスを向上させ、収益を最大化するためには、店主の抱くビジョンを共有し、チーム自体を強固な意志と行動力を持った集団に作り上げていく必要があります。

そのためには、リーダーの思い描くビジョン(こうなりたいという理想の姿)を、同じ絵としてスタッフ全員が、同じ角度から見るようにすること。また、そこに到達するまでや、到達した後の世界について、物語としてスタッフ全員が理解している体制を整えていかなければなりません。

そういうことをやらないと、スタッフは、自分の意思を持って、動くことを始めません。それは、動きたくないのではなく、動くことができないからなのです。

ただ、ときには、ビジョンを見せ物語を語ることを、時間をかけて行ったとしても、なんら結果に結び付けられない場合も出てきます。

それは、多くの場合、店主が見せ、語るものの中に、スタッフが自分自身の姿を見つけることができないときに起こります。

お店を主体として物語を語る時、そこには、必ず、スタッフ自身をその物語の中に登場させてあげる必要があるのです。

次のアセスメントに答えてください。

セルフアセスメント

自分の思いを語ることを今まで定期的に行ってきた。

自分の思いを語ることを今後のスケジュールの中に入れていく。

自分の思いを語るためのツールを持っている。

今のビジョンは、心からそうなりたいと思えるものか？

今のビジョンは、あなたの価値観に合ったものか？

ビジョンの中に含まれている要素を知っている。

今まで、ビジョンを文章にしたことがある。

ビジョンは、日々、書き換えていくものということを知っている。

今のビジョンを、達成するためのロードマップを持っている。

アセスメントをやってみて、何を感じましたか？

スタッフをまとめて、店主がリーダーシップを発揮していくためには、店主のビジョンを物語にした、ビジョンステートメントを作成し、それをスタッフに提示し、共感を得ていく必要があります。

ビジョンステートメントを作るうえでの最初の作業として、あなたの夢を語ることから始めてみましょう。

今、現実にある障害や足かせになっていることを、一旦、脇に置いた上で、あなたが、手に入れたい理想の状態を語ってください。

仕事に関して

プライベートに関して

今、語られた状態を何年後に手に入れたいですか？

年後

そのとき、あなたのスタッフはどのように働いていますか？

あなたは、どういったお客さんに囲まれて商売をしていますか？

そのビジョンに到達するまでの道程（コース）を時系列で書き出してください。

時期	やるべきこと
年	
年	
年	
年	
年	
年	

ビジョンステートメントで掲げたゴールに向かうとき、今、記入したコース以外の道の存在を2つ以上知っておくと、ゴールへ向かう足取りが思っている以上に軽くなります。それは、最初のコースでゴールの達成が困難ということを感じた場合でも、他のコースを選択することができる事が予め分かっているのです、心に余裕を持つことができるからです。

ゴールへ向かう、別のコースとして、こういったコースがあるのかを、考えてみましょう。

第2コース

第3コース

ビジョンステートメントには、到達する場所（ゴール）、到達した後の世界、そこまでの道のりの中で、あなたとスタッフがどういう状態になるのかをまとめておきます。そして、それを読めば、これから始まる、自分たちが登場する物語のあらすじが分かるというものにしておきます。また、物語を進めていく上で、必要であれば、何度も、シナリオを書き換えていくことも大切です。

さあ、物語を書き始めてみましょう。

いつでも見直すことができる手帳などに書き留めてみてください。

ゴールを明確にする

日々の仕事をこなしているとき、明確なゴールを持たないまま、動いているということはありませんか？

サッカーの試合で、ゴールがないと競技をすることはできません。ゴールがあっても、どこにあるのかが、分らなければ、いくら天才ストライカーであったとしても、シュートを打つことはできません。

また、ゴールがたくさんあると、どのゴールを目指せば良いのかが分かりません。

球技のゴールと違って、仕事や人生の上でのゴールは、目で見たり、触ったりすることが、できない場合が多いでしょう。

ですから、どうしても、曖昧なイメージの中で進むべき方向を決めてしまうことがあります。

目指すべき地点がはっきりしないまま、進路を決めてしまうと、進んでいくうちに、どんどん本来の到達点から、離れていってしまう危険性があります。

ゴールを可視化することで、そこまでの距離や、到達するまでの時間、進んでいく道の途中でやっていくべきことが明確になります。

もし、今のあなたのゴールが、明確になっていなかったとしたら、しっかりと、目で見えるようにして、触って感じるができるようにしてみる必要があるかもしれません。

次のアセスメントに教えてください。

セルフアセスメント

なりゆきに任せた行動をとることが多い。

私のゴールは、誰でも分るように明確になっている。

ゴールを明確にしなければいけない理由を知っている。

ゴールを明確にする方法を知っている。

ゴールの先にあるものを知っている。

ゴールを決めているが、なかなか行動に移すことができない。

今のゴールを達成することで何が手に入るのかを知っている。

私は、ゴール達成を本気で望んでいる。

アセスメントをやってみて、何を感じましたか？

あなたが、チームで仕事をしているのであれば、ゴールを明確にするために、チームメンバーの誰も見えて、すぐに理解ができ、ひと目で、その到達度合いが、分るようにする必要があります。

例えば、数字でゴールを表すことも有効な手段となります。

また、どういう状態になったときが、ゴールに到達したときなのかということを、映像として共有しておくことも有効です。

あなたのゴールを明確にするとしたら、どんな数字に置き換えることができますか？

どういう状態に達したときがゴールですか？

そのゴールに達したときに手に入れることができるものは何ですか？

今、思い描いているゴールに達したとき、次に見えてくるゴールがあります。

今のゴール先にあるものを見つめることで、あなたの行動は、より加速されます。

今のゴールの先に何が見えますか？

ゴールも明確になり、やるべきことの行動計画もしっかりと立てたのに、いざ、行動しようとする、なかなか、前に進まない。パワーがでてこない。そういった経験をしたことはありませんか？

そんなときは、ゴール自体を、もう一度、見つめなおしてみることをお勧めします。

ゴールとして決めていたものが、本当に行きたい場所や、本当に必要なことではない場合、そこにエネルギーを注力することは難しくなります。

今のゴールが、あなたの本当に行きたい場所である理由を聞かせてください。

目標達成の精度を上げる

コーチングは、主にゴール(目標の達成)を手に入れるために行われます。

コーチングではセッションを始めるにあたって、その日のセッションが何のためにあるのか?を明確にする質問をします。その質問をすることで、その日のセッションの目的が明確になり、セッションを行う価値が増すことになるのです。

目的が明確になっていないコーチングセッションでは、ゴールも曖昧になり、そのセッションを行っている意義を見失うこともありえるのです。

これは、コーチングセッションの中だけの話ではなく、ビジネスの現場においても同じことがいえます。

セルフアセスメント

以下のアセスメントに答えてみてください。

目的と目標の違いを説明できる。

あなたのビジネスの目的が何であるのかを理解している。

目的が明確な目標は、その達成がなぜ容易であるのかを知っている。

今のあなたの目標を決めた理由は、何であったのかを理解している。

常に目的は何なのかを意識しながら物事に取り組むようにしている。

目標達成のために大切なポイントが何かを知っている。

アセスメントをやってみて、何を感じましたか？

例えば、お店での販促キャンペーンをスタートさせるとき、店主（マネージャー）である、あなたがスタッフに対してそのことを伝える際、どのように伝えることが多いだろうか？

仮に、売上を前年の2倍という目標を立てたとした場合、2倍という数値目標とそれを達成するための具体的な手段にのみフォーカスした説明をミーティングで行っていないだろうか。

スタッフが、新人ばかりで、お店で行われるキャンペーンやイベント、通常の業務に対して、まだまだ好奇心旺盛であるころまでは、そういった説明を行うだけでも、スタッフの心に火をつけることは可能なのですが、そういうことに対して、ある程度、慣れを感じているスタッフの心には、それだけでは、火をつけることは難しいはずです。

お店にいるスタッフの心に火をつけて、目標達成の精度を上げるためには、『なぜ、2倍の売上げを作らなければいけないのか』というスタッフが共感できる理由、そして、『そのキャンペーンを成功させることの目的』をはっきりさせることが大切なのです。

行動の目的がはっきりすると、それを達成した後の世界が見えやすくなります。スタッフを巻き込んで、お店を運営していくには、目標を提示する前に、目的をしっかりと明示することが大切なのです。

また、このことはスタッフに対してだけのことではなく、自分自身に関しても同じことがいえるのです。

自分が持っている目標について、今一度、その目的について明確にしてみてください。

具体的な目標	達成期限	達成の目的

それぞれの目標の向こう側にある目的を明確にすることで、何を感じましたか？

目標達成の精度を上げるためのもう一つの手段は、ゴールまでの道程に、小目標（マイルストーン）を置いていくことです。

大目標を掲げ、達成を目指すときには、小目標を最終ゴールと現在地との間に、適切な位置に置いていくと動きやすくなります。

いきなり、大きな目標の達成を目指すよりも、小さな目標の達成を繰り返していく方が、圧倒的に目標達成のスピードは上がります。また、確実に前進できているという感覚も得られるので、モチベーションの維持にも貢献するのです。

あなたの目標達成の道程におけるマイルストーン（小目標）を設定してみましょう。

大目標（最終ゴール）	達成方法	達成期限	チェック
小目標（マイルストーン）	達成方法	達成期限	チェック

目標の達成の精度を上げるには、その目標を掲げている目的を明確にすること、そして、目標に確実に近づけていることを実感できるための小目標を設定することがポイントになるのです。

ミーティングのパフォーマンスを高める

お店の中で、何かを決めていくとき、店主がひとりで考え、詳細にいたるまでを取り決めてしまうと、スタッフは決定事項に対し、ただ従って動くだけの存在になってしまいます。

そうではなく、お店の方針を決定することにスタッフの意見を取り入れるためには、ミーティングを行ったり、会議を開いたりしていく必要があります。

しかし、多くの人を経験しているように、中身の濃い会議、充実したミーティングを実施することは難しく、参加者が期待している成果を上げられるだけのパフォーマンスを実現できない場合が多いというのが現実ではないでしょうか。

あなたにとって、参加したくない会議とはどんな会議ですか？

<ul style="list-style-type: none">・・・・・・・・・・・

今、上げていただいたような会議とは、一言でいうと、生産性の低い会議ということになります。

あなたのお店で、開かれている会議、ミーティングが、どういうものなのかを、次のアセスメントを使って、棚卸をしてみましょう。

セルフアセスメント

当てはまると思うものにチェックを入れましょう。

会議の参加者は自分の考えを予めまとめてから参加している。

会議に使われる資料、テーマなどは事前に参加者に配布されている。

会議の参加者が自身の参加目的が明確でない場合が多い。

会議の目的は参加者全員が理解している。

会議の役割分担（司会者、書記、参加者）は明確になっている。

結果や決定事項の報告会、店主の独演会になることが多い。

自由に意見を言えない空気が流れている。

店主、リーダー、一部のスタッフの意見ばかりが採用される傾向がある。

決定したことが実行に移されることが少ない。

その場で結論が出ないことが多い。

アセスメントをやってみて、何を感じましたか？

会議のパフォーマンスを高めるためには、これから開かれる会議が参加者にとって、

どういう意味があるのか？

その目的は何か？

そこで話し合われることは何か？

何を決定するのか？

などを事前に書類や E メールなどのツールを使って知らせておく必要があります。

会議が始まって、初めて、その日のテーマが発表されるというのでは、参加者から良いアイデアを引き出すことは難しくなります。

また、会議の場では、役割分担が明確になっている必要があります。

そこには、司会者（ファシリテーター）、書記、参加者の3役が必要で、それぞれが、自分の役割をはみ出すことなく、役割を全うすることが必要です。

とくに、司会者は、司会者に徹する必要があります。

司会者の役を店主やリーダーが担うときには、特に注意が必要です。

店主やリーダーは、往々にして、自分の話をしてしまいがちになるからです。会議の場が店主の独演会になってしまうと、参加者は意見を言うことができなくなります。

司会者がその役を全うするということは、自分の意見を持たずに、参加者の意見を引き出すことに徹するということを意味します。

あなたのお店の会議の問題点を洗い出してみましょう。

会議のパフォーマンスを高めるためには、参加者の多くが自分の意見を自由に話すことができる環境を提供することが必要です。

参加者が自由に意見を話す環境を作るのに必要なことは何がありますか？

例えば、新しいアイデアをスタッフから聞き出すという目的で会議をする場合は、参加者が出すアイデアを肯定的に受け止めることが必要になります。そのときのルールは、出てきたアイデアは、ひとつ残らず、ホワイトボードに記入する。どんなアイデアでも否定しない。などが考えられます。

また、会議を始める前に、そのルールを全員で確認してから始める必要があります。

このように、会議の目的に合わせたルールを会議の始めに参加者全員で意思統一しておく必要があるのです。

あなたのお店の会議のパフォーマンスをあげるためのアイデアを書き出してみましょう。