田村真二の「顧客満足向上と顧客・売上・利益を増やす」週刊ウェブマガジン　2022 年 3 月 29 日

Success! Weekly Letter

今週号のポイント

- ●現状を打破するには？
- ●充実感 or 悔いの残る一年
- ●目標設定は本当に必要なのか
- ●二度と来ない 2022 年度に何を実現する？

二度と来ない 2022 年度に何を実現する？

by田村真二

本日は、**「二度と来ない 2022 年度に何を実現する？」**についてお伝えします。

「長引くコロナの影響で仕事も生活も苦しくなった」、「今は何とか踏みとどまっているけど年末まで会社が持つかどうかわからない」、「自分や家族の将来が不安でしかたがない･･･」etc。

上記いずれかに当てはまる方は、気づいているはずです。**「今のやり方のままでは、この先何も変わらない」**ということを。それだけではなく、この先状況はますます悪くなるかもしれない･･･、と。

そこで、「これから先何をどう行えばいいのか？」に対する答えを考え行動しなければならないわけですが、それがわからないから困っている、という方も少なくないと思います。

今の状況を変えるにはどうすればいいのか？そのためには、どのような思考が必要になるのか？具体的にどのような行動をとればいいのか？

国や公的機関や学校をはじめ、上場企業の約7割が4月から始まる2022年度を迎えるに際し、今号ではこのことについて基本となる考え方をお伝えします。

充実感 or 悔いの残る一年

「一年はあっという間」。このレターをお読みの方の中には、そう考える人も少なくないと思います。私自身も歳を取るごとに、一年が本当に早く過ぎていくように感じています。

ついこの間、新年を迎えたかと思いきや、早くも3カ月が経とうとし、今週後半にはもう4月入りです。3年目に入ったパンデミックに加えて戦争が勃発するなど、世の中が大きく揺れ動いているためなおさら早く感じている人も少なくないと思います。

そんな中、昨年度（昨年4月から今年3月迄）はあなたにとってどんな一年でしたか？充実した一年でしたか？それとも悔いの残る一年でしたか？

私自身振り返ってみると、充実さと悔いの両方を感じる一年でした。というのも、おかげさまで、ビジネスでは今期、コロナ前の利益水準に戻すことができそうですし（決算期は5月なので見込みですが）、私生活では約6年半ぶりに転居し、今まで以上に快適な毎日を過ごせるように環境を整えることができました。

でも一方で、もっと意欲的に新サービスの提供やオンラインセミナーの開催、新規クライアント開拓などにも取り組み、他社（者）への貢献を拡大しなければいけなかったという悔いも少なからず感じています（会社としては今期あと2カ月あるのでこれからラストスパートをかけます！）。

Copyright©2022 WELLNESS BIZ CO., LTD All Rights Reserved.

目標設定は本当に必要なのか

そんな気持ちを感じながら、今週まさに、新年度の事業目標や達成計画づくり、個人目標などを立てるために合宿（北海道）の最中にあります。

とはいえ、そもそも目標設定は本当に必要なのか？と思う人もいるかもしれません。

企業名を忘れましたが、昔読んだ雑誌のインタビュー記事の中で、非上場のある大企業の社長が、「当社は業績目標を設定していません。そのほうが、社員が自由な発想ができ、伸び伸びと行動することができるからです」というようなことを話していました。

確かにその会社は当時、右肩上がりの成長を続けていたので社長の言うことにも一理あるかもしれません。しかしながら、それはあくまで「例外」であって、どの企業にも通じる普遍性や再現性があるとは言えません。

重要なことは、いかに良い目標を設定するか。ピーター・ドラッカーは著書『プロフェショナルの条件』の中で、目標を設定する際には、**「どのような『貢献』ができるかを自問しなければ、目標を低く設定してしまうばかりではなく、間違った目標を設定するようになる」**と述べています。

つまり、目標設定の際には**数字ありきではなく、顧客やある物事のためにどう役に立つかを考えることから始める**ということです。

ちなみに私の場合は、目標設定時には数値目標とともに、「顧客（や潜在客）は誰か？顧客（や潜在客）はいまどのような状況にあるか？このままいくとどうなるか？で、今後どう支援するか？」などを自問自答し、相手の立場になりきって具体的かつ実現可能な形で設定するようにしています。

いずれにしても、**会社における良い目標とは、一般に誤解されているような「ノルマ」ではなく、会社や事業にとっての「基本戦略のもと」になるもの**だということです。

貢献に焦点を合わせた目標を設定し、コミットメントすることができれば、自ずと目標に意義を見いだすことができます。そうなると仕事が「やらされる」から「やる」へと変わり、思考や行動が一変します。

二度と来ない 2022 年度に何を実現する？

私を含めて多くの人は、毎年新しい年や年度が始まることに何の疑問も、抱きません。一方で、時計の針を戻して過ぎ去った年や年度の始まりに戻すことは、できません。

「あのときもっとこうしておけばよかった」とか、「計画が甘かった」と反省してみたところで、時間は元には戻せません。終わってしまったことをいくら嘆いてみても、遅いのです。

こんなことを言っている私自身、反省すべき点は多々あるのですが・・・。でもひょっとしたら、あなたにも同じような経験はないでしょうか？経営環境や顧客が変化していることはわかっているのに、効果の（少）ないことを毎日続けているとか？

「進むべき方向を知るためには、目的地を決めておかなければならない。そうでないなら、それは仕事をするようなふりをして、何かを待っているにすぎない」

ドミノ・ピザ創業者のトム・モナハンはこう言いました。“仕事をするようなふりをして、何かを待っているにすぎない”とは、何とも耳の痛い言葉です。でも、トム・モナハンのことをググってみれば、彼の言葉の意味が理解できると思います。

「2017 年は二度と来ない。さあ、何をするか？」

今号のタイトル**「二度と来ない 2022 年度に何を実現する？」**に似た言葉ですね。実はこれ、ザッポス創業者のトニー・シェイの言葉で、今号のタイトルは彼の言葉を拝借してアレンジしました。短い言葉ですが、目標設定の本質を突いていますね。

時間を戻すことは誰にもできませんが、貢献に焦点を合わせた目標設定なら誰にでもできます。清々しい気持ちで新年度を迎えたい方は、ぜひお時間をつくって目標設定をしてみて欲しいと思います。新年度があなたにとって、豊かで充実した一年でありますように！

本日も最後までお読み頂きありがとうございます。
それでは次号をお楽しみに！

Copyright©2022 WELLNESS BIZ CO., LTD All Rights Reserved.

著者プロフィール

田村真二（Tamura Shinji）
ウェルネスビズ株式会社 代表取締役

健康ビジネス専門の経営コンサルタント/マーケター/FP。東京都出身。イオンで 22 年間、フィットネスと小売事業の経営・店舗開発・人事等に携わり、07 年に同社を退社し独立。健康ビジネス領域で事業展開する中小・ベンチャー企業に向けて、マーケティングをベースにしたコンサルティング手法で業績向上を数多く支援している。「閉鎖寸前から売上高4倍超になったスポーツジム」「専門家から集客予想会員数 1,600 名と診断された立地で会員数5千名・年間営業利益2億円超のフィットネスクラブを開発」「会員数 800 名台から 2,200 名へと大幅増加したフィットネスクラブ」など、会員数拡大・客単価向上・継続月数増をかけ合わせた「儲かる事業構築の仕組み」導入コンサルティングで高収益企業が続出中。全国各地からコンサルティング、講演、執筆等の依頼が絶えない。

出版・編集・お問い合わせ先	免責事項
ウェルネスビズ株式会社 TEL：03-4530-6263 FAX：03-3562-7822 Mail ：info@wellness-biz.jp URL：https://www.wellness-biz.jp 〒104-0061 東京都中央区銀座1-3-3 G1 ビル7階 1180 号	このニュースレターで提供された情報およびアドバイスによって起きた問題に関しては一切、当方やライターに責任や義務は発生しません。ここでの情報や助言を参考にした判断は、当然ですが、すべて読者の責任において行ってください。

Copyright©2022 WELLNESS BIZ CO., LTD All Rights Reserved.