

「全少」を日本一研究する指導者による提案

# ZENSHOに 挑戦しよう！



養正館館長・渡辺貴斗 第32回



失敗とどう向き合うか？ (その2)

## 失敗はただの通過点

### ★やり切ったあとの失敗

全少の形強化練習初日にいつもこんな話をします。

「皆には、とにかくやり切って、これ以上できないというくらい準備してから全少に臨んでほしいのです。例えば、『もしあと1回勝っていたら5位だった。最後の試合で2-3で負けてしまった。あと1本旗が挙がっていたら5位に入賞していたのに』のように、もしこんな負け方だったら本当に悔しいですね。でも大会直前までに、これ以上できない位にやり切ったならば、どんな結果でも受け入れることができます。なぜならそれ以上できなかったの、後悔がありません。『やりきったときの負け』は素直に受け入れることができ、次へのステップを軽やかに踏み出すことができます。しかしながら、準備をやりきっておらず、もう少し頑張れたんじゃないか、と不完全燃焼で惜敗した時は、いつまでもクヨクヨ後悔し、なかなか前に進めません。そんな自分に嫌気もさしてきます。ですから、ぜひ、やり切って試合に臨んでほしいと思います」

このように声を掛けると、子どもたちの目の輝きが変わります。

大会当日、大会会場で、私はどのような結果でも叱りません。やり切った子を叱るのは間違っていますし、やり切らずに負けた子は自分で気付かなくてはなりません。その選手が残念そうにしていれば一緒に残念がり、うれしそうにしていれば一緒に「良かったね」と笑顔で声を掛けることにしています。

5位で喜ぶ子もいれば2位でがっかりする子もい

ます。2位でがっかりしている子に「おめでとう！」と言うのはあまりにも無神経すぎます。ですから、まず選手にはニュートラルな表情で、「今、どんな気分？」と聞きます。それから選手の感情に寄り添って、一緒に悔しがったり、一緒に喜んだりするようにしています。

### ★イチローもほとんど全てが失敗

2016年6月、イチローは、日米通算4,257本目の安打が最多安打数の世界記録としてギネス記録に認定されました。そんなイチローでも打率3割5分で、10割ではありません。つまり6割5分は失敗していることになり、失敗の方が圧倒的に多いのです。イチローをしてさえも、失敗の方が多くなっているのは驚きの事実です。よって、「失敗」を考えると、絶対に失敗しないようにするのではなく、失敗することを当然のこととして準備することが大事です。そして最も重要な点は、その失敗から何を学ぶことができるかです。イチローは次のように言っています。

「僕なんて、まだまだできてないことのほうが多いです。でも、できなくていいんです。だって、できちゃったら終わっちゃいますからね。できないから、いいんですよ」なぜ彼は、これほどまでにできることよりもできないことを重視するのか。完成は停滞につながり、未完成は成長につながることをよく知っているからです。([「イチローの成功習慣」に学ぶ] 児玉光雄著/サンマーク出版) より

## ★見る前に跳べ！

Look before you leap. という英語の諺があり、「跳ぶ前に見ろ！」という意味で、日本の諺では「石橋を叩いて渡る」に相当します。しかし、この look と leap を入れ替えた、Leap before you look.

という一節もあって、アメリカの詩人オーデン(1907～1973)の詩に出てきます。一般的に「見る前に跳べ！」と直訳されていますが、「考えていないでとりあえず一歩踏み出せ」、「思いついたら迷わず行動せよ」と意識できます。やらないで迷っているより、やって失敗の方が学ぶもの、得るものが大きいのです。迷っている段階では、「やるかやらないか」で悩み、いつまでもスタート地点にいることになり、失敗したのと同じ状態です。しかしながら、やってしまえば失敗する確率も 50% ありますが、成功を勝ち取る可能性も出てきます。

もし失敗しても次に生かせる経験値を積むことができますし、そのあとのリカバリーも案外何とかなるものです。「失敗したらどうしよう」ではなく、「失敗したら、そのとき考えよう」でもいいのです。

成功者は実際にやってみた人たちの中からしか生まれません。踏み出せない人は、永久に成功を勝ち取ることはできないのです。石橋を叩き過ぎて割ってしまっただけでは意味ないですね。世のタフなナンパ師も、Leap before you look. (見る前に跳べ!) で、何度失敗してもヘコタレません。

## ★失敗はただの前振り

失敗とはただの通過点です。過去、大変な失敗をしても、それを乗り越えて結果として今は成功していると言えるのなら、その失敗があったお蔭で今の

成功があるのではないのでしょうか？ もっと長い時間軸で考えれば、全てはただの一過性の事象に過ぎません。一瞬の出来事をピンポイントで一喜一憂することは、ほとんど意味がないのです。

例えば、昔話や童話は、途中でいろいろな事件が起きますが、結局はどれもハッピーエンドで終わります。途中の失敗はハッピーエンドで終わるための前振りで、ハッピーエンドのために必要不可欠なものだったのです。つまり、最後に無理やり成功させれば失敗ではなかったこととなります。「失敗」と思い込んでいたことも、本人のとらえ方次第でどのようにでも変えていくことができるのです。

組手の試合中に先に点を取られると急にパニックになる選手がいますが、次のように考えればよいのです。「先に点を取ってくれてありがとう。今から僕が逆転して、ドラマティックにこの試合は終わる。脇役の君がいてくれなかったらこのドラマは成り立たなかった。僕を引き立てるために今日はわざわざ試合会場まで来てくれてありがとう。」

### PROFILE

■渡辺貴斗 TAKATO WATANABE

1968年4月20日生まれ。7歳から父である館長から空手の手ほどきを受ける。児童心理学や成功哲学を研究して子どもたちの「心をつくる」指導法に切り替え、2013年全少5名入賞、2014年・2015年と2年連続で7名入賞、2016年5名入賞、2017年9名入賞させ、全国最多入賞数の記録更新中。道場経営でも、一道場で350名を超える大躍進を続ける。



日本空手道鴻志会空手道場養正館／静岡県沼津市本町 11-12

## Column どうやって道場生 350名に増やしたか？その5

### ●チラシ作成4

#### 「マーケティング戦略2(キャッチコピー)」

キャッチコピーとは、チラシの上段に大きい字で書かれている見出しのことです。チラシの良し悪しはこのコピーで決まると言ってもよいくらい、最重要な部分です。前回までに、自分の強み、自信を持って指導できる得意分野を明確にしましたが、これらにのっかって矛盾の無いコピーを考えます。

成功している道場のチラシのコピーをマネしても、コピーと実際の指導内容のギャップがあると、初日の見学の段階で断られてしまうことでしょう。

コピーに期待し見学に行ったが、コピーとは全然違う指導内容だったら詐欺に近いですから、見学者は怒って帰ってしまいます。(「マーケティング30の法則」ジョセフ・シュガーマン著 p65参照)

つまり、マーケティングまではうまくいきますが、セールスの段階で破綻します。あくまでも、自分の得意とする指導内容からコピーを作らないと、入会成立は望めません。とは言え、無の状態からコピーを考えろと言われても、プロのコピーライターでもないのに、良いアイデアは浮かんできません。

実は世の中には、すでに反応の大きかったコピーの型が分類されていて、驚くことに全てが公開されています(『ザ・コピーライティング』ジョン・ケープルズ著、『売るコピー39の型』有田憲史著など多数)。この型に、自分の得意とする指導分野のキーワードを当てはめていけば、ある程度の反応が期待されるコピーが作れてしまいます。数パターンのコピーが簡単にできると思いますが、それをひとつに絞っていきます。この過程を「テスト」と言いますが、次号では「テスト」について考えていきます。