

「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41回



常にアンテナを張る（その1）

チャンスをつかめ！

★めんどうと思うかチャンスと見るか

私の友人A君が、大学3年生の時の話です。卒業論文を書くことになり、研究室の教授から、「国の研究機関で卒業論文を書く人を1人だけ探しています。誰か行きたい人はいますか？」と希望者を募ったそうです。その時、A君はチャンスとばかり迷わず手を挙げましたが、他の同級生は1人も手を挙げませんでした。不思議に思ったA君は、後になって「あのとき、なぜ手を挙げなかったのか？」と同級生に尋ねたところ、「めんどくさそうだから」とか「大変そうだから」と言う理由だったとのこと。

同じようにみんなにチャンスが訪れたのに、それを“千載一遇のチャンス”と考え確実にキャッチするか、そのまま見過ごしてしまうかで、その後の人生は大きく変わっていくのです。A君はのちに研究者として成功を収めました。

★みんなの前で宣言をする

一般に、大変そうな方を選ぶと、自己の成長が望めます。苦しそうなこと、大変そうなことは誰も選択しませんので、群衆の中で1人だけ頭角を現すことができます。ラクな方を選ぶと、「あの時、もう一方の選択をしていたら、今の自分はもっと違っていたらいいのに」と一生後悔することになります。

また、先のA君のようにみんなの前で宣言してしまいますと、途中で挫折したら恥をかうことになるので、もう後戻りできません。自分を追い込んで、「やるしかない！」と自分を鼓舞で

きます。これを「パブリック・コミットメント」とか「宣言効果」と言います。

選択に迷ったときは、“大変そうな方を選ぶ”、と普段から決めておくのもやる気を出すための一つの成功法則と言えます。

★桃は平等に流れてくる

私は、よく子供たちに、以下のような話をします。「人間、誰もが目の前にはそれぞれ川があり、その川には同じような頻度で、チャンスが流れています。それを確実に拾い上げる人と、桃に気付いても面倒くさそうに見過す人。そして桃が流れていることにすら気付かない人がいます。『私には運がない』、『僕は選手に選んでももらえない』など、不平を言って嘆く人に限って、チャンスをつかむアンテナを何も張っていません。いつでもチャンスをつかもうという貪欲な気持ちがないと、チャンスを見すみず逃してしまうのです」

と、このように話し、“周りのみんなは恵まれている”、“^{ひい}鼻負^まされていて自分だけが認められていない”、と自分の^せ処遇を周りの^{せい}所為にしている子供に、問題は自己にあることに気付いてもらいます。他人や環境の^{せい}所為にしている間は、自己の成長は見込めません。

★コーヒー業界激変の裏話

1971年、日本の喫茶業界の社長らが、コーヒー先進国であるヨーロッパへ喫茶業の視察旅行に行き

ました。最初に訪れたパリで、他の参加者がホテルでゆっくり朝食をとっていた時、ある一人の社長だけが早朝からパリの喫茶店群を精力的に歩いて回りました。その社長は、ある喫茶店で立ち止まり、コーヒー“立ち飲み”のスタイルを見て打ちのめされるような大きな衝撃を受け、「これだっ！」とひらめいたそうです。日本の将来の喫茶店像が頭に浮び、「これは日本でやれば必ずヒットする！」と確信したそうです。

この社長とは、のちに日本最大のコーヒーチェーンとなった「ドトールコーヒー」の初代社長、鳥羽博道氏です。低価格と革命的な店舗作りで、従来からある日本の喫茶店のイメージを激変させました。鳥羽氏は常に食欲にアンテナを張っていたので、他の参加者が気付かなかったことに1人だけ気づき、成功を収めることができたのです。同じ環境にいても、何も感じない人と、ひらめく人がいるのです。

★どうしたらアンテナを張れるのか

ソクラテスの「無知の知」と言う言葉がありますが、「自分は何も知らないのだということに気付くこと、自覚すること」とおおまかに説明できます。ドトールの鳥羽元社長のように、何も知らないのだという謙虚な気構えでいることが、常に成長できる必要条件です。

沢木耕太郎著の『旅する力 深夜特急ノート』新潮文庫の「第三章 旅を生きる」にこんな一節があります。

「しかし、外国というのはわからないですね。～ほんとにわかっているのは、わからないということだけかもしれないな。知らなければ知らないでいいんだよね。自分が知らないことを知っているから、必要なら一から調べようとするに違いない。でも、中途半端に知っている、それにとらわれてとんでもない結論を出してしまいかねないんだ。どんなに長くその国にいても、自分にはよくわからないと思っている人の方が、結局は誤らない」

これは無知を自覚することの大切さを表しています。自分は知らないんだ、という謙虚な気持ち、何でも食欲に学びたい、知りたいという気持ちにつながり、“常にアンテナを張る”原動力になるのです。自分は知っている、自分はできているという奢りが、自らを“井の中の蛙”にしてしまうのです。

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。



空手道場 養正館 / 静岡県沼津市本田町 11-12



どうやって道場生350名に増やしたか？ その12

●セールスがいちばん大事

一所懸命に作ったチラシやホームページ、SNSを使った集客により、やっと見学希望の電話が1本かかってきたとします。ここで何とか道場に入会してほしいのですが、実はセールス（成約することをセールスと言います）が一番重要なのです。

電話をかけてもらえるまでをマーケティングと言いますが、成功している道場のチラシなどをマネすれば、ある程度は反応が得られます。しかしながら、セールスがうまくいかないと、マーケティングがうまくいってせっかく親子で見学に来てもらったのに「今日でもう結構です」と帰られてしまいます。

若い指導者のみなさんは、見学に来たママさんと話すとき、ついついこちらからの要求ばかり言っていませんか？道場側の利益になることや、こちらに都合の良いことばかり

話していませんか？

それではどうしたら良いかというと、見学に来てくれたこの親子が、“どうしてあげたら幸せになれるか”、ということだけを考えるのです。

今直面している問題を解決してあげ、道場がやってあげられることは他にはないか？ そのときに損得勘定などしてはいけません。

“恋は求めるもの、愛は与えるもの”と言いますね。

「まずは一方的に『与えられること』を期待するのではなく、まずは相手に『与えること』からスタートする。言い換えれば『会って話が聞きたい』という自分だけ得れば良いと言う姿勢ではなく、相手に『私と会わなければ損する』と思わせるほどの圧倒的な提案をすればいい」

神田昌典著『非常識な成功法則』（フォレスト出版）より。