

『7つの習慣<sup>®</sup>』と『ドラッカー理論』が  
口をそろえて教えてくれた7つの大切なこと

～理想の組織をつくるための成功原則～

株式会社ジェイック

常務取締役

知見寺 直樹



## 目次

はじめに

第1話：“習慣”こそが、成果をあげ続ける鍵だ

第2話：信なくば立たず

第3話：人は違う現実を見ている

第4話：人を本気で動かすための“W”

第5話：重要なことから始めよ

第6話：相違点を祝い尊ぶ

第7話：刃を研ぐ®

おわりに



## ■はじめに：

われわれは理想の組織を作ろうとするとき、2つの側面から考えるように思います。1つは組織を形づくる1人ひとりの「個人」をどう高めるか、もう1つは組織として成果をあげるために「マネジメント」をどうすべきかです。ジェイックは社員教育を行っている会社ですが、従業員が20名から50名、50名から100名へと成長する中で、私はジェイックという組織の中で、「個人の成長」と「組織のマネジメント」、2つの課題に何度も直面してきました。そんな中で、この5年間、ジェイックで大きな効果を発揮してくれたのは、「7つの習慣®」と「ドラッカー理論」に基づく社員教育でした。

ご存知の通り、「7つの習慣®」は世界で3,000万部を販売し、今もその記録を更新し続けているという“世界で最も売れているビジネス書”です。一昨年には、雑誌「プレジデント」の“高額所得者が人生で一番影響を受けたビジネス書”という特集で、No. 1にランキングされました。コヴィー博士が書かれた「7つの習慣®」はビジネスにとどまらず、個人が人生で成功するための普遍的な原則を体系的に整理してくれています。また“マネジメントの父”と呼ばれるドラッカー博士が数多くの著書で説いたドラッカー・マネジメントは、組織を成功に導くための基本と原則を、体系的に整理してくれています。



私は、ジェイックの社員の教育に導入するため、また幹部の一人として、この5年間、「7つの習慣®」と「ドラッカー理論」を改めて学んできました。「7つの習慣®」は社員教育の一環としてはもちろん、ジェイックがお客さまに提供しているジェイックオリジナル「7つの習慣®」2日間研修の講師をする度、「7つの習慣®」全481ページを読み直しています。また、ジェイックでは、ドラッカー理論を基にして経営計画を作っていますので、毎年のように、幹部陣で5カ月かけて勉強会（経営計画の作成会議）をしています。この数年は、マネージャーを対象としたドラッカー勉強会も行っています。

こうして、どっぷりと「7つの習慣®」と「ドラッカー理論」に浸かる中で、両博士が求めているものは多くの共通点があるのではないかと感じています。二人が口をそろえて大切だと教えることをしっかり押さえて取り組めば、個人の成長と組織のマネジメントの双方を高いレベルで実現できるのではないかと思い、レポートを書かせていただきました。

レポートでは、「7つの習慣®」と「ドラッカー理論」の中から、私が特に大切な基本だと感じた7つのことをご紹介します。第1話・第2話は“習慣”と“人格”の重要性についてです。続く第3話～第6話では“人格形成につながる4つの考え方”をご紹介します。最後の第7話では、“刃を研ぐ®習慣”



をご紹介します。もちろんこのレポートを読んで、「7つの習慣<sup>®</sup>」と「ドラッカー理論」が理解できるものではありません。ただ、よい組織を作るヒントとして、このレポートが少しでもお役に立ちましたら幸いに存じます。



## ■第1話：“習慣”こそが、成果をあげ続ける鍵だ

数年前の話です。渋谷の某広告代理店で社長様からこんな悩みを伺いました。

「毎年、営業マンとして、新卒を10人ぐらい採用している。できる新卒は、入社1年もすると、先輩を追い抜くような実績をあげるよね。うちは実力主義だから、新人でも実績を評価して、どんどん昇格させてるんだ。ところが、昇格させてしばらくすると、「あれっ？」って思うぐらい、伸び悩むことがあるんだよね。逆に、最初売れなかった営業マンが3年目ぐらいからどんどん伸びたりしてね。やっぱり入社1、2年ぐらいは、実績だけで考えないほうがいいのかね…」

多くの中小企業では、この会社と同じように、“実績をあげた社員を昇格・昇進させる”ということが多いのではないのでしょうか。では、期待して昇格させた社員は、その後、活躍し続けているのでしょうか。私の経験を振り返ると、残念ながら、そうではありません。実際に、「成功する昇進人事は、全体の1／3に過ぎない」という話もあります。一度、成果をあげた社員が、なぜ成果をあげ続けられないのでしょうか。さまざまな原因はありますが、私はその中でも重要なのは「成果をあげる習慣が身についているか」だと思います。

ドラッカー博士は、成果をあげることは習慣であると言います。あいさつや早



起きなど、他の習慣と同じように身につけられるというのです。そして、「個人だけではなく、組織さえも成果をあげる習慣を身につけられる。組織が成果をあげるのは、優秀な人がいるからではない。成果をあげる習慣があるからだ。」と喝破しています。「7つの習慣®」の著者、コヴィー博士も同じことを言います。優秀さは習慣であるとし、習慣こそが、私たちの成果に決定的な影響を及ぼしているとします。また、習慣によって無意識に生活のパターンが決められ、人格が育てられてしまうとも書いています。

“成果をあげる組織”を研究してきたドラッカー博士と、“成功し続ける個人”を研究してきたコヴィー博士。両博士が共通して、成功の源泉は習慣であると考え、成果をあげ続けるためには、効果的な習慣を身につけることが重要だとしているのです。確かに、われわれの日常を振り返ってみると、「これをやれば、きっと良い結果になる」と知りつつ、できていない習慣が数多くあるのではないのでしょうか。例えば、「健康を維持するために運動する」、「長期的なことを考える時間をとる」、「社員とコミュニケーションを深める」。その一方で、惰性でやっつけてしまっている習慣、やめてしまっても何の支障もきたさない習慣がいくつもあるように思います。私は、「7つの習慣®」とドラッカー博士の著書を読むと、人生における“習慣”の大切さを改めて気づかされます。



## ■第2話：信なくば立たず

この数年、「コーチング」「質問力」「聴く力」といった相手の力を伸ばす教育がとても注目されています。書店でビジネス書コーナーにいけば、『明日からできるコーチング』『部下を伸ばす質問力』『周囲と信頼関係をつくる傾聴力』というようなリーダー向けの書籍がたくさん並んでいます。しかし、これらの本が教えるテクニックを実行しているリーダーすべてが、周囲と信頼関係を築き、成功を取めているでしょうか。もちろん、成功している人もいます。しかし、必ずしも上手くいっているわけではないでしょう。これらの本が教えているのは、人間関係におけるテクニックやスキルです。テクニックは重要ですが、それだけでは足りないのです。昔から、「上司は部下を見抜くのに3年かかるが、部下は上司を3日で見抜く」といます。部下は、上司の人間性を見て、信じてよいかを決めているのです。

ドラッカー博士はリーダーシップが発揮されるのも、リーダーが人の模範となるのも、人格においてであると言います。そして、組織の文化をつくるためには、正直さ・誠実さ（Integrity）を評価すべきであると、マネジメントにおける人間性の大切さを繰り返し伝えていきます。『7つの習慣®』も、テクニックだけで人を動かしたり、仕事をさせたり、士気を高めようとするれば、長期的に成



功することはできない。いずれは相手に見抜かれ、信頼関係を壊してしまうだけであるとし、日本の資本主義を育てた渋沢栄一翁は「人間関係の奥義は、至誠である」としています。個人においても、組織においても、“一貫した誠実さ”という人格を磨くことが、信頼関係を築き、成果をあげ続けるために必要なのだと思います。

教育の世界では、人格とテクニックを、よく樹に例えて説明をします。地面の上にある幹や枝・葉が「テクニック」で、地面の下にある目に見えない部分、根に当たるのが「人格」です。樹がまだ小さく、苗木のような状態だったら、小さな根で充分です。しかし、枝を伸ばし、葉を茂らせていけば、枝や葉も重さを増し、周囲からの風雨も厳しくなります。根を張らずに枝葉だけを伸ばしていくと、少しの嵐で根こそぎ倒れてしまうのです。大樹になろうと思えば、根を広く深く伸ばしながら、徐々に幹を太くしていくしかありません。日ごろから人格の根を少しずつ広げていく。それに従って、テクニックもより効果的となり、成果へとつながっていく。これこそが成長なのだと思います。人が成長するためには、人格形成につながる効果的な考え方を習慣とすることが、一番の近道なのだと感じます。



ここから続く第3話～第6話では、私が人格形成につながるのではないかと強く感じた4つの考え方をご紹介します。

## ■第3話：人は違う現実を見ている

「アフリカに市場調査にいった靴のセールスマン」という逸話をご存知でしょうか。有名な話ですので、ご存知の方も多いと思います。

---

ある靴屋の社長が、市場調査のため、2人の営業マンをアフリカへ出張させました。帰国後、市場の可能性を報告させると、1人は、「社長、アフリカ進出は無理です。あの土地では、誰も靴を履いていません。売れるわけがありません」と報告しました。社長はガッカリしつつ、もう1人の営業マンを呼んだところ、彼は目を輝かせ、「社長、いますぐアフリカへ進出すべきです。あの土地では、誰も靴を履いていません。無限のマーケットが広がっています！！」と興奮気味に報告しました。

---

この逸話を読むと、「言いたいことは分かるけど…」とお思いになるかもしれませんが、しかし、われわれの日常においても、似たようなことは起こっていない



でしょうか。職場でこのようなことはありませんか。

部下：「これ、いつまでにやっておけばいいですか？」

上司：「ああ、急ぎじゃないけど、早めにやっておいて」

部下：「分かりました。仕上げときますね」

～3日後～

上司：「あの仕事、もうできてる？」

部下：「えっ、急ぎじゃないって言われたんで、来週やるつもりですけど」

上司：「早めにやっておいてって言ったじゃん。困るよ！」

納期を確認しなかった部下が悪いのか、納期を指示しなかった上司が悪いのかはさておき、大事なものは、2人が同じ会話をしながら、違うことをイメージしていたということです。仕事の納期ぐらいであれば、すぐ解決する話かもしれませんが。しかし、組織においてはより複雑なコミュニケーションと意思決定が日々繰り返されています。ドラッカー博士は『コミュニケーションは情報ではない。情報をどう理解すればいいか？』というお互いの了解がなければ、コミュニケーションには意味がない』と言います。更に『コミュニケーションを成立させるに



は、受け手が何をみているかを知らなければならない。同じ事実を違ったように  
みていることを互いに知ること自体が、コミュニケーションである』と喝破して  
います。

人は無意識のうちに、自分の経験をもとにあらゆる事実を解釈し、理解して  
います。このことを「7つの習慣®」では“パラダイム®”という考えで説明します。

われわれは物事があるがままみているのではなく、実はある種の“レンズ”や  
“地図”を通してみています。このレンズこそが、一人ひとりの経験や価値観に  
基づくパラダイム®であり、私たちの現実をつくり出し、私たちの行動を方向づ  
けているのだという考え方です。そして、われわれは、自分のパラダイム®が正  
しいかどうかを疑うことはめったになく、パラダイム®をもっているという  
ことすら意識することは稀だとします。

われわれは、よく「お客様から見てどうか？」とか「部下の立場で考えると」  
という言葉を使いますが、これらは相手のパラダイム®を理解するという事に他  
なりません。そのためにできること、それは決して難しいことではないと思いま  
す。相手に対して素直に「あなたにはどう見えてきますか？何が大切ですか？  
何をしたいですか？」と尋ね、その答えを真剣に聴き、理解しようとするれば  
よいのです。しかし、こんな簡単なことが、実はなかなかできていないもの



です。「私とあなたは違う現実を見ている」というパラダイム<sup>®</sup>を前提にした  
考え方こそ、相手を理解しようとする姿勢を生みだし、周囲と信頼関係を  
築かせてくれるのではないかと感じます。



## 【コラム：『嬉しい褒められ方』は十人十色】

ジェイックでは、3年前から、毎年2回、「Q12」という組織診断を行なっています。今年も2月に実施しました。Q12は、米ギャラップ社が開発をしたものですが、そのギャラップ社の日本法人でコンサルタントをされていたMさんに、その2月の結果を元に、研修をお願いしました。マネージャー以上、18名を集めて丸1日の研修です。代表の佐藤も参加しました。名前の通り、Q12は、12の質問で出来ているのですが、中にこんな質問があります。

「Q4：最近1週間で良い仕事をしていることを褒められたり、

認められたりした」（大変満足～とても不満の5段階で回答）

Mさんが、参加者数名に、次の質問をしました。「これまで、仕事で褒められて、一番嬉しかった時はどんなときでしたか？あるいは、この質問項目に、5点（大変満足）をつけるとしたら、どんな褒め方、認められ方をしたときでしょうか？」すると、

Nさん「ひとつひとつの出来事も褒められると嬉しいですが、

一番嬉しかったのは、私が1年間ずっと頑張ろうと思ってやってきた



ことを、1年たったときに評価してもらえたことです。」

Iさん「全社員の前で、表彰されたときです。」

Oさん「私は、自分が褒められるよりも、一緒に仕事をしている人が  
評価されて褒められることが、嬉しいです。」

Rさん「私は、褒められることはあまり好きではありません。  
ただ、新しい仕事やレベルの高い仕事を任せられると、  
認められていると思い、嬉しくなります。」

Aさん「私は結果よりも、過程を認めてもらえると嬉しいです。」

面白いですね。この質問に対する返答は、全員ばらばらでした。どれだけ、人はそれぞれのパラダイム<sup>®</sup>で考えているか、われわれが違う現実を見ているかを実感した瞬間でした。われわれは周囲の人が何を褒められたり、どんな認められ方をすると一番嬉しいか本当に知っているのでしょうか。「知っているつもり」になっていないのでしょうか。パラダイム<sup>®</sup>を前提にして、相手を理解しようとする重要性を改めて考えさせられました。



## ■第4話：人を本気で動かすための“W”

われわれは日常、組織のマネジメントを考えると、つい目標に重点を置きがちです。目標とは、「誰が (Who) 、何を (What) 、どこで (Where) 、いつ・いつから・いつまでに (When) 、どのくらい (Howmany) 、いくらで (Howmuch) 」を明確にしたものです。部下を動かすため、明確に指示を出すためには、この4W2Hで出す事が重要だと言われています。同じように、目標設定の原則として、SMARTな目標 (Specific: 具体的に、Measurable: 測定可能な、Achievable: 達成可能な、Related: 上位目標につながる、Time-bound: 納期が設定された) ということも言われます。しかし、いくら明確に指示を出しても、部下は期待する行動をしてくれるとは限らないのです。

「サンタクロースのミッション」の話はご存知でしょうか。少し長くなりますが、ご紹介させていただきます。

---

クリスマスといえば、すべての子供たちがサンタクロースからのプレゼントを楽しみにしています。では、ここで、ミッションのあるサンタクロースと、ミッションのないサンタクロースの違いを考えてみます。サンタクロースの



ミッションとは、何でしょうか？ミッションのあるサンタクロースは、自分達のミッションを「子供たちに夢を与えること」と定義しています。

サンタクロースはクリスマスイブの夜、子供たちにプレゼントを届けなければなりません。年によっては、寒波の襲う冬もあれば、吹雪の日もあるでしょう。そんな冬の深夜にプレゼントを1個1個届けて回る。しかも、プレゼントは朝に子供たちが目を覚ますまでに届けなければならないという大変な仕事です。

ミッションのないサンタクロースにとっては、この仕事は日々の糧を得るための仕事ですから、「こんな寒い夜に配達するんだから、深夜割増と寒冷手当でももらわなきゃやってられないよ」とか、「今夜は吹雪いているから、明日の午前中に配送すればいいんじゃない」と思うかも知れません。しかし、ミッションを大事にし、「われわれは子供に夢を届けるんだ」と思っているサンタクロースは違います。「今日は吹雪いているから、早めに出て、夜が空ける前にプレゼントを届けられるようにしよう」とか「包装紙が濡れないように二重に包装しよう。ソリにもカバーをかけよう」と考えます。

ミッションがあるかないかは「仕事の後」にも現れます。プレゼントを届け終わった両チームの雑談が聞こえてきます。ミッションのあるサンタクロース達は、「子供たちは喜んでくれただろうか？」「来年はもっと多くの子供たちに喜



んでもらえるよう、早めに準備しなくちゃね」こんな会話を交わしています。一方、ミッションのないサンタクロース達は、「今年はとんでもない天気だったな。疲れたよ。」「一晩に1人100件が限界だよね。来年は今年以上に配りたいなんて、上は無茶ばっか言うんだから」こんな愚痴が飛び交っているかも知れません。

---

ミッションこそが人を本気で動かすための“W”、すなわち「なぜ・何のために (Why)」なのです。ドラッカー博士は、組織の目的は人のエネルギーの解放と動員であると言い、組織における最も重要で大切な目的を、「使命 (ミッション)」と表現します。そして「What is our mission?」(われわれの使命は何か?)という問いを發し、答えることこそ、トップマネジメントの第一の責務であるとしています。組織のマネジメントにとって、「なぜ・何のために (Why)」を答え、伝え、浸透させるこそが、最も重要だと言うのです。

これは個人の人生にとっても同じです。「あなたは何によって憶えられたいか？」ドラッカー博士が、あらゆる人たちに贈り続けた質問です。この質問はわれわれに人生のミッション (使命) を考えさせてくれます。博士は、組織だけでなく個人にとっても、使命が重要だと伝えています。「あなたが死んだときのこ



とを想像してください。葬儀に参列するあなたを良く知る人たちに、あなたの人生についてどう言って欲しいだろうか？あなたはどんな人だったと声をかけて欲しいだろうか？これは「7つの習慣®」に出てくる質問です。同じように、人生のミッションを考えるための質問です。

“マネジメントの父”であるドラッカー博士と、世界で2000万部を販売する成功の原則「7つの習慣®」、双方が口をそろえて、組織にとっても個人にとっても、どうありたいのか、何をしたいのかを、自身に問いかけることが重要であると伝えています。この考え方は「何をどうやるのか？」という目標・方法に囚われがちなわれわれに、「なぜ？何のために？」という目的に立ち返って考える重要性を教えてくれるように思います。



## ■第5話：重要なことから始めよ

“時間ほど貴重な資源はない”というのは昔からの至言です。周りから借りることも、お金を出して買うことも、自分で貯めることもできません。新入社員でも経営者でも、時間は同じように流れていきます。

成果をあげるための時間管理は、自分が何に時間を使っているのかを知ることから始まります。以前、ジェイックでは幹部陣で時間日報を作成しました。私の場合、業務内容を26項目に分類し、“どの項目で時間を使ったか？”を毎日、5分刻みで2週間にわたって記録しました。結果はというと、「会議・レビュー：25.1%、移動：15.0%、会議準備：13.2%、セミナー講師：10.8%、営業：9.5%…」というものでした。当時、私は新規事業の立ち上げを任されていたので、部下とのコミュニケーションを意図的に増やしていましたが、ここまで会議やレビューに時間を使っているのかとびっくりしました。また「業績検討：1.4%」にも愕然としました。最も重要なプランニングに時間を使っていないのです。「自己啓発：1.9%」についても、最低で5%は確保したいと強く感じたのを覚えています。

われわれの日常生活には、時間を使わせる圧力が常に働いています。取引先か



らの電話、返信しなければならないE-mail、部下からの相談、定期的な会議、目を通すべき書類…。ともすれば「今日は忙しかったけど、どんな成果をあげたのだろう」となりがちです。われわれが大きな成果をあげるためには、まとまった時間が必要です。例えば、大切な企画書を作るのに、1日10分の隙間時間を3週間使っても、良い企画書は作れません。誰からも邪魔されない半日を確保して、集中して書き上げてこそ成果につながる提案書となるのではないのでしょうか。

ドラッカー博士はマネジメントにとってなされるべきことは常に複数である、  
しかし、成果をあげるためには優先順位をつけ、たった一つの重要なことに  
集中せよとします。コヴィー博士はわれわれ一人ひとりが成功を収め、幸福な人生を送るために「緊急ではないが重要なこと」に時間を使えとします。人間関係づくり、先々の準備や計画、サービスの改善、健康維持、能力向上…これらに時間を使わなければ、それはいつか何倍もの大きさを“緊急事項”として再登場してくるのです。例えば、気にしつつも対応しなかった小さなミスが顧客からの大きなクレームとなり、その対応に追われてしまう。そのような経験をされたことはないでしょうか。「重要なことに時間を使う」という考え方は、時間に追われる日常の中で、時間管理の大切さ、「何に時間を使うべきなのか」を考える必要を改めて思い起こさせます。



## ■第6話：相違点を祝い尊ぶ

かつてゼネラル・モーターズ（GM）を世界最大級の自動車メーカーに導いた経営者、アルフレッド・スローン氏の意味決定にこんな逸話があります。

---

「スローンはGMの最高レベルの会議では、「それではこの決定に関しては、意見が完全に一致していると了解してよろしいか」と聞き、出席者全員がうなずくときは、「それではこの問題について異なる見解を引き出し、この決定がいかなる意味をもつかについて、もっと理解するための時間が必要と思われるので、さらに検討することを提案したい」と言ったそうである」

---

この逸話を読むたびに、私は、スローン氏のような姿勢で反対意見を大切にしているかと自戒させられます。ドラッカー博士が紹介したスローン氏の逸話こそ、コヴィー博士が「2人の人が同じ意見をもっているとしたら、そのうち一人は余分である」とした、異論を歓迎する姿勢そのものです。

先日、ある製造業の社長様からこんな悩みを伺いました。「うちは製造と



営業の仲が良くないんだよね。製造の人間は『営業は無茶な注文ばかりとってくる』『こんな注文をとってきて、苦労するのは俺たちなんだよ』と愚痴をこぼすし、営業も『製造の連中は、“無理です”ばかり言って、契約する苦労を分かっていない』『商品に競争力がないから、営業が苦労するんだ』と不満をもらすんです。部課長で会議をやると、いがみ合いばかり。組織がひとつにまとまる方法はないですかね…』

第3話でご紹介したように、われわれはパラダイム®というレンズを通じて、あらゆる現実を自分なりに解釈しています。同じ立場の人間でも経験が違えば、事実の捉えかたは異なります。まして役割が違えば、違う現実を見ているのは当たり前のことです。相手を理解しようとする文化が根づいている組織では、異論を歓迎します。相手が自分と違う意見をもっている、ということは、相手は自分と違う現実を見て、自分と違う問題に気づいているのです。だからこそ、異なる意見のぶつかり合いが、われわれの想像力を刺激し、より優れたアイデアと決定を生み出してくれると考えるのです。異なる意見があるからこそ、1+1が3にも8にも16にもなる。この考え方は、われわれが“組織”として仕事している意味を改めて教えてくれます。



## ■第7話：刃を研ぐ®

---

森の中で木を倒そうと、

一生懸命ノコギリをひいているきこりに出会ったとしよう。

「何をしていますか」とあなたは訊く。

すると、「見れば分かるだろう」と、無愛想な返事が返ってくる。

「この木を倒そうとしているんだ」

「すごく疲れているようですが…いつからやっているんですか」

あなたは大声で訊ねる。

「かれこれもう5時間だ。くたくたさ。大変な作業だよ」

「それじゃ、少し休んで、ついでにそのノコギリの刃を研いだらどうですか。

そうすれば仕事ももっと早く片づくと思いますけど」

とあなたはアドバイスする

「刃を研いでいる暇なんてない。切るだけで精いっぱいだ」と強く言い返す。

(『7つの習慣®』(スティーブン・R・コヴィー著) 432ページより引用)

---

第3話～第6話で、人格を磨く4つの考え方をご紹介しました。いずれも



目新しい話ではなかったかと思います。では、われわれは4つの考え方を実践できているでしょうか。日常に追われ、人格を磨くことをおろそかにしていないでしょうか。ドラッカー博士は「リーダーと普通の人たちとの距離は一定である。リーダーの仕事ぶりが高ければ、普通の人仕事ぶりも高くなる」といいます。組織の成長にとって大事なものは、リーダーが成長することなのです。私は、リーダーが成長する姿を見せることで、部下も「あのリーダーのようになりたい」と憧れ、努力するのだと思います。

変化が早い現代において、われわれは完璧な存在になることはできません。なぜなら環境が日々変化し続けるからです。一瞬だけ完璧になることはできるかも知れません。しかし、明日にはすでに完璧ではなくなってしまうのです。今日たくさん売れているものが、明日以降も売れ続ける保証はどこにもないのです。むしろ明日はいらないとされる確率のほうが高いのです。時代は変化し、そのスピードはどんどん速くなってきています。

ドラッカー博士は、知識社会においては、一人ひとりの自己開発が組織の発展にとって重要な意味をもつ。それは組織が成果をあげるための道であると言います。変化し続ける現代においては、リーダーだけが成長するのでは足りないのです。一人ひとりが、学び、決意し、実行する。このサイクルを繰り返すこ



とで、組織の成長スパイラルを作りだせるのではないのでしょうか。

ジェイックでは「7つの習慣®」が定着してから、私は部下に対して、「最近、刃を研いでる？」と訊くようになりました。部下に訊きながら、私も「大丈夫かな？」と自らに問いかけます。誰もが能力開発が重要なことは知っています。しかし、それを習慣として日常に取り入れられているか、時間を使えているかは別問題なのです。ジェイックでは、「7つの習慣®」が全社員に浸透したおかげで、「刃を研ぐ®」というたった1フレーズが、自己開発の必要性を思い起こさせてくれます。



## ■最後に

最後までお読みいただき、ありがとうございます。いかがでしたでしょうか？理想の組織づくりについて、少しでも参考にさせていただけるポイントはありましたでしょうか？

戦国時代の名将、武田信玄は「人は城、人は石垣、人は堀」と至言を残しています。命がけて領土争いをしている戦国の世においても、大事なものは城や石垣といったハードでなく、組織を構成する“人”だということです。理想の組織を研究し続けたドラッカー博士は『組織の目的は、人のエネルギーの解放と動員である』と言います。組織をマネジメントしたことがある方であれば、人が組織の成果を決め、組織の成長を決定づけることに異論はないと思います。

すこし古い話で申し訳ないですが、以前カンブリア宮殿「理想の人材スペシャル」で、日本マクドナルド社の原田永幸社長が、こんな話をされていました。

「世の中のどの会社も人材が大切だとおっしゃいますが、多くの会社では、本気で人材を育てようとしていません。それを猛烈にやっているのがマクドナルドです。マクドナルドが6年間連続して業績が上向き、今日一人勝ちしている原点はそこにあります」



私は「7つの習慣®」と「ドラッカー理論」を通じて、われわれが理想の組織をつくるためには、人材教育に本気で取り組み、1人1人の人格を高め、組織に信頼と誠実の文化を根付かせることが必要だと、信念を強くしました。

5年間を振り返ると、ジェイックでは「7つの習慣®」とドラッカー勉強会を通じて、より良い組織づくりへ少しずつ前進できている実感があります。数値として結果が出ている面もありますが、それ以上に組織内、部署内のコミュニケーションが改善され、現場からアイデアや改善の渦がたくさん生まれるようになりました。「7つの習慣®」勉強会も全社員が4回受講し、2012年からは次のステージへと進みました。

また私たちが経験した「7つの習慣®」の考え方を、より多くの方へ広めたいと考え、「7つの習慣®」の権利者であるフランクリン・コヴィー・ジャパン社と提携し、中堅中小企業向けの「7つの習慣®」研修を開発。2009年から提供しています。ご興味がございましたら、以下の連絡先までお気軽にご連絡ください。

【株式会社ジェイック「7つの習慣®」事務局】

<https://jaic-7habits.com/>

最後に皆様方の益々のご活躍を祈念して、筆を置かせていただきます。



**【参考図書】****『7つの習慣®』 (1996)**

著：スティーブン・R・コヴィー訳：ジェームズ・J・スキナー/川西茂

発行：キング・ベアー出版481pp

**『経営者の条件』 (2006) ドラッカー名著集より**

著：ピーター・F・ドラッカー訳：上田惇生

発行：ダイヤモンド社234pp

**『現代の経営（上）』 (2006) ドラッカー名著集より**

著：ピーター・F・ドラッカー訳：上田惇生

発行：ダイヤモンド社268pp

**『マネジメント基本と原則』 (2001)**

著：ピーター・F・ドラッカー訳：上田惇生

発行：ダイヤモンド社302pp

**『非営利組織の経営』 (2007) ドラッカー名著集より**

著：ピーター・F・ドラッカー訳：上田惇生

発行：ダイヤモンド社244pp



2011年5月31日発行

2012年9月12日・2012年11月8日・2013年12月24日改訂

著者：知見寺直樹

(株式会社ジェイック常務取締役)

発行：株式会社ジェイック「7つの習慣®」担当事務局

〒101-0051東京都千代田区神田神保町1-101神保町101ビル7F

TEL : 03-5282-7600 / FAX : 03-5282-7607

e-mail : [kenshu@jaic-g.com](mailto:kenshu@jaic-g.com)

<http://www.jaic-g.com/>

**【お願い！本レポートの無断転送、無断引用について】**  
社員の方や、知人・ご友人など、  
本レポートに興味を思われる方がいらっしゃいましたら、  
どんどんご転送ください。  
なお、レポート内の一部を引用される際には、  
出典元をお書きいただければ幸いです。

