

\*\*\*\*\*

\*\*\*\*\*

人は論理的であると同時に感情的でもあります。だから、部下の指導に当たっては、そのバランスや優先順位が問題とされることが多いです。日経 MJ（流通新聞）の5月10日号に経営コンサルタントの小倉広氏の「部下を動かす3つの心得」のコラムがありました。それによると人が動くには3つのステップがあり、

①理解（頭でわかる）→ ②共感（心に響く）→ ③行動（体が動く）と流れます。理解で有効なのが論理であり、共感で有効なのが感情であり、行動で有効なのが信頼だそうです。その3つがそろって初めて人は動くそうです。大抵、上司は自分の得意なやり方を主体に指導しがちです。だから、それがうまくいく場合もあれば失敗する場合もある。しかし、論理的説明一辺倒では不十分だし、情熱的指導だけでも頭打ち、信頼関係までそろってこそ、うまくいくものです。3点はセットだそうです。小倉氏自身の30代までは論理的指導が中心で、40代で情熱（感情）的指導に変え、結局、信頼が大切だと気づいたそうです。そして今、少しずつ、部下から信頼される上司になるよう、日頃からの言動を改めているそうです。信頼は一朝一夕に築くことは出来ません。地道な努力の積み重ねが必要です。これが一番難しいかも知れません。

-----  
3月にエスプレッソマシン（コーヒーメーカー）を購入しました。ミルクの加熱攪拌器も使い、ほぼ毎日コーヒーを入れて飲んでいました。たまたま立ち寄った家電量販店で実演販売を行っていて、飲んだコーヒーが思ったより美味しかったことと、器具の手入れが簡単との説明で購入に至りました。水をタンクに入れ、カップをセットし、コンセントを差し込んで、3種類の抽出量の内1つを選び、コーヒーのカートリッジを入れ、フタを閉じたら、2～30秒後にコーヒーの抽出が開始します。終わると、自動的にカートリッジが下のボックスに排出されます。後は、先に作っておいたミルクを入れると、ラテやカプチーノが出来上がります。ミルク攪拌器もボタン1つで全自動です。手入れは、本体の余った水をタンクを外して捨てることと、ミルク攪拌器を洗うだけです。このように時間と手間の掛からない優れものです。これはインスタントコーヒーで有名なN社の関連会社の製品です。N社は低価格のカートリッジ式コーヒーメーカーを販売しています。これらの商品はスーパーでも扱ってあります。しかし、エスプレッソに特化した高級路線を売り物にするため、別会社を立ち上げたようです。これらの商品では、コーヒーカートリッジは一部の有名百貨店で買うか、ネットでの直売となっています。カートリッジは、鮮度を保つため、紙ではなくアルミ製であり、N社の低価格品の約2倍です。しかし、16種類のラインナップがあります。また、値段は少し高いが季節ごとの限定商品を出しています。そして、保証書で登録した住所へのDMやEメールなどでの案内を行っています。ところで、欧米では低価格の互換カートリッジが売られているようですが、日本ではネットで並行輸入品などを見ても、直売と変わりません。N社のブランド戦略に完全にはまったようです。