



『プロ野球選手の眼からみたお客様の姿』



株式会社ゴール 代表取締役社長 岸本 俊仁

私には、40数年たった今でも脳裏に鮮明に焼き付いている光景がある。それは、昭和49年10月14日に後楽園球場で行なわれた、長嶋茂雄さんの引退試合の模様である。

その当時、私は大学生で朝のニュースでその事を知り、居ても立ってもいられなくなり、ゼミの友人4~5人と授業を自主休校にして、後楽園球場に駆け付けた。その年は、中日ドラゴンズの優勝が決まっており、巨人にとっては消化試合であったが、スタンドは超満員で、球場に入りきれない人達が周りを取り囲んでいる様な状況だった。

また、その時の引退セレモニーの挨拶は、伝説となっている「我が巨人軍は永久に不滅です」ですが、球場を包む雰囲気は異常なもので、例え様のない熱気を帶びていた。そして、第一試合終了後に長嶋さんが外野を一周した時には、興奮が最高潮に達して、絶叫が球場を包み込んでしまった様な感覚に落ち入った事を覚えている。

そのような状況の中、面白かったのは携帯電話が無い時代だった為、会社員の人達が攻守交替の度に公衆電話の前に長い列を作り、会社や得意先に遅くなっている嘘の言い訳をしている姿が滑稽だった。そう云う私も、長嶋さんがデビューした頃からのファンで、あの躍動感あふれるプレーから不可能を可能に変えてくれそうなワクワク感に堪らない魅力を感じていた一人だった。だからこそ、引退試合を眼に焼き付けておきたいたい心理は良く理解出来たものである。しかし一方で、大勢の人達を惹きつける源泉はいったいなんなんだろうかと、その時漠然と考えていたもう一人の自分もいた。

後年(40年位経って)、プロ野球の解説者の講演を聞く機会があり、その題目はかつてプレーした球団の三人の監督論であった。

まず一人目は、球団や多くの選手を再生させ野村再生工場と言われた、野村克也氏である。野村さんは、ID野球と云われた様に、体の仕組みから機能迄説明し、どの機能を鍛えれば筋肉が強化され、打球が早く遠く飛ぶようになるかを理論的に説明し、それを具体的に指導されたとの事。それ迄は、深く考えたこともなかったが、言われた通りにすると、飛距離も伸び、ホームラン数も打率もアップしたと話された。野村さんは、『理論の人』であったとの事。

二人目は、闘将と言われ鉄拳制裁も辞さない指導の星野仙一氏である。星野さんは、一見強面で直線的に突き進むように見えているが、実は計算された行動であり、相手を考えてその人に合った話し方で指導をするタイプであったらしい。繊細な選手には、ミスをしてもあまり怒らず、逆に精神的なフォローをしていたとの事。また、解説者の様に叱りやすいタイプの選手には、鉄拳制裁も辞さなかったらしい。これは、星野さんが監督として尊敬していた元巨人軍監督の川上哲治氏より学んだ管理術である。川上さんは、ミスをした負け試合の反省会では、まず長嶋さんを故意に叱責したらしい。そうする事によって、他の選手にはあの長嶋さんが叱られているのだからと、何も言わなくても十分に効き目があったとの事。但し、完全主義者の王さんには、一言も

言わなかったと聞いた事がある。人の性格も考慮して、誉めたり、叱ったりして選手を上手く乗せながら使う。星野さんは、『言葉の人』であったとの事。

三人目は、ミスター・プロ野球と言われた長嶋茂雄氏である。長嶋さんは、一般的には天才・感性の人と言われている。しかし、彼の頭の中には、プロである以上、技術が有るのは当然である。だからこそ、その技術を如何に見せ、ファンの方々に満足してもらえるかが大事であると考え、常々選手にも言っていたらしい。具体的には、無様な試合をして負けた時には必ず選手全員が監督室に集合させられ、お客様に申し訳ないとコンコンと説教されたとの事。この根底には、プロ野球は入場券を買って球場に観戦に来てくださるファンやテレビの向こうで、応援してくれているファンあってのもので、給料を払ってくれる球団や親会社のものではない。また、君達選手は日によっては調子の悪い時や体調の思わしくない時があるかもしれない。君達にとっては、130分の1の試合かもしれないが、球場に足を運んでくださる方々にとっては、1年に1回、もしくは一生に1回の試合かもしれないのではないか。そのファンの方々に失礼な試合をするとは何事かと言われたらしい。それ故にプレイヤー時代の長嶋さんは、出場した全ての試合には全力で臨んだし、監督になってからも選手全員にその事を望んだらしい。長嶋さんは常にプロ野球ファンを大事にした『ファン第一の人』であったとの事。

これらのエピソードには有名な三人の監督の物の見方・考え方がでていて面白い。この講演を聞いていて、冒頭に書きました様に、長嶋さんが野球界だけでなく、一般の人々に何故好かれているのかの一端を見たような気がした。

三人の監督の考えに鑑みて、同時代の日本の産業界も躍動感が有り、組織も制度も機能しており人々の要望に合った商品やワクワク感を感じさせる奇想天外な物が出てくる予感があった。事実、戦後の日本経済を牽引した多くの業界でこの様な現象が見受けられたと思う。いつの時代にも、人々から支持されるヒット商品と云うのは、長嶋さんのプレーに感じたワクワク感に似ていて、ニーズを的確に掴んで、使ってみたいと云う気にさせるものだと思う。

それでは、私が属する業界はどうだろうかと考えてみた。私どもの業界は、一般錠前や電気錠システム等を製造販売しているロックメーカーであり、玄関や勝手口をメインに外部に面する扉に付いていて、人の生命や資産を守るセキュリティー産業である。ただ、今まで玄関錠にワクワク感を持っていたのは泥棒が多かったでしょうが、これからは一般の方々も、安全・安心に基づく商品選びが大事になってくるはずである。また、企業サイドからすれば、錠前の種類は多岐にわたり、年間に何十万・何百万セット出荷されている。

しかし、長嶋さんの様な観点に立てば、企業にとっては何百万分の1かもしれないが、殆どのお客様にとっては、1年に1回どころか一生に1回か2回位しか購入しない商品も多いはずである。お客様にすれば、購入した1セットが全てなのである事を企業は認識する必要があると思う。

今、コンプライアンスの重要性が叫ばれているが、これはどの組織にもあてはまる事と当然思われる。今一度お客様に信頼してもらい、ワクワク感を感じさせるような製品作りに、真摯に取り組まなくてはいけないと教えられた気がした。