

# 私たちの道

## —— MC WAY を感じる ——

### 成功体験も失敗体験もお客さまに気づきや学びをもたらす財産になる

#### 1. 最近の恥ずかしい失敗談

日々変わる経営者の心情や関心事を汲み取れず、発言のタイミングや扱う内容を誤った

- ・ 普段は明るく前向きで当事者意識が高く、行動力がある社長。意思決定が速い。
- ・ 打合せ前に不良品の発生やクレーム対応、さらには将来の後継者候補の急な退職という精神的ダメージを受けていたが、変な慣れやいつもの社長という勝手な思い込みもあり、前回打合せで要望があった数字上の問題やギャップを埋めるための施策検討の議論に入ってしまった。
- ・ 社長の変化を取り扱わず、深い議論や次の行動に移せるような結果を生み出す場を作れず。

#### 2. 気づきや学び

コンサルタントとして「何を伝えるか」も大事だが、場や雰囲気を意識した「いつ言うか」というタイミングも大事

- ・ それを間違えると仮に正しいことを言っても相手の怒りやひんしゅくを買ってしまう。
- ・ 改めて、その日その日の関心事や感情を経営者の表情、声からくみ取ることを意識して打合せに臨むことを心掛けるきっかけに（ヒトと向き合う業務であると再認識）。

#### 3. 上記経験も踏まえ、改めてここ1年間のココロの共有を振り返ってみた

- ・ 日々さまざまな経験をしているが、「こうやってうまくいった」と成功する経験はもちろん、「こうやればダメだと気づいた」と気づく経験は価値が高い。
- ・ 物事の要因を整理し、言語化できたケースは自分の成長や自信、お客さまへの貢献に繋がっていることが多い。  
→お客さま先での咄嗟の回答の質に繋がる、引き出しが増える感覚
- ・ 一方で、内容が浅く薄いとき、同じ内容を繰り返しているときもあり、それは上手く内省できていないからではないか（日々の経験は学びの宝庫だが、それに気づくこともできていないのでは）。

#### 4. 今後に向けて

- ・ なぜMCが内省（ココロの共有）に力を入れているか、自分自身の体験からもより理解。
- ・ そもそも、私たちの業務はお客さまの重要な意思決定プロセスに携われることが多く、価値のある体験ができる機会が多い環境。
- ・ その環境下でお客さまに真剣に向き合い考え抜いた経験を増やし、あわせて振り返りを通じて自分とチームの成長に繋げることで多くのお客さまに還元していきたい。