

協会総研

協会のセオリー

新版



<目次>

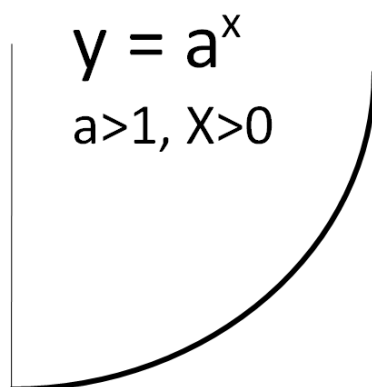
まえがき	… 3
見える会員・見えない会員	… 4
指数関数に乗らない人々①	… 9
指数関数に乗らない人々②	…16
指数関数に乗る人々	…20
指数関数に乗らない協会	…29
指数関数に乗る協会	…36
あとがき	…40

まえがき

協会がうまくいって軌道に乗り、会員が順調に増えている。

そういう協会の会員の増え方をグラフにしてみると、多くが、きれいな指数関数を描いています。

指数関数というのはこういうグラフです。



協会にかぎらず、多くのビジネスにおいて、ものごとが順調に伸びているときの成長の具合は、このような指数関数を描きます。

背景には数学的・統計的なメカニズムが働いています。

このグラフになるように環境を整え、協会を導くことを

「指数関数に乗せる」

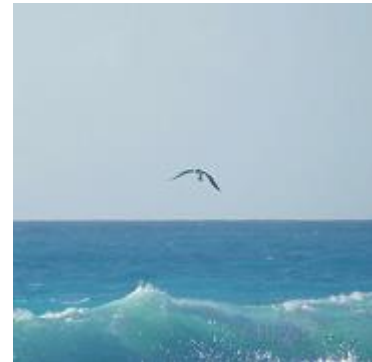
と言います。

本編「協会のセオリー」は、協会を指数関数に乗せるために必要な考え方を解説するものです。

見える会員・見えない会員

指数関数に乗せる考え方に入る前に、まずは
「見える会員と見えない会員がいる」
という話から。

海の上を飛ぶ鳥を想像してみましょう。
鳥の目には、大海原が映っています。
魚は見えません。
海面近くを泳ぐ魚や、トビウオのように海面から姿を
現す魚なら見えますが、水中深く泳いでいる魚は空か
らでは見ることはできません。



海面近くを泳ぐ魚や、トビウオのように海面から姿を現す魚の数は、限られて
います。
大部分の魚は、空から見えない深さのところに棲息しています。
もし、鳥が水中深く潜ることさえできるならば、そこに魚がたくさん泳いでい
るのを見つけることでしょう。
しかし、空からは見ることはできないのです。

これと同じことが、協会についても言えます。

協会の会員には、

- 見える会員
- 見えない会員

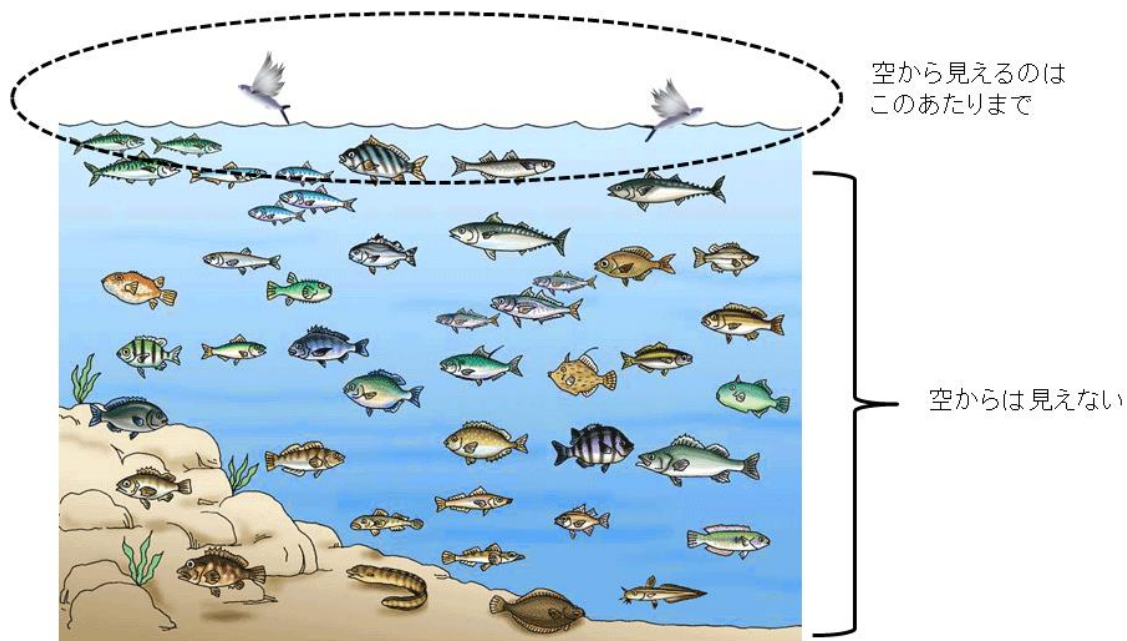
がいます。

「見える会員」とは、さきほどの「海の上を飛ぶ鳥」のたとえでいうと、海面近くを泳ぐ魚や、トビウオに該当します。

「見えない会員」とは、水中深く泳いでいる魚に該当します。

- 空から見えるほど海面浅くを泳ぐ魚や、トビウオ
- 空から見えない深さで泳いでいる魚

どちらの数が多いかといえ、圧倒的に後者（見えない深さで泳ぐ魚）のほうが多い。





同様に、

- 見える会員
- 見えない会員

を比べると、前者（見える会員）は少数派。

圧倒的に後者（見えない会員）のほうが多数派になります。

さて、指数関数に乗らない原因は、

「少数派である『見える会員』のために、協会を作ってしまう」
ところにあります。

- 「見える会員」のための協会
- 「見えない会員」のための協会

は事業モデルが大きく異なりますので、

「見える会員」のために協会を作ると
→「見えない会員」は会員になりません。

反対に、

「見えない会員」のために協会を作ると
→「見える会員」は会員になりません。

いいかえると、

- 見える会員
- 見えない会員

この両者は相容れない特徴・性格を持っているので、



「両方を取りこむ協会」

を作ることはまず、できません。

どちらかを取れば、もう一方は取れない。そういう関係になっています。

つまり、『見える会員』のために、協会を作ってしまう」と、

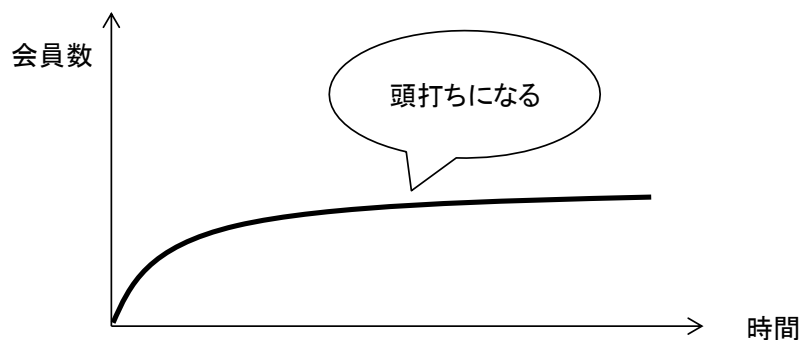
→ 数の少ない「見える会員」だけにアプローチすることになり、

→ 数の多い「見えない会員」を遠ざけることになります。

「見える会員」は「見える」わけですから、アプローチ（つまり会員集め）は比較的やりやすいでしょう。

しかし数に限りがありますので、上限が早くやってきます。

『見える会員』のために、協会を作ってしまう」と、会員数（会員数）の伸びのグラフはこのようになります。



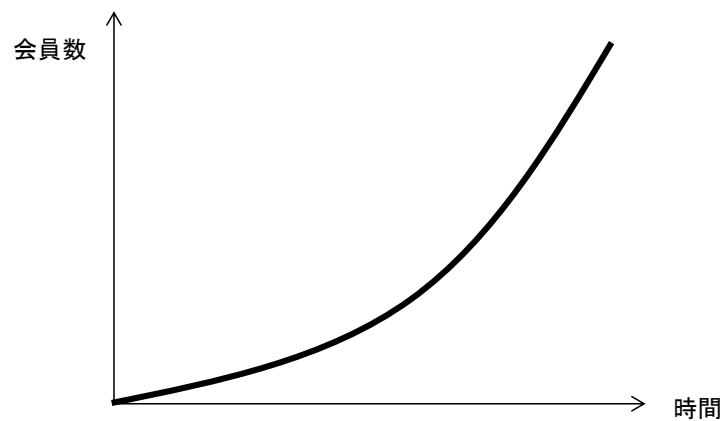
最初のうちこそ会員は来ますが、早い時期にそれが頭打ちになります。

指数関数にはなりません。



いっぽう、「見えない会員」を想定した協会を作ると、会員数（会員数）の伸びのグラフが指数関数になる可能性が出てきます。

なぜなら、「見えない会員」の数は圧倒的に多いからです。



最初のうちこそ会員獲得（集客）はスローですが、時間がたつにつれてだんだん加速がつき、成長するようになります。

では、「見えない会員」とはいったいどういう人たちなのでしょう。

「見えない会員」を想定した協会とは、どういう協会なのでしょう。



指数関数に乗らない人々①

まずは視点を変えて分析してみましょう。

協会の会員（正確には「入会する可能性のある人＝潜在会員」）を、

- オオオカミ属性
- ヒツジ属性

に分けて考えることとします（※）。



まずオオオカミ属性ですが、こちらは

- 協会の会員になる動機、協会の講座を受講する動機が「講師になりたい」「仕事にしたい」という、実利的・金銭的なものである人々
- 「協会に受講料や会費を払ったのだから、元を取りたい」という意識の強い人々

を指します。



次にヒツジ属性ですが、こちらは

- 協会の会員になる動機、協会の講座を受講する動機が「仲間になりたい」「居場所がほしい」という、精神的なものである人々
- 「学ぶこと」には価値を感じるが、「活かすこと」「実利を追求すること」にはあまり執着しない人々

を指します。

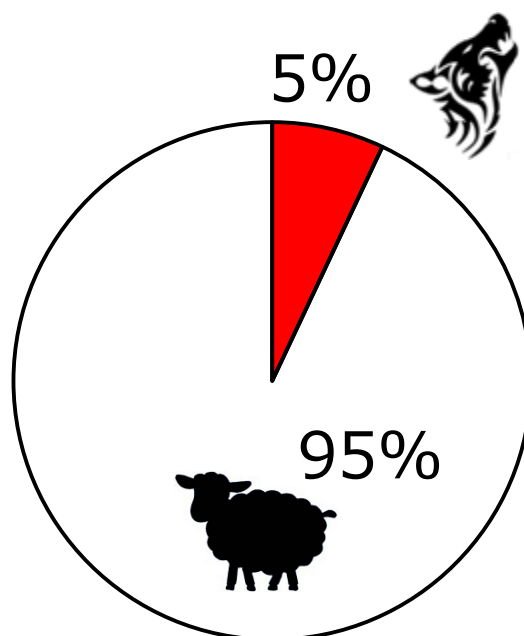


オオカミとヒツジ、この2者の比率はどのくらいでしょうか？

協会総研がこれまでリサーチした結果では、こうなっています。

オオカミ属性	講師になりたい、仕事にしたい	5% (※※)
ヒツジ属性	学びたい、仲間になりたい (実利の追求には執着しない)	95% (※※)

円グラフにしてみましょう。





<https://www.kyokaibz.com/>

この数字の印象はどうでしょうか？

協会を作ろうとしている人にこの数字を見せると、ほとんどが「意外だ」という表情をします。

意外性を感じる理由は以下の2点だと思われます。

- 世の中の会員は、「講師をしたい」「仕事にしたい」というオオカミな人ばかりだと思っていたのに、じつはきわめて少数であること
- 会員の大部分がヒツジであること

実際にはオオカミはきわめて少なく、ヒツジはきわめて多いのです。

(※) ここでは「オオカミ」と「ヒツジ」に2分しましたが、「オオカミ」と「ヒツジ」のあいだに中間的な属性を1つ加え、3分する分析もあります。

(※※) 3分したときの比率は、オオカミ属性(4%)／中間属性(16%)／ヒツジ属性(80%)となります。



ここでもう少し、「オオカミ」と「ヒツジ」について考えてみます。



オオカミ

このカテゴリに属する人には、

- 非常にアクティブ
- 目立ちたい
- すぐに講師をしたい
- 協会で習ったことをすぐに仕事にしたい

という「肉食的な」特徴があります。

学ぶことが好きなのではなく、学んだことを活かすほうに喜びを感じる人たちです。



ヒツジ

このカテゴリの人は、

- 学ぶだけで十分。講師や仕事に活かすことにはあまりこだわらない。
- むしろ、「講師になりなさい」「仕事に活かしなさい」と言われると重圧を感じてしまう。
- 目立ちたくない。でも学ぶのは好き。

という「草食的な」人たちです。



オオオカミ属性の人からみると、

「学ぶのは好きなのに、それを活かそうとしない」

という感覚は理解できないかもしれません。

でも、ヒツジはそういう人たちなのです。

さて、オオカミは少数派で、大多数はヒツジです。

でもこのことに気づいている人はあまりいません。

協会を作る人（つまり理事長になる人）のほとんどは、自分自身がオオオカミ属性です。

そのせいでしょうか、

「世の中の会員も自分と同じようなオオオカミ属性に違いない」

すなわち、

- 非常にアクティブ。目立つ。
- すぐに講師をしたい
- 協会の講座で習ったことをすぐに仕事にしたい

会員とはこういうものだ、勘違いし、思いこんでしまうのです。

現実には、まったく違います。

オオカミの数は非常に少なく、ヒツジが大多数を占めています。



では、前章で述べた

- 見える会員
- 見えない会員

という分類と、この章で述べている

- オオカミ
- ヒツジ

という分類との関係は、どうなっているのでしょうか。

答は、とてもシンプルです。



オオカミ ⇒ 見える会員



ヒツジ ⇒ 見えない会員

オオカミ属性は目立つ存在なので、「見える」人たちです。

ヒツジ属性は目立たない存在なので、「見えない」領域にいます。

そのため

「世の中はオオカミが多い」

ように見えてしまいます。



つまり、協会を作る際に

- 自分自身がオオカミであるために、世の中の人々はみんなオオカミだと勘違いしてしまう
- オオカミは行動がアクティブで目立つため、オオカミばかりが目に入る

という勘違いが起きてしまうのです。

この勘違いのまま協会を作った場合、指数関数には乗りません。





指数関数に乗らない人々②



オオカミのカテゴリに属する人には、

- 非常にアクティブ。目立ちたい。
 - すぐに講師をしたい
 - 協会の講座で習ったことをすぐに仕事にしたい
- という「肉食的な」特徴があります。

オオカミは、情報発信にも前向きなので、

- ブログもしっかり書く
 - フェイスブックへの投稿なども欠かさない
 - 知り合いが多く、人と会うのも積極的
 - もともと、講師として教壇に立つことも多い
- そういった人たちでもあります。

つまり、派手で、よく目立ちます。

「あんなふうになりたい」と、人から憧れを受けるタイプでもあります。

よく目立つので、協会を作る人からすれば、

「世の中はオオカミ属性の人ばかり」

に見えてしまいます。

したがって、そのまま自己流で協会を作れば、「見えない会員がたくさんいる」という事実を知らされることなく、



<https://www.kyokaibz.com/>

「オオカミを想定した協会」
を作ってしまう。
ですが、これでは指数関数に乗りません。
なぜなら、**オオカミは圧倒的に少数派**だからです。

協会を作る人は、自分自身がオオカミ属性であることが多いため、
「オオカミを想定した協会」
はイメージしやすい、作りやすい、というのがあります。

オオカミを想定した協会の特徴は、以下となります。

- 「この協会に入会すると、仕事にメリットが生まれる」「この協会の会員になると年収が上がる」といった宣伝文句が飛び交う
- 講師（インストラクター）になるための講座が用意されている

なぜなら、オオカミの人は
「仕事に活かせない協会」
「講師になれない、学ぶだけの講座」
には興味を示さないからです。

つまり、オオカミの人に入会（受講）してもらうために、
「講師になれる」
「仕事になる」
「年収が上がる」
といった言葉を、さかんに標榜することになります。



この考え方で作られる協会や講座は、

- オオカミ属性の人がたくさんいる
 - オオカミ属性の人は、ビジネスが得意
- という仮定のもとで設計されています。

しかし実際にはこの仮定は誤りで、

- オオカミ属性の人は、じつは少数派である
 - オオカミ属性の人が、必ずしもビジネスが得意とは限らない
- というのが現実。

したがって安直にオオカミに好まれる協会を始めてしまうと、

- 最初のうちこそ会員が集まるが、すぐに集客が天井にぶつかる
 - ビジネスがうまくいかなかったとき、会員はそれを協会のせいにする
- という「ぐだぐだ」な状態になりかねません。

さらに、そうなったときにオオカミ属性の人は、

- 協会に見切りをつける
 - 協会の教材を勝手に使い、自分で独自の講座をする
- という行動にしばしば走ります。

なぜなら、オオカミ属性の人は協会に愛着を持つことがないからです。

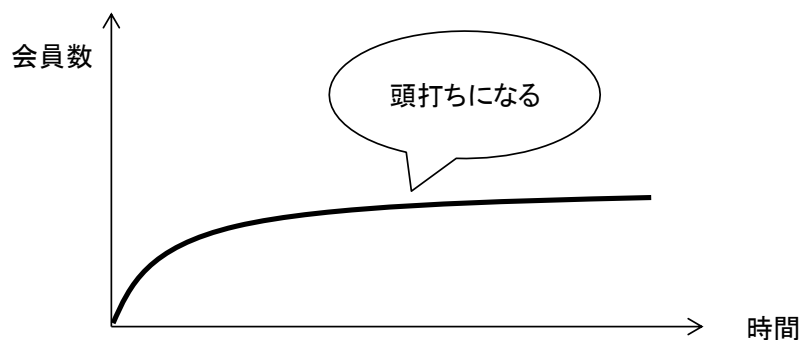


実際にこれまで協会総研に相談があった理事長さんの話を聞くと、

- 会員数の伸びが止まった
- 会員がこちら（協会）の思うように動いてくれない
- 講師が自分でビジネスできないのを協会の努力不足のせいにしてくる
- 講師が協会のテキストを勝手に改編して勝手に講座をしている

という悩みが少なくありません。

「オオカミ型」協会の会員数の増え方



協会を指数関数に乗せるには

「会員と協会がお互いのことを思いやる関係」

の構築が大切ですが、オオカミ属性の人は、そんなウェットな関係を嫌い、むしろビジネスライクに協会のことを考えています。

オオカミ属性の人は、なかなか協会に愛着を持たないのです。

協会に見切りをつけ、さっさと他の協会に乗り換えたりします。

したがって、長期的に健全に協会を発展させたいのなら、オオカミ属性の人を対象にしないことが重要になります。



指数関数に乗る人々



いっぽう、ヒツジのカテゴリに属する人は、

- 学ぶだけで十分。講師や仕事に活かすことにはあまりこだわらない。
- むしろ、「講師になりなさい」「仕事に活かしなさい」と言われると重圧を感じてしまう。
- 目立ちたくない。でも学ぶのは好き。

といった感覚を持つ、「草食的な」人たちです。

オオオカミ属性の人から見ると、理解しにくいメンタリティですが、この国にはヒツジ属性の人がたいへん多いのです。

そもそも、日本の学校教育の現場が「ヒツジ」を数多く生み出す環境になっています。

日本の小学校、中学校には

「授業中に発言や質問をせず、おとなしく過ごす子」

「学級委員などになるのを、嫌がる子」

つまり、自分が脚光を浴びることを避けようとする児童が少なくありません。

学校や勉強が嫌いなわけではなく、宿題もまじめにやってくるし、授業中に居眠りすることもない。

成績だって悪くないし、仲良しの友達だっている。

「でも目立ちたくない」



子どものころのこうしたメンタリティが、大人になってもそのまま残っていることが多いのです。特にこの国では。

オオオカミ属性の人にとって、こうした

「学ぶだけで十分」

「講師になりなさい、仕事に活かみなさいと言われると重圧を感じる」

という人が存在するということは、なかなか受け入れがたいことでしょう。

しかも、大部分がそのようなヒツジだというのですから、にわかには理解できないことでしょう。

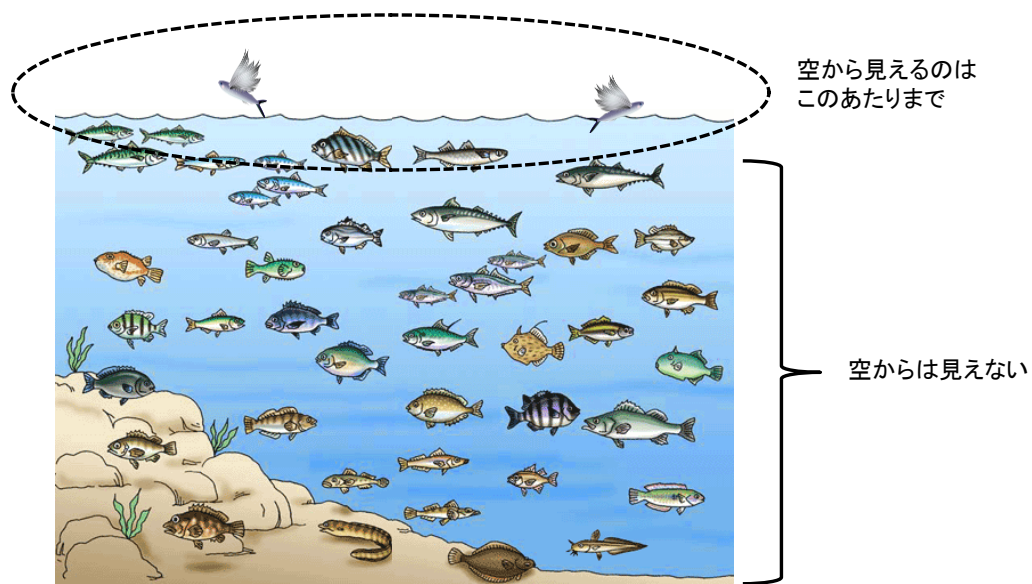
この事実が理解できないために、指数関数から外れてしまうのです。



ヒツジの存在はオオカミからは見えません。

前述の海のたとえでいうと、「空を飛ぶ鳥」には「海水深くもぐっている魚」は見えません。

だから、その存在が実感できません。



しかし

「見えないから、存在しない」

と考えるのは、大きな過ちです。



ヒツジが見えないのには 2 つ理由があります。

ヒツジは情報発信が活発ではありません。

ブログを書くことはほとんどないですし、フェイスブックだって「読むのが専門」(いいね! くらいは押すでしょうけれど)。

したがって、ヒツジはインターネットの中では見つかりません。

オオカミと ヒツジは出会いません。

オオオカミ属性の人が講座を開くとき、たいがい自分と同じ「オオカミ向けの講座」を開きます。

オオオカミ属性の人がイベントをするとき、たいがい自分と同じ「オオカミ向けのイベント」をします。

オオカミ向けの講座やイベントですから、オオカミばかりが集まります。ヒツジが受講することはありません。

つまり、ヒツジはオオカミの前に姿を表すことがなく、両者は出会うことがありません。

自然界でも、オオカミが群がっているところへ無警戒に出かけていくヒツジはいないはずです。

ヒツジは、オオカミを避けたいのです。



このような事情があるため、オオカミ属性の人にヒツジ属性の人は「見えない」。だから、オオカミはヒツジの存在が信じられず、理解できない、ということになります。

＜本当にあった怖い話＞

心理学の普及活動をしていた A 協会は、ヒツジ向けの講座を開いて集客もうまくいっていました。

ある年、もっと多くの人を集客したいと思った A 協会は、オオカミ向けの講座を新たに開きました。

すると、たしかにオオカミ属性の人が受講しに来てくれましたが、その代わり、ヒツジ属性の人はぴたっと誰も来なくなりました。

人数としては、オオカミは少数、ヒツジは大多数だったので、結果として会員は大幅に減ってしまいました。

ヒツジは、オオカミが集まるような協会には決して顔を出そうとしません。

着飾った人が集まるパーティに、普段着で出席してしまったような、

「居心地の悪さ」

「居場所のなさ」

「場違いさ」

を感じてしまうからです。

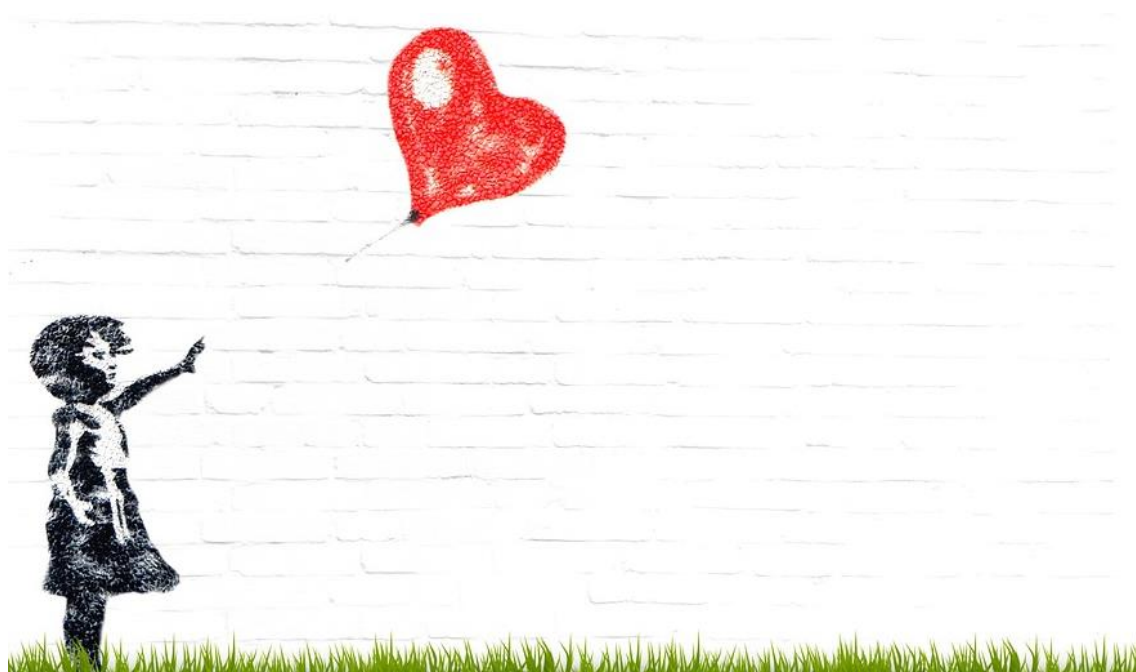
この、心理学の A 協会も、新たに「講師養成」の講座を開き、オオカミ属性の人の受講を促そうとしたわけです。

しかしそれはかえってヒツジに「居心地の悪さ」「居場所のなさ」「場違いさ」



<https://www.kyokaibz.com/>

を感じさせることとなってしまう、その結果、ヒツジを遠ざけてしまうこととなりました。



ヒツジは、

- 講師になって、学んだことを教えよう
- 会費や受講料を払った分、金銭的に元を取ろう

といった発想にあまり関心がないのですが、それだけではありません。

講師をすること、仕事に結びつけることに、重圧を感じます。



講師にならなくてはいけないとか、仕事にしないといけないとか、そのようなプレッシャーのないところで、平和に楽しく、シンプルに学びたい。気さくにシンプルに楽しみたいと思っています。

ヒツジは、講師を養成する認定講師型の講座を怖がります。

行ったが最後、講師になるというレールに乗せられてしまうのではないか、という恐怖心があります。

そのため、講師を養成する認定講師型の講座を避けようとしています。

そんなヒツジにも受講してもらおうとして、オオカミ側は

「そんなに怖がらないで。受講したからといって、無理に講師にならなくてもいいんだから」

などと優しい言葉をかけて安心させようとするかもしれません。

でも、そんな言葉ではヒツジは安心してくれません。

それはそうです。たとえ

「無理に講師にならなくてもいい」

と言われたとしても、

「まわりがアグレッシブなオオカミばかりで、
どんどん講師になっていくような環境」

に、自分を置いてもいいと思うヒツジはいるでしょうか？





たとえるなら

- オジサンしかいない場末の雀荘が「女性歓迎」の看板を掲げたところで、女性客は来ない
- 女の園みたいな雰囲気美容室が「男性もお気軽にどうぞ」という看板をかけたところで、男性客は入りにくい
- プロを目指す人ばかりが集まる武術の道場が「初心者歓迎」という看板を出したところで、ダイエット目的・健康目的の初心者は入りにくい

というのと同じです。

ようするに、ヒツジは

「仕事に活かせること」

「講師になれること」

「年収を上げること」

を宣伝する協会や講座には、決して近づかないのです。



そのような「おとなしく」「ある意味、臆病な」ヒツジ属性は、いっぽうで「指数関数に乗る人々」でもあります。

なぜなら、**ヒツジ属性はクチコミをする**からです。

オオカミ属性はクチコミをしません。

詳しくは後述しますが、オオカミにとって協会の会員が増えることは仕事上のライバルが増えることと同じなので、クチコミをするメリットがありません。

しかしヒツジ属性は違います。

オオカミ属性が

- 群れない
- 単独で行動する

のに対し、ヒツジ属性は

- 仲間を作る
- 群れる

という行動をします。

オオカミ属性にとって他の会員はライバルですが、ヒツジ属性にとって他の会員は仲間になります。

つまり、自分が気に入った協会であれば、仲間（会員）を増やそうとしてクチコミをするのです。

数学の話になりますが、**安定したクチコミによる会員の増加は指数関数になる**ことが分かっています。



指数関数に乗らない協会

- ① 協会を作り、みずから理事長になる人の多くは、オオオカミ属性です。
- ② オオオカミ属性の人には、ヒツジ属性の人が見えません(目に入りません)。
なぜなら、この両者は(とくにヒツジは)目立たないからです。



この2つの理由により、

「世の中はオオカミばかりだと勘違いし、ついつい、(自分と同じような)オオカミを対象にした協会を作ってしまう」

というミスが、よく発生します。

指数関数から外れる典型的なパターンです。



オオカミを対象にした協会の栄枯盛衰

オオカミは情報収集に長けており、「会員になる」「ならない」の判断もすばやく行います。

なので、「オオカミ向け」の協会は最初のうちは会員が集まります。

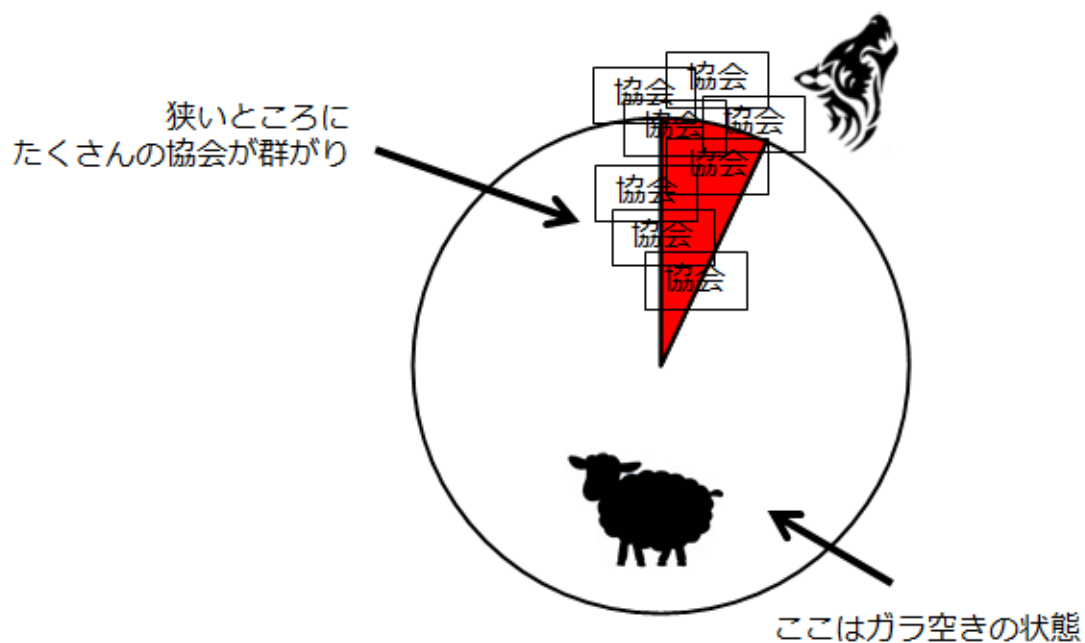
しかしオオカミは実際には少数派です。

にも関わらず、多くの協会が「見える会員」に気を取られて「オオカミ集め」をしています。

そのため、「オオカミ向け」の協会どうして

「少ない会員の取り合い」(過当競争)

をすることになります。

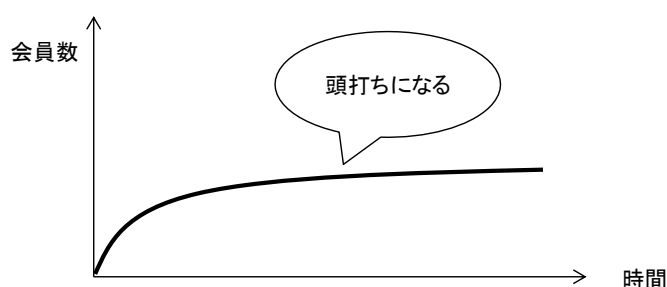




また、オオカミといえども、ビジネスが得意な人とは限りません。
ビジネスがうまくいかなかった会員は、協力してくれない協会に不満を持つようになります。



以上の結果、「オオカミ向け」の協会は、意外に早く会員数が天井を打ちます（下図）。



そうすると、オオカミは

- 協会に見切りをつける
 - 協会のテキストを勝手に使い、自分で独自の講座をする
- という行動にしばしば走ります。

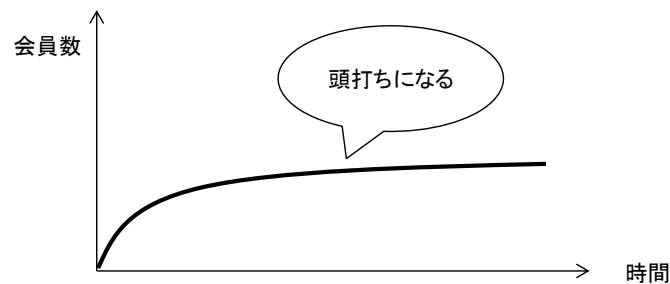


こうして、「オオカミ向け」の協会は、終わりを迎えます。



オオカミには縄張りがあるという話

オオカミを想定した場合、協会の「成長曲線」は以下のようになります。



図のとおり、会員数は早期に限界（天井）に達してしまいます。

では、どれほど早く成長の限界が来るのでしょうか。

オオオカミ属性の人は、

「自分のテリトリーに、ほかの会員がいる」

という状況を喜びません。

ビジネスを奪われてしまうのではないかと、警戒するからです。

つまり、「縄張り」が存在します。

この「縄張り」の平均的な大きさがどのくらいかにより、成長の天井が決まります。

たとえば、

「会員は都道府県に 1 人」

という縄張り感覚の協会であれば、会員は 47 人誕生したところで早くも飽和し



<https://www.kyokaibz.com/>

ます。

「会員は都道府県に 2 人」

という縄張り感覚の協会であれば、会員は 94 人誕生したところで飽和。

それ以上増やそうとすると、

「もう増やしてほしくない」

という無言の圧力が既存の会員の中から生まれます。

都道府県により人口が異なるので、たとえば

- 東京：10 人
- 神奈川・大阪・愛知：6 人
- 北海道・福岡・京都・兵庫：4 人
- 宮城・新潟・広島：3 人
- その他の県：2 人

という縄張り感覚の協会であれば、会員は 125 人いれば十分となり、そこで飽和します。

それ以上増やそうとすると、

「もう増やしてほしくない」

という無言の圧力が既存の会員の中から生まれます。

会員が「新規に会員が増えるのを嫌がる」という、
成長を妨げる圧力が内部に誕生するのです。

この圧力がある限り、何千人、何万人という協会には決して成長しません。





「会員は都道府県にたった1人、というのは言いすぎだろう。そんなに縄張りが大きいはずがない。縄張りをもっと小さいのではないか？」

と思われるかもしれませんが、どうしてどうして、オオカミ会員が内心望む「縄張り」はかなり大きいものです。

縄張りが小さければ、それだけ集客に苦勞するわけですから、縄張りを大きく持ちたいとオオカミ会員が望むのは、無理ありません。

協会総研の経験値では、オオカミ会員の場合、少なくて20人、多くて50人に達すると、縄張り争いが始まることが多いようです。

オオカミ会員の本音は、

「〇〇県の会員（認定講師）は、私だけ」

と言いたいのです。

「私は日本にxx人しかいない会員（認定講師）の1人です」

と言いたいのです。

その気持ちに応えてあげようとするれば、おのずから会員の総数には限界が生じるわけです。

オオカミを想定した協会の場合、このような

- 協会としては大きくなりたい（会員を増やしたい）のに
- 会員（認定講師が）それを嫌がり、反対する

という現象がしばしば起きます。

協会と会員が反対の方向を向くのです。

この現象を「Status Quo（ステイタス・クオ）」と呼びます。



<https://www.kyokaibz.com/>

その本質は

「協会の要望と会員の要望が正反対を向く」

というものです。

これが起きてしまったら、協会の成長は止まります。





指数関数に乗る協会

指数関数に乗らない協会は、

- たくさんいる「見えない会員」に気がつかない
- 少数派の「見える会員」を、多数派だと思いこんでしまう
- 「見える会員」に好まれる協会を作ってしまう

という構造になっています。

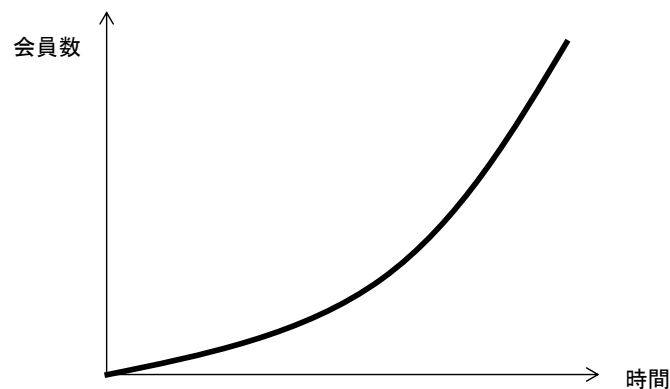
したがって、指数関数に乗せるためには、まずは上記と反対のことをしなくてはなりません。

すなわち

- たくさんいる「見えない会員」の存在に気がつく
- 「見えない会員」に好まれる協会にする

この2点です。

目指す成長曲線はこのようになります。





たくさんいる「見えない会員」とは、ヒツジ属性を持つ人々のことです。

復習しておきましょう。

<ヒツジ属性>

- 学ぶだけで十分。講師や仕事に活かすことにはあまりこだわらない。
 - むしろ、「講師になりなさい」「仕事に活かしなさい」と言われると重圧を感じてしまう。
 - 目立ちたくない。でも学ぶのは好き。
- といった感覚を持つ、「草食的な」人たち。

この人たちは、クチコミをします。

こうしたメンタリティの人たちに好まれる協会にすることが、クチコミを生み、ひいては指数関数に乗せるための重要なポイントです。

指数関数に乗らない協会は、

- 「仕事になる」「講師になれる」「収入が増える」といった金銭的・経済的メリットをさかんに宣伝します。

その結果、オオカミ属性が集まり、前章で述べたような栄枯盛衰をたどります。

また、会員に縄張り意識があるため、前述した Status Quo (ステイタス・クオ) 現象が起きます。



したがって、指数関数に乗せるためには、上記と反対のことをしなくてはなりません。

すなわち

- 金銭的・経済的メリットではない、精神的なメリットを宣伝する

ヒツジが集まる協会の場合、Status Quo（ステイタス・クオ）は起きません。ヒツジには、協会の成長に反対する理由がないからです。

ヒツジはむしろ仲間が増えることを喜ぶ傾向があります。

ヒツジにとって、他の会員はライバルではなく、仲間です。

したがって、「縄張り争い」をすることもあります。

新規入会者を嫌がることもありません。

最後に、

「協会のセオリーを読む前に、オオカミ向けの協会を作ってしまった。これからどうしたらいいの？」

という方に対するアドバイスです。

まだ協会を始めて間もないのであれば、協会を作り変えましょう。

さまざまな作業が必要となるかもしれませんが、決して不可能ではありません。

既存の会員にどういう説明をするか、ということも考えなければなりませんが、それも不可能ではありません。



ただし、協会の運営感覚を、

**「これまでのオオカミ的な感覚・発想」から、「ヒツジ的な感覚・発想」
に切り替えることができるかどうか**

これが、最大のポイントとなります。

これができていないまま事業モデルだけ作り変えても、「仏作って魂入れず」ということになります。





あとがき

① 日本人の大部分は、競争を好まない、平和で心優しいヒツジである。

協会総研の考え方は、ここから始まっています。

オオカミ属性の人間は目立つので、この世はオオカミばかりがはびこっているように見えるかもしれませんが。でも実際は、オオカミはほんの少数派です。

この国の大多数はヒツジ属性の人たちです。ヒツジはそこらじゅうにいるのに、目立たないのでその存在に気がつかないのです。

よその国はともかく、この国にはヒツジ型が多い。そこには

- 日本は有史以来、農村社会であった
 - 戦後の学校教育がヒツジを育てるような内容であった
- といった、歴史的な背景があります。

② オオカミを集めて何かしたいなら、会社を作るほうがいい。ヒツジを集めて活動したいなら、協会を作るほうがいい。

これも、協会総研の根本にある考え方です。

会社と協会は違います。協会のような会社を作ってもうまくいきませんし、会社のような協会を作っても長続きしません。不自然だからです。

会社は会社らしく、協会は協会らしく作るのが自然です。

では「協会らしく作る」とは、どういうことなのでしょう？

それは、「ヒツジにとって心地よい環境を整える」ことです。

これができれば、ヒツジは集まってきます。

ヒツジのことを徹底的に理解し、コミュニティの達人になりましょう。



<https://www.kyokaibz.com/>

＜質問を受けつけます＞

質問メールの送り先：
soken@kyokaibz.com

協会のセオリー新版

2019 年 1 月 5 日

著者：吉村司

〔検印省略〕

発行者：協会総研

<https://www.kyokaibz.com/>