

人には、事象や現象に出合った時の気づきや閃き、出会った瞬間に人物や物事の本質を見抜く直覚や直観など、「直感力」に優れた人とそうでない人があります。

直感とは誰しも持っている能力ですが、気づきや閃きなどのいわゆる「情報」を受け取る受信機としての感度に個人差があるからです。経営者やリーダーの直感力が劣って（時間的ずれ、不正確）いると、本人のみならず会社や配下の従業員も不利益を被ります。

私たちが日頃テキストとして学んでいる『万人幸福の筈』（丸山敏雄著）には、「気づいた時、それはその事を処理する最高のチャンスである。それをのばせば、次第に条件が悪くなる。事情の最も高潮に達した時、その波動が、人の脳に伝わって気がつくようになっていく」と、著者自身の経験則が明記されています。個人が受信機としての性能を上げていくと、こうした気づきや閃きという情報を的確に捉えることができます。では、どうすれば受信機として性能を高められるでしょうか。丸山敏雄は、朝起き「目覚めとともにサツと起きる。即行「気づいたことをすぐ行動に移す。などのトレーニング法とともに、正しく気づきを得るために、日常の心の持ち方にも言及しています。

「東大阪のエジソン」の異名を持ち、世界に冠たる町工場、ハードロック工業（株）の若林克彦社長を取り上げた『安全を開発せよ!』（ココロ・プロジェクト著）という図書があります。同書には、若林社長の提唱する商品開発・成功の三要素として「好奇心」「情熱」「計画性」だと記されています。（以下抜粋）
△好奇心は、日頃から世の中のモノや商品

「感度良好」 直感力の底流



を見て、触って、考える好奇心が全ての土台になる。常にとっちらかると便利になるかを考える好奇心が大切。

△情熱は、どんなに便利で良い商品でも、最初は絶対に売れない。様々な壁を乗り越え、新商品にエネルギーを注ぎ、魂を吹き込み、「この商品を絶対に世に出すんだ」という人の情熱が必要である。

△計画性は、特許出願のタイミングは、計画性を持って、できるだけ長く特許期限を得られるようにしなければならぬ。新商品を常に開発し続けると同時に、全て一度に特許申請する必要はない。

氏の新商品開発の気づきや閃きの底流には、太平洋戦争中、氏が父親の郷里（長野）で不自由な疎開生活で農作業を手伝っていたときの体験があります。大豆の種を手で蒔くのですが、人間がかかるうえに種の間隔が均等にならず、大人も小学校四年生の氏も手を焼いていました。「もっと便利にできないだろうか」と真剣に考え、あり合せの物で「種まき機」を、翌年には「送風機付力マド」を独力で作り上げました。これには周囲の人達が大喜びし、「便利なものを考えれば、こんなに皆が喜んでくれる」と、自己の能力を最大限に發揮して人の役に立つ喜びを知ったのです。

今日でも、氏は好奇心・情熱・計画性を持ち続け、人の役に立つ正しい心で製品開発に取り組んでいます。その結果が、世界が注目する「町工場」なのです。

え・栗木 映
普段から、邪（よこしま）な心を出さず、「自分の個性をできるだけ伸ばして、世のために、人のために」と、正しい心とトレーニングで立派な受信機を目指したいものです。