

経営理念を浸透させて 強い組織になる



溝淵隆裕
(株)ちばぎん総合研究所
経営コンサル第二部
コンサルタント

経営理念は浸透しているか

皆さんの会社では、社員は経営理念を理解して、理念に基づいた行動をしていますか？

うちの会社は全員言えるから大丈夫！と、暗記させているだけになっていませんか？

私は仕事柄、さまざまな会社へうかがうが、大小関係なく、ほとんどの会社で事務所や工場などに経営理念が掲示されている。また、最近ではインターネットが普及しており、ホームページに経営理念が載っているものも多く見られる。しかし、その一方で、経営理念が十分社内に浸透せず、社員の行動に反映されていない会社が多いとも感じている。その一因としては、経営理念が社員にとって高邁^{こうまい}で、理解しにくく、また腹に落ちにくい、共感しにくいといったことがあるのではないだろうか。

私たちは企業活動において、日々さまざまな決断をそれぞれの立場、場面で行っている。経営理念はその判断の基軸でなければならない。したがって、経営理念は経営者だけでなく、社員1人ひとり、ひいて

はパート・アルバイトの方まできちんと理解、浸透している必要がある。

経営理念が社員へ浸透すると、お客様にも、お取引先にも伝わり、また社員のご家族にも、地域社会へも伝わっていく。そこまで浸透してこそ、経営理念が浸透している状態といえるのではないだろうか。

「わ」に注目して 私たちが大切にしている ことを考える

そこで、経営理念をもとにして、より伝わりやすくするために「私たちが大切にしていること」をつくることをお勧めする。そして「大切にしていること」を考えると、ぜひ「わ」に注目していただきたい。なぜならば、強い組織は組織内部、経営者と社員との「わ」、社員同士の「わ」はもちろん、外部のお客様との「わ」や、お取引先との「わ」をはじめ、かかわり合うさまざまな「わ」を、「話をもって和とし、環にしていく」ことができている。それは、例えば音楽に合わせて、人と人が手を取り合って輪になって踊ろうとするとき、お互いの調子をうかがいながらスピードを合わせ、リズムを取って一緒に踊ろうとする感覚に近いのではないだろうか。経営者と社員、社員同士のコミュニケーションが双方向でなくてはならないことと同様に、さまざまな「わ」において、好「循環」を醸成していくことが、強い組織にも求められているように感じる。まず社内外の「わ」に注目し、それぞれの「わ」について「私たち

が大切にしていること」を考えることから始めたい。

部門ごとにつくる

では、「私たちが大切にしていること」はどうやってつくればいいのか。それぞれの立場で、さまざまな「わ」が考えられる。経営者であれば管理者との「わ」、営業の場合は社外ではお客様との「わ」、社内では製造や総務・経理との「わ」、すべての立場の人にいえることとしては、それぞれ1人ひとりの家族との「わ」があるだろう。

そこでまずは部門ごとにつくることを勧めたい。各部門内で集まって、経営理念をもとに社内の「わ」、社外の「わ」を話し合い、大切にしたい「わ」を明らかにする。そして、現在の「対話」の状況を確認する。お客様との「わ」を考えたとき、お客様との「対話」方法がない場合は、アンケートやインターネットの口コミ、直接指摘されたことを記録に残すことなど方法を考え、お客様と「対話」した結果を製品やサービスなどに反映、「調和」させるしくみをつくり、お客様とともに好「循環」のしくみをつくる。組織の内外でかかわり合うさまざまな「わ」の1つひとつに、「大切にしていること」がある組織を目指したい。

規模の大小にかかわらず、「わ」はさまざまところにある。経営理念を今一度振り返り、「わ」に注目して「私たちが大切にしていること」をつくり、浸透させることで、組織の強化、ひいては企業価値向上へとつなげていただきたい。

