

強いチーム創りの着眼点

猿真似は百害あって一利なし

今回は、稲盛和夫さんの著作『心を高める、経営を伸ばす』と、日野原重明さんの『あるがまま行く』から、正しい考え方をしなければ結果を残せないことをお伝えした。それでは、経営していく上で、考え方の根本になるものは何だろうか。それが経営理念であることは、誰もが知っている。では、経営の根本になる経営理念の扱いはどうなっているだろうか。経営理念がない企業は論外として、経営理念を文書化するにあたって、どの位考え抜いただろうか。

考え抜く視点の1番目は、事業活動を通じて、絶対に貫きたいこと、曲げられないこと、拘ること、譲れないことを、自分の言葉でひねり出すことである。その際には、浮かんできた言葉をノートに書き出すことをお勧めする。頭の中だけでの思考は堂々巡りになり、深まらない。また、書き出して見ることにより、考えが深まり、一つの言葉がきっかけとなり発想が展開していくこともある。経営理念は箇条書きにすることが多いが、その並び順にも拘るべきである。並び方に理屈をつけるのである。

次に、考えなければならないことは、誰を意識して文書作成するかである。読み手の対象として最初に意識しなければならないことは、社員である。次は誰だろうか。それは、これから入社してくる社員。すなわち、求職者である。この発想が抜けている。何事もそうだが、知っている人にメッセージを伝えることと、知らない人へ伝えることとを比較した場合、知らない人へ伝えることの方が難易度が高まるのは、明らかである。だから、求職者がはじめて自社の経営理念を読んだときに、どんなイメージを持つかと考えながら作成することで、より浸透力のある経営理念を作ることができる。

また、経営理念を作成する上で厳禁なのは、他社の真似をすることである。今は、ホームページを検索すれば、あらゆる企業の経営理念を見ることができる。知らない人が最初に見て、“ハッ”とするような文言、分かりやすい表現を学ぶために他社のホームページを垣間見ることは有効であるが、真似てしまっただけでは、経営者の気持ちがこもらない。まさに「仏作って魂入れず」の格言通りになってしまい、経営の魂の根幹として、経営理念が機能しない。

生みの苦しみを味わって出来上がった経営理念には、それだけ愛着がわく。この愛着から他に代えがたいものとしての価値が滲みでてくるのである。

試行錯誤しながら経営理念を作成した記録をノートに残し、経営の節目節目で、そのノートを手に取りじっくり読む。そうすると、当時の事業に対する想いが蘇り初心に帰れる。

初心を忘れたがために、経営が傾いた事例は枚挙に暇がない。この機会に、経営理念と向き合ってみては如何だろうか。

次に、ここまで想いをこめて作成した経営理念が、額縁の中で眠ってしまっている企業

がある。朝礼で経営理念唱和はするものの、ただ諳んじているだけというケースも多い。

これでは経営理念は組織に浸透も定着もしない。では、どうすればいいのだろうか。

まずは経営理念の発案者である社長自らが、経営理念に則った行動を率先垂範することからはじめる。その代表的な事例が、掃除や挨拶になる。その他、誕生日には手書きのバースデーカードを贈るとか、給料日に感謝の手紙を渡す、ブログで自分の考えを綴るとか色々ある。ここで重要なのは、他社の成功事例を聞いて安請け合いするのではなく、社長自身がやり遂げたいと思うことを選定することである。社長の率先垂範行動が三日坊主だと、執着心に欠けた体質が組織に根付いてしまう。「どうせ社長も続かないのだから」との陰口をたたかれている組織に成長はない。「うちの社長の、〇〇は凄い」と全社員が異口同音に言えるような率先垂範でなければ。

経営理念の作成に当たって他社の真似をしない。率先垂範行動も他社の真似をしないことを決意すると、考え方が変わる。

猿真似は百害あって一利なし。会得を目的として真似るのは、学ぶ（まねぶ）と言う。

今回は、経営理念を組織に定着させるための手法、第2弾をお届けする。

株式会社アッシュ・マネジメント・コンサルティング 代表パートナー 平堀 剛