

強いチーム創りの着眼点

経営理念浸透の鍵は、ICレコーダー?!

経営理念は、社長が考え抜いて、自分の言葉で文書化しなければ、組織へ浸透定着しないことを、8月号のモチベーションアップ通信では説いた。

が、「それは分かっているけど、なかなか難しくてね!」という社長の声に、今回はお応えしよう。

経営理念を浸透させる上で強力な武器になるものは、ICレコーダー。お持ちでない方は、即購入するべし。1万円もあれば、十分にいい物が手に入る。何故、ICレコーダーが有効なのかについて、「経営理念浸透7つの打ち手」として解説する。

① 経営・事業に対する思いを言い続ける!

毎日、事あるごとに、同じことを、社員に飽きられるまで言い続ける。自分の理念に則った行動で感心したこと、反した行動で承服できないことを具体的に取り上げて言い続ける。

このポイントは、社員に飽きられる前に、社長自身が飽きないこと。

大経営者と評される、セブンイレブンの創始者鈴木敏文さんが「誰になんと言われようと“基本の徹底”を創業以来言い続けてきた」という話は有名である。

② 自分の言ったことを記録に残すこと

ここでICレコーダーの登場となる。社長が、朝礼や会議の場で事業に対する考え方を述べる機会が多い。中小企業のコンサルティングを数多く経験しているが、会議に参加すると、社長が8割がた話し、社員の意見はほとんど聞かないケースが100%である。このことによる組織への悪影響の解説は別の機会に譲るとして、この社長講話をICレコーダーに録音し、タイピングが得意な社員にここはという部分をテープ起こししてもらう。社長講話を、講話集として保存し社内研修会や朝礼で活用する。

③ 社長講話集を定期的に読み返す

「社長は言うことがころころ変わるから、ついていくのが大変だ!」と愚痴をこぼす社員がいる。企業経営は環境適応しなければならないので、言うことが変わることはある意味当然である。

が、ただこのように正当化しているだけでは、経営者としての能力は磨かれない。社長講話集を最低でも3ヶ月に1回、自ら読み返すことで、新たな気づき、発見、反省ができる。この行為は、どんな経営テキストよりも勉強になる。

④ 経営理念に則った行動を率先垂範する

挨拶、掃除、早朝出勤、礼状、日誌、社員への手紙、朝礼講話、何でもいいので、率先垂範する。

このポイントは、継続できることを選ぶこと。無理は禁物である。

⑤ 経営理念を形に表す

受付や応接、洗面台に花を飾る。書類棚が分類整理されている。「私たちはいつも明るく元気な挨拶をします！」と記載したポスターを貼る。デスクに家族の写真を置く。

以上のように、理念を見える化すると雰囲気のがらっと変わる。

⑥ 経営理念に則った好事例を伝説化する

経営理念が浸透している会社は、必ず伝説がある。伝説化されることの威力は、そのエピソードが繰り返し取り上げられることである。このことにより自動的に理念の浸透作用が働く。

⑦ 自社の経営理念を社外に公言する

人間は他者に関心を持たれることで、自意識が高まる。部外者に注目されればされるほど、社員は自社の経営理念を意識する。有言実行の環境を作り出すことで、経営理念に則った行動の自走力が身につく。公言することで、「言っていることとやっていることが違う！」というお叱りをお客様から頂戴することも増えるが、このことから逃げていては何も始まらない。

以上が、「経営理念浸透7つの打ち手」である。

経営理念を浸透させる最重要ポイントは、社長講話集を作り定期的に読み返すこと。自らの発言に金言があり、宝の山が眠っていることに気づいていない社長が大多数であり、傍から見ていて誠にもったいない。記録さえすれば文書化はいたって容易なので、是非実施していただきたい。

最後に、分かりやすい経営理念の事例として、テンポスバスターズの「テンポス精神 17ヶ条」をご一読されることをお勧めする。間違いなく参考にしていただけるはずである。テンポスバスターズホームページ (<http://www.tenpos.co.jp/>) 会社概要の中段以降に記載されている「テンポス精神 17ヶ条」をご覧ください。

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