

SMGLレポート 2309—その1※ジャンルごとに、毎回テーマを変えてご案内します。

【経営】 ※経営理念をよみがえらせ、業績が向上する秘策とは！

◇『額ブチの 中に納まり 門外不出 だれも知らない 経営理念』…などと、皮肉られる程、注目度、認知度の低い「経営理念」ですが、このところ、徐々にながら陽の目を見るようになりつつあります。

たとえば、著名なコンサルタントや事業再生の専門家は、口を揃えて「理念型経営」を推奨し、「理念なき経営の破たん」を断言しています。※越 純一郎著「事業再生要諦／志と経営力—日本再生の十年に向けて—」




◇長引く不況で行き詰まっても、第2会社を設立して資産を移し、債務だけ切り離して清算すればよい—等という再生技法のみ独り歩きし、「志」が置き去りにされてしまつと、結局は二次破たんを招き、かえって被害を大きくすることになります。心ある専門家の中には、理念も覚悟もない経営者は、むしろ、早く退場させた方が世の中の為になる、と言い切る人もいる程です。

◇ことほど左様に、求心力の低下した組織は結束力がもろく、損得勘定・利害関係だけでは存続すら危うい、ということなのでしょう。ならば、額ブチのチリをふき払い、理念の書かれた書状を取り出せば、再び社内に活気がよみがえる—ののでしょうか？

◇理念を基軸に社内に活気をよみがえらせ、業績向上をもたらす—  その秘策こそが、他ならぬ「クレド(CREDO)」です。

クレドは、同僚社員や上司、部下だけでなく、顧客や取引先、株主等を含めた内外のステークホルダー(事業関係者)との関係を社員各自が正しく認識し、ステークホルダーに対し、各自がそれぞれのポジションで、何をどう提供しどう満足してもらえるかを考え、その考えを具体的な行動指針に落とし込んで共有、そのガイドラインに基づいて行動する—まさに理念実現のためのツール、であるといえます。

◇この20年、デフレは深く日本に根付き、受発注契約や雇用契約にも現れているように、恰も価格以外の物差しは通用しないかのような、不安定で殺伐とした状態に陥っています。至るところで、他者との関わりにキシミが生じる  につれ、信頼関係も、日に日に低下し続けているように思えてなりません。

◇私見ではありますが、クレドは、このような状況を打開する、大変優れた仕組みであり、極めて有効な手段となり得るのではないかと考えています。

◇奇しくも、他者との関わりを見直すキッカケとなった大震災—。そのキーワードは「絆」でしたが、広い意味ではクレドも「絆」の一つであり、又、業界最高と評されるリッツカールトンの事例でも明らかなように、実施プロセス自体が業績向上に結び付き、革新的経営ツールの側面もあわせ持っているからです。

☆クレドの実施プロセスの概要については、順次ご紹介してゆく予定です。