

SMGLレポート 2401ーその2② ※ジャンルごとに、毎回テーマを変えてご案内します。

【経営】 続-260分の1

云うまでもありませんが、一年365日、一日として同じ日はなく、一日として同じ価値の日もありません。

個人個人の暮らしを見ても、一年の計をたてる元旦があり、卒業式・入学式の日誕生日や命日、結婚記念日等、特別の意義をもち、他の日をもって代替できない日が月に2日や3日はあるものであり、そうした日々は、当然、365分の1にカウントされてはいない筈です。

会社におけるイベント等を、同様の観点で捉えたのが260分の1の概念です。事前に実行委員を選定して企画を練り、会議にかけ、会場や旅宿を手配し、案内書面を配り、飲食物を用意し、移動手段を確保して当日に備える etc……たとえばこのように、投入された手間や人員、時間等だけを取り上げて、通常の営業日と比べ、格段のコストが掛かっていることは一目瞭然です。

要するコストの差異により、一日の価値の差が生まれるだけではありません。これだけの手間ヒマを掛けて行う行事には、円滑な組織運営の実現に向けて、意思の疎通と相互理解を促進させたい会社の意思が強く働いており、それこそが、その日を260分の1に差し置く事を許さない、重要な根拠となります。

にも拘らず、大多数の会社では、運営上とても大切なこれらの日々が、一部社員の有休一日分、つまり260分の1に差し替えられ、それだけの価値として消化されてしまっているのです。なぜ、こんな事になるのでしょうか。

法律上、有休申請には時季の変更権以外、有効な対抗手段がない一のは事実ですが、だから手を拱くしかないかということと必ずしもそうとは言い切れません。

先ずは、260日ある所定勤務日それぞれに、ウエイトをかける処から着手されることをお勧めします。ウエイトのかけ方は、基本的に自由裁量となりますが、重要度順にポイントを配分するやり方が、一番わかりやすい方法でしょう。具体例を挙げてみます。

創立記念日=6、社員旅行実施期間=5、社内運動会=5、新入社員歓迎会=4、新年顔合わせ=4…これが、260分の6、260分の5…へ至る工程表です。

この考え方は、イベントのみならず日常業務にも応用展開する事ができます。売買代金の支払請求を行う毎月中旬の4日間は260分の4、前週の反省と情報交換、週の設定目標と作業日程確認を行う毎週月曜は260分の3ーという様に。これを毎月按分表にして社員に配り、会社のメッセージとして伝えます。こうして年度の総ポイントが確定すると、積み上げられた各人の獲得ポイントを、賞与査定の評価項目の一つとして使うことも可能となるでしょう。

法理のみならず、情理と節理を弁えた組織が最も望ましいということ、社員に伝え理解してもらおうキッカケになるかもしれません。(モデルケースは後日配布の予定です)