

行き先の分からない電車に乗る人がいないように、企業も理念やビジョンのもとで事業の方向性を掲げています。こうした企業理念を実現するための具体的な手段や行動計画が「目標」です。

「経営の神様」として知られ、今なお多くの経営者に影響を与えている松下幸之助氏は、著書の中で目標について次のような言葉を遺しています。

「和親一致というか、互いに心をつなぎ力を寄せあって、共通の使命、一つの目標に取り組んでいく。そういうところに、生き生きとした活動の姿、好ましい成果というものもたらされてくるのではないかと思われる」

『人を活かす経営』PHP研究所

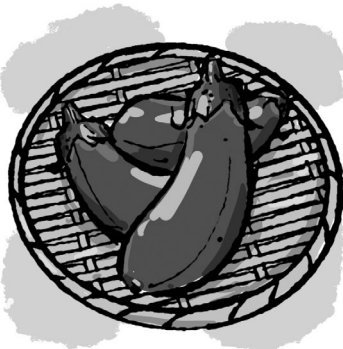
この言葉からも、理念や目的で掲げたビジョンを実現するためには、具体的な目標を立て、そこへ集団の力を結集していくことが重要であることがうかがえます。

しかし、目標を示すだけでは人はなかなか動きません。経営計画発表会で語ったり、資料で示したり、壁に掲げたりするだけでは、理念や目標を組織に浸透させるには不十分な場合もあるでしょう。

理念や目標への意識づけは、まず経営者やトップ自らがどれだけ想いを注ぎ、具体的な行動に移すかにかかっています。

食品製造業を営むある経営者は、会社の理念の一つに「お客様第一主義で感動を与える」を掲げています。

その理念を実現するための行動目標は、「良い商品を作ること」でした。原材料に



理念を形にするために トップ自ら行動で示す

こだわった商品づくりのため研究を怠らず、経営者自ら積極的に会合や教育機関へ足を運んで研鑽を積み、その学びを社員にも還元しています。

さらに、全社員に示した具体的な行動目標が「挨拶」でした。

同社の社長は、「同じ品質で生産力も変わらない会社が二つあったとして、最後選ばれるかどうかは、接する人の人柄による。それが端的に表われるのがその人の挨拶だ」と考え、相手の顔を見て明るく元気な挨拶を励行しています。

その挨拶を誰よりも実践しているのが同社の社長と会長です。来客時には必ず作業の手を止め、立ち上がって元気な声で「いらっしゃいませ」と声をかけます。それに続くように、社員も一斉に立ち上がって明るい挨拶をしています。社長自身が信念をもって取り組むことで、率先垂範を示しているのです。

さらに、挨拶を徹底する訓練の場として朝礼を活用し、挨拶の練習を積み重ねています。挨拶は一見すると当たり前の小さな行動ですが、それを徹底して多くの取引先から信頼を得た結果、顧客も徐々に拡大し、現在も順調な増益を実現しています。

抽象的な理念をいかに具体的な数字や行動へ落とし込み、社内に浸透させていくのか。そのためには、リーダー自らが何のために事業を行なうのか、何を実現したいのかを問い続け、行動で示していくことが不可欠なのです。