

経営一転語 122 会社の定義づけをする

前回は、色々な言い訳をしても、結局は、「社長が思ったとおりの会社になっている」という話しをしました。さて、その認識のスタート点に立つことができたなら、次はどのように考えればよいでしょうか。

次に考えるべきことは、うちの会社は、誰に、どのような商品やサービスを、どのような形で提供する会社なのだろうか、と自問自答してみるとよいと思います。会社の定義づけです。

その時に、より具体的にイメージがわくように、自分の会社のお客様を想像しながら、言葉にしていくとよいと思います。

例えば、うちの会社は、「時間的・金銭的に余裕のある中高年の女性をターゲットに、添加物の入っていない自然派健康食品を、ネットショップなどの通販を中心に売っていき、女性の美しさと健康を追求していく。」

このように、具体的にイメージができるように自分の会社の定義付けをするとうよいと思います。

このイメージが曖昧であると、経営の方向性が漠然として、どこに進めばよいのか、社長もイメージがぼんやりしている、当然従業員もイメージがぼんやりしているということになり、商品の品揃え、お客様に抱かせる当社のイメージ、従業員の言葉遣い、様々なことがぼんやりしてきて、その結果、お客様からは、「あなたの会社はいったい私たちに何を提供してくれるの？」と愛想を尽かされることになります。

この会社の定義づけを元に、自分の会社の経営理念を深く、深く考えていき、経営理念を決めるとよいと思います。経営理念を定めるということは、会社に魂を入れる行為です。

参考までに、他社の経営理念の例を挙げておきましょう。

「人・社会・地球環境と調和し、モノづくりを通して持続可能な社会の発展を目指します。」トヨタ

「自由でみずみずしい発想を原動力に、すばらしい夢と感動、人としての喜び、そしてやすらぎを提供します。」オリエンタルランド（ディズニーランド）

「最高に甘んじない」グーグル

どれも、会社の特徴をよく表していると思います。決して他社の真似をする必要はありません。自分で考え抜いて作ればよいと思います。

この経営理念が定まるまでは、時間がかかるとは思いますが、まず、定めることが大事です。そして、時間の経過とともに、経営者の思いがレベルアップすれば、また定め直せばよろしいと思います。ぜひ、経営理念を策定してみてください。