

平成27年8月

## 社内伝説をつくる

多くの会社で社員に経営理念が浸透しないという話を聞きます。私も「経営理念の浸透」について講演を依頼されたことがあります。私が話した内容は「いくぶん勉強して無理ですよ、行動を繰り返すことにより浸透します」という結論です。

7月16日に第15回異業種交流会で基調講演をお願いした(株)中央タクシーの宇都宮会長の話で印象深かったのは、(株)中央タクシーは経営理念をよく社員が実践しているということです。経営理念は「お客様の人生を護ることが先、損得は後」です。宇都宮会長は、社内でのこの理念に従って行動した社員を伝説(レジェンド)として紹介し、讃え続けているそうです。さまざまな伝説は、カンパリア宮殿や多くの雑誌、本にも取り上げられ、人々に感動を与えています。私が注目した点は2つあります。1つは、経営理念が具体的でわかりやすく、会社のサービス、商品で行動が子エックできること、多くの会社の経営理念は社長の思ひは詰まっているが、抽象的でわかりづらく、会社の商品、サービスでどのように行動すれば社員にわかりづらいのです。もう1つは、理念を全社員にわかりやすく行動させるために伝説にして共有していることです。伝説として仲間の仕事を紹介されたら、自分も伝説をつくらうと思いたすか、全社員が経営理念を実践しようとするので、ますます感動的なサービスが生まれます。感動的なサービスとして、Disneyランドやリッツカールトンホテルの話が本やマスコミで紹介されていますが、私達、中小企業でも出来るのでは無いでしょうか。真似をすればよいわけでは、会社に届いた感動的な手紙やお礼の手紙、電話を伝説としてまとめ、全社員に公表し、繰り返し説明し、ほめる表彰する。古田土会計では、9月11日に古田土甲子園として伝説の発表会も行ないます。多くの会社でお客様が喜ばれたり、感謝されたりしているのに全社員で共有されていないために、社員が自分達の会社しかにはすばしく、社会の役に立っているか知りません。そのために会社の将来に夢や希望をなくして辞めていった社員が、いるかも知れません。古田土会計の伝説を1つ紹介します。結婚して退職した中神有希子さんは平成23年7月のプライベートな旅行で知覧に行き、知り合った方がゆざゆざ新潟へ訪問してくれました。きっかけは旅行先で知り合った際に会社の話をしたことです。社長が「若い女性が会社の事を熱意を込めて話をして感心したので話を聞いてみることにしました」とおっしゃっていたそうです。彼女の日報には「7月に名刺交換させて頂いた方が、新潟から古田土会計の話を知り来てくれた方が、私には説明はうまくありませんが、「熱心で素晴らしい」とおほめ頂きとても嬉しかったです」とありました。私は宇都宮会長の話を聞いた後彼女の話も積極的に聞いています。伝説として紹介することで彼女がらう社員が目標と存てもぶらばらばと思っているか、です。同じように行動する社員が増えれば、経営理念は浸透するし、新しい伝説が次々次々と生まれます。

社内伝説をつくるのは戦術(やり方)です。一番大事なのは、経営理念です。経営理念と会社がやっている商品・サービスと社員の知遇を一致させることではないでしょうか。私達古田土会計は、社員の幸せとお客様の幸せと社会貢献を長期目標としています。そのために、商品は月次決算書と経営計画書に込められています。社員の幸せを追求し、社員の人間性を高めるために社長は社員第一主義、社員はお客様第一主義をとり、言っていることとやっていることをできる限り一致させるように努力しています。

古田土 満