

COMMUNICATION LETTER

「人の感情」を、軽視していないか

先日、あるお客様と会話していた時の話です。その会社は、100店舗超の飲食店を経営されていて、そのお客様は、2代目社長を継がれた方でした。その社長が話された言葉のうち、次の言葉が、私の心に残りました。「子供の頃、外食することがとても楽しくて。お客さんには、そうした思いをもってもらいたくて、仕事してきました。」

「事業を広げる時も、お世話になった人からの『引き受けてみない?』というご縁があり、その言葉に応えたいと思ったことがきっかけでした。」

「後から過去を振り返った時に、人は論理的に正しい判断を下してきたかのように説明するけれども、決して、そんなじゃなかったですよ。」

「ここまで成長してこれたのも、お客様にも従業員にも、真剣に向き合い、一生懸命に仕事してきたからです。そういう姿勢は相手に伝わるものだと思います。」

いわゆる「仕事の哲学」のようなこれらの言葉に、私は改めて深い気づきをいただきました。それは、「人は理屈以上に、感情で動くものだ」ということ、そして「私たちは想像以上に、人の感情というものを軽視してはいないだろうか」ということでした。経営や仕事に限らず、勉強も趣味も何かをやろうとする時には、「好きだから」という理由が一番です。勉強も「義務だからやる」よりは「メリットがあるからやる」のほうが強いです。「好きだからやる」には勝てません。従業員と向き合う時も、「君にとってこれは必要なことだ」・「君にメリットがあることだ」ではなく、熱意を込めて「君のためを思うと、こうなんだ」と言った方が伝わるものです。経営の意思決定も、損得や合理不合理も大切ですが、心からじっくりくかどうかといった直感を大切にすることも少なくないのです。

私たちコンサルタントは、経営者の参謀として、論理・合理でご提案するのが仕事です。つい理屈に偏りがちですが、その裏返しで感情の軽視に繋がっていないだろうかと気づかされました。確かに見栄や嫉妬といった感情に基づく意思決定は、あまりいい結果になりません。投資の世界においても、サンクコスト（投じた資金や労力の回収が見込めない費用）を惜しむ感情が、損切りしたり撤退したりすることを難しくさせるといわれています。このように人間の感情とは不安定で、かつマイナスな結果も産むことから、リーダーやマネジメント層においては感情のマネジメントの必要性が言われているのだと思います。

ですが、この社長の言葉を通じて、感情は、時に合理を超えることもあることを改めて気づかされました。それは利他的である、一生懸命である、建設的である、と言ったことだと思います。コンサルタントとしては、論理性を堅持しつつも、顧客の感情面を軽視せず、に尊重する。そういうことを大切にできる仕事をしていきたいと思っています。

組織人事コンサルティング事業部 部長 高園 忠助

2006年4月入社。病院・介護福祉施設への組織・人事全般が専門分野。2014年11月よりクラウドサービス「人事評価Navigator」の開発に着手、事業開発責任者となる。2017年4月からの1年間、医療機関に出向し、収益改善、組織改革、建替基本構想策定を実施。2018年10月福岡オフィス長に就任。



～福岡支社は泥臭く・誠実に、最高を目指します～

最高を目指すとは？

「お客様が当社を利用することを誇りに思う」「社員が当社の社員であることを誇りに思う」「社会にとって価値ある貢献をし続ける」

約束と計画が会社の強みに

先日運送会社の経営者とお話しする機会がありました。そこでは昨今の運送会社を悩ませる、ドライバーの勤務間インターバルへの対策が話題に挙がりました。勤務間インターバルとは、働き方改革関連法改正により2024年4月から、『インターバルは継続11時間を基本とし、9時間を下回らない』という制度の導入を努力義務にする、というもので、医療機関であれば、医師の勤務インターバルのドライバー版である、と捉えていただくとわかりやすいかもしれません。特に長距離ドライバーとなると、しっかりと売り上げを上げるためには、配送件数が大きなカギを握ります。より多くの配送件数を確保したり、配送時間に間に合わせるために、長時間運転となります。また、運転途中で休憩しようとしても、既に高速道路のサービスエリアはいっぱいで休憩する場所がないなどのケースが発生し、健康の観点からも業界として課題意識を持っている領域でした。そのような業界特有の悩みについてお伺いすると、自信をもってうちは大丈夫だ、とおっしゃいました。その秘訣は『配送マン（運行管理者）による徹底した期限管理』でした。

運送業では、運行管理者がドライバーたちのスケジュールを決めます。そして、配送件数を確保するためには、効率の良い配送スケジュールが重要です。しかし、配送先に到着すると、荷物の積み込みがまだできず、待機時間が生じることもあります。そうすると、配送効率に大きな影響を与えてしまいます。つまり、配送効率がKSF（重要成功要因）にもなっていると考えられます。しかし、この企業では配送マンが取引先に対して、「具体的に何時に積み込みが可能なのか」を徹底して確認するそうです。そのうえで、効率的なルートなどを検討し、ドライバーたちに指示をします。もちろん、それでも時折イレギュラーなことは発生するものの、各段に効率が上がったうえ、しっかりと休憩をさせることを前提としたスケジュールが組めるようになるため、ドライバーたちはスケジュール通りに休憩ができ、しっかりと休めるのだと言います。

これを聞いて、約束と計画を徹底したことの賜物であると感じました。取引先に徹底して時間管理を行うことは、自社内部でもそれ以上に時間を徹底させる必要があります。実際に、ドライバーたちにもスケジュールの徹底を促し、少しでも予定がズレそうなら報連相をし、連携をするそうです。これを徹底することが自分たちにとっても有用であることを繰り返し伝えたことで、内部の徹底を実現されたようでした。はじめこそ取引先も難色を示したものの、会社全体の徹底ぶりから、理解を示してきはじめ、今では問題なく交渉ができています。約束と計画、当たり前のことではありつつも、その徹底度によっては、会社の大きな強みにもなる、そんなケースを目の当たりにした機会でした。

（山崎 太郎）



信頼を築くための仕組み

先日、弊社の医療機関向けYouTubeチャンネル「Wevery! チャンネル」をきっかけに、あるクリニック様から評価制度についてご相談をいただきました。これまで職員数が少なかったこともあり、評価制度について特に考える機会はなかったのですが、職員が増えてきたことで、「公平に能力を評価し、頑張っている人をきちんと認めた」という想いを持たれたそうです。

特に印象的だったのは、院長先生ご自身が「年功序列ではなく、新人もベテランも関係なく、それぞれの頑張りをきちんと見てあげたい」とおっしゃっていたことです。その言葉に、職員一人ひとりを大切に思い、信頼関係を築きながらより良いクリニックをつくらうとしている姿勢を感じました。実際に評価制度の方針を職員へ個別説明した際に、「頑張りを見てもらえるのは嬉しい」という声が多くあがったと伺いました。この反応からも、評価制度は単なる仕組みではなく、職員のモチベーションや働きがいを支える大事なツールであることを改めて実感しました。

今回のご相談を通じて、私自身も「評価制度は人をランク付けするためのものではなく、職員の頑張りが成長に見える化し、それをきちんと認めるためのもの」だということを再認識しました。そして、それが職員の定着やクリニックの成長にも繋がるのだと強く感じています。「職員の頑張りを見逃さず、きちんと評価したい」という想いこそが、評価制度の本質であり、評価制度を単なる仕組みではなく、「信頼を築くための仕組み」にしていくための大切な視点だと、改めて気づかせていただきました。これから評価制度の運用が始まりますが、「やってよかった」と心から感じていただけるよう、お客様の成長を支えるパートナーとしてサポートしていきたいと思っております。（井手 菜波）



「自分中心の視点」から「組織の視点」へ

あるお客様先での役職者研修のワークにて、興味深い話し合いがありました。研修では、役職者がやってはいけない行動についてのレクチャーを行い、その後に日頃参加者が行ってしまう行動について、参加者同士で共有し合っていました。

ある班では、「ネガティブな発言をしてしまう」、「八方美人になってしまう」という2つの行動が参加者に共通して挙げられていました。参加者からは、この2つの行動が共通して現れる場面として、「部下が仕事の愚痴を言っている時」であるという意見が挙がりました。つまり、部下がネガティブな発言をしていると、「八方美人になってしまう」という傾向により、自身も部下と一緒に「ネガティブな発言をしてしまう」ということです。

参加者が主体的にワークに参加していただいたことで、複数の要素が重なり合った具体的な場面が挙げられるなど、日頃の業務に活かせるとても素敵な話し合いとなりました。私は、「部下が仕事の愚痴を言っている」という場面に対して、「自分中心の視点」から「相手にフォーカスした視点」、そして「組織の視点」へと視点を変えて部下と関わるのが重要だと考えます。

「自分中心の視点」であると、自分の考えに対して相手も同じことを言っていたから「分かる。仕事大変だね」などのネガティブな発言に繋がってしまいます。しかし、「相手にフォーカスした視点」を持つことにより、「仕事が大変なんだね」など相手の発言を受け止める共感になり、ネガティブな発言をすることなく、相手との信頼関係も壊しません。そのうえで、「組織の視点」を持つことで、組織における部下の役割を踏まえた声掛けを行うなど、組織の方針を下におろす役職者としての役割を果たしやすくなるのではないかと考えます。

研修にて、参加者が今後どのように行動を変えていけそうかとともに考えていけるよう、私自身もワーク中の声掛けなどを工夫し、より参加者が日頃の業務に活かせる研修になるよう努めます。（針尾 朋花）



思いやりの心

先日、とあるお客様との面談を通じて、人を思いやることの大切さを実感する機会がありました。その法人様は、これまで人事評価制度がなく、「自社に合った評価制度をこれから構築したい」という内容でお問い合わせをいただいております。価格面や使いやすさ、そしてコンサルとしてのサポート面に深く共感いただき、システム導入いただく流れとなりました。その後、実際に担当者様に役職ごとに評価項目を選定いただいた際に、振り分け方が「役職」や「年数」ではなく、「種、苗、成木、林、森」で分けられていました。

初めて拝見する分け方だったので、このように名付けた理由をお伺いすると、「一人前になるまでの期間はだいたい“半人前”と言われるけど、“半人前”って言われると嫌じゃないですか。だから、成長していくということが分かりやすく、嫌な気分にならないようにした」とのことでした。評価項目を振り分ける時から、従業員に対して“思いやりの心”を持って、真摯に評価に向き合っていたいただいたその姿勢に深く感銘を受けるとともに、「果たして自分自身は、ここまで人に対して思いやりを持った行動ができているだろうか」と振り返ると、全くできていなかったのではないかと感じました。

お客様に対してももちろんですが、社内でも、そして自分の周りにいる人に対しても、思いやりの心があるかどうかで、言葉の一つ一つ、発する言葉が変わるかと思います。ただ、その思いやりの精神は、意識をすれば簡単にできるものではなく、日頃から意識し心がけていくことにより少しずつ定着していくものだと思います。

今回のお客様からの気づきをもとに、自分自身の身の回りの人から、関わったすべての人に、思いやりの心を持って接していくことで、さらにより良い提案をお客様にできるよう自己の成長に繋げてまいりたいと感じました。

私たちは、ただサービスを提供するだけではなく、ともに課題を解決していくパートナーでありたいと考えています。そのためにも、今後もお客様の想いに耳を傾け、思いやりの心を持って、真摯に向き合っていくことで、企業として一緒に成長していけるよう努めてまいります。

（田原 佳奈）



余地がないならこじあける

ある建設レンタル会社の営業スタッフと話した時の気づきです。この方は建設現場に必要な仮設足場のレンタル営業を行っています。業界慣習上、顧客開拓はハードルが高いそうです。そのような参入余地がないなかでの思考や取り組みが大変勉強になりました。

当初の営業手法は、既客からの相談と紹介、入札情報が主でした。一定の案件はあるものの、伸び幅に悩んでいたそうです。「画一的な方法を続けてはいずれ頭打ちになってしまう。開拓の余地がないなら、こじあけるしかない。」とあらゆる手を模索し始めたそうです。

例えば、建設業界内のニュースを常にチェックする、街中をひたすら駆け回り、仮設足場がない先を見つける、などです。このように、アンテナを可能な限り広げ、ニーズを探し回ったそうです。そして、アポイントを取る、連絡先が分からなければ関係者のフリをして工事現場に入り込み、その場で営業をかけるなどにかくやれるだけの手を打ち、顧客を増やしていったそうです。さらに、一度失注した先の行動も驚きでした。同じ会社の別現場があれば、失注原因の対応策を持ってリベンジに乗り込んでいたそうです。知恵の絞り方次第で、手法はいくらでも創ることができると教えていただきました。

「その場に留まっていたらそれまで。ひたすら考え、動いてみたら道は見えてくるよ。」経験に裏打ちされた考えに感銘を受けました。チャンスの女神は前髪しかないという言葉がありますが、チャンスを掴む準備は最低限で、前髪を探して掴みに行こうとする貪欲さに圧倒されました。

今回の話は、私の業務にも生かすことができると感じました。人事の面からお客様を支援していますが、一件解決の難しそうな課題でも手を変え品を変えれば、解決の糸口は見えてくると理解します。顧客の成長に向けて私もアンテナを張り、できることを探し続け、伴走してまいります。（黒木 寛隆）



自分で物事の背景を描く力

先日、弊社が経営改善をご支援しているお客様と目標設定に関するお話しをしました。その中で経営幹部の方より、以下のようなお話がありました。

「今年度は病院として黒字に向けた目標を掲げるので、病院の目標にコミットするように各部署でも目標を掲げてほしい。」

皆さんも、このように組織から「目標」を掲げてほしいと言われた経験はありませんか？これまでに部門として目標を掲げていたところであれば、さほど設定は難しくないかもしれません。しかし、私は目標設定というのは難しいものだと考えています。例えば、高すぎる目標や曖昧な目標は、達成するのが困難です。適切なバランスを見つけることが重要であり、それを毎月決まったタイミングで正しく成果を測れるものが目標になるのだと思います。そのため、私は目標を決める時はまず大前提として数値として測れるものを設定します。

もちろん、このお客様でも現場の職員の方を見てみると、目標設定の話について、納得している方もいれば、困惑していた方もいらっしゃいました。その状況を察知した経営幹部の方は続けて、以下の言葉を投げかけられました。

「目標設定をする際には、まず皆さんが病院全体としての目標に対して解像度を高めてほしい。そのうえで、最も大切なことは自分たちの部門の役割が病院において何なのか？を考えたい」

この言葉を聞いて、私は病院の目標という大きな目標に対しては、解像度を上げなければ、部門目標の内容は意味もなく追いつてられるような「やらされ感」に陥ってしまうので、それを避けさせるための良い言葉だなと勉強になりました。現場の職員さんと一緒に同じ方向を向くためには、目に見えにくい経営の構造を読み解き、それを部門等の目の前の目標に落とし込む必要があります。「家を建てる⇒家の壁をつくる⇒レンガを積む」というようなわかりやすいストーリーを現場に示せるように努力していきたいと思う出来事でした。（永戸 涼介）



心あるリーダーの要素～品性の重要性～

皆さんはリーダーシップと品性の関係性について考えたことがありますか。私はリーダーシップにおいて、品性が非常に重要な要素だと改めて実感しています。ここでは、品性は誠実さ、謙虚さ、共感といった特性を持ち、他者を尊重し信頼を築くことと捉えています。

ある組織にてリーダーを務める方にお話を聞く機会がありました。その方は、担当していたプロジェクトの期限直前に重大な問題に直面した時のエピソードを話してくれました。その事案を乗り越える時に品性の重要性を認識されたようです。

その状況に直面した際、まず率直に状況をメンバーに共有し、自分のミスも含めてすべてを話したそうです。また、メンバーからの意見を積極的に受け入れるようにしたようです。厳しい意見も出るような状況ではありましたが、その姿勢を見て、フォローする声も出てきたのだそうです。結果として、何とかプロジェクトを完遂することができたとのことです。その方は、「その場面を振り返ると、辛い部分がなかったとは言えませんが、自分の過ちを認め、他者の視点を取り入れることを意識したことが全員の貢献意欲の向上に繋がったと考えています。」とおっしゃっていました。

このエピソードから学んだポイントとしては、3点あります。それは、自分のミスを含めて率直に状況を伝える「誠実さ」、自分の過ちを認め、他社の意見を受け入れる「謙虚さ」、メンバーの気持ちや状況を理解する「共感」です。これらのことがチームワークを機能させるリーダーシップの要素であると考えます。その方の話を聞いて、私は改めて品性の重要性と、それを磨くための苦悩を感じました。品性を育むためには、日々の行動や習慣が重要です。誠実なコミュニケーションを意識し、小さなことでも正直に話すことが大切です。

品性を持ったリーダーは、組織全体にポジティブな影響を与えます。もちろんメンバーそれぞれが持つことも重要です。私も日々、リーダーシップの取り方について、もがく部分もありますが、品性を意識しながら、より良いリーダーシップを目指していきます。（松永 透）



お客様の視点で振り返る？

私は「人事評価ナビゲーター」という人事評価システムの営業を担当しております。入社してまだ2ヵ月ではありますが、展示会やオンラインでの商談を通して、多くのお客様と会話させていただいております。その中で新たな気づき、大切なことを学ぶことができました。

先日、とある商談においてお客様より「この機能があったらもっと便利なのになんでないの?」「ここはもっとこんな使い方ができればいいのに」といったご質問やアドバイスをいただきました。それに対して私は「たしかにその通りだな」と感じたと同時に「なぜ今までそのことを疑問に感じなかったのだろう」と反省しました。振り返ってみると、それまでは説明する側・提案する側の目線でしか物事が見えておらず、お客様側（使用する側）から見てどうなのか、使いやすいのか、説明がわかりやすいのかを十分に考えられていないことに気づきました。『相手の立場に立って』とはよく言いますが、あくまでそれは『自分が想像する相手の立場』であり、まだまだ「お客様に寄り添えていない」と痛感しました。その商談以降、お客様目線で考えられるよう、日々の行動を見直し、改善に取り組みました。まずこれまで自分の中でスルーしていた「なぜこの仕様がいないのか?」といった疑問に対し、今一度考え、事前に内部で確認することで、より幅広く回答ができるよう準備を進めました。

次に、自分自身の商談中の様子を録画し、見返すようにしました。この動画はまさにお客様からの目線で私の説明を見ることとなり、私の表情、声の抑揚、説明内容がどうなのかを振り返る機会となりました。恥ずかしながら思った以上に堅い表情、説明内容の改善ポイントが見つかり、ヒアリングの仕方を見直すこととなりました。

しかし、こうした意識や変化を取り入れた結果、商談でのお客様の表情も和らぎ、「非常にわかりやすく、良いサービスですね」というありがたいお言葉をいただきました。また、会社の想い、背景などについても話していただく機会が増えるなど、お客様の声をより深くお聞きできるようになりました。

自分が思っている自身の言動と相手に見える自分の言動は必ずしも一致するとは限りません。今回は、自身を撮影することで物理的に立場を変えて振り返ることができましたが、ギャップを見つける非常に良い機会となりました。今後も信頼していただける営業担当者となるよう、話し方や声の大きさなど細かな点にも注意を払いながら業務に取り組んでまいります。（白石 雄大）



ハラスメント対策は離職防止対策

最近、「カスタマーハラスメント対策研修」を実施してほしいというご要望を多くいただきます。その背景には、慢性的な人手不足の中でいかに離職を減らすかということが経営における重要なテーマとなっていることが考えられます。「従業員を理不尽な要求から守り、働く環境を改善すること」は離職率の低下に影響を与えるため、事業所内のパワーハラスメントへの対応・防止だけでなく、カスタマーハラスメントへの対応・防止に取り組む必要があります。

厚生労働省の「令和5年度職場のハラスメントに関する実態調査」によると、医療・福祉業界は他業界と比べても相談件数が多い状況です。医療・福祉業界は、患者・利用者や家族の要望にどこまで応えるかの線引きが難しく、担当者が一人で抱え込んでしまうケースも少なくありません。カスタマーハラスメントに対し、適切な対応を行っていくためには、個人、チーム、組織の3つのレベルで考える必要があります。以下にそのポイントを記載します。

【個人レベル】

問題発生時の迅速な報告、コミュニケーションスキルの向上、毅然とした態度が重要です。

【チームレベル】

情報共有やバックアップ体制の整備が求められます。

【組織レベル】

マニュアルの整備、従業員教育、経営層の明確な姿勢表明、地域連携の推進などが効果的です。

医療・福祉業界は、そのサービスが人命や生活そのものに関わることから、従業員が我慢して受け入れるという対応になってしまいがちです。個人、チーム、そして組織全体で取り組むことで、利用者との信頼関係を維持しながら、現場の安心感を高められます。（馬渡 美智）



日本経営トピックス

部門間を超えた会議

先日、福岡にて社内の「HRサミット」が開催されました。

※HRとは、Human Resourceの略称で、「人的資源」「人材」を意味します。人材管理だけでなく、採用・育成・異動といった人的資源を軸とする幅広い仕事を指します。

今年度から事業部制となり、福岡支社内でも、組織人事コンサルティング部と人事評価ナビゲーター事業部に分かれて、より効率的に成長や利益を追求できる体制となりました。一方、特定の分野に特化することで視野が狭まってしまう可能性も懸念されます。そのため、我々は意図的に部署間の「超連携」の機会をつくっています。今回は、お客様の人事に携わる領域の「超連携」を図るため、「HRサミット」を開催しました。

【HRサミットの目的】

- ① 技を磨く：組織人事コンサルティング・提案営業の好事例を1例ずつ共有
- ② 幅を広げる：当社のHRサービスについて理解を深める
- ③ 関係を深める：当社のHR関連サービスの相互連携

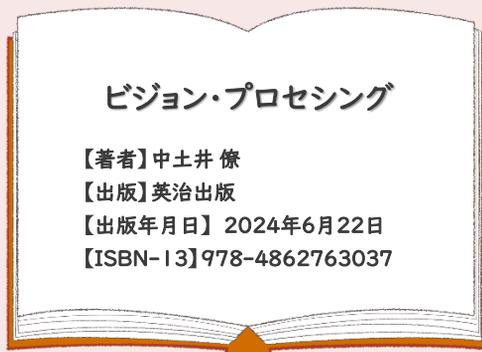
弊社のフィロソフィのひとつに「個人の限界を組織の限界にしない」というものがあります。今回の取り組みはまさにそこに通ずるものです。

（以下フィロソフィより引用）あらゆる課題に対して対応できる専門家が集い、切磋琢磨し、個人の能力を高めつつ、さまざまな経営課題に向き合っていくことに我々の存在意義があります。一人でやる仕事には限界がありますが、専門家が集えば、対応する範囲やレベルは格段に上がります。

これからも世の中から必要とされる組織であり続け、複雑化する課題に組織として向き合ってまいります。

（濱田 成美）

今月のBOOK REVIEW



ビジョン・プロセッシング

【著者】中土井 僚

【出版】英治出版

【出版年月日】2024年6月22日

【ISBN-13】978-4862763037



私たちは、まだ現実に起こっていない「未来」とどのように向き合っていくべきか。昨今はVUCAの時代とも言われ、私たちは予測のできない環境変化に多くの影響を受けている。本書の筆者は、このような環境変化を「すべてを知ることができない人間の『認知の限界』とすべてに対応する能力を持ち合わせていないという『認知の限界』を超えて起きるもの」としている。

組織で一枚岩となって力を合わせていくには、目的・目標の共有や計画による見通しの明るさが必要な一方で、このような目まぐるしい環境変化のなかでは「まず、行動」することも必要であり、それを可能にする「未来」への新しい向き合い方のヒントをくれるのが本書となっている。

そして、その未来への向き合い方を筆者は「ビジョン・プロセッシング」と呼び、「いかなる環境・状況であろうとも、自分自身や周囲の主体性と創造性の開放を可能にする姿勢と手法」として紹介している。ただ目の前にある問題を処理する場合、私たちは「望んでいないこと」を取り除こうとし、一方で創造する場合は、「本当に大切にしていること」を存在させようとするそうだ。この「『本当に大切にしていること』を存在させようとする」ことこそが、ビジョン・プロセッシングの核となる原理になっている。

コンサルティングの支援において、役職者の方々に法人や各部署のビジョンを考えていただくことがある。多くの方は「コストの削減」や「人材の確保」など、目先にある問題の解決策はすぐに思いつくが、何かを創造するためのビジョンを描くことには頭を悩ませている印象を受ける。

そのような時に「『本当に大切にしていること』を存在させようとする」姿勢が重要になるのだと思う。「本当に大切にしていること」を明確にするにはどうしたら良いのか。本書では、センゲの「深い目的意識」と繋がるための問いかけを紹介している。

- ・私たちはなぜここにいるのか？
- ・世界をより望ましい場所にするために、私たちは何を創り出そうとしているのか？
- ・もし私たちがいなくなったら、誰がどんなふうに関わるだろうか？

そして、その答えを出したうえで、それを「存在させようとする」ことが必要となる。「存在させようとする力」が乏しければ、描いたビジョンも時間の経過とともに形骸化してしまう。そのために、さまざまな検討や意思決定を行う際はそのビジョンに立ち返るのである。

そのようなビジョンを、筆者は「方向性を示すもの」という意味を込めて「心の羅針盤」と表現している。組織を構成する一人ひとりがビジョンに共感・共鳴している状態であればあるほど、それは「心の羅針盤」として機能し、創造を可能にする。

本書では他にも多くのポイントが挙げられているが、今回お伝えした内容をまとめると、環境変化の激しい中では、組織として「まず、行動」することが必要な側面がある。それを可能にするには「本当に大切にしていること」をビジョンとして描くことで組織の創造性を生み出し、不確実な「未来」と向き合っていく必要があるということである。

今後も、お客様と未来・ビジョンをともに描かせていただくことがあろうかと思う。その際は、お客様が「本当に大切にしていること」に改めて立ち返っていきたい。また、この不確実な「未来」と向き合っていくことは、どのような組織単位（法人・部門・部署・チーム・個人など）においても考えられると思う。「未来」に向き合われているさまざま方に対して、何かのヒントとなれば幸いである。（國友 あき乃）



最新レポートのご案内

トップ方針を代弁する将来人材をどう育成するか？ ～“武者修行”で生き生きしたミドル・幹部を育てる？～

先日、以下のレポートを弊社お役立ち情報で公開しました。

▼ パーパス実現のための従業員マーケティング ▼

<https://x.gd/VdR9e>



今回は、上記レポートで触れた“トップ方針をミドル・幹部に代弁してもらおう”という点について論考します。詳しくは、右記のURLもしくは二次元コードよりご覧ください。



執筆者
太田 昇蔵

記事はこちら



<https://x.gd/tCbWfn>

福岡コミュニケーションレターをご覧いただきましてありがとうございます。

「福岡コミュニケーションレター」は、福岡支社の社員が
日本経営の考え方や実践をご紹介していくものとして、
セミナーや名刺交換などでご縁をいただいた皆様にお送りしています。
日々の気づきやお役に立てる情報ですのでご笑覧いただけましたら幸いです。

株式会社日本経営 福岡支社

〒812-0016

福岡県福岡市博多区博多駅南1丁目10-4 第二博多借成ビル7F

TEL:092-409-4466 FAX:092-409-4588



バックナンバーはこちら

<http://bit.ly/3eP3fL7>



ご感想



<https://forms.gle/5mLPnLsm8d9VVBHu7>



郵送停止・Web配信への切り替え



<https://forms.gle/vZbFMrmMXEP59sf59>