

COMMUNICATION LETTER

歴史の重みと環境に合わせた変化

2025年に入り、4月が年度初めとなる多くの事業者様では、1年間の振り返りを行うとともに、次年度の方針や計画を策定する動きが活発になっています（本記事は5月号ですが、執筆時は4月初旬）。私の支援する顧客においても、ほとんどの事業者様で同様の動きがあるのですが、最近、複数のお客様の幹部対象の次年度方針発表の場に参加させていただきました。

その中でまず気づいたのが、各事業にとっての歴史の重みでした。参加したのは、創業数十年の顧客、創業100年を超える顧客の方針発表の場でしたが、発表の前段でそれぞれの事業の歴史を振り返る場を設けていただきました。経営トップや役員の方々は、何度か発表内容の擦り合わせをしますが、やはり当日はアドリブを含めたいろいろな歴史の裏話も加わり、聴いている幹部スタッフもその懐かしさや歴史の深さに非常に興味を持たれていました。私自身も、まだまだ知らないことが多くあり、当該顧客への理解が深まりました。

どこで、どんな方々の願いや援助があって、どんな想いで創業されたのかということは、多くの事業者様にとって事業規模が大きくなり、サービスの展開が拡大しても、大事なことなのだと思います。弊社もグループ創業60年が近づいてまいりましたが、創業時から、事業拡大をしてきた現在までの歴史や、理念などが変遷してきた事情などを創業者や役員から度々、講話を通じて教えていただくことがありましたが、それらの大事さが近年はより深く身に沁みてきています。

そして、この歴史と同じくらいに、次年度方針決定に重要な前提があります。それは時代や環境の変化に合わせた変革です。ある法人の理事長は、占星術における『風の時代』の話を参考に、従業員の皆様に、トップご自身の変化の必要性和、組織全体での変化の必要性を伝えられていました。実際に変化・変革を実現していくには大きな労力がかかりますが、方針発表に参加したそれぞれの顧客においてもトップの覚悟が十分に伝わる発表となったと思います。

方針発表を行うには多くの検討や準備が必要ですが、それを実行に移すことはさらに多くの方々の協力と時間を要します。弊社の支援により、これからの変革がスムーズでより早期に実現されるよう、力を尽くしていきます。

ヘルスケア事業部 次長 井上 俊孝

医療機関を中心に、経営分析および戦略策定、事業計画の策定、経営改善支援に従事。2014年より、新病院建替え支援などの戦略策定業務を中心にコンサルティング支援を行っている。2016年から2018年にかけて、公的病院グループ本部および複数の急性期病院への常駐支援も経験し、現場経験にも基づく支援とコンサルティング支援を提供している。2020年1月に日本医事新報社より「病院建替えの教科書」発刊（共著）。同年には行政と金融機関共催の地域医療構想セミナーの講師を務め、その後地域の実態把握のヒアリングを行い、地域の情勢を踏まえつつ地域全体をみた戦略・施策の検討の支援も行っている。



～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」

熱量

「新規事業を立ち上げようと思う！」

新規事業への投資について、理事長が熱く語られる場面に立ち会うことがあります。年々人件費や光熱費が上がるなど、厳しい外部環境にさらされる中でも、目を輝かせて社会貢献のために未来を前向きに語る姿を見ると、外部のコンサルタントという立場でありながら「ぜひ力になりたい」と強く感じます。もしこれが、「この新規事業に参入すれば、人件費は〇%増加するが、収益が〇%上がるので、今投資しても数年後には黒字化します」と、データだけで語られていたとしたら、興ざめしてしまうでしょう。周囲を巻き込み、事業を動かしていくためには、やはり“熱量”が大事だと、クライアントの話を聞くたびに心を動かされながら実感します。

私は、合理性だけでは人の心は動かないことを、過去の経験から学んできたつもりでしたが、今の自分は熱量をもって語れているだろうか。新製品の開発やクライアント研修など、人の心を動かす必要がある場面では、意識して熱意を込めて話すようにしています。一方で、部下育成においては、なかなか難しいと感じます。これほど面白く、社会に大きく貢献できる仕事でありながら、そのやりがい語ることなく、作業の期日確認や進め方の指示にばかり気を取られてしまっているのです。

人を惹きつける魅力的なリーダーは、自然と熱量や思いを絶えず発信しているのではないのでしょうか。そして、そうした熱意が自然とフォロワーを生み出していくのだと思います。根拠を示すだけでは動かないからこそ、熱量こそが周囲を巻き込み、行動を促す原動力になるのだと感じています。

今後も、自分が関わるすべての場面で、熱量を意識して発信し続けることで、クライアントや仲間を惹きつけ、足し算以上の成果につなげていきたいと思っています。（奥野 香澄）



信頼を築くための仕組み

現在、私が担当しているお客様先では、次期の医療情報システムについて活発な検討が行われています。主担当の方は、病院内で最もシステムに精通されており、技術的な知識に加え、病院運営の実務にも深い理解をお持ちです。私たちの疑問や確認事項にも迅速かつ的確に対応され、その広範な知見には日々学ばせていただくことが多くあります。さらに、意思決定の際には現場の声を的確に反映し、病院全体にとって最適な判断を下しておられる点にも感銘を受けています。

こうした姿勢から、「当事者意識」の重要性を改めて実感しました。主担当の方は、システム導入を単なる業務の一環としてではなく、病院の未来を左右する大きなプロジェクトとして捉え、主体的に関わっておられます。その意識があるからこそ、物事を深く考え、実現に向けて積極的に行動されているのだと感じます。病院の発展に直結するという視点を持ち、自ら課題を見つけ、解決策を模索しながら進めていく姿勢は、非常に示唆に富むものがあります。

私自身も、担当者としてお客様にとって最善の提案ができるよう努めています。そのためには「役割の明確化」と「目標の明確化」が重要です。役割が明確であれば、自分の責任範囲を正しく認識し、適切な判断ができます。また、目指すべきゴールが明確であれば、より高い意識で取り組むことができます。

この経験を通じて、業務を単なる作業ではなく、組織全体にとっての意義を意識しながら進めることの大切さを再認識しました。日々の業務の中で視野を広く持ち、単なる支援にとどまらず、お客様の課題解決に向けて主体的に関わることが、より良い成果につながると考えています。今後も、お客様にとって価値のある支援ができるよう、一層の努力を重ねてまいります。

（乾 遼一郎）



エンゲージメント向上の仕組み化

先日、お客様先で、法人内のエンゲージメント向上に対する取り組みについての成果報告会を行いました。そちらのお客様では、弊社の従業員満足度調査（ES Navigator II）の結果を踏まえ、部署ごとにエンゲージメント向上のための目標を期初に立案し、取り組まれていました。先日の報告会では、その取り組みの成果や次年度の取り組みに関して、他の所属長および経営層に向けて発表いただき、経営層の皆様からは、とても素晴らしい発表だったと、その場で所属長の方々にフィードバックしていただきました。

当日の発表では、所属長の皆様一人ひとりが、従業員満足度調査の結果と自身の部署のあるべき姿をもとに、どんな取り組みを実施されたのかについて、お話しいただきました。さらに、所属長の方々は、自身の満足だけでとどまらないように、適宜部下の方々から取り組みに関するフィードバックをもらっていました。このようなことから、所属長だけではなく、部署全体でエンゲージメント向上に取り組まれていたこともわかり、大変感銘を受けました。また、本取り組みは昨年度も実施していたものではありませんが、今年度はさらに従業員の方々主導で目標内容の確認や進捗報告のステップの仕組み化、各種相談の取りまとめや報告会の企画など、1年間のスケジュールを立て、主体的に動いていただいたことも、今年度の取り組みが成功した要因だと思います。

「エンゲージメント向上」というワードだけ聞くと、かなり抽象的で、実際は何に取り組んだら良いかが不明瞭になりがちです。また、取り組んだ結果、組織にどのような影響がもたらされたかについて振り返りを行わないままだと、取り組みの有効性を確認することはできません。今回のお客様では、アンケート結果を踏まえた具体的な取り組みを立案し、毎月振り返りを行っていました。そしてさらに、従業員満足度調査の継続的な実施による効果測定の流れの仕組み化もされており、私自身も大変多くのことを学ばせていただきました。また、お客様が目指したい組織の姿に対して、どのようなサポートを私自身が行えばよいか、これからも考え続けていきたいと改めて感じました。（椋木 歩）



学び続ける姿勢

「組織にとっての優秀な人材とは？」この問いについて、「常に学び続ける姿勢がある人」というのがよくある回答の一つとして挙げられます。現在、人事制度構築のご支援をしている顧客で、この「学び続ける姿勢」を見事に体現されている方がいらっしゃいます。その方がよく行っていたことは以下のことです。

- ・理解不十分なことがあれば即座に質問する
- ・不明点の中のどの部分が理解できないのか明確にしたうえで意思表示する

さらに驚くべきは、上記の行動を支援期間中ずっと継続されていたことです。この習慣化された行動こそが優秀たる所以なのだろうと感じました。一見、当たり前のように感じる方もいらっしゃるかもしれませんが、経験を重ねていき、教える立場が多くなると、ここまで素直に教えるを乞うことは、だんだんと難しくなっていくものではないでしょうか。多くの場合、立場が上がるにつれて「わからない」と素直に認めることへの心理的ハードルが高くなりがちです。このお客様のような姿勢は個人の成長だけでなく、組織全体の学習文化にも良い影響を与えると考えます。

例えば、質問することを恐れない環境が生まれ、他のメンバーも同様に学びを深める機会が増え、組織全体の知識レベルが向上します。また、理解が不十分な点をその場で明確にすることで、認識齟齬や進行の遅れを未然に防ぎ、結果的に業務の質と効率を高めることにもつながると考えます。

この出来事から、組織にとっての優秀な人材とは、単に知識量の多い人ではなく、常に新しいことを吸収しようとする謙虚さと積極性のある人なのだと気づきました。私自身もこの姿勢を見習い、お客様に対して学びや気づきを与えられるコンサルタントになれるよう、これからも精進してまいります。（堤 大輔）



企業の未来を共に創る

先日、とある建設業界の企業様に弊社の人事評価システム（人事評価ナビゲーター）のご案内をしました。相手は社長で、弊社の評価システムに大変ご興味を持ってくださり、「ぜひ導入したい」とのお言葉をいただきました。

しかし、話を進める中で、現在その企業では人事制度が構築段階にあることがわかり、システム導入と並行して、人事制度そのものの設計についても弊社にご相談いただくこととなりました。人事評価制度は企業文化や経営方針と深く関わるため、単に仕組みを導入するだけでは本来の目的を達成できません。そこで改めて社長とお話しする機会をいただき、企業の将来像や従業員に対する想いについて詳しく伺いました。

面談の中で特に印象に残ったのは、社長が何度も口にされた「従業員のために」「会社の成長のために」という言葉でした。経営者として、単なる利益の追求ではなく従業員が働きやすい環境整備や、従業員の幸福について真剣に考え、それを実現しようという想いが強く伝わってきました。その想いの表れとして、社長自らが一から構築された評価表を拝見しましたが、そこには従業員一人ひとりの成長を後押しするための工夫が詰まっており、非常に細やかな配慮がなされていました。アドバイスをさせていただく立場でありながら、私自身も多くの学びを得ることができました。

このような熱意を持った経営者や企業に対して、我々もそれに見合う知見を深め、最大限の価値を提供しなければならないと改めて感じました。そして、従業員の幸せを願い、会社の成長を真剣に考える経営者を支えることこそ、我々の使命だと強く実感しました。

我々は単にサービスを提供するのではなく、お客様とともに課題を解決し、本気で企業の成長を支えるパートナーでありたいと考えています。そのためにも、お客様の声にしっかり耳を傾け、思いやりの心を持ち、共に成長できるよう努めてまいります。今後も、一つひとつのご縁を大切にしながら、企業の未来を共に創る存在であり続けたいと思います。（木村 将人）



中小企業の成長を支えるために

先日、人事コンサルタントのパートナー様と打ち合わせをする機会がありました。打ち合わせの席で、「このシステムを世の中に広めていきたい」との力強い言葉をいただきました。

私自身、日本の発展には中小企業の成長が不可欠だと考えています。その成長を支えるためには、売上の向上だけでなく、人材の成長や定着が重要です。だからこそ、最適なシステムと制度を提供することが私たちの使命だと強く感じています。今回の打ち合わせでは、私たちのシステムについて「業界最安値でありながら使いやすくシンプルであり、本当に必要な機能に絞られている」という点を高く評価いただきました。また、コンサルティング視点を組み込んだ「効果的に成長につながる仕組み」であることについても評価いただきました。実は、コンサル会社がシステム販売を行うケースは珍しく、だからこそ私たちがこの領域に挑戦する意義があるのだと強く確信しました。「こういうシステムを求めている。本当に現場のことを理解してますね。」という言葉をいただいたとき、私たちが現場目線のお客様にとって最適なシステムを提供しようと努力してきたことが確かに伝わっているのだと実感し、心から嬉しく思いました。

また、その方は「従業員が1名でもいれば評価制度を実施すべき」という考えを持っており、従業員の立場に立った際に「自分はきちんと評価されているのか」「どのようなキャリアがこの先に待っているのか」といった視点が極めて重要だと語っていました。これらの要素は、従業員の成長や定着に大きく影響を与えていると考えています。制度だけでは運用が難しいからこそ、私たちのような存在が必要とされているのだと改めて感じました。実際、私たちが提供するサービスには200を超えるパートナー様が関わっており、「良いサービスだ」との評価をいただく機会も増えています。しかし、それに満足するのではなく、それぞれのパートナー様、その先にいるお客様にとって本当に価値のあるものを創り続けることが重要です。私はこれからも現場の声に耳を傾け、本当に価値あるものを追求し続けます。（森田 敬太）



組織を変えるならば、情熱を伝染させよ

皆様はどのような瞬間に熱い気持ちになりますでしょうか。キッカケは人それぞれでしょう。例えば、語り手の放つ情熱を五感で受け取り、自分自身の気持ちも熱くなるようなことがありますか？熱をもって授業をする教師と接した生徒は勉強に対してポジティブになるという研究結果があるように、人の情熱は伝染します。この伝染する情熱は組織を変えていく力があることを目の当たりにしました。

通年で管理職研修を実施したお客様での話です。企画担当の方と練りに練った研修を管理職の皆様にご受講していただきました。初回、参加者の研修への関心は決して強いものではありませんでしたが、研修直後は参加者の目にも少し火が灯ったような気がしました。しかしながら、そんなに甘い話はなく、研修を終えて職場に戻ると、もとの状態に戻ってしまいました（後日、企画担当の方から連絡がありました）。そして、2回目の研修の日です。研修が始まる20分ほど前、私が研修の準備をしていると、企画担当の方が駆け寄ってきました。「前回の研修の内容を私なりにまとめたんです！見てもらえませんか？」資料に目を通すと、私が話した内容を要約してきれいにまとめていらっしゃいました。驚くことに担当者の方は、この資料を全社に展開され、現場でも研修の内容が話題にのぼるように社内報として配布したり、フォロー講座を企画担当者の方で開催したりしたと言うのです。こちらの企画担当者の方の情熱と行動が、組織の変化を加速させていきました。参加者の姿勢も回を重ねるごとに変わっていくことが感じられました。企画担当の方とは、頻回にコミュニケーションをとりながら作戦を練って取り組んできました。コンサルタントとして外部から刺激を与えることも大事だと思う一方で、社内に変革の推進者たる熱量の高い人材がいることも大事だとしみじみと感じました。

同じ会社の一員が熱心に取り組む姿を見た時に「自分と似ている」と思うと、その情熱は伝播します。これは、「情熱（動機・やる気）」が伝播する際の「類似性」と呼ばれる影響要因に似ていると思います。組織における様々な要素が、うまくピースにはまった瞬間に組織の変化は加速度的に進むものだと思えました。そして、そのきっかけは一人の人の情熱であることに感動しました。（玉利 裕希）



業務効率化ではなく、企業の成長支援を求める

私は人事評価ナビゲーターという人事評価のクラウドサービスの営業をしておりますが、最近、お客様のニーズが変化してきていると感じています。従来、お客様が求める人事システムの中心は、主に「勤怠管理」「給与計算」「シフト管理」など、日常的な人事・労務の関連業務を効率化するためのツールが中心であったように思います。しかし、近年は、顧客の要望も大きく変化し、より戦略的な人事管理に焦点を当てたニーズが増えているように感じます。こうしたニーズをお持ちのお客様が検討することの一つに「人事評価」があります。人材育成などの目的で運用される人事評価制度ですが、その運用の負担は決して小さくありません。そのため、本来は有効活用されるべき人事評価制度が、かえって手間を増やしてしまっていることもあります。従業員一人ひとりのパフォーマンスを最大化させたい、会社とのベクトルを合わせたいなど、企業を成長させる上で、経営者の悩みは尽きません。この悩みを解消するツールとして人事評価制度は有用ですが、この有用な制度も運用されてはじめて効果を発揮します。私たちは、運用の負担軽減を図り、持続可能な人事評価制度運用を支援するために人事評価ナビゲーターを提供しています。運用負担の軽減は、人事評価制度の効果を高め、結果的に企業の成長促進につながっていると思っています。

しかし、企業が成長するためには、運用の負担の軽減だけでは足りず、人が制度に対して、適切な知識を習得して活用してもらうことも大事だと思っています。そこで、人事評価ナビゲーターでは、ユーザー限定の会員サイト「ナビクラブ」をスタートしました。そこでは、「目標設定研修」「評価者研修」「フィードバック面談研修」などの動画を視聴することができます。業務効率化だけでなく、人事評価制度の運用を経営的な視点で支えることが私たちが提供できる価値の一つだと感じています。（阿部 優平）



医師の評価と利益の関係性

先日、医師に対する人事評価結果を決定する人事評価判定会議のご支援を行いました。こちらのお客様では医師に対して、看護職やコメディカル職などの多職種が多面的に評価を行う制度を運用されています。その会議の中で、各診療科の医師に対する評価と、診療科別に算出した収益データを照合したところ、興味深い傾向が浮かび上がりました。それは、多面評価の平均点が高い診療科ほど、共通経費（設備費や人件費など）を除いた最終利益率が高く、平均点が低い診療科は最終利益率が伸び悩むという傾向です。特に、3人以上の医師をマネジメントする診療科において、その差が顕著に現れていました。

多面評価で高得点を得る医師グループの特徴をさらに分析すると、「マネジメント力」、「他職種連携」、「規律遵守：決められたルール・期日を守っているか」などの項目で特に高いスコアを得ていることがわかりました。これらは、単に臨床技術を問うだけでなく、チーム全体のパフォーマンスを引き上げる指標として設定していますが、これが示唆するところは、円滑なコミュニケーションや規律遵守を徹底することで組織としての成果が実現しているということだと考えられます。

このことから、医師一人ひとりの協力が、組織全体の収益に大きな影響を及ぼしますが、単に個々が高い能力を持っているだけではなく、その方々をまとめあげ組織化するマネージャーの存在が成果に影響を与えているのだという結論が導き出されました。よく、診療科は会社で、医師は社長のようなものと例えられることがありますが、まさに一人親方ではなくリーダーとして影響力を発揮できる科が組織を成長させるのだと思います。今後、多面評価と財務指標をよりリンクさせ、診療科ごとの特徴を的確に把握することで、病院全体の経営向上につなげたいと思います。（福田 洗）



氷を溶かす

かつて好調だった病院経営も、近年の環境変化によって厳しい局面を迎えています。例えば、診療報酬改定や人材不足、物価高騰などの様々な要因が経営を圧迫しています。しかし、過去の成功体験が強く残る病院では、従来のやり方を変えることができず、悶々としたまま、改革が進まないがケースが多いと最近感じています。

現在私が支援している病院も、管理職以上の方々にヒアリングを行った際に「以前はうまくいっていた」という発言が多く、変化を嫌う気持ちが根強く残っているように感じました。このように、現状の経営課題を認識しつつも従来のやり方を変えられず、抜本的な改革を先送りにしてしまっている病院が多くあると感じています。従来であれば、初回から厳しい提言を行うことはあまりないのですが、私は組織の氷（凝固固まった考え）を溶かすために、初回の報告会でかなり厳しい提言をしました。実際に報告会に参加された方々においては、想像以上の厳しい提言だったためか、悲観的になる方もいれば、反発される方もおり、当日は様々な感情が入り混じる混沌とした報告会となりました。

ただ、混沌とした報告会にはなったものの、報告会に参加された方々の課題認識は明確となり、なかには「厳しい言葉をありがとうございます。もうやるしかないですね。」という前向きな発言もありました。私自身も、報告会を通して、明らかに職員の方々の目の色が変わり、一丸となった感覚がありました。

このような経験を通して、私はコンサルタントの価値はここにあるのではないかと改めて感じました。お客様は既に課題があることは認識し、どのように解決に向けて取り組めば良いのかも、ぼんやりとでも把握していることが多いと私は考えます。しかし、その課題の大小や改善のインパクトを適切に示し、優先順位を付けて取り組むこと、そして取り組む際に付度をせず、時には同じ組織に属する仲間と厳しく指導することは実際にその組織に属している人間だけでは難しいと考えています。

私自身、経営状況が良くなり、より多くの患者様や職員の方々を幸せにしてほしいという強い思いがあります。病院経営が厳しい状況下にある昨今、少しでも多くの病院を明るい未来に導けるように、今後も信念を持ってコンサルティングを行ってまいります。

（加古 颯馬）



今月のBOOK REVIEW

なぜ「若手を育てる」のは今、 こんなに難しいのか

【著者】古屋星斗

【出版】日経BP 日本経済新聞出版

【出版年月日】2023年11月25日

【ISBN-13】978-4296115037



本書は、様々な組織で課題となっている若手の育成について、その背景を筆者の独自調査やヒアリングから考察し、職場の在り方や部下との関わり方について述べている。

近年、「Z世代」という単語がニュースなど世間で多く聞かれるとともに、Z世代の育成の難しさについても注目されるようになった。私自身も、2024年に新卒で日本経営に入社し、コロナ禍以降の職場環境で入社したZ世代であるが、入社後の自分と照らし合わせると、世間の「Z世代像」に違和感を持つことがあった。そこで、職場におけるZ世代の特徴を理解するため、Z世代の育成について論じる本書を手にとったものの、本書では第1章から「Z世代らしさは存在しない」と断言する。驚きつつ読み進めると、Z世代は全く違う志向をもった者が混在している世代であり、「Z世代の価値観は二極化している」ということが「Z世代らしさは存在しない」ということを指しているとわかる。本書では、このZ世代の価値観の二極化について、5項目の選択回答によるアンケート調査の結果から「どちらでもない」という中間回答が若い世代に極端に少ないことから考察している。そして、この価値観の多様化は、「Z世代はこうだからこう育成しよう」という平均値的な部下育成のアプローチの効果が乏しくなっていることを指すと述べる。

また、「若手の考えや言動が自分たちのときと違いすぎて理解できない」という上司の悩みに対し、「法整備によって職場環境が大きく変化している」という若者の取り巻く環境に注目すべきだという。働き方改革に関連した様々な法整備により労働環境が大きく変わり、社会情勢は「ゆるい職場（若手の期待や能力に対して、著しく仕事の質的な負荷や成長機会が乏しい職場）」へ移行を推奨している。この動きは今後も加速し「きつい職場」へ戻ることはないことが予想されるため、現在の職場環境での適切な若手の育て方を探るべきとし、「質的負荷の高い仕事を、いかに量的負荷や関係負荷なく与えるのか」という問いが若手育成問題の本質とした。この若手育成問題に対し、職場環境の在り方について「キャリア安全性」の観点から述べ、上司の部下との関わり方について部下が自身の挑戦に向けて一歩踏み出す機会を与えることの重要性を中心に論じられている。

本書は、Z世代の育成に悩む役職者以上の方のみならず、Z世代とされる若手の方にも読んでほしいと感じた。本書のような「職場における若手」を論じた本を通して、組織の中で若手がどう見られているのか、上司側の目線に立って自身の行動を振り返ることができる。

また、自分を上司側の目線で見るということは、上司の課題感や思考を知ることでもある。本書では、Z世代の価値観の一概に言えないことが指摘されていたが、部下と同様に、上司の考え方や行動も一括りにできるものではない。しかしながら、上司の自分に対する日々の言動や指導の背景にある思考や課題感に目を向けることができる。本書の中で、Z世代は今までと職場環境が大きく違うという、Z世代の価値観の背景にある環境に着目するべきという主張があるが、上司のみならず部下もまた、上司が今まで過ごしてきた職場環境を知ることができないからこそ、組織の歴史や上司の新人時代の話聞いてみるなど、組織内におけるコミュニケーションが大事になるのだろうと思う。

ただ「相手の職場環境をどう知るか」という具体的な方法を考えるだけでなく、まずは組織が目指す姿（理念や方針など）をしっかりと確認し、その理想を実現するためにどのような関係性やコミュニケーションが必要なのかを見極めることが肝要だ。それに沿って上司と部下がお互いを理解しようとする姿勢と、歩み寄る姿勢を大切にしながら、所属する組織やメンバーに合った実現方法を模索できると素敵な組織になるのではないかと。（針尾 朋花）



日本経営トピックス

ウィークリーメッセージ

皆様の職場では、経営層から従業員へ向けたメッセージを定期的に配信されていますか？

弊社では、社長や役員がウィークリーメッセージと題して、毎週1回、メッセージを、自社開発の動画プラットフォームで発信しています。これらのメッセージには、会社の実績や最新トピックスなど、重要な情報が含まれているため、私が所属する人事評価ナビゲーター事業部では、このウィークリーメッセージの重要性を認識し、配信案内が来たらすぐに視聴することを徹底しています。また、この習慣は義務的な行動ではなく、会社の方針を理解し全社的な方向性を把握するための大切な機会と考えています。

ウィークリーメッセージは、全国に点在する従業員の間で情報を統一し、会社の現状を共有する貴重なツールです。これにより、全従業員が同じ方向を向いて業務に取り組み、組織の一体感を醸成できます。

こうした経営層のメッセージを定期的に確認することは、目の前の仕事の遂行だけでなく、共通の情報を共有しながら、より効果的に目標達成へ向けて協力し合う環境をつくるための重要な取り組みだと感じています。（小島 滉大）



第1回

委託費の値上げ
実態調査

2025
3・26
水



2025
5・16
金

●●●●

経営判断に役立つ統計データに仕上げてフィードバックします！

協 力 病 院

実
態
調
査
日本最大の



を募集しています！



<https://x.gd/KewCE>

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 第二博多偕成ビル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>