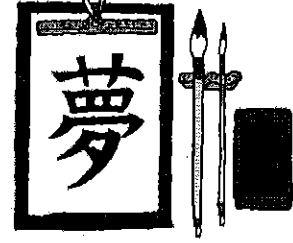


新運心 伊-鳥

「徳のや 春の先どり 新」
7ヶ月のテーマ

自覚

トップの自覚が 社風をつくる



え・たむらかづみ

A 社内には、いつも沈滞ムードがはびこっています。朝

の挨拶は、小さな声で元気に欠け、一日のスタートである朝礼も、やったりやらなかつたりです。

商品の在庫や売掛金は増える一方で、新規開拓も思うように進みません。業績はみるみる悪化して、あわや倒産寸前までに追い込まれていったのです。

A社の社長は二代目でした。現場体験が少ないため、現場の全体像を把握できず、的確な指示が出せずにいました。社員の間に社長への不信感がつり、次第に活気を失っていったのです。

これでは、経営者失格の烙印を押されても仕方がないでしょう。経営者は、全社員の生活を守っていかねければならないのはもちろん、お客様の幸せも背負っています。そのことを考えれば、まずトップとしての使命を自覚しなければなりません。

「全責任はおれが持つ。思い切つてやってくれ」という度量に欠けていたことを反省したA社長。

経営者としての自覚と責任を持つて、自社の活性化のために、次の事柄に取り組んだのです。

1. 経営者としての方針を明確に打ち出す。

2. トップと幹部・社員の歯車が噛み合うよう、風通しをよくする。

3. トップ自身が率先垂範して、実績を積み重ねていく。

会社の体質を改善するには時間と根気がいります。一朝一夕にできるものではありません。A社長は、右記の三点を日々肝に銘じ、徹底して実行することで、躍動する社風をつくり上げることに成功していったのです。

企業の繁栄は、お客様や取引先地域社会の支持を受けてこそ成り立ちます。地域の活性化を願って、経営者自身が「わが社は何のため
に仕事をするのか」と問い直し、自らの立場を自覚すれば、疎かな生き方はできないという気持ちになるはず。そうしたトップの姿勢は、そのまま社風に現われる
ものです。

M社は、就職情報誌を発行し、

地元企業の人材採用と販売促進に貢献しています。M社長の経営理念である「読者第一主義」に基づいて、業務を展開しています。

「価値ある情報だからこそ、一人でも多くの読者に手にしていただきたい」との思いを貫くために、掲載企業を徹底的に調査します。

たとえば、企業から求人広告掲載の申し込みがあると、まず業種・職種を慎重にチェックします。社会的に問題があるとされる業種・職種については、丁寧に掲載を断っています。

広告料欲しさに無条件で載せるようなことは絶対にありません。社員が皆「読者のためにならない」と判断すれば掲載を断る」という信念で、業務に当たっています。

そうした姿勢から「正確で信頼のおける情報」との評判を得て、着実に読者層を広げています。

「お客様のため」「人のため」を常に念頭に置き、社会の役に立つことを喜びとする、倫理経営に根ざした企業が生き残っていく時代なのです。