

## 会社の方向性と目的を伝えるレベルで言葉にしていますか？

一般社団法人日本経営士会会員  
株式会社心楽コンサルティング  
想いとお金の両立パートナー 出口経尊  
<http://shinraku.biz>

早速質問ですが、【行き先】と【目的】が分からない船にあなたなら乗りますか？船でなく他の乗り物でも構いませんので、想像してみてください。

おそらく、殆どの方が『乗らない』という答えを出すのではないのでしょうか？出口ならとても不安になるので乗りたくないです。

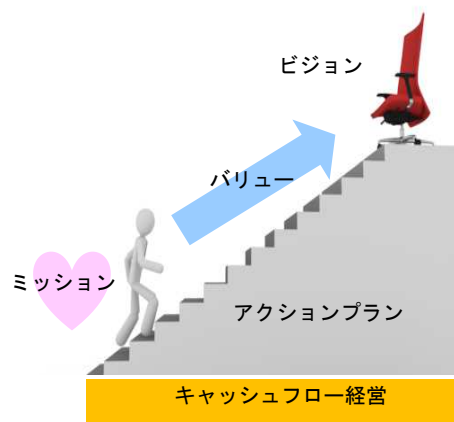
なぜ、このような質問をしたかと言えば、会社も船と同じだからです。ただ、会社のように物が大きく、数年単位の長い期間になると行き先と目的を明確にできない、もしくは分からないまま進んでいる光景をよく見るからです。

最近だと、事業報告や計画を自社内で発表する会社が増えていると感じます。これにより会社の行き先と目的を全社員、船だと船員に示すことで、どこが認められたのか、どこを改善したらいいのか、これから何を努力すればいいのかを理解してもらうことができます。さらに努力によって生まれた成果がどのように還元されるかを伝えることも大切です。結局、人は一番興味があるのは【自分事】です。つまり【会社事＝自分事】にする必要があります。ところが、多くの場合【会社事＝社長事】になっているため、言っているけど伝わっていない現象が起こりがちです。これは立場の違いから生まれるギャップがあるからです。

そのギャップをゼロに近づけるには、まず会社の行き先、つまり方向性と目的を伝えるレベルで言葉にする必要があります。もし、方向性や目的が違う者が集まれば個々の能力がいくら高くてもチームとして勝ち続けることが難しくなります。

ちなみに、タイトルにある【会社の方向性と目的を伝えるレベルで言葉にしたもの】を漢字2文字で表したのが【理念】です。理念の定義は様々なので図を用いて整えると、ミッション（目的）、ビジョン（目標）、バリュー（価値観、行動指針）の3つで構成されています。その中で社員に關係するのが日頃仕事で大切にしていることを自分達の言葉で表したバリューです。バリューに沿って、顧客、仲間、家族、仕入先、地域など、全ての利害關係者（ステークホルダー）の満足を追究することで、会社や自分達のビジョンを実現する考えです。

理念は作ることも大事なのですが、浸透こそが本当の始まり。普段の会話も同じですが、伝えるレベルで言葉になっているのか、ぜひ意識してみてください。



以上

