私たちの道

―― MC WAY を感じる ――

～業界も「ゆでガエル現象」:「『そのうち・そのうち』で日が暮れる」～
～「不健全な不安感」でいっぱいになっていないか？～
～不足しているのは『健全な危機感』である～

【私たちは何のために存在し、何を志しているのか？仲間はなぜその仕事をしているのだろうか？】

1.「よくある事例」から

❶『再生（短期業績回復）』すれども、『再建（持続的成長）』はしていない
●「再建」とは、倒れている企業（人）を助け起こし、自力で歩けるようにし、やがて走れるようにする
●【「いまだけ」「金だけ」「自分だけ」（3だけ）】では決して成功しない
●「信頼感」に働きかけるものは、「経営姿勢」や「日々の社員の行動」である
❷人は「論理」で説得されるが、「カンジョウ（感情と勘定）」で動く
●「論理」は“筋道”／「感情」は“気持ち”／「勘定」は“損得”
●ピンチのときに「集団」は結束し、『チーム』になる
●ピンチのときに「去る人」と「残る人」がいる

2.「MC業務」を「理（すじ道・数字）」と「情（精神・心）」で考えてみる

～「3つの症状」の診察と治療：『総合診療医』としてのMC
～「❶入口」から「❷事業・業務」「❸組織」を通って「❹出口」まで
❶「理」中心で検討→❷「理」「情」のバランスで検討→❸「情」中心で検討
➡❹【生涯お客さま化】
❶「入口（業績）」：『数字・すじ道』による把握→【『表因』の把握→業績（短期・長期）の改善策】
❷「事業・業務（身体）」：『真因』の把握→【「業務プロセス（効率性）」の改善・「構造（ビジネスモデル）」の改革】
❸「組織（精神・心）」：「経営者の『WAY（魂など）』」を組織に注入、エンゲージメント向上
人事組織改善、「いい企業文化」づくり【「企業文化」とは、『全社員の習慣の総和』】
❹「お客さまと一生のお付き合いをする」という視点で考える
「お客さまを追う」のではなく、「お客さまが追うものを追う」ということ
「お客さまに関心を持つこと」と「お客さまの関心に関心を持つ」ことの違い

3. なぜ WAY が大事なのか？

●WAY とは「経営者の理想・魂・倫理観」を見える化したもの
「異なった価値観」を包含し、「幅の広さ」と「奥行き」が必要／外国人の心にも響く
●生きた WAY は、『仕事の道具（BusinessTool）』
「理念」から「戦術」まで一気通貫／企業の方向性＝理念→目標→戦略
「WAY」と「人の行動」が一体化している【言行一致】：行動規範、判断基準
「高い倫理観」は「組織風土」に影響し、「社風」となり、「いい企業文化」をつくる

4. 私たちに必要なのは「これからどうなるか」ではなく、「これからどうするか」だ

●「今日の私たち（自分）」は、「昨日までの私たち（自分）」の結果である
●『将来の私たち（自分）』は、『今日からの私たち（自分）』の結果である

2020 年 11 月