

# 私たちの道

## MCWAYを感じる

数字の経営（マネジメント）から  
言葉・心の経営（マネジメント）へ

## 1. 関与先での事例より

### ①建設業（年商 15 億円）

- ・ MC 関与後、業績は大幅に改善。
- ・ 会社の雰囲気が良く、会社が良くなるための問いが自然発生している。
- ・ 代表者は寡黙な人だが、自分の言葉で価値観やありたい姿を言語化し、社内で共有。

### ②建設業（年商 50 億円程度）

- ・ MC 関与後、一旦業績は改善するが、直近の決算で大幅な最終赤字を計上。
- ・ 会社の雰囲気はあまり良くなく、危機感がなくて他責の発言が多い。
- ・ 新しい仕組みや枠組み（改革 PJ）についても実行されないことが多い。
- ・ 代表者は、柔和な人柄でコミュニケーションをしっかりと取れる方。但し、会社をどうしたいのか、自分がどうありたいのか、を言語化できていない。

→ 両社とも MC の支援内容に大きな違いはないが、①の会社とはパートナーのような関係性が築けている。

②の会社はコンサルタントとしての関係性のまま。

→ ①と②の違いは、私自身が経営者のミッション、ビジョン、バリューを引き出し、共感できているかどうか。

## 2. 人、組織を動かすために私自身が心掛けたいこと

- ・ 組織やビジネスは人が原点であり、人が動かすもの。
- ・ 人は論理によって説得され、情によって動く。数字やロジックは重要であるが、それだけでは人は動かない。
- ・ 専門的な機能や知識を提供して終わりではなく、何よりもまずは相手のことを理解し、共感と尊重をした上で、行動を促していく言葉やビジョンを大事にする。
- ・ 相手の大切にしている価値観（心）が分れば、議論が深まり、行動につながる。  
→ 相手の感性や共感を引き出すコミュニケーションが重要
- ・ 日ごろから鍛錬し、共感力 = 人間力 × 論理力 × 対話力を磨いていく。