

私たちの道

—— MC WAY を感じる ——

～「目」の大切さ～

1. 経営者との会話から

- ・ A 社社長：「3 年後には、売上 ** 億円、従業員 ** 人にし、10 年後には●●の世界を実現させたい。」
→右肩上がりの成長企業で“ありたい姿”が明確。一方で、その“ありたい姿”を実現するためには、顕在化している課題も。
- ・ B 社社長：「やるべきことは分かりました。X 取締役と協力して進めていかないといけないが、彼とは意見が合わなくてねえ ...。」
→再生フェーズにある会社で背水の陣ではあるが、社長は現実を見据えて前向き。実行面で不安を抱えている模様。
- ・ C 社社長：「コロナ禍がなければ ...」「レポートのこの表現を変えて欲しい」
→再生フェーズにある会社、当事者意識に欠け、枝葉末節にこだわって、大きな流れが見えていない様子 ...。

2. 会話からの気付き

業種、会社のステージ、会社規模、経営者のタイプ、等々もちろんさまざま。

- ・ そうした十人十色のお客さまの現状を把握していく時、3つの目（鳥・虫・魚、視座・視野・視点）は大切。
- ・ ただ、お客さまを見るとき「目」だけではなく、お客さま＝経営者の3つの「目」になることが、私たちには求められている。
 - ・ 「枝葉」ばかり見ている C 社社長には、「森」を見せてあげること。大きな流れを説明すること。
 - ・ 大きな「森」を見ている A 社社長には、足元で顕在化している課題を解決していく（片っ端からではなく、何の課題を優先的に取り組むかが大切）。そして、森を作るためには何が必要か共に考える。
 - ・ B 社社長には、悩みを共有し、同じ目線で取り組む（もちろん時には客観的に、視座あげて）。

3. これから

- ・ 視座・視野・視点を意識して、柔軟に対応していくことが大事。
- ・ もちろん経営者も会社の舵取りをしていくなかで、同じことを意識しているはず。
- ・ ただ、人間誰しも、足元が見えなくなったり、先が見えていない状況に陥ることもある。
- ・ そんなときこそ、私たちが「目」となり、寄り添っていくことが価値や信頼につながる。