

# 1：経営理念の明確化と浸透のために

経営理念のある企業は少なくありません。しかし経営者自身がちょっと気に入っているというレベルでは社員には伝わりません。それを組織の内外にしっかり浸透させ、経営の武器として活用している企業は実はたいへん少ないのです。

また経営理念がどんなに素晴しくても、従業員をはじめステークホルダーである顧客、株主、取引先など企業の繁栄、存続を支える人々に伝わってなければ意味をなしません。実践で示し評価も見えるようにすることが大切です。

メンバーの中にも「クレド」という形にして社員に携帯させているところがあります。「クレド (Credo)」とは、ラテン語で「志」「信条」「約束」を意味します。経営理念を示し、自社の存在意義やビジョン、行動指針など、経営の価値観を形にしたツールが「クレド」です。

## 経営理念のつくり方の参考に

経営理念は、会社経営の根本の考えをさします。「何のためにわが店は存在するのか」を明確にした会社の哲学です。

「経営理念」はさまざまの言葉で表現されます。たとえば、社是、社訓、綱領、精神、信条、企業理念、行動指針などです。どのような言葉で表現されようとも、顧客へのお役立ちの精神であることに変わりはありません。老舗によっては明文化されていなくても、商人の当然の行いとして独自の文化となって継承されている場合もあります。

しかし、お役立ちに関わる根本的問題であり、現場での実践に役立てるためには、誰にも理解できるよう明文化しておきたいものです。必要な項目として顧客、社員、株主、取引先、関係会社、社会などに対する、店の責任、信条、行動指針などです。要約すると次の10項目です。

## 【経営理念10のチェックポイント】

- ①経営者の人生観、哲学、生き方に根ざしている
- ②経営者が自ら日常的に実践している
- ③社員はもとより仕入先、関係先の方々に共感していただける
- ④社員が日常の仕事のなかで心のよりどころにできる
- ⑤理念を日常的に実践することで社員が成長することができる
- ⑥事業目的である顧客の創造につながる
- ⑦商人としての感謝と奉仕の精神が明確である
- ⑧経営理念の実践は収益の向上に結びつく内容である
- ⑨生活者の生活向上、地域、社会の発展に貢献できる内容である
- ⑩自然の摂理、新しい社会の規範に合致している

「JMG」メンバーの（株）ハナジマさんでは「ハナジマへ来てよかった」が同店の経営理念です。シンプルで、分かりやすい理念です。これは時代を超越して生き残る理念です。実に分かりやすい名文です。同社の社長の人間性、商人哲学、販売思想のすべてがこの一文に含まれているように感じます。同店の優れた点は理念を現場で実践し続けているところです。

90年代のバブルの崩壊、2000年代のリーマンショック、2010年代のネット社会の進行は経営者に対して改めて自分への問いかけを求めています。

本来的に経営理念は経営者の商人哲学、生き方から生み出すべきだと考えます。それがWHYからWHATです。しかし、ナンバーワンを競い合う環境下では、売り上げに眼を奪われ、考える必要性はなかったのが現実だと思います。しかし、時代の価値はナンバーワンからオンリーワンへと変わりました。

大切なことは独自性、つまり「あなたならではの」の商いに対する根本的な考え方、価値観を明確にすることです。たとえば、経営規模を拡大したい、何よりも商品にこだわりたい、きもの・ジュエリーの振興に全力を尽くす、規模より家業店としての専門性に徹する などなどです。「あなたならではの」の商いに対する根本的な考え方、価値観を明確にするためにシートをご活用ください。

# My Company Credo 作成シート

会社名

経営理念（何のためにわが店は存在するのか）



ビジョン（10年後の自社の夢計画 2025年のあるべき姿）



ミッション（理念の実現のために自社が当面果たすべき使命）



行動指針（行動規範、社員心得、マナーなど）