



勝ち残る会社になるための経営理念 (IRSME15013)

平成 27 年 9 月 1 日 松浦 伸明

中小企業・小規模企業の業況は（独）中小企業基盤整備機構「中小企業景況調査」の業況判断 DI によると、アベノミクスの「三本の矢」の効果もあり、2013 年 1-3 月期から 2014 年 1-3 月期にかけて改善基調で推移していると発表されている。しかし足元では消費税率引き上げや原材料価格・エネルギー価格の上昇や、人件費上昇などにより依然厳しい状況が続いているのが実情だ。こうした中、企業は生き残りをかけ様々な経営革新努力を続けている。厳しい経営環境の中で、中小企業の再生なくしては日本経済の再生はありえない。「生き残る会社」ではなく、「勝ち残る会社」になるために必要な「経営理念」について考えてみたい。

■ 経営理念と利益

「経営理念など必要ない。利益を出す方法が知りたい」という経営者もいるかもしれないが、取引先や従業員に対して、経営者が考える「将来の姿」「事業の目的」「存在理由」などを明文化し浸透させていくためには不可欠なものだと考える。経営理念を掲げ浸透させることは「儲け」に繋がる。「儲」という漢字は「信じる」と「者」から構成されている。つまり経営理念を信じる者が「儲ける」会社になるということでもある。

言葉遊びのようになるが、「人」と「者」(=ひと・もの・ところ・こと)が「言葉」でつながっていれば「儲かる」のだととらえることも可能だ。自社の経営理念を明確化し浸透させ、使命感をもった従業員が増えるほど、その会社は大きな目標を達成できる組織となるだろう。

経済産業省関東経済産業局「中小企業経営のあるべき姿に関する研究会」が発表している「活力ある中小企業」では、以下 7 点を実現させることが望ましいとしている。

- ① 経営理念を明確化して実践する
- ② 経営理念を社内に浸透する
- ③ 自立・創造できる人づくりに取り組む
- ④ 長期的な視点で人づくりに取り組む
- ⑤ 従業員への動機づけに取り組む
- ⑥ 信頼感と一体感を高める組織づくりに取り組む
- ⑦ 経営者力向上に取り組む

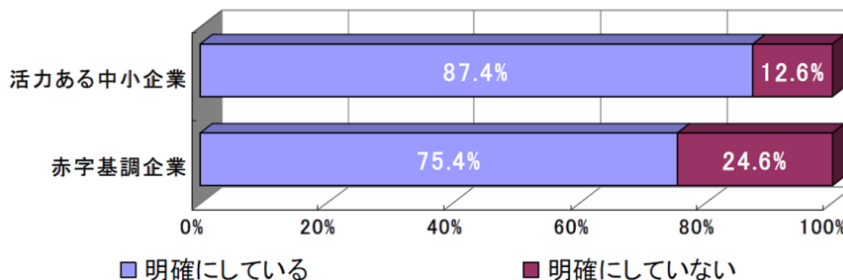
※1. 「活力ある中小企業」とは経済産業省関東経済産業局「中小企業経営のあるべき姿に関する研究会」が調べた、1 都 10 県における、直近 10 年間で売上高経常利益率が概ね 6%以上の中小企業

平成 27 年 9 月 1 日

(IRSME15013) 勝ち残る会社になるための経営理念

企業経営において、売上・利益を上げることは重要な目標や指針の一つであることは間違いない。しかしそれ以上に、いやその前に必要なこととして、自社がゆくゆくどのような会社になりたいかというビジョンや、社会に対してどのように役立っていくのか、会社を運営していく中で何を大切にしていくのかというような「理念」「ビジョン」が重要であるはずだ。

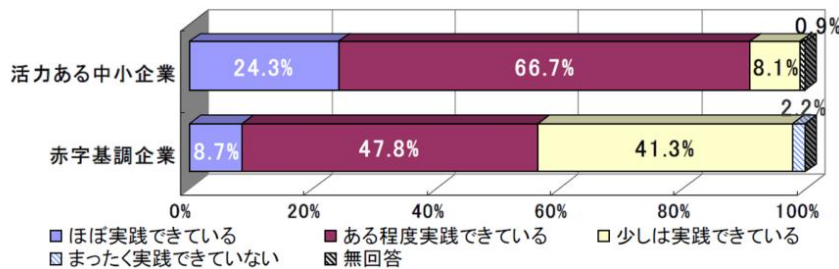
Q：経営理念を明確化しているか



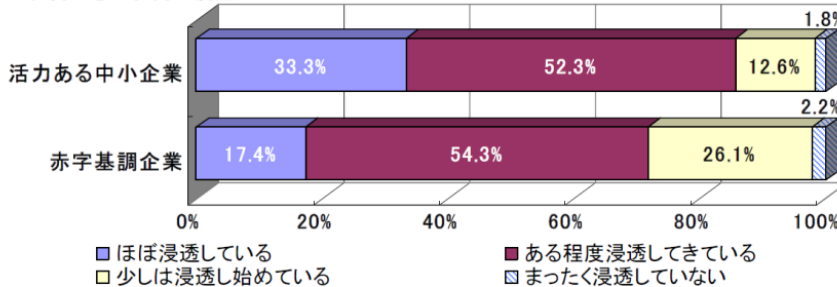
※2. (資料) 経済産業省関東経済産業局「中小企業経営のあるべき姿に関する研究会」より

そのためにはまずは会社の理念や行動指針を明確化する必要がある。従業員は「会社のビジョンや姿勢」が明確になることで、会社がどこを目指しているのかを理解し、自身の行動を考えるはずだ。掲げた経営理念は社内に掲示するだけでなく、経営者自らが実践をすることで、従業員に「共感」を与え、従業員の行動を変えていく。

Q：経営理念は実際の経営判断において、どの程度実践できているか



Q：経営理念は社内に浸透しているか



※3. (資料) 経済産業省関東経済産業局「中小企業経営のあるべき姿に関する研究会」より

平成 27 年 9 月 1 日

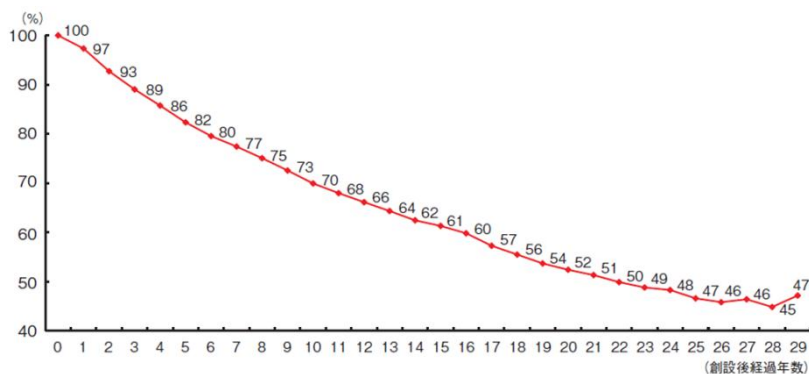
(IRSME15013) 勝ち残る会社になるための経営理念

経営者が経営理念からブレずに行動することで、少しずつ経営理念は浸透する。最初は「絵に描いた餅」と言われることもあるかもしれない。しかし経営者が本気で考え、掲げた経営理念を遂行していくことで、自然にその理念に共感し行動する人が増えてくるだろう。このような会社風土が「勝ち残る会社」の第 1 歩であるとする。

■ まとめ

長期に渡り会社を継続させていくとは簡単なことではない。「企業生存率」という言葉がある。下記の資料は、創業からの経過年数における生存率の平均値を表したものだ。

(企業の生存率)



※4. (資料) 経済産業「中小企業白書 2011」より

10 年後には約 3 割の企業が、20 年後には約 5 割の企業が廃業。倒産している。ベンチャー企業だけに絞ると、創業から 4 年生存できるのが約 2 割であり、更に 4 年経過するとその中から約 8 割が廃業・倒産するというデータもある。勝ち残った会社と残れなかった会社の違いは何だろうか。恐らく勝ち残った会社は短期的な利益を求めているのではなく、長期的な視点で社会や従業員に対する確固たる想いがあったと推測される。常に順風満帆であるとは限らない。逆境や判断に迷うときほど「経営理念」に立ち戻って繰り返し考えていただきたい。そこに答えが隠されているはずだ。(了)