

オーブン カレッジ

一方でパーパスやミッション経営の重要性が喧伝されるが、他方で論理的で分析的な競争戦略の策定や実行こそが肝要であるとする見解も少なからず主張されている。しかしながら、根本のところ、企業の社会的価値や従業員のモチベーションの向上に対して、経営理念が大きな役割を果たすことに異論を挟む余地はないように感じる。

企業発展に寄与する経営理念をいかに生み出し、組織内に浸透させていくか。経営理念は創業者によって

経営理念の創造と浸透

らない。結果的には技術革新を推し進めたプロジエクトのリーダーなどのインベーターが真理やリアリティを最初に認識する場合も多いはずである。経営陣が新しい現実を知った現場の行動を拾い上げ、エッセンスを抽出する。それを表した概念を、たとえ不完全でも発信する。そして経営陣と従業員との対話を積み重ねて新しい理念を作り進化する。経営陣は新しい現場の声を聞きつつ、自分自身でも徹底的に考え、理念を進化させることが重要である。

優れた理念を創造した後、の課題は、全社員への理念の浸透であろう。そもそも経営理念とは、経営者と従業員がともに抱く「こんな経営をしたい」「こんな会社になりたい」という企業経営の憧れである。その主な源泉は、しばしば企業の遺伝とも称される、創業者や画期的イノベーターなどの経験から生まれる世界観やものごとの見方、または使命感であろう。経営理念の根幹が創業者の経験、例えば創業時のメンバーの血のにじむような努力と工夫から生まれた暗黙知だとすれば、同じような経験をすることによって、すなわち直接経験からそれを真に理解することは可能かもしれない。

つくられることが多い。しかし、変化し続ける世界や社会の変化を知るには、必ずしも企業のトップとは限



山女学園大 山女学園大 山女学園大
現代マナシメント学部教授 佐々木 圭吾

理念と行動

結び付ける場を

業員がともに抱く「こんな経営をしたい」「こんな会社になりたい」という企業経営の憧れである。その主な源泉は、しばしば企業の遺伝とも称される、創業者や画期的イノベーターなどの経験から生まれる世界観やものごとの見方、または使命感であろう。経営理念の根幹が創業者の経験、例えば創業時のメンバーの血のにじむような努力と工夫から生まれた暗黙知だとすれば、同じような経験をすることによって、すなわち直接経験からそれを真に理解することは可能かもしれない。

結局のところ、理念の創造と浸透の両方共に、今の現実が生み出された新しい概念や既存の経営理念の基底を支える膨大な暗黙知とブレや対立を埋めるべく、理念の本質と現実の行動を結び付ける議論が行われる場を活性化させることが大事なのであろう。

わきま、けいこ 経営組織論、ナレッジマネジメント論。一橋大学大学院商学研究科博士後期課程満期退学。博士(経営学)。