



いい会社カードを活用した 「いい会社」づくりセミナー ～会社は継続することにこそ意味がある～



合同会社100年存続企業応援団

代表社員 井上 光



はじめに

みんなで力を合わせて「いい会社」をつくりましょう！！

会社は継続してはじめて人と社会にその価値を提供でき、社員（家族含む）や顧客、仕入先や外注先などの取引先、および株主を幸せにできます。

「いい会社」をつくる真の目的は「**継続する会社**」をつくることです。その目的を達成するための目標（手段）が「いい会社」づくりです。

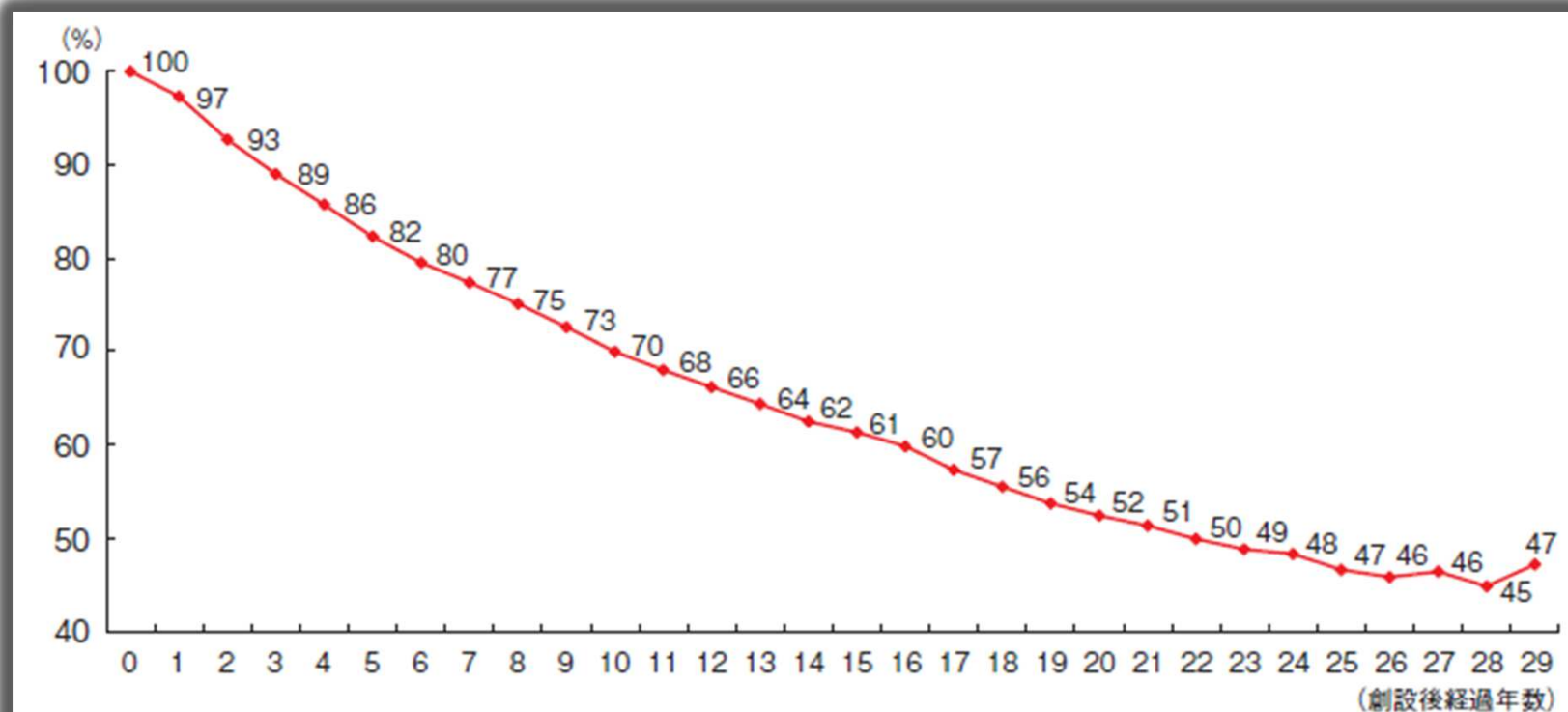
経営者がいくら頑張っても1人だけでは「いい会社」はできません。経営者と社員が、お互いに協力して取り組むことによってこそ「いい会社」をつくることができます。

本セミナーでは、「いい会社」づくりの考え方とそのポイントについて、『いい会社カード』を使って考えていきたいと思えます。



日本の会社は継続できるのか？

- 👉 日本の企業の生存率は、起業した後、10年後には約30%の企業が、20年後には約50%の企業が退出(撤退)している。



資料：(株)帝国データバンク「COSMOS2企業概要ファイル」再編加工

(注) 1. 創設時からデータベースに企業情報が収録されている企業のみで集計。

2. 1980~2009年に創設した企業の経過年数別生存率の平均値を取った。

3. 起業後、企業情報がファイルに収録されるまでに一定の時間を要し、創設後ファイルに収録されるまでに退出した企業が存在するため、実際の生存率よりも高めに算出されている可能性がある。

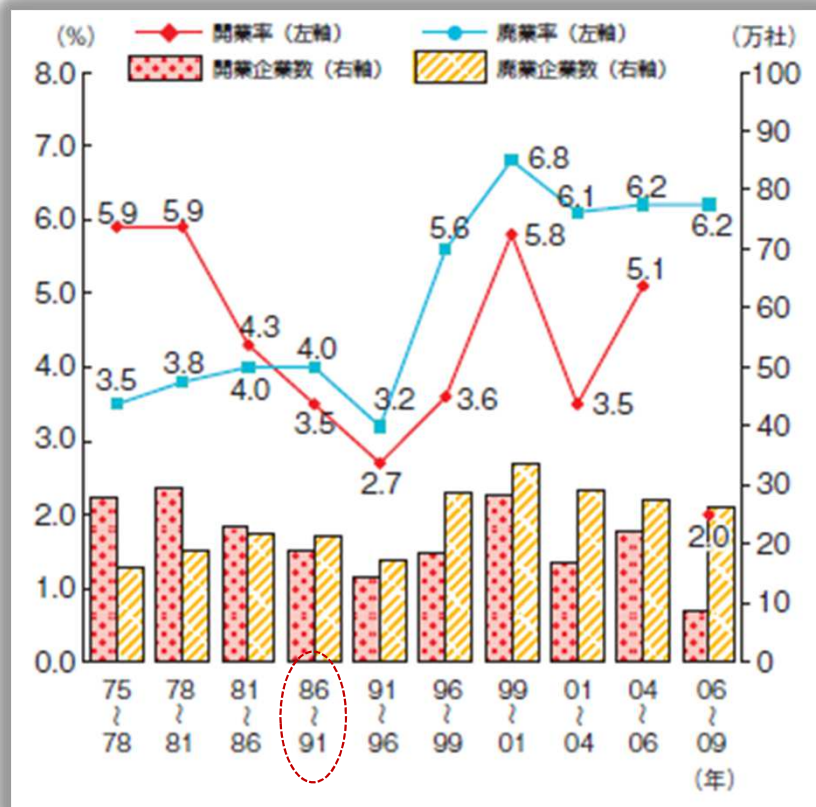
資料出所：中小企業白書2011



日本の会社は継続できるのか？

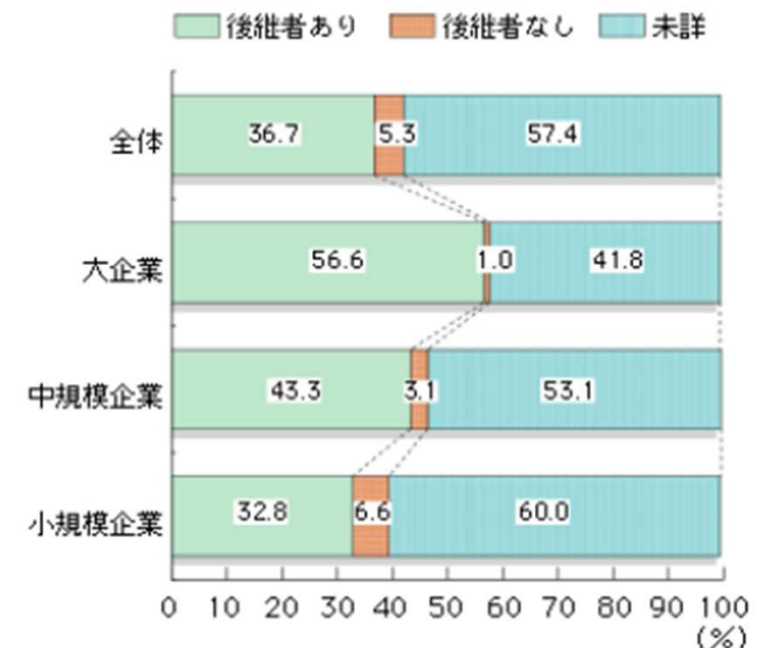
- 👉 開業率は低迷し、80年代後半から廃業率を下回る状況が続いている。
- 👉 現在後継者の決定状況も企業継続に暗い影を落としている。

【開廃業率（年平均） 企業単位】



資料出所：中小企業白書2011

【後継者の決定状況】



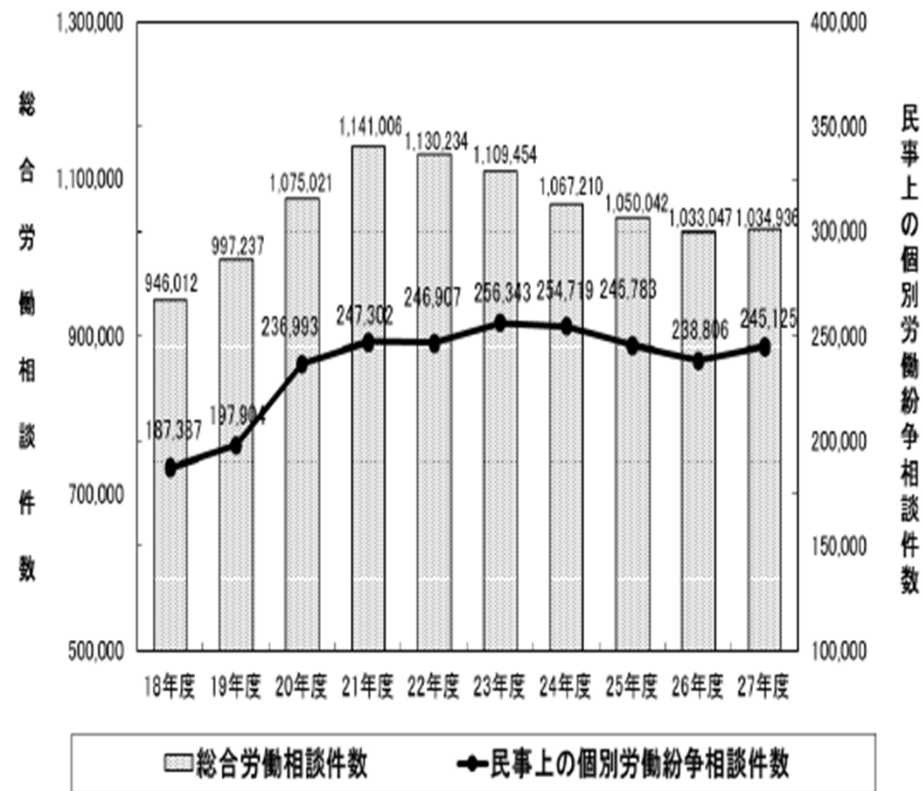
資料：株式会社帝国データバンク「企業概要データベース」再編加工
 (注) 中規模企業とは、中小企業のうち小規模企業を除いたものを指す。

資料出所：中小企業白書2007

日本の会社は継続できるのか？

- 労働関係についての個々の労働者と事業主との間の紛争について、寄せられた相談内容のトップは、『いじめ・嫌がらせ』

【相談件数の推移】



【民事上の個別労働紛争相談の内訳】

	25年度	26年度	27年度
いじめ・嫌がらせ	59,197 (+14.6%)	62,191 (+5.1%)	66,566 (+7.0%)
解雇	43,956 (-14.7%)	38,966 (-11.4%)	37,787 (-3.0%)
自己都合退職	33,049 (+11.0%)	34,626 (+4.8%)	37,648 (+8.7%)
労働条件の引下げ	30,067 (-11.5%)	28,015 (-6.8%)	26,392 (-5.8%)

資料出所：厚生労働省「平成27年度個別労働紛争解決制度の施行状況」



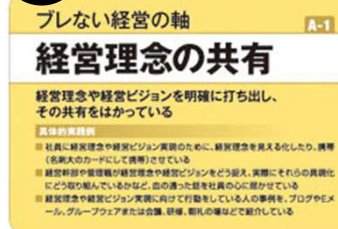
「いい会社カード」とは

- 👉 「いい会社」が実践していることを、50枚のカードにして見える化したものです。経営者と社員が協力して取り組む実践項目です。

これまでは…



表



裏



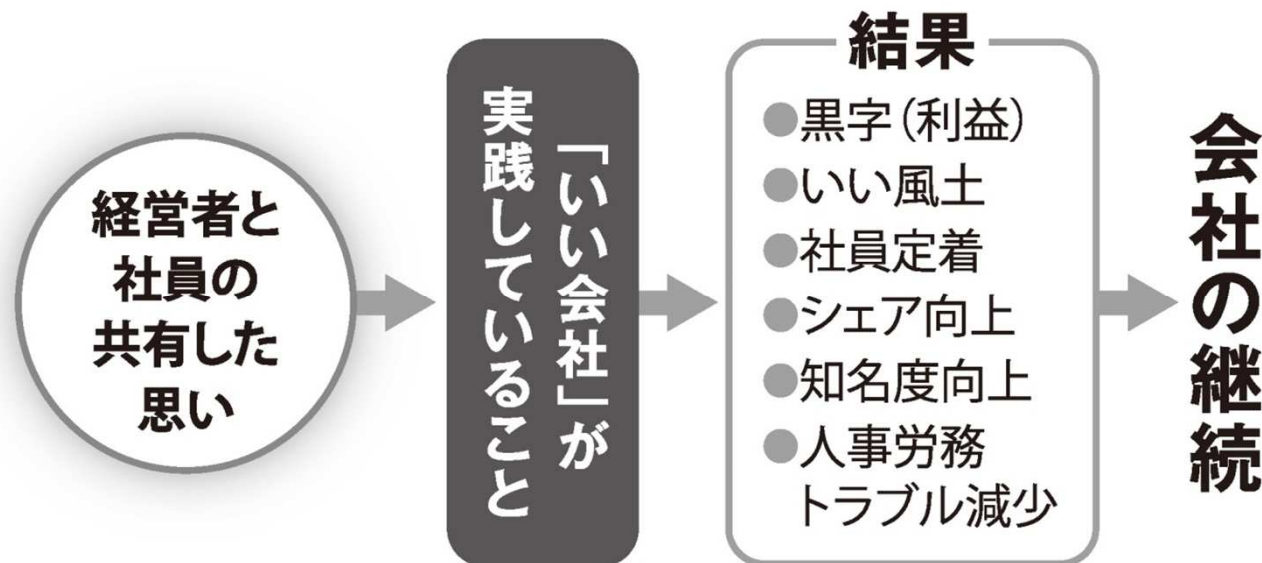
- 「いい会社」づくりといっても漠然としていた
- 何からどう取り組んでいいか分からなかった
- 経営者が社員と目的やその意味を共有していなかった
- 経営者が忙しくて忘れがち、中途半端な取り組みになっていた



いい会社とは



ブレない経営の軸を持ち、
社員との**信頼関係**を築きながら、
人と社会を幸せにする経営を実践することによって、
いつまでも存在しつづける会社





いい会社とは



- ❏ 「いい会社」にゴールはありません。
- ❏ いい会社を目指して、ほんの僅かでも進歩したいと思って、経営者と社員が切磋琢磨している(もがいている)会社が「いい会社」です。
- ❏ よく利益を出している会社が「いい会社」と言われますが、それはあくまで結果に過ぎません。
いい組織風土といい人材が利益を生み出すのです。



「いい会社」における信頼関係とは

お互いのことを認め … **承認**

より深く理解し … **傾聴**

共有する目的のために … **心を動かしひとつにする** **対話**

共に助け合いながら働き … **チームワーク**

成長できる関係 … **成長実感**





なぜ、いい会社を目指すのか？

- ❖ 「いい会社」をつくる真の目的は「**継続する会社**」をつくることです。会社は継続してはじめて、**人と社会にその価値を提供**でき、継続することによって、社員（家族含む）や顧客、仕入先や外注先などの取引先、および株主を幸せにできるからです。

Ex. 会社が継続できないと・・・

- 雇用した社員の失業 ⇒ 家庭崩壊、社会保険・税金の社会的な負担増加
- 雇用した社員のキャリアの中断 ⇒ 将来への不安、社会的損失、国際競争力低下
- 地域経済社会への悪影響 ⇒ 地域サービスの低下、犯罪の増加
- 顧客価値提供の中断 ⇒ 顧客の不安、不便
- 什器・備品などの廃棄 ⇒ 資源の無駄遣い、環境破壊



なぜ、いい会社を目指すのか？

- ☛ 人生は有限です。人はより成長し、自分らしく生きた証として、他人や社会から認められることを強く望みます。「いい会社」をみんなで作る過程において、一人ひとりが認められ、また、認め合う場面をたくさんつくることができるからです。

Ex. 認め合うとは・・・

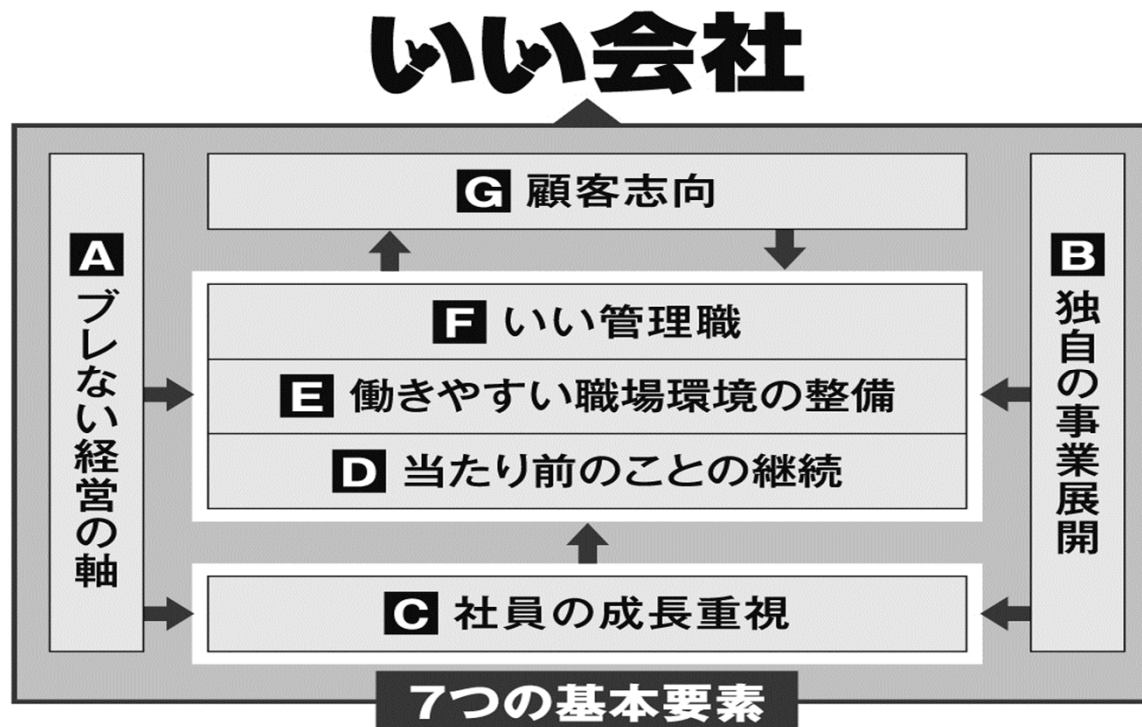
- A子さんの「笑顔のおはよう」で、いつも気持ちよく仕事に入れるよ。
- 部下のB君が仕事で悩んでいるときに、経営理念の話をして心をつかんでいたね。
- 目標は達成できなかったけど、チャレンジしてくれたことを誇りに思うよ。
- 会社のみんなですぐの道路や公園の掃除ができて、本当にうれしく思いました。

1. 信頼関係ができる
2. 家庭と会社が元気になる
3. 会社業績が向上し社員が幸せになる
4. 地域経済社会が明るく豊かになる



いい会社を構成する7つの要素

- ☞ 会社が **A** ~ **F** を実践する意味は、「**G** 顧客志向」をつくるためです。
- ☞ 7つの基本要素からなる「いい会社」の構造を理解すると、経営者と社員の仕事観が変化します。結局は「**G** 顧客志向」(顧客)のために、自社の商品・サービスを提供しているということになります。また、この全体像を理解して日常業務に取り組むと、顧客のパートナーとして存在価値(信頼度)が高まります。このことにより結果、売上や利益の増加、新規顧客の獲得につながっていきます。
- ☞ **C** ~ **F** は会社の組織風土を形成します。組織風土は会社が継続にもっとも重要な要素です。



「いい会社」が実践している50項目

デライト式

いい会社カード一覧表

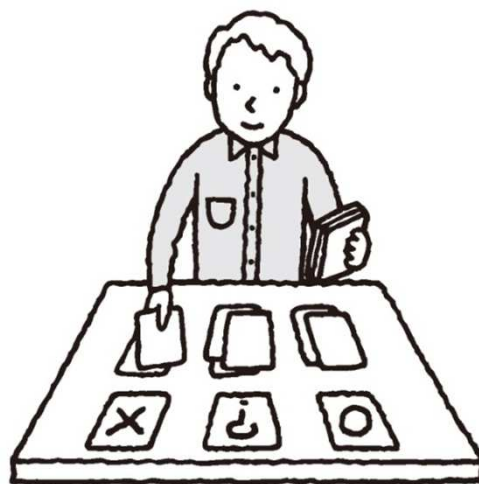
	A ブレない 経営の軸	B 独自の 事業展開	C 社員の 成長重視	D 当たり前の ことの継続	E 働きやすい 職場環境の 整備	F いい管理職	G 顧客志向
1	経営理念 の共有	変化への 柔軟な対応	長期雇用志向	あいさつ	就業規則の 整備	率先垂範	おもてなし
2	中長期志向	本業への こだわり	新卒採用の 継続	身だしなみ	安全・衛生 への配慮	観 察	顧客の理解
3	身の丈主義	独自の技術・ サービス	適材適所	整 理	改善活動	傾 聴	顧客価値の 創造
4	現場主義	自社ブランド商品 の創造・開発	認め合う 風土づくり	整 頓	チームワーク	承 認	顧客との協働
5	能力ある 人材の抜擢	自社販売	人を育てる 風土づくり	清 掃	評価・処遇の 公正さ	対 話	クレーム対応
6	情報共有	事業改革	チャレンジ重視	約束の履行	親睦会の 定期開催	成長支援	顧客への感謝
7	取引先との パートナーシップ	――	自律支援	報 告	風通しの良さ	PDCA	――
8	地域貢献	――	――	――	ES測定	自責性	――



「いい会社づくり」体感ワーク

別冊「いい会社づくりPDCAワークショップ」

レジюме参照





「いい会社カード」の特徴（1／2）

- ① わが社が「いい会社」かどうかの自己診断が簡単にできます
- ② わが社の「いいところ」「克服課題」が客観的に理解できます
- ③ カードを交換し合うことで、「いい会社」をつくるための経営者と社員の共通認識や接点を容易につくることができます
- ④ 「いい会社」にするには何から取り組んだらよいか、どこに重点を置いたらよいかを体系的に理解できます



「いい会社カード」の特徴（2／2）

- ⑤ カードを選んだり移動したりすることによって、思考が活発になり、作業がはかどり、議論が活発になります
- ⑥ カードを目に見える所に貼り付ける（見える化）ことで、常に「いい会社」づくりの意識と実践を持続させることができます
- ⑦ 経営者も社員も「いい会社」づくりに向けて真剣に向き合う姿勢が生まれます
⇒カードを自ら選んだ（自己決定）ことにより、いい意味の自己責任が生じます
- ⑧ 「いい会社」づくりが、ゲーム感覚で楽しくできます



「いい会社カード」の活用場面

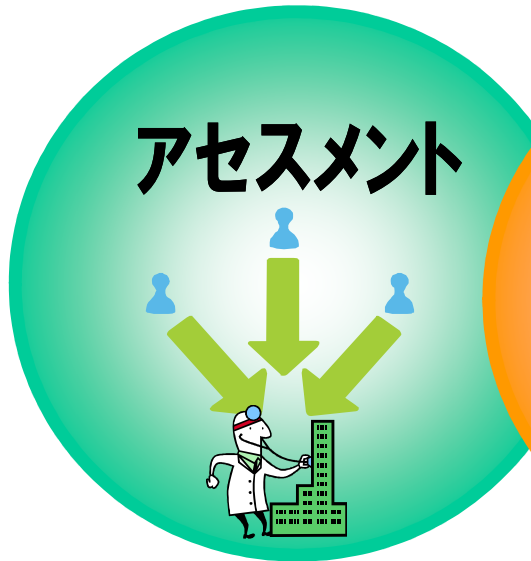
👉 「いい会社カード」の活用場面は、大きく分けて「アセスメント」「経営レベルアップ」「経営課題解決」「組織風土づくり」の4つがあります。

いい会社度を自己診断して、いい会社づくりの指標とします。経営者、幹部、社員とのギャップを考えます。

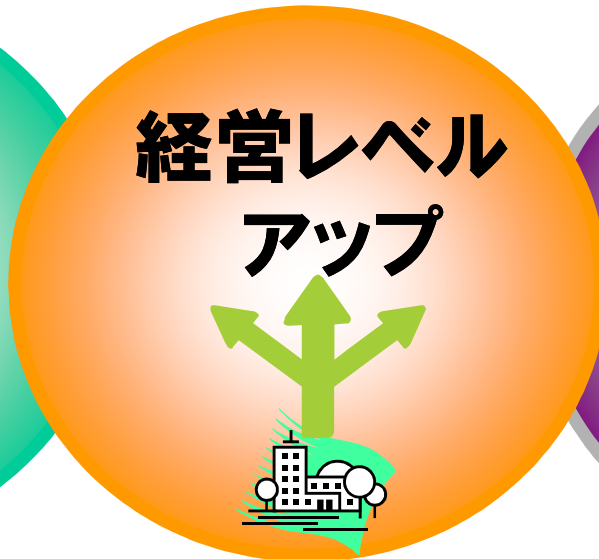
会社の「いいところ」(誇る)をさらにレベルを上げ、会社を特徴づけると同時に社員に自信と誇りを持たせます。

経営の「克服課題」を経営者と社員が協力して解決します。

社員がお互いを認め合い、成長実感が持てる職場風土をつくれます。



- カードを使った簡易診断
- カード項目を使った本格的いい会社サーベイ



- 会社の最も誇るカードを経営者と社員が一緒にPDCAでレベルアップ



- 会社の「克服課題」となるカードを経営者と社員が協力して一緒にPDCAで解決する



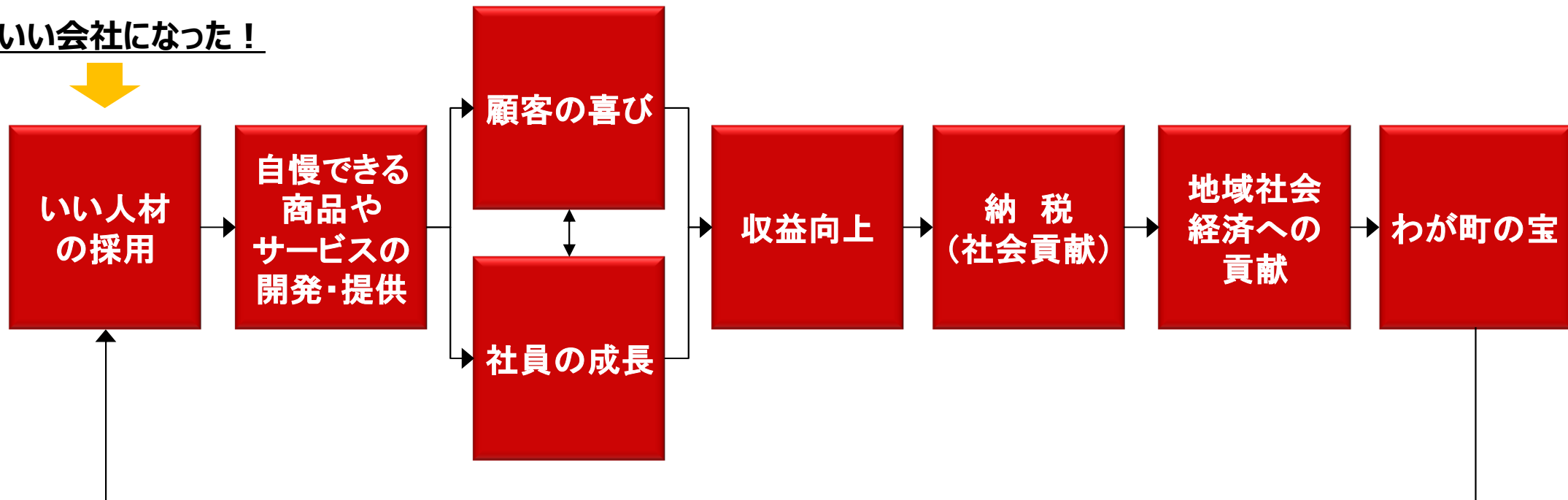
- 社員が「いい会社」づくりに関しカードを使って対話(議論)し、自ら取り組む



「いい会社」になると

- 👉 時間はかかりますが、「いい会社カード」を使ってわが社が「いい会社（80点以上）」になると、会社経営の好循環を生み、いつまでも存在し続ける会社となり、地域社会経済の活性化にも大きく貢献します。

いい会社になった！



- ✓ わが町に自慢できる「いい会社」が一つでも多くできたならば、いい人材が集まり、また故郷に恩返しができます。
- ✓ 大企業が工場閉鎖しても、「いい会社」が存在し続けるかぎり、地域社会は疲弊しません。





おわりに

会社は幾多となく経営環境の大きな変化によって、危機にさらされることがあります。あるいは大資本によって市場を席卷され、その存在を脅かされることもあります。

しかし、「いい会社」づくりによって育まれた経営者と社員、社員同士の信頼関係は、その危機を乗り越える力と環境適応力を与えてくれます。

経営者であれば、「社員みんなのお陰で、自分は幸せだった」、「次の世代へ会社を安心して引き継ぐことができた」、社員であれば、「うちの会社で自分らしく働けた」、「認めてもらえた」、「家族も幸せにすることができた」と、自信と誇りをもって語る事ができたならば、意味のある人生と言えるのではないのでしょうか。

そのような経営者と社員のいる会社は、“わが町の宝”として社会に認められ、末永く継続していくと確信いたします。

