

優和のミニかわら版

(この資料は全部お読みいただいても60秒です)

『クレド』で働きがいをつくる？

理念経営を実現する手法として、「クレドの活用」を採用する企業が増えています。創業者やカリスマ経営者の思いを明文化した、トップダウン型の経営理念に対し、従業員を巻き込んで作成するボトムアップ型のクレドを導入することにより、従業員自ら働きがいを言葉にまとめる手法が注目を集めています。近年中小企業経営者の悩みとして蔓延している「社員の定着」「優秀な人材の採用」を解決する上でも、やはり「働きがい」というキーワードは見逃せません。

では、本当にクレドを作ることで働きがい生まれるのでしょうか。生まれるとして、それはなぜでしょうか。そのあたりについて少し掘り下げるには、「目的と手段」という考え方が鍵になります。

「目的と手段を履き違えないように」とはよく言いますが、その「目的」こそがクレドで定義するところの「ミッション」ということになります。

何をやるのか、は手段であり何故やるのかが目的、使命です。人が動くためには「何故やるか」＝「やりがい」が必要です。勘違いしてはいけないのは「何をやるか」ではない、ということです。

例えば、ある飲食店で店長がスタッフに「毎日テーブルをきれいに拭きましょう」と言ったとします。「テーブルを拭くこと」を「目的」にしてしまうと、拭き方が雑になったり店長の見ていない日は拭くのをサボったりしてしまいます。「テーブルを拭くこと」はあくまで「手段」であり、「目的」は「お客様に気持ちの良い空間で食事して頂くこと」と考えるとどうでしょうか。

雑に拭いて隅の方が汚れたままだったり、店長がいない日にサボったりすることはなくなるでしょう。店長がいてもいなくても「お客様」は存在するのであり、隅まできれいに拭いて初めて「気持ちの良い空間」となるのです。

このように、目的（ミッション）をもって仕事をすると、顧客を意識して仕事に取り組むのでやりがい（働きがい）を感じることができ、結果顧客満足も高まります。また、「仕事」が意味を感じない「作業」にならず、疲れにくいといった効果もあります。クレドは「あるとなんとなく安心」という精神論ではなく非常に強力な経営ツールです。

自社の「目的」はなんでしょうか。

クレドづくりを通して「ミッション」を明確にし、働きがいを育てましょう！