

お忙しくても、約2分間で読めます

山内公認会計士事務所

ハートフル・ワード (心からの言葉)

T E L 0 9 8 - 8 6 8 - 6 8 9 5
F A X 0 9 8 - 8 6 3 - 1 4 9 5

経営者への活きた言葉

従業員のマインドと会社のトップダウンの方針が合致すると別次元の会社へ

東原 敏昭（日立製作所会長兼CEO）

1. 経営者に求められる資質は、グローバルの経験は大事ですが、重要性が高まっているのは時代を読む力です。日立は良いものを作って売る製品起点のビジネスから、パートナー企業と課題を解決する「協創型のビジネス」に移行しました。現在は、環境を含めた社会価値起点になっています。
2. 環境意識の高まりや新型コロナウイルスの感染拡大で急激な時代の変化が起きています。そういった状況の中で30年とか50年にはどういう社会になるかを想像し、それをビジョンとして頭の中に描いて、日立の経営の方向を決めていく。それがリーダーとして大事です。
3. トップダウンで会社を変えることには限界があります。一番大事なのは従業員一人一人が、仕事を通じて社会に貢献し、日立を変えていくんだというマインドになることです。そういう従業員のマインドと、会社のトップダウンの方針が合致したとき、日立は別次元の会社になると思います。そうなれば、どんな環境でも、1兆円の営業利益が出る強靱な経営ができると確信しています。現在の日立は、いままでとは雲泥の差です。日立独自の形で「社会イノベーション事業」のグローバルナンバーワンを目指します。

（参考：「週刊ダイヤモンド」2021年10月2日号）

ワンポイント経営アドバイス

伝えるためには人の心を感じる力が必要

高田 明（ジャパネットたかた創業者）

1. このコロナ禍で、伝えること、コミュニケーションの大事さが改めて認識された。国際紛争に社会の分断、すべての事象は伝わったか、伝わっていないかということに根本的な原因があるように思える。私が重要だと考えるのは、伝えたということと、伝わったということの違い。政治の世界や企業の世界でもそう、国民や消費者に自分たちの考えが伝わったかどうか、確認もせずに伝えたつもりになっているように感じる。
2. ラジオ・テレビ通販の30年の経験上、伝えたつもりでは売り上げも利益もでない。伝わったという事実があつて初めて、お客様が買うか買わないかの選択をされる。伝えたつもりでは、その選択までいかない。だから私は、伝わったかどうかをつねに自分自身に問い続けていた。

（参考：「週刊東洋経済」：2021年10月2日号）

人事・労務について

ワークエンゲイジメントの重要性

黒田祥子（早稲田大学教育総合科学学術院教授）

1. 昨今、職場における「ワークエンゲイジメント」の重要性が広く認識されるようになってきた。ワークエンゲイジメントとは、「仕事に誇りややりがいを感じている」（熱意）、「仕事に熱心に取り組んでいる」（没頭）、「仕事から活力を得ていきいきとしている」（活力）の3つがそろった状態であり、バーンアウト（燃え尽き）の対概念として位置づけられている。
2. バーンアウトした従業員は疲弊して仕事への熱意や活力が低下している。それに対してワークエンゲイジメントの高い従業員は、心身の健康が良好で、いきいき働いている状態にある。日本においてワークエンゲイジメントが注目されている背景には、高齢化と人口減少が加速する中で、一人ひとりが心身の健康を維持しながら高い生産性を発揮することへの期待がある。

（参考：「日経ビジネス」2021年10月25日号）

古典に学ぶ

その身、その地位は無い

（解説）およそ人としてその処世の本旨を忘れ、非道を行っても私利私欲を充たそうとすることがあつたり、或いは権勢に媚びへつらつてもその身の栄達を計らんと欲するは、これ実に人間行為の標準を無視したもので、かくの如きは決してその身、その地位を永遠に維持するゆえんの道では無いのである。

（参考：渋沢栄一「論語と算盤」：国書刊行会）