

● 経営理念を成文化・明文化する

一般的に企業理念とは、その企業の価値観や存在意義を示したものの、経営理念とは、企業の事業活動の方向性や目標（軸）を示し、その達成のための行動指針をかたちづくるものとされています。

私が創業し、現在相談役を務める株式会社ミル総本社では、経営理念とその定義を以下のように示しています。

「経営理念」

健康生活応援企業[※]として

物心ともに生きあう「健康」と「幸せ」の大切さを探求し

その製品をもって社会の健康福祉に貢献します

[※]健康生活を追求する健康創造企業として、製品そのものに社会貢献力をもたせ、世の求めに応じて販売すれば販売するほど、社会貢献度が高まる企業像です。

*経営理念とは

経営理念は、科学性（自社の存在意義）・社会性（社会的意義と役割）・人間性（人に対する経営姿勢）に立脚した、創業以来現在までの会社の歩みの中から生まれた考え方と、実践からの教訓に基づいた経営の「魂」であり、わが社の活動全般にわたっての基本・根本となるものです。また、毎日の行動の指針とすべきものであります。

企業理念や経営理念は、経営者の頭の中で描いているだけでは、当然ながら役割を果たしません。また、口頭で話す、語ることだけを繰り返していても同様です。すべての従業員がわかりやすく、親しみやすいと感じる言葉で、簡潔でありながらできるだけ具体的に成文化・明文化することが大切です。人は忘れっぽい性質であり、何度も目にしたり、自分で口にしたたりしなければ、頭にも心にも定着せず浸透しづらいため、経営理念を成文化・明文化する大きな理由の一つはここにあります。経営者自身が経営に対する考えや思いをまとめるにあたっては、言葉を選び文章にするという作業が大いに役立ってくれます。

成文化・明文化した経営理念が従業員一人ひとりに浸透する、つまり、経営者の考えや思いを従業員全員が理解し、共感して、理念に沿った行動ができる状態になると、ベクトルが同じ方向を向き、目標達成に向けての大きな力を発揮できるようになります。さらに理念に共感してくれる素晴らしい人材が集まるようになるでしょう。まさにこの状態が、「なりゆき経営」からの脱却です。

反対に経営理念が浸透していなければ、従業員一人ひとりに目標がなく、働く意義を見いだせなくなり、モチベーションは低下して離職率が上がります。このような企業に魅力を感じる人は少なくなり、新たな人材も集まらず、事業の継続が難しくなってくるでしょう。これが羅針盤のない「なりゆき経営」の行く末です。

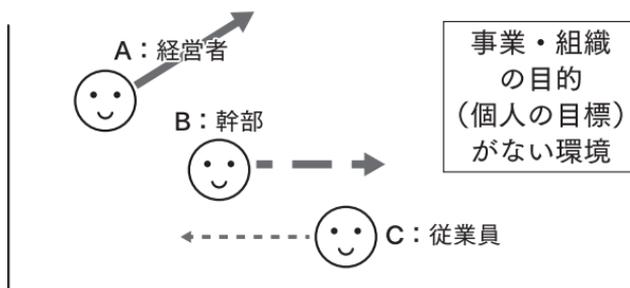
かくいう私も、やっとの思いで自社を法人化できた後、10年間ほど「なりゆき経営」を続けており、限界がきました。一時期は15名ほどいた従業員も、労務問題が発生して11名が辞職し、売上も3億円から1億6000万円にまで下がるといった経験をしています。

京セラやKDDIの創業者であり、日本航空の経営再建を成功に導いた稲盛和夫氏も、京セラを創業して間もない頃は、自身の技術者としての夢や、会社を大きくする

なりゆき経営

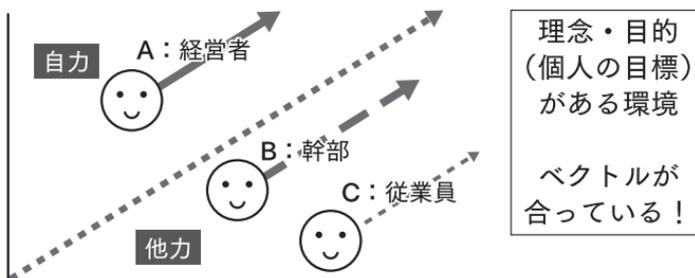
羅針盤のない・なりゆき経営

経営理念がないとき
 $1+1+1=3$ にならない



羅針盤がある・理念（浸透）経営

会社に、2人以上の人がいるとき！
経営理念があるとき
 $1+1+1=3$ にも4にもなり、永續する



経営の中で、従業員から突然に労務改善の直談判を受け驚いたというエピソードがあります。そこから従業員と共有でき、共感してもらえる経営ビジョンの必要性を実感し、経営理念を策定されたそうです。経営者と従業員が理念を通じて一つになることが、企業の存続、発展にいかんにか大切であるかがわかります。

また、現在、経営理念を策定していない会社、経営がうまくいっていないと感じている会社も、これから経営者が理念の成文化・明文化に取り組むことで、大きな発展が望めることもわかります。