

# 清 経 通 信

せ い け い つ う し ん

発行： 株式会社クリアストリーム・コンサルティング



## 項目

巻頭コラム  
経営ビジョンを味方にしよう!- 1

支援の現場から  
ブランド力を上げる3要素- 2

経営サプリ - 3

編集後記 - 4



## 巻頭コラム

### 経営ビジョンを味方にしよう!

前回の巻頭コラムでは、「経営の本義は、経営理念を実現すること」とお伝えしました。

良質な経営理念があって、それが社内にはっきりと行きわたっている会社とそうでない会社とでは、長い目でみると大きな差が生まれます。

例えば、良い経営理念があれば、「社員の心を動かし、燃えさせることができる」、「社内の共通言語や価値観を創ることができる」、「その会社に相応しい規範や行動基準が生まれる。だから、モラルが高くなる」、「仲間（社員）同士の連帯感を高めることができる」、「理念を周囲に伝えることで、外部関係者の支援を受けやすくなる」、「理念それ自体が、顧客を惹きつける魅力の源泉となる」といった様々なメリットがあります。

## 巻頭コラム 経営ビジョンを味方にしよう！

一方、良い経営理念がなければ、「会社の仕事に心から打ちこむ人材が、出てこなくなる」、「皆が話すことがバラバラ。価値観もバラバラになる」、「正しい規範やモラルが生まれにくくなる、だから社員の質が高まらない」など、多くのデメリットが生じてしまいます。

したがって、良い経営理念があれば社員を幸せにできる可能性が高まります。

一方、そもそも理念が違う者同士が同じ組織においては幸せにできないことでしょう。

もう一つ、良い経営理念が大切な理由は、それがあからこそ、ビジョンが生まれてそこから社員の肚におちる（共感してもらえ）戦略が生まれるからです。



では、そもそもビジョンとは何でしょう！？ 辞書を紐解けば、「将来の構想」、「先見の明、洞察力」、「将来を見通す力」といった言葉が並びます。

これを私は、「経営者やその会社にとっての、将来の最も好ましい情景」が経営ビジョンであるとお伝えしています。

「将来の」という点は、辞書と同じです。ただ、辞書と違う言葉が3つ、その後続きます。

「最も」 経営ビジョンは、その時点で、つまりその時のその会社にとって、思いつくりの中で最高のものであってほしいからです。

「好ましい」 あるべきでも、望ましいでもなく、あくまで「好ましい」です。つまり、経営者や従業員が自主的に、自由にのびのびイメージの翼を広げて、「こうなったら楽しいな、素敵だな」と感じられることが大切です。「あるべき」では自由にのびのびと考えることができないと感じるし、「望ましい」という言葉も、どこかに遠慮がちなニュアンスが含まれる言葉ではないでしょうか。

「情景」 この言葉は国語辞書では、「人の心を動かす風景や場面」と説明しています。ビジョンは「人の心を動かすものでありたい」ですね。だから、風景や光景ではなく、「情景」です。

ところで、よく聞く質問のひとつに、「理念とビジョンはどう違うのか」というものがあります。これについて、私は次の3つをお伝えしています。

### 1. 作成する主体者の違い

経営理念は経営者が己と向き合い、自分一人で作り込むものです。一方、経営ビジョンは、経営者が自分で作って社員に伝えてもいいし、経営者と従業員とが一体になって一緒に作ってもいいものだと思います。

### 2. 時間軸の違い

経営理念は、今もそうしているし、これからもずっとそうありたいと表現するものです。一方、ビジョンは「いついつの時点ではこうありたい」と夢や希望を語るものです。つまり、ビジョンには期限の定めがあります。

### 3. 具体的な目標値の有無

経営理念は思いを伝えますが、ほとんどの場合、それがどのくらいのレベルかまでは約束しません。一方、良い経営ビジョンは、「いつまでに、何が、どれくらいになっているか」が明らかであり、そのことを経営者と社員がともに共有している」ものです。



ぜひ、いいビジョンを作って、多くの方と共有していただきたいと思います。

## 支援の現場から

# "ブランド力を上げる3要素"



太陽の恵みをいっぱい浴びた島の恵みでつくりました

沖縄の強い日光と水は、植物や動物たちにとっては過酷な環境。だからこそ、皮膚をしっかりと守る必要があります。その自然な保湿成分をたくさん含んだ人の皮膚のために、そんな強い恵みを活かして特許取得で独自の「皮膚保湿剤」でやさしくつくりました。石鹸の恵みや安心感、潤滑に任せて、毎日の「沖縄の恵み」を大切にしてください。

7月は、商工会議所さまで何回かセミナー講師を務めさせていただきました。テーマは、事業計画の策定や売上向上だったのですが、その中で「ブランド力向上（ブランディング）を目指しませんか!？」というお話をさせていただきました。

ブランド力を上げるということは、皆でしっかり仕事に取り組んで市場やお客様に高い評価を頂くことや、社員が誇りを持って働くことができるといったことにつながります。

ところで、ブランド力を上げるために大切なこととして、「（商品やサービスに対する）思いをしっかりと持つこと・伝えること」、「優れた品質を有していること」、「企業姿勢がきちんとしていること」の3つをいつもお伝えしています。

その具体的な事例として、セミナーでは「首里石鹸」を作っている(株)コーカス様をご紹介しました。首里石鹸は、私がこの春、沖縄に行ったときお土産に買って、すぐに気に入った石鹸です。

その後、リーフレットやホームページを拝見すると、自社の商品や沖縄についての思いや、品質の作りこみがとてもしっかりされていることが伝わりました。

企業姿勢でいえば、ひとつは「ためになるをする」。そこには、「期待を超える発想と行動力、そしてコミュニケーションというチカラで、お客さまの、社会の、仲間たちの、そして自分の「幸せづくり」の“ためになる”をする。それが私たちの仕事です。」と記されています。



ありがとうを超える感動で、  
お客さまの笑顔を生み出す

"ためになる"をする。

Do something useful

期待を超える発想と行動力、そしてコミュニケーションというチカラで、お客さまの、社会の、仲間たちの、そして自分の「幸せづくり」の“ためになる”をする。それが私たちの仕事です。

そして何より、代表メッセージのページを拝見すると、経営者の方の「良い会社をつくりたい」という強くて真摯な思いが溢れています。

こんな会社で働ける社員さんは、幸せでしょうね。

※写真は同社HPから



## 経営サプ!リ

「ハードワークは日本語でいう頑張るとは少し意味合いが違います。100%の努力を傾けることと、加えて"今より良くなろう"という意識が必要です」

「リスクを負わなければ進歩はありません。リスクを負わず決まり事を繰り返すのは楽に違いありませんが、そこからは何も生まれません」

「あらゆる問題に、解決策はかならずあります。コントロールできないことを言い訳にすることは、解決への道りを自ら閉ざしてしまうことです」

「欠点を欠点ととらえるか、ただの条件ととらえるかが勝利や成功への大きな分かれ目になるのです」  
(「ハードワーク」エディ・ジョーンズ著より)

2019年秋に開催されたラグビーワールドカップ日本大会で、チームを率いた、エディ・ジョーンズ氏。同氏は卓越した指導力で、それまで負け続けだった日本チームを大躍進させました。氏がコーチに就任して最初に取り組んだことが、ビジョンを掲げることでした。巻頭コラムを書いた後、改めて同氏の言葉に耳を傾けてみました。



## 編集後記



- 8月に入って、ますます猛暑が続いています。私が大好きな川での鮎釣りも、シーズンの佳境に入ってきました。ところで、今年は雨がほとんど降らないまま梅雨が終わってしまったので、どこも水が不足していて全般的に不漁のシーズンです。
- ただ、こんな時でもちゃんと釣る人は釣っていて、結果を出してくるものです。左の写真に写っている人は私の釣り友達ですが、先日は私4匹に対して、彼は17匹でした。まさに、今回ご紹介したエディ・ジョーンズさんの言葉通りかなと思ったりします。
- ところで、ラグビー日本大会が行われた2019年の秋は、今から思えばとても幸せなひと時でした。コロナもなく、ウクライナで起こっている悲惨な戦争もありませんでした。世界中の人が、日本各地で友好の杯を重ね、歌い踊ったりしていましたね。早くそんな世界に戻ってほしいと切に願います。

## 弊社からのご案内

### ◆ “経営ドック”

貴社の経営のどこがうまくいって、どこに弱みや問題があるか、正確に把握しておくことはとても大切です。健康のために人間ドックが必要なように、企業も定期的に健康診断を受けておけば、正しい対策がとれるようになります。半日の速修コース（社長インタビューと現場視察）と、社員面談なども含めた1日コースがあります。

お気軽にお問い合わせください。

## 経営理念

働く人一人ひとりの思いを大切にしながら、経営者・従業員ともに誇りを持っていきいきと働くことのできる職場作りを実現することで、社会貢献いたします。

## 弊社がご提供する主なサービス

### ◆人づくり・組織づくりに関する支援内容◆

事業計画作成、組織の仕組み・風土づくり、リーダー人材（自律型人材）育成 ほか

### ◆営業強化に関する支援内容◆

ホームページ作成、販売促進策の強化、新商品開発、ブランディング開発（ブランド力向上）



## (株)クリアストリーム・コンサルティング

〒657-0041 神戸市灘区琵琶町1-1-24 六甲ビル3F  
tel: 090-2356-0960 mail: ito@clrstm.co.jp url: <https://clrstm.co.jp/>