

「いい会社」

の つくり方

人と社会を大切にす経営 10の方法

人を大切にす経営学会 事務局次長
株式会社イマージョン 代表取締役社長

藤井正隆 [著]

人を大切にす経営学会 会長
法政大学大学院教授

坂本光司 [監修]

「日本でいちばん

大切にしたい会社大賞」の

厳しい審査基準をベースに、

「いい会社」の条件を、事例も

含め、具体的に解説する

あなたの会社も、
きっと変われる！

スペシャル対談

あの会社は本当に

「いい会社」か？

慶應大学名誉教授

嶋口充輝

坂本光司

特徴 8 感動経営

共感が好循環をつくり出す

「感動経営」とは、共感・共鳴する、好感が持てる！ だから継続して使いたい、買いたい、利用したい——と企業活動に関わる関係者に思われて、共感を生む経営です。

儲かっている企業には例外なくファンがたくさんいて、彼らに支えられています。社員がファンになる、取引先がファンになる、お客様がファンになる、企業経営に関わるステークホルダーがファンになれば、ファンがファンを生むという好循環をつくり出し、企業は必ず永続的に発展します。

「儲ける」という漢字の左右を離して書くと「信者」になります。「儲ける」とは信者、別の言い方をすればファンをたくさんつくることなのです。

企業活動における感動には「商品に感動する」「サービスに感動する」「経営のあり方そのものに感動する」の3つがあります。

お客様の「事前期待」を大きく超える感謝・感動・感涙を生み出すことが、企業として大きな差異化につながります。

喜ぶ相手の心理を先読みする

中小企業庁長官賞を受賞した日本ウエストン(株)(岐阜県)を訪問し、ドアを開けると、社員総立ちで温かな笑顔とあいさつで迎えられます。靴を脱いで上がろうとすると、全員のスリッパに個人の名前と社名がプリントされています。応接室に入ると卓上にはたくさんの資料とともに色紙が立っています。その色紙をよく見ると、ゲストの名前を一文字ずつ使った詩になっていて、内容は本人を讃える短歌にして書かれています。

相手のことを懸命に想像して、時間をかけて、来客する人数分すべてつくられているのです。おしぼりには来客者の名前の刺繍が入り、飲み物のコースターには季節のデザインと、やはり名前が入っています。さらに資料には「〇〇様専用」と印刷されています。

白井社長は、自社の事業は「お客様満足提供業」であるというコンセプトを打ち出し、ベンチマークしているのは、デイズニールランドです。そのため同社では、社員数の2割以上は障がい者です。

感動経営はお客様の見えないうちでも努力しています。同社は、資源リサイクル活動の一環として、自動車・航空機関連の工場で使われるタオルや軍手の販売とクリーニングを行っています。例えば、クリーニングは普通は計量しますが、同社ではカゴに入れてその数を数えます。理由は、洗うものが湿っていると水分で重く計量されてしまうからです。