



ビット89ニュースINTEREST

株式会社 ビット89
東京都品川区大井1-6-3 アゴラ大井町ビル7F (〒140-0014)

2009年4月号
(隔月発行)

ハイライト:今回のテーマは

「よい会社
Part 2」

インフォシェフ

吉田健司の Business Insight (見識・洞察)

よい会社と現場の人間関係

Business Insight
よい会社と現場の
人間関係

The 特集
どんな会社が
“よい会社”?

Brain89ers
良い会社とは
徳のある会社

目次:

	ページ
Business Insight	1
The 特集	2
気になるデータ	2
Brain89ers	3
お知らせ & トピックス	4
発行書籍のご案内	4
ビット89 インフォメーション	4

採用面接時にその会社の経営トップなど
にあって姿勢や企業理念などに共鳴・共感
して入社しても、その後の配属先や転属先
の上司などとの折り合いが悪く、辞めていく
ケースがかなりある。新卒のA君は、ある会
社の事業内容等に興味があって入社面接
を受け、そのとき人事採用担当者から「この
ような不況時にこそ君のような人に入社して
もらいたい」という請われるような言葉をも
らって無事採用された。しかし入社後、配属
先上司から「この不況時に会社は君のような
者を探り、採用ミスだった」などと心無い言葉
を幾度か浴びせられ、とうとうその会社を辞
めてしまった。この場合、A君にももちろん問題
はあるだろうが、その上司には大いに問題
がある。私は幹部養成研修やリーダー研修
などで、まず「みなさんの現在の部下、特に
若い社員についてお聞きします。即戦力に
ならなかったり、自分と肌が合わないというこ
とで邪険に扱ってしまったりすることはありま
せんか？」すると、多くの場合YESと手が
上がる。「では、みなさんが社外で事業を起
こして、その処遇がほぼ現状並みであった
とした場合でも、現在のその部下はご自分の
魅力で採用できると思いますか？」と再度尋
ねてみると、今度はほとんどがNOという回答
である。すなわちこの幹部たちも、その会社
のイメージや経営トップの魅力などで入社し
て、その後、入社時に会ったこともない上司
の下で働いたことを思い出すからである。上
司といっても、部下がいてくればはじめて、上
司をさせてもらっているともいえるのである。
この当たり前のことが意外と理解されていな
い。(人事は新入社員教育と同時に、配属先上
司に対しても適切な受け入れ姿勢や心構えを教
育する必要もある。)部下は将来の重要な財
産であり、ある意味会社からは一時的に預け
られた人的資源である以上、通常の担当業
務以外に、教育することも会社から託されて
いる重要な職務またはミッションである。もち
ろん、組織が人間の集団である以上、どうし
ても“相性”の良さ・悪さというもある。しか
し、そこからお互い何かを学んでいく努力は
できる(参照:P3下段のBIT89 BOOK GUIDE 欄)。何
れにしても職場内の人間関係が良好であるこ
とは『よい会社』としても見逃せない要件では



参考写真

なかろうか。

仕事柄、いろいろな会社を訪問させてい
ただき、その会社の社員の方々と一緒に
飲み会に参加したりする。そして和気藹々
ムードなので、「こちらの会社はどのような会
社ですか？」などと質問してみると、「うちの
会社はいい会社だよな」と、お互いが確
認しあうように満足気に答えていただくこと
がある。この場合、話の内容を聞いてみると、
収益性・財務基盤や、社員への処遇制度な
どが充実しているということよりも、身近な職
場の風土・雰囲気などが自分たちにとって居
心地よく、またその中でよき先輩・同僚・部下
に出会えたことなどを喜び合っている、“相思
相愛の仲間”といった意識がある。

工業用部品メーカーK社もこの範疇に入
る会社である。この会社では毎年8月になる
と、本社工場のある敷地内で納涼祭を開催
しているが、社員とその家族だけでなく、その
地域の住民も招待して、経営幹部と社員全
員が一緒になって作り上げている。メインであ
る盆踊り大会のやぐらを建てたり、焼き鳥など
の模擬店を出したり、また子供たちのための
マジックショーを開いたり、手作りイベントを
楽しんでいる。ちなみにこのような社員が丹
精込めて作っている製品の品質には定評が
ある。

しかし職場の人間関係が良好で社員の満
足度が高いだけでは単に「仲良しクラブ」とも
言え、併せて会社の満足度(企業理念が浸透
して業績に結びついていること)が高くなれば
『よい会社』とは言えないだろう。

この文章の無断転載を禁じます。

THE 特集 **どんな会社が“よい会社”？**

どんな会社が“よい会社”か？ - - なかなか答えの出ない問いではあるが、前号に引き続き“よい会社”に関連するいくつかの切り口をみてみよう。

外から見る、内から見る

米ビジネス誌フォーチュンは「世界で最も賞賛される企業(World's Most Admired Companies)」というランキングを発表している。2009年の全業種を対象とした上位50社ランキングではトップはアップル、次いで2位は投資家ウォーレン・バフェット氏が率いるパークシャー・ハサウェイ、そして、3位にトヨタ自動車が入った。日本企業では、トヨタのほかに、ホンダ(32位)、ソニー(39位)、豊田自動織機(46位)が上位50社に選ばれている。この「世界で最も賞賛される企業」には業種別ランキングもある。業種別ランキングをみると、コンピュータ業界の1位はゼロックス、アップルは2位、自動車業界では1位はBMWで、トヨタは2位であった。このように順位が逆転するのはランキング方法に違いがあるから。詳しくはフォーチュン誌のサイト等をご参照いただきたいが⁽¹⁾、おおまかには、業種別ランキングは経営幹部やアナリストが同じ業界の企業を対象に9項目について評価を下した結果で、全業種ランキングは業種別ランキングの回答者が業種に関わりなく、最も賞賛する10社を選んだ結果である。業種別ランキングで使用されている9つの評価項目は Innovation、People management、Use of assets、Social responsibility、Management quality、Financial soundness、Long-term investment、Product quality、Global competitiveness。

「世界で最も賞賛される企業」が外から見た評価とすると、同じくフォーチュン誌の「最も働きがいのある会社ベスト100(The Best Companies to Work For)」は会社を内側から見た時の評価のひとつだろう。フォーチュン誌のランキングは米国企業を対象としたものであるが、ランキング作成機関であるGreat Place to Work® Institute (GPTW)は日本の「働きがいのある会社」リストを2007年から発表している⁽²⁾。このリストはGPTWが無作為に抽出した従業員へのアンケートと社内制度や企業文化などに関する会社に対する調査がベースとなっており、特に前者に重きを置いて作成されている。2008年9月～2009年1月に実施された日本での第3回調査では自薦企業77社が対象となり、上位25社が公表された。トップ3は1位モルガン・スタンレー証



券、2位リクルートエージェント、3位マイクロソフト。GPTWは「働きがいのある会社」を「従業員が会社や経営者、管理者を信頼し、自分の仕事に誇りを持ち、一緒に働いている人たちと連帯感を持てる会社」と定義している。そして、働きがいのある会社であるための要素を「信用」「尊敬」「公正」「誇り」「連帯感」の5つに分類し、従業員向けのアンケートではこれらをカバーする57の設問を設けている。

変化する「よい会社」の条件

(財)日本生産性本部(旧:社会経済生産性本部)と(社)日本経済青年協議会が実施している新入社員を対象とした「働くことの意識」調査は昭和44(1969)年度から実施されており、昨年で40回を数えるという長い歴史を持つ。この調査によると、就職先の企業を選ぶ際に最も重視した点は何かという問いに対して、昭和46(1971)年度には、「会社の将来性を考えて」と回答する人の割合が最も多かった(27%)という。それが昨年度の調査では「自分の能力、個性を生かせるから」(28.3%)、「仕事がおもしろいから」(23.8%)、「技術が覚えられるから」(13.6%)に次いで、4番目の8.7%にとどまっている。4月2日付日経産業新聞は、今年の新入社員を対象とした調査で、就職先を選んだ理由として「規模が大きい(安定している)」との回答が昨年に比べ急増した(15.3%→28.6%[複数回答])というニュースを報じた。これから働こうという人にとっての「よい会社」の傾向は、大きな時代の流れや、その時々社会・経済情勢、景気、世代ごとの気質などによって変化している。

(1) <http://money.cnn.com/magazines/fortune/mostadmired/2009/faq/>
(2) <http://www.greatplacetowork.jp/>

参考情報

新入社員のタイプ:

昭和48年度から平成14年度まで坂川山輝夫氏(現代コミュニケーション・センター所長)が命名、平成15年度からは(財)日本生産性本部(旧:社会経済生産性本部)の「職業のあり方研究会」が命名および発表を行っている。

- 入社年度別新入社員タイプ
 H21:エコバッグ型 H20:カーリング型
 H19:デイトレーター型 H18:プログラム型
 H17:発光ダイオード型 H16:ネットオークション型
 H15:カメラ付きケータイ型
 H14:ポディピロー(抱き付き枕)型
 H13:キシリトールガム型
 H12:栄養補助食品型 H11:形態安定シャツ型
 H10:再生紙型 H9:ポディシャンプー型
 H8:床暖房型 H7:四コママンガ型
 H6:浄水器型 H5:もつ鍋型
 H4:バーコード型 H3:お仕立券付きワイシャツ型
 H2:タイヤチェーン型
 H元:液晶テレビ型 S63:養殖ハマチ型
 S62:テレホンカード型
 S61:日替わり定食型 S60:使い捨てカイロ型
 S59:コピー食品型 S58:麻雀牌型
 S57:瞬間湯沸かし器型 S56:漢方薬型
 S55:コインロッカー型 S54:お子様ランチ型
 S53:カラオケ型 S52:人工芝型
 S51:たいやきクン型 S50:カモメのジョナサン型
 S49:ムーミン型 S48:パンダ型

気になるデータ 企業関連データ

会社への貢献意識(出所:「新時代のキャリアデザインと人材マネジメントの評価に関する調査」結果報告書[(独)労働政策研究・研修機構 2006年])

「あなたは会社に尽くそうという気持ちが人一倍強いですか」という問いに対する回答(%)

	A. そう思う	B. どちらかといえば そう思う	肯定的な回答 (A+B)
20代以下	3.5	18.3	21.8
30代	8.3	26.9	35.2
40代	10.7	31.2	41.9
50代	13.8	36.3	50.1
60代以上	27.0	45.9	72.9

Brain89ersの視点 良い会社とは徳のある会社

鈴木 準二 (すずかわ・じゅんじ) [日東工器株式会社 相談役]

「良い会社」と「悪い会社」の実例...となると、すぐ思いつくのは「悪い会社」の例でしょう。テレビや新聞を賑わす会社がいくつも思い浮かびます。それに対して、いろんな会社の「良いニュース」は多いのですが、その会社が「良い会社」とは言い切れません。

たとえば、あっと驚く新製品を出して高い利益を上げ、社員にもユニークな高い給与を支給している会社は、その段階では「良い会社」に違いありませんが、図に乗った経営を続けていて破綻してしまったり、「最も悪い会社」です。企業の社会的責任の大前提は、企業が継続して、ステークホルダーを裏切らないことです。

これと反対に、地味ながら寿命の長い製品を作り続けて、ひたすら守りの経営を続ける会社は、「良い会社」に違いありません。しかし専守防衛でリスクを避ければ会社が存続できるとは限りません。会社を危機に引きこむ要因は無数にあり、ひとつ間違えれば倒産してしまいます。また、倒産しないことは必要条件であっても、細々と生き永らえているだけでは「良い会社」と呼ぶに十分ではありません。

結論を急げば、私は「良い会社とは社徳の高い会社である」と考えます。人に人徳というものがあるように、会社には社徳があるのではないのでしょうか。社徳とは、会社の年齢とも業績とも格付けとも、違います。人徳のある人は、それを誇ることはないし、そもそも自分では自覚していないけれど、周囲から見ると徳がほの見えるものです。それと同じように、社徳のある会社も、徳を目標としてはいいけれど、結果としてステークホルダーから尊敬されている会社です。

「社徳」は抽象的で、定義もないし測定もできませんが、わかりやすい一例を挙げれば、企業ス

ポーツによって社員と地域社会に夢を与えている会社は、「徳のある」会社でしょう。

強い企業チームは会社の広告としては効果の高い手法です。パブルのころ、余裕のできた会社が続々とスポーツチームを持ちましたが、その後撤退する例が相次いでいます。それどころか、野球やアイスホッケーで長い歴史を持つ名門チームでさえ、撤退に追い込まれています。リストラの見せしめとして、あるいは株主総会対策として、やむを得ない経営判断でしょうが、「徳のある」経営とは思えません。

一方では、地元の無名選手を採用して仕事と競技の両面で育て、マラソンの一流選手を輩出している九州の会社もあります。これこそ「徳のある」会社の好例でしょう。

スポーツチームは一例にすぎませんが、徳のある会社には、高い経営理念とそれを担保する継続的な利益が必要です。貴金属の商社から携帯電話に不可欠の金線のメーカーに変身した会社など、環境の変化に対応して体質を改革してきた老舗企業の例を、「千年、働いてきました」という本(野村進著)に見ることができます。徳のある会社は、案外身近にあります。



鈴木 準二 氏 プロフィール
1967年、一橋大学社会学部卒。
三井金属、ナショナルライフ保険を経て、1990年、日東工器株式会社に入社。2005年から2008年まで同社社長。現在、同社相談役。



“Brain89ers”とは...

ビット89には、さまざまな分野で活躍する豊かな才能・個性を持った方々のネットワークがあります。このネットワーク、“Brain89ers”(ブレイン・エイティナイナーズ)の知性を共有することにより、皆さまのビジネスはより深く広く、味わい深いものとなります。そこで、毎号これらの方々に登場していただき、独自の視点からビジネスや社会・世界情勢について語っていただきます。

BIT89 Book Guide

1.千年、働いてきました 老舗企業大国ニッポン

日本には創業100年以上の老舗企業が10万社以上あると推定されている。大宅賞作家のがめぐる老舗企業の旅。

野村 進 著
角川書店 刊
740円 税込
ISBN: 9784860632489



2.リストラなしの「年輪経営」 いい会社は「遠きをはかり」ゆっくり成長

不況に左右されず確かな安定成長を目指す「年輪経営」の極意とは何か。創業以来、48年連続の増収・増益企業の経営戦略。

塚越 寛 著
光文社 刊
1,470円 税込
ISBN: 9784334975586

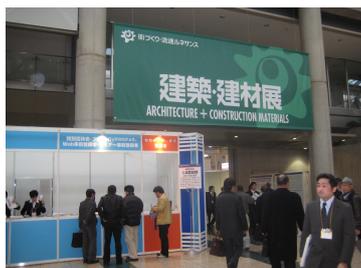


3.なぜあの人と相性が悪いのか？ 九星×血液型でわかるシゴト相性学

人材エージェント会社を経営する著者が、幹部社員配置の際にも活用。上司、部下との相性で悩んでいるビジネスパーソン向けの一冊。

松本 哲郎 著
WAC(ワック) BUNKO刊
980円 税込
ISBN: 9784898315750





「建築・建材展2009」視察報告

先月のはじめ(3月3日～6日)、東京のビッグサイトで開催された「建築・建材展2009」に出かけました。以下簡単に報告させていただきます。

環境とエネルギーが時代のキーワードであるだけに、太陽光発電を中心とした「エコ住宅」関連の特別展示やセミナーが目立ちました。その中で「高断熱住宅が持つ健康影響と健康コスト削減を考える」というテーマのセミナーを受講しました。

このセミナーのコーディネータ役をされていた「安全な住環境に関する研究会」の上原裕之氏が「太陽エネルギーを太陽から取り入れても、断熱効果がなければ意味をなさない!」「室内の温度差によって『風呂場』で亡くなる人が年間約14,000人もいる。これは“ヒートショック”といわれるもので、行き過ぎた省エネなどで部屋毎の温度差が生じてこれが健康を害している。またシックハウスも含めて家の中で病気になるのもおかしい!」「健康住宅を車や家電に代わる産業として振興させていってはどうか!」など、具体的なアンケート調査に基づいた指摘・提案をされていたのが印象に残りました。

以下、受講セミナーの概要

テーマ:高断熱住宅が持つ健康影響と健康コスト削減を考える～居住者大規模アンケートより～

1)イントロダクション:

上原 裕之氏(安全な住環境に関する研究会 事務局長)

2)「高断熱住宅居住者アンケートの内容と統計結果について」:

岩前篤氏(近畿大学理工学部建築学科 准教授)

3)「アンケート結果に対する医学的考察」:

杉田隆博氏(大阪府救急医療情報センター顧問)

4)「健康維持増進住宅の展望」:

檜橋康英氏(国土交通省住宅局住宅生産課 企画専門官)

5)パネル討論「高断熱住宅で実現する健康増進と産業の活性化」:上記講師全員

上記「建築・建材展」のURL

<http://www.shopbiz.jp/ac/>



写真左

**実践! MBAトレーニング
中国ビジネスのケーススタディ**

写真右

**即戦力が身につく!
最強のMBAバイブル**

株式会社 ビット89
東京都品川区大井1-6-3
アグラ大井町ビル7F (〒140-0014)
03(3774) 8950
Fax 03(3774) 8951
メール info@bit89.co.jp
HP <http://www.bit89.co.jp>
発行責任者 吉田 健司

吉田健司 著書のご案内

好評発売中!! 「戦略」「ヒト」「モノ」「カネ」「文化」の本質と応用がつかめる本です。
「実践! MBAトレーニング 中国ビジネスのケーススタディ」 PHP研究所刊 2,000円

好評発売中!! MBAコースのエッセンスをいっとどりした本です。
「即戦力が身につく! 最強のMBAバイブル」 PHP研究所刊 1,400円

上記2冊はお陰さまで、完売しました。

なお、「即戦力が身につく! 最強のMBAバイブル」(改定版)につきましては、弊社に若干の在庫がございますので、ご要望の方は弊社宛にご連絡ください。

ビット89インフォメーション

発売中の書籍内容に沿ったテーマだけでなく、最新のビジネスメソッドに関する講演、セミナーのご依頼に積極的にお応えいたします。また、併せてマーケティングリサーチ、各種ビジネストレーニングおよび経営コンサルティングなどに関するお問い合わせなどは、左記までお気軽にご連絡くださいませ。

皆様の会社が、現在抱えておられるビジネス上の課題を解決してみませんか? 弊社代表 吉田健司が「経営プラネット」および「ビギナー会員(体験会員)」の皆様を対象に、毎月先着5名様まで頂いた質問にEメールまたはFAXにてご返答いたします。ご希望の方は左記のEメールアドレスまたはFAX番号宛にご質問内容をお送りください。

INTEREST編集部では、INTERESTで特集を組んでほしいテーマを募集しております。左記のメールアドレスより編集担当宛に御社名とお名前を明記の上、お寄せください。