

## 経営のヒント26 経営理念の浸透

### 何故、経営理念が浸透しないのか？

#### 何故？理念が浸透しないのか？

企業にとっては、経営理念が一番重要。個人では目的なんですね。

そんなことわかっている！

しかし、ほとんどの企業では経営理念があっても社内に浸透していない。それが現状なのです。何故か？……つまりは「お飾り」「押し付け」「独りよがり」

必要と言われたから、とりあえず作った「理念」など。……つまりは「自分の言葉」でない。

つまり 社員からはすべてお見通し。社長の言っていることとやっていることは違う！

社長の自分の言葉でなく、どこかで作った言葉なんて、誰が信用しますか？

どうすればいいのか？

具体的にはどうするかと言うと、まずは「一人一人の考えや言葉の意味が違う」ということを理解すること。社長と社員では立場も責任も違うのだから違って当然なんです。

次に、言葉の定義をすりあわせすることです。俺はこう思う、こう考える、と繰り返し根気よく機会あれば常に！伝えるのです。

そして「あんたはどう考えているのか？」「どう思っているのか？」と質問し、違いを見つけてその差を縮める努力と工夫をしていくんですね。するとだんだん経営者が何を考えているのか？どうしたいのかがわかってくるはずですよ。

例えば、感動とはどんなことなのか？それを自分の実体験から語るのです。この前、こんなことがあってこうなってこんなんで俺は感動したんだ！だからこんなふうになりたいんだ！

経営理念には、下段構造が必要なんです！

又、その下段構造の解説文も必要なんです！

そして、社長以外にも語り部が必要なんです！

その意味合いの物語が必要なんです！ドラマが必要なんです！

理念の「念」の言葉の意味・・・知ってますか？

「思う」から「想い」、そして「念い」に！

その言葉の想いが念いまで、深く！ならなければいけないのです。

### 経営のヒント

- ・ 理念は思いから、念じるまでの思いにならなければ、まず伝わらないんだな！
- ・ 理念の言葉の意味あいをすりあわせすることが一番の早道なんだな！。

「物語を語れ！」「ドラマを創れ！」「語り部をつくれ！」