

第 34 回テーマ

「経営者の生き様」そのものが成功要因！

「マーケティングの基本はお客様を喜ばす事」と理解しながら、自分でそれを体現できているのか？を良く振り返る事がある。基本的に中小企業の経営者には創業者が多く、いわゆる経営者の「生き様」そのものが経営哲学である事を常を感じる。中には規模は大きくないが、社員が幸せになれる企業を作りたいという人もいらっしゃるし、長く企業を存続させ未来永劫イニシアチブの取れる企業の基盤を作りたい、など、目標も様々である。

経営者との面談でわかった事は、起業の「きっかけ」というのは、経営者の「好み・嗜好性」という面が大きい。例えば食べ物が好きであれば飲食店、物作りが好きならば製造業...というわけだ。もちろん、中には時代背景的に「食っていかなばならない」という局面を迎えて起業された場合は、好き嫌いで事業を選べなかったという経営者もいらっしゃるのも事実だ。だからこそ前述した「お客様を喜ばす」という部分の本質を掴み、的確に航海図を作っていくという事は難しい。個人的にはそこにやりがいを感じているわけだが。

時代の流れが早く、変化も激しくなっている中では、企業全体・組織全体の適応力とフレキシビリティが必要で、昔よりも今はアイデアや手段が多岐に選択できる環境はプラス材料だ。言葉は乱暴だが「コストをあまりかけずに儲ける」事ができれば、企業基盤も盤石になり、ゴーイングコンサーンの実現できるだろう。ただ、そこには基本理念や企業ポリシー・コンセプトがあるはず。その事をもっと社員やスタッフに理解させ、意思疎通を図るという事も重要ではなからうか？今はその部分が非常に薄いように感じる。

個人的に、ややもすると「テクニク論」に走る事はなかっただろうか？と反省する部分もあって、今後は改めて企業経営者と起業の時から現在に至るまでの経過や気持ち等を時間をかけて話し、更に理解する事を重点的に行おうと思っている。

今こそ経営者が歩んできた「生き様」を、じっくり時間をかけて社員やスタッフと話あってみるのはどうだろうか？真の「お客様が喜ぶ事」という解を見出す事ができ、課題が整理されるのではないか。一番の「売上拡大策」となるに違いないと確信している。