

# 企業理念や行動指針の浸透には、 まずはトップがWhyを語るべし

田中 宏明 株式会社新経営サービス 人事戦略研究所 コンサルタント

所在地：京都市下京区河原町五条西入本覚寺前町830 京都EHビル6階 Tel：075-343-0770 <https://www.skg.co.jp>

## ■企業理念・行動指針は 社員に浸透していますか？

企業理念や行動指針の浸透に関するお悩みを聞くことが、最近増えています。在宅勤務が定着し顔を合わせる機会が減った、あるいは中途採用を進めるなかで社内の人材が多様化したこと等により、企業理念や行動指針に沿った会社の価値観の浸透が重要になってきているものの、その実現に苦勞されているケースが多いようです。

ある企業様では企業理念と行動指針を刷新したことを機に、カードの携帯や毎朝の唱和など様々な施策を打ち出しているものの、現場の実態としては形ばかりで、社員の関心は限りなく低くなっていました。

では、どうすれば企業理念や行動指針の浸透、さらにはそれに沿った行動の奨励が図れるのでしょうか。一般的によく言われる施策としては、関連する自身のエピソードや考えについて社員に語ってもらう、あるいは人事評価制度に組み込んでしまう、等が挙げられます。

このような施策も当然重要ですが、浸透にあたってまず取り組むべきポイントがあると、筆者は考えています。それはトップがWhyを語る、つまり企業理念や行動指針の浸透がなぜ必要なのかを、トップが具体的に示すということです。

## ■Whyが人を動かす

これに関連して、Whyこそが人を動かすという主張があります。リーダーシップやマーケティングに関する講演や著作が全世界で好評を博しているSimon Sinekが、TED (Technology Entertainment Design)

カンファレンスにて「優れたリーダーはどうやって行動を促すか」という講演を行いました。その中には、Appleの販売戦略やキング牧師の演説等を事例としながら、また脳の構造など生物学的な根拠も踏まえたうえで、人はWhat：商品やサービス、How：実現の方法ではなく、Why：目的や信念によって動かされることが示されています。

企業理念や行動指針の浸透においては、それらの内容や、その背景にある考え方などWhatをより具体的に語ることは多いものの、その浸透が必要な理由であるWhyを語ることは、ないがしろにされていることも多いのではないのでしょうか。

例えば、在宅勤務が定着し顔を合わせる機会が減るなかにおいて、会社としての一体感を高めて社員の安心や成長につなげたい。あるいは中途採用の社員が増え、人材の多様化に直面している今だからこそ、わが社が顧客に提供するサービスや業務の品質を維持していきたい。

このように、企業理念や行動指針の浸透を図りたいのは、詰まるところ何が目的なのかをまず語ることによって、社員にエピソードを語ってもらう等の他の施策の効果性も高まるでしょう。またその際、上記の例のように内外の組織環境の変化に照らして目的を具体化することが、社員の納得度を高めるうえで有効です。

現在、企業理念や行動指針の浸透に取り組もうとしている場合、あるいはすでに取り組んでいる場合でも、ぜひ改めてそのWhyについて考えてみてください。

出典：Simon Sinek「How great leaders inspire action」 [https://www.ted.com/talks/simon\\_sinek\\_how\\_great\\_leaders\\_inspire\\_action](https://www.ted.com/talks/simon_sinek_how_great_leaders_inspire_action)