

売れる！マネジメント術

第6回 ビジョンなくして成長はない ～ビジョンメイキングとPDCAサイクル～

株式会社 MMコンサルティング
代表取締役 上野 光夫

◆はじめに

こんにちは！MMコンサルティングの上野です。

日本政策金融公庫で約5,000名の起業家への創業融資に携わり、独立して以降は600名以上の起業家や経営者へのコンサルティングを行っています。

1月から6回に渡り、「『売れる！マネジメント術』」と題し、起業して儲かる経営者になるための“マネジメント術”についてお届けしています。

シリーズ最終回となる今回のテーマは、経営の基盤を構築するための「ビジョンメイキングとPDCAサイクル」について解説します。

それではどうぞお付き合いください。



◆経営者は何をすべきか

経営者がやるべきことは多岐に渡りますが、もっとも重要なことは「お客様との関係性を構築する活動」です。つまり、一定のお客様を獲得し、その方たちに継続的に満足してもらうための方策を実施することです。

事業を長く続けるためには、提供する商品やサービスをつくって、お客様にファンになってもらわなければなりません。自社の商品・サービスが好きで好きで仕方ないというお客様が増えれば、何回もリピートしてくれるだけではなく、他のお客様を集める営業マンにもなってくれます。

そのためには、商品力と営業力を研ぎ澄ますことが必要です。しかし、それだけではなく“熱い想い”を伝えることも忘れてはいけません。

“熱い想い”とは、お客様に「うちはこんな考え方で商品・サービスを開発し、こういう方に利用していただき、世の中に貢献したい」という理念やビジョンです。大企業に限らず、小さな企業でも理念やビジョンを伝えていくことが、事業繁栄につながるのです。

◆村上春樹が経営者時代に考えていたこととは

意外な人が、「理念やビジョンがお客様を引き寄せる」と語っています。ノーベル文学賞の候補として名が挙がっている、小説家の村上春樹氏です。

村上氏は、学生時代から7年間ほど飲食店を経営していました。

業態はジャズクラブのようなもので、ジャズの生演奏があり、昼はコーヒーを出して夜はバーになる小さなお店です。小説家に転身するときに人に譲ったのですが、とても繁盛していた店だったようです。

村上氏が述べていることに、経営者にとって考えさせられる話があります。要約すると次のような内容です。

「お店の経営を続けるには、みんなに気に入ってもらおうとするのではなく、10人に1人でいいので、コアなりピーターになってもらうことが大切。そのために経営者は、明確な姿勢と哲学のようなものを旗じるしとして掲げ、それを辛抱強く、風雨に耐えて維持していかなければならない。」

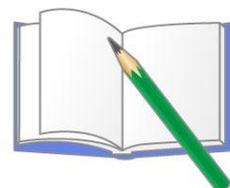
(出典元: 同氏エッセイ集『走ることについて語るときに僕の語ること (文藝春秋)』)

つまり、明確な理念やビジョンを社内外に掲げて、ファンをつくるのが、商売を繁盛させる秘訣という意味です。事業を経営しているとさまざまな危機や障害に直面しますが、それでもぶれない姿勢を維持するのが大切ということです。

これは、飲食店に限らず、どんな事業でも当てはまる“繁栄の法則”だといえます。

◆毎日新たなビジョンをノートに書こう

経営者が掲げるべきビジョンとは、当コラムの第2回(2016年2月24日号)でも解説したとおり、「組織が目指す将来の状態、あるべき姿」です。ビジョンは、ミッション(組織が果たすべき使命・役割)に基づいて考えるものです。



「ミッション」は一度決めたら簡単に変えるべきではないですが、「ビジョン」は次々と新しいものを生み出すことが、事業を発展させる原動力になります。一度掲げたビジョンを達成したら、さらにハイレベルを目指すために、新たなビジョンをつくるのです。それが私のお勧めする「ビジョンメイキング」です。

私のクライアントの中で、もっとも「儲かっている社長」といえる経営者は、毎日50項目以上のビジョンや目標を考えてノートに書き出しています。1日に見開き2ページを使って、すぐに実施すべき「タスク」といえるものから10年先に達成したい大きなビジョンまで、びっしりと書いています。

私自身も最近その社長の真似をして、「ビジョンノート」と名付けたノートをつけ始めました。書くのにけっこう時間がかかるのでおっくうに感じる日もありますが、ビジョンを文字にすることで達成が早まっていると実感しています。

ビジョンを書き出すことは、潜在意識に実現したいことを刻み込むことで、達成に向けて着実に努力する姿勢を引き出す効果があるのです。

◆ビジョンにゴールはない

ビジョンを掲げて社内外に発信すると、スタッフ、お客様、取引先などからの信頼が高まる効果が得られます。「わが社はこうなります！」と宣言し、そのとおりに実現できれば、有言実行する企業として評価されるからです。

周囲にビジョンを宣言すると、是が非でも実現しなければならないというプレッシャーはかかりますが、その分、実現可能性は飛躍的に高まります。

また、事業経営におけるビジョンには、ゴールはありません。事業を継続する意欲がある限り、永遠にゴールに到達することはないのです。1年後、5年後、10年後にこうなるというビジョンを示して、ゴールを追いかけるといって行動を続けることが経営です。



という「経営者は永遠に辛い仕事を続けなければならないのか」と思うかもしれませんが、実は企業経営はとても楽しいものなのです。たとえゴールはなくても、より高い目標を達成し発展を続けることによって、大きな醍醐味を味わうことができるからです。

◆PDCAサイクルでビジョンを実現させよう

ビジョンを実現するための有効な手法には、ビジネスパーソンにはおなじみの「PDCAサイクル」があります。企業が行う一連の活動を、Plan-Do-Check-Actionという観点で管理するフレームワークです。

① Plan

目標を設定しそれを具体的な行動計画に落とし込む。

② Do

組織構造と役割を決めて人員を配置し、組織構成員のモチベーションを高めながら、具体的な行動を指揮・命令する。

③ Check

途中で成果を測定・評価する。

④ Action

必要に応じて修正を加える。

※一連のサイクルが終わったら、反省点を踏まえて再計画へのプロセスへ入り、次期も新たなPDCAサイクルを進める。



◆まとめ

1月から今月まで6回に渡って『売れる！マネジメント術』をお届けしました。経営者として身につけるべきマネジメントについて、少しでもご理解いただけたとしたら幸いです。

起業する前から意識して、マネジメントスキルの向上を図れば、きっと「儲かる社長」になれるに違いありません。

◆プロフィール

上野光夫（うえのみつお）

■株式会社 MMコンサルティング 代表取締役・中小企業診断士

■1962年鹿児島市生まれ。九州大学を卒業後、日本政策金融公庫（旧国民生活金融公庫）に26年間勤務し、主に中小企業への融資審査の業務に携わる。3万社の中小企業への融資と、5千名の起業家への創業融資を担当した。融資総額は2,000億円にのぼる。

2011年4月にコンサルタントとして独立。起業支援コンサルティング、資金調達サポートを行うほか、研修、講演、執筆など幅広く活動している。

日本最大の起業家支援プラットフォーム「DREAM GATE」において、アドバイザーランキング「資金調達部門」で3年連続して第1位に輝く。

■著書

『3万人の社長に学んだ「しぶとい人」の行動法則』（日本実業出版社）

『起業は1冊のノートから始めなさい』（ダイヤモンド社）

『「儲かる社長」と「ダメ社長」の習慣』（明日香出版社）

『仕事で結果を出す人はこの「きれいごと」を言わない』（フォレスト出版）

『絶対に後悔しない！45歳からの起業の心得』（明日香出版社）

『事業計画書は1枚にまとめなさい』（ダイヤモンド社）

■運営サイト

<http://www.kigyoseiko.com/>（起業成功ドットコム）

<http://kigyokoza.com/>（起業通信講座）

<http://mmconsulting.jp/>（コーポレートサイト）

