# 代理店経営情報

シンニチ代理店版

前回は、代理店の事業拡大に必要不可欠な「システム化」をひも解きながら、経営においての役割について考えました。今回は、人材開発システムのファーストステップである「理念・ビジョン共有」の重要性と意味について整理してみたいと思います。自社を点検しながら考えてみてください。

## 「理念・ビジョンの共有」がないから人が育たない！

### 理念・ビジョンの役割

あなたの会社を船に例えるなら、「経営理念」が「自分たちは何のために存在しているのか」を示したものであり、「経営ビジョン・将来像」が「これからの航海でどこに向かうのか?」を明らかにしたものです。私としては、経営で最も重要なことは、理念・ビジョンを社内で共有することだと考えています。サービスは色々ありますが、大切なのはそのサービスを通して何を実現したいかという「思い」です。それが経営理念に集約されるのです。それを共有し、実行・体現できる組織をつくることが最も重要な経営者の仕事ではないでしょうか。経営理念とは、言葉を変えると「会社の個性、会社らしさ」であり、共通の価値観であり、存在意義でもあるのです。

### 理念浸透の仕組み

ただし、経営理念がどれほど立派でも、それだけで事業を形にできるわけではありません。大切なのは理念とともに、それを共有し、浸透させていく経営システムを随所に埋め込むことです。事業を展開するにあたっては、そこに戦略があって、それを基に商品やサービスの提供が組織で行われていきます。ただ、それらも経営理念を実現するためのもの。特にプロ代理店のような労働集約産業においては、サービス提供をするのは一人ひとりの社員です。従って、社員一人ひとりが会社の理念・ビジョンを共有できるかどうかによって、実際に経営が成り立つかどうかも決まるのです。

つまり、プロ代理店の社長が最も考え、力を注がなければならないことは、経営理念を全社員に共有してもらうこと。そして、それを脈々と伝えていけるような仕組みや仕掛けをつくることなのです。

### お客様第一の嘘

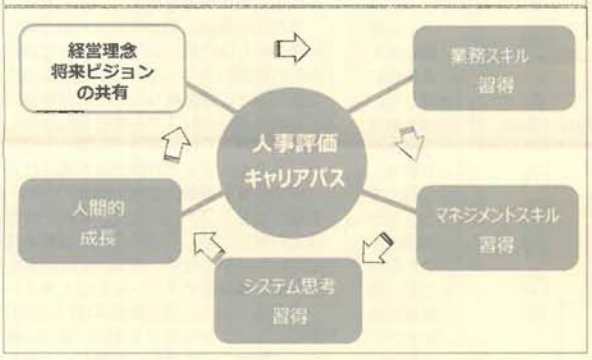
いつの時代も企業や官公庁の不祥事が相次ぎます。自らの利益の拡大を追い求め、最も大事な「顧客」の存在をないがしろにしてきた結果と言えるのではないでしょうか。『顧客本意の業務運営』とは真逆の姿です。しかし、掲げる経営理念を探ってみれば、「お客様第一」や「顧客満足」など、それに類する立派な言葉が並んでいます。本社や事業所には経営理念を書いた額が掲げられているかもしれませんし、社員や職員に聞けば暗記している人もいるでしょう。しかし、知識として知っているだけでは意味がないのが、経営理念です。知っているだけではなく、社員一人ひとりに腹落ちしている必要があるのです。

### 本気で取り組む

これまでに「うちの社員には理念が浸透しない…」とため息をつく社長を無数に見てきました。「社長が経営計画発表会で、経営理念の大切さをスピーチした。毎朝、朝礼で理念を唱和している。理念を印刷した名刺大のカードを社員に配布している。しかし、会社で理念に共感し、理念の実現を願っている社員がいない」と嘆いているのです。もういい加減に気づいてはいかがでしょう。これではダメなのです。これでは意味がないのです。

目的は、理念を無理やり社員に刷り込むことでも、洗脳することでもありません。本当の目的は、社員が理念・将来ビジョンの本質を理解し、その実現にコミットする状態を創ることです。そのために知恵を絞り、時間をかけて、根気よく取り組むことが求められます。まさに、そこが人材育成のスタートラインなのです。あなたには何ができるでしょう?

人材開発システムの全体像




---

誰も教えなかった！ 84

## 保険代理店が「家業」から「企業」になる方法

シリーズ3

株式会社ブレインマークス
代表取締役 安東 邦彦

【プロフィール】
『収保10億円を実現する代理店づくり』をコンセプトに代理店を支援するコンサルタント。代理店の組織化、ブランド化を得意とし、保険代理店経営アカデミーを主宰。運営組織：プロ代理店経営アカデミー
http://www.hoken.brain-marks.com/

## 社長が3か月不在でも持続成長する代理店を目指す！