



クリエアナブキ 代表取締役社長 蔵田徹氏
「人が「活かされ」「生きる」をコーディネートする」
http://www.orie.co.jp

店頭公開前に、社員の意識を一つに束ねたかった

「この会社は、人材を活かす企業である」

こんなことを正面から申し上げると、ほとんどの読者が、「何をいまさら」とこの原稿を読む気持ちもなくしてしまうかもしれない。

しかしながら、考えていただきたい。私を含めた経営者は、自らの会社のすべての社員を心の底から活かそうと知恵を絞っているだろうか。経営者たちの間でよく語られるのは、こんな逸話だ。

「あのリクルートを創業した江副浩正氏は、会社設立後間もないころ、社員の誕生日をすべて覚えていて、廊下などで会ってはお祝いの言葉を述べていた」

この話が、社員のやる気を引き出すために意図して行われたかそうでないかは別にしても、これらのように社員に心を配る経営者や企業を簡単に見つけることはなかなかできない。

今回、紹介するクリエアナブキ(以下クリエ)は、このあたりが

ていったのである。

理想論では日々の仕事は回らないと揶揄されたが…

それから、約三年がたつ。

ミッション・マネジメント導入時には、会議の席上で、「理想論ばかりでは、日々の仕事は回らない」「そのシステムが重要なのはわかるけれど、現場には、これだけの具体的な問題がある」という発言が出るなど、導入に戸惑う社員の姿もあった。

蔵田氏は、そんな反応を受けて、すべての部門、すべての拠点を訪問し、「理想を持たない者に、理想の実現などあり得ない」と、導入の意義を説いて回った。

現在では、派遣社員から、「クリエに出会って、新たな道が開け

巷に多々、存在する企業とは明らかに違っている。

「人が「活かされ」「生きる」をコーディネートする」をミッションに据えている。

では、まず、どうして同社はミッションを掲げるに至ったのであろうか?

クリエは、一九八六年四月、蔵田徹氏によって設立された。現在、高松市に本社を構え、中国、四国、関西、東海地方を中心に人材派遣

の事業を展開している。二〇〇一年一月には、ジャスタック店頭市場への公開を果たした。

社長の蔵田氏は、二六歳で会社を立ち上げ、順調に事業を拡大していったという。ところが、目前にジャスタック公開をとらえはじめたころ、一つの壁に突き当たった。「たとえば、四〇〇五〇名程度の規模の組織ならば一人の牽引力でも容易に進んでいくことができます。ですが、支店も七カ所、

八カ所になって、トラベル事業にも進出するとすると、どうしても少数の人間のリーダーシップではうまく進行しない部分も出てくるのです」

そこで、会社という組織そのものに牽引力を持たせると同時に、活動の幅を広げて発想を膨らます社員の目的や行動の方向性を一致させるためにミッションを機軸としたマネジメント制度の導入を考えるようになった。

また「同時期、店頭公開を実現するための業務が増え、人材派遣などの本業が上滑りになっていっているのではないかとという危機意識もありました。そこで、今一度、クリエという会社は何を目的に存在するのか、どこを目指すのか、それはどんな価値観によってなされるべきなのかを明確にする必要があったのです」とも話す。

そこで、二〇〇〇年四月、ミッション・ステイトメントをまとめさらに、そのミッションを会社が存在するうえでの最上位の目的と位置づけ、マネジメントの仕組みや人事評価制度にそれを反映させ

こだわりミッション経営

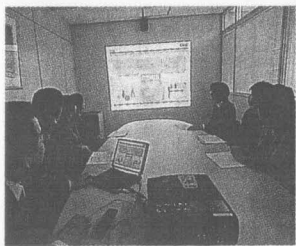
ヒューマン&サービスオリティコーディネーター
クラーク・フューチャー代表

赤木美香



あなたは、本気で「社員の資質」を活かそうとしていますか?

vol.2 クリエアナブキ



「個々の人間を活かす」という発想が企業を変える。当然、会社の方向性を決める会議も

た」という声が出るほどになって

まず、会社の存在意義、従業員の役割を明文化すべき

たとえば、私は同社の「人が「活かされ」「生きる」というミッションを核とする経営の成功の一端をこんな場面に見る。

クリエでは、人材派遣の業務において、こんなアプローチのかけ方をする。

赤木の目線

「どうして、この会社の従業員は、ここまで仕事に励むのか?」と問われたとき。答えは簡単である。会社が社員自身を認め、必要とし、働く環境を整えようとしているからである。「常に前を向いて歩んでいる」「切替えが早い」「常に覚悟を決めている」「様々なことに興味を持っている」「人を大切に…」。



●あかき・みか ●1985年生まれ。85年、短大卒業後、大手広告代理店入社、経営コンサルタント会社などを経て2000年4月、コンサルタントとして独立。Clark Future代表に就任する。

これは、従業員から聞いた社長の印象であるが、ここからも「人(従業員、そして、顧客)」に対して「最善の機会」を提供しようと奮闘する蔵田氏の姿が見えてくる。言うまでもないことだが、会社には、行動し、模範を実践する社長の姿が常に存在することが大切なのである。

いま企業が生き残りをかけて最優先に実行すべきは、会社が存在する理由、そして、従業員がその組織になぜ参加しているのか、その真の理由を明文化することではないか。(毎月第2週号連載)

通常、人材派遣会社がクライアント(派遣先企業)に人材を紹介する場合、「お客さまの選択の余地を残す」という意味を含めて、一名の募集であれば二、三名を紹介することが多い。

ところが同社は、派遣先のニーズを徹底的に聞き出したうえで、一名の枠というのであれば、厳選したたった一名しか紹介しない。そして、紹介した人物が万が一、マッチしない場合は、先方の意向を確認し直し、的確と思われる人物をまた一名紹介する。

見てとることがができる。

「ミッション」という言葉で表現しないにしても、理念、目的のない会社はおそらく存在しない。しかしながら、そのミッション、理念、目的がしっかりと社員に浸透して実践されない限り、所詮、それはお飾りと同じである。「会社の強み」の源泉にならない。要は、全従業員がそれを理解し、実践して、結果を出そうと努めているかどうかである。クリエは何よりもその実践にこだわる。