

# 福岡オフィス Communication Letter



## 社員の気づき

### ワクワクする病院

橋本 竜也

新院長のビジョンが「ワクワクする病院」。ちょっと病院らしくないかもしれませんが、とても素晴らしいキーメッセージだと思いました。キーメッセージが思考を開放するということがありますよね。

私自身の反省でもありますが、どうしてもスタッフに対して話すことが注意や激励にばかりなってしまうたり、考えることが硬いことや危機感迫ることにばかりなってしまうことがあります。こういうことは大事ですし、経営は甘いものではありませんから、危機感を持って真剣に取り組まなければなりません。しかし、そうしたことばかりだと、逆に職員のモチベーションを下げてしまったり、自由な発想やチャレンジを抑えてしまうこともあるのではないのでしょうか。私自身、自分の朝礼の話や社員への日常のコミュニケーションが訓示や注意に偏って、モチベーションを下げていないかと反省しています。そんなときに「ワクワクする病院」というキャッチフレーズ。なんとも前向きになれるではないですか。

こちらの病院では、中期計画作成の研修形式の会議を2日間させていただきました。その時のキーメッセージが「ワクワク」です。この一言で思考がとても開放され、参加者一同から、大変前向きで面白い意見がたくさん出てきました。

「ワクワクする病院」とは、職員にとってワクワクする病院、患者さんにとってワクワクする病院、地域の人にとってワクワクする病院、取引業者にとってワクワクする病院、金融機関にとってワクワクする病院などと考えられます。そうすると思考が広がります。

例えば、患者さんにとってワクワクする病院とはどのような病院でしょうか。病院は不安や苦痛を抱えて行くところです。普通はワクワク

など無縁です。しかし、「ワクワク」をキーワードに考えるように方向付けし続ければ、「今はつらいけど、あの病院に行けばどうにかしてくれると期待できる病院」とか、「病気をを見つけるのではなく、自分がどれだけ健康かを確かめる健診」といった発想が出てきます。では、それを実現するためにはどうすればいいのか、みんなでアイデア出しする。とても活気ある会議になりました。本当にみんなワクワクして話し合っており、病院の将来が楽しみです。当然、打ち上げの懇親会も大盛り上がりでした。

会議の冒頭では、医療政策の流れ、地域の人口動態、要介護者の将来予測等、病院にとっては厳しい事業環境であるという話はしています。しかし、「ワクワク」がテーマですから、「じゃあ、人口を増やす手立てはないのか?」「こうしたら人口が増えるのでは?市に提案しよう!」「在宅医療など新しい事業をすればまだニーズはあるということだね」といった前向きな発想がたくさん出てきました。人を前向きにさせることは、とても大切なことですし、リーダーとして必要な資質だと改めて感じました。と、同時に、それは前向きな言葉を発し、自分自身もそう実践することなのだ気づきました。

私が好きなある本に「カリスマ性がある人の周りでは、いつもワクワクするようなことが起こっている」という一文があります。人に希望を与えられるようになりたいと思います。

ワクワクする病院を掲げられているこちらの院長は、本当にエネルギーで前向きで、職員の希望の光のようでした。一緒に食事をさせていただいた際には、お互いのワクワクで大変盛り上がりさせていただきました。前向きな話ができ、前向きな経営に携われることを大変ありがたく思います。



日本経営グループ  
福岡オフィス責任者  
橋本 竜也

明治大学卒。1999年4月入社。人事コンサルティング部門に配属され、一貫して病院の人事制度改革に携わる。2006年9月からの半年間、調剤薬局に出向し、収益改善と組織改革を実現。コンサルティングにおいては、赤字病院や債務超過先の経営再建にも従事。2013年1月福岡オフィス長に就任。本紙の読者限定で、病院経営に関するお悩みや疑問など様々なご相談を無料で承っております。

## 障がい者福祉とは

先月号で、障がい者福祉施設の事例をご紹介しましたが、先日こちらの施設を見学させていただく機会をいただきました。

障がい者福祉事業は、主に日中活動（就労や余暇など）と、生活支援（入浴・食事・身支度など）に大別されますが、私たちが思う以上に、障がい者は支援が必要です。例えば、上着はタンスの2段目、下着は3段目と4段目にしまうという、私たちが当たり前に行っているようなことも障がいの程度によってはできない方もいます。物を片付けることも、構造化の訓練なるものだそうで、このように生活の一つひとつが自立してできるようになる訓練を支援員の方は専門的な知識に基づいて行っています。

なかでも、とりわけ感銘を受けたのは、地域の人との橋渡しをする世話人の存在でした。ご近所さんと話をする、ご近所と道すがら挨拶をする、そうした私たちが当たり前に行っている地域で暮らすということも、障がい者の方には難しいのですが、世話人が町内会や地域の方との橋渡しをされています。

障がい者福祉に対する社会の理解は以前より進んでいるものの、それでも依然として垣根があります。やむなく人里離れたところに施設を作って地域との関わりを遠ざける、ということもかつてはあったのです。

この法人のグループホームは、隣近所は普通の民家があり、地域での生活を実現されていますが、これは当たり前のことではありません。こうしたことが実現できているのも地域への根回しや理解されるための数々の取り組みがあったからです。やはり、福祉に対する純粋な思い・理念が、こうした姿を実現させたのだと思います。

前回、障がい者福祉に純粋な理念をお持ちであるをご紹介しましたが、今回は職員一人ひとりの寄り添う姿に率直に感動です。私の障がい者福祉に対する見方は大きく変わりました。我々健常者も地域社会の一員として、障がい者を地域で受け入れる必要があると感じさせられます。



高園忠助

## 貪欲な向上心

先日、職員意識調査Navigatorにおける組織活性度が高かった病院を訪問し、表彰およびヒアリングを行う機会がありました。賞状と盾をお渡しし、具体的にどのような取り組みをされているかをお聞きしました。我々の予想では、実際に院内で実践されている取り組みを説明していただけたらと思っておりましたが、ヒアリングの内容は予想とはまったく違ったものでした。こちらの病院では、医師が他職種に勉強会を行っていることを知っていたため、そうした取り組みの効果ではないか？と我々から投げかけましたが、院長・事務長とも「まだまだ」「不十分」というお返事でした。

それどころか「もっとレベルを上げるためにはどうすれば良いか？」「JCI（Joint Commission International：国際病院評価機構）についてはどう思うか？」など、更なる取り組みについて、逆に質問を頂戴しました。とにかく何をご質問しても「まだまだです」という回答ばかりです。

Navigatorの表彰として、病院の取り組みをヒアリングするつもりが、他院の取り組みなどを次々に質問してられるお客様を目の当たりにして、貪欲な向上心がこちらの病院の組織活性度の高さの源泉であると感じました。こうした高い意識のお客様と接し、自身も今以上に貪欲に向上しなければならないと律する機会となりました。

## 現場を見て

「OKY」この意味をご存知でしょうか。アジアの最前線で奮闘する日系企業の多くの現地駐在員から、日本の本社に向けられた言葉「おまえ、ここにきて、やってみろ」の頭文字だそうです。

よく居酒屋で「あの上司は」「俺の部下は」「あの部署の対応は」といった愚痴が壁の向こう側から聞こえてくることがあります。互いの状況を



太田昇蔵



山本一登



知らないがゆえに生じるすれ違いは、組織本来の能力を発揮できなくなってしまう要因だと、私は考えています。この望まないすれ違いをどのようにして打開するかは、現場で働く皆様の悩みでもあると思います。そこで今回は、「現場を見て、知って、学んで」互いに理解を深めた事例をご紹介します。

今回の訪問先では、部署間連携の一環として、医事職員が手術室に入り、実際に院長が手術する姿を見学されたそうです。それまで医事職員が知ることもなかった手術の現場を見ることで、見学した職員たちは「すごく勉強になりました」と院長にお話したそうです。こちらの病院のすごいところは、それを限られた職員だけではなく、現在勤務している医事職員全員に見学させようとしているところでした。

病院機能評価取得支援業務や電子カルテ導入支援業務を通じて、私も現場を回ることがありますが、「まだまだ知らないことが多い、本当に理解できているだろうか」「現場の皆様の立場も踏まえて経営について考えることができているだろうか」と考えさせられます。私自身「OKY」と言われられないように、現場と向き合い続けていこうと思いを新たにしました。

## メリハリを付ける

全国的に有名なある病院様へ訪問したときのことで。幸いなことに、職員の方に院内を案内していただきました。病棟やスタッフルームを案内していただいて、食堂へ行くと、テーブルに食器がセットされていました。そのセットされている食器はすべて陶器でした。食器を見ると有名ブランドの食器でした。職員の方からお話を伺うと、「患者さんが自宅に戻った際に生活感のないプラスチックの器を使うだろうか」という考えから、陶器の食器を採用しているとのことでしたが、同じ陶器の食器でも有名ブランドの食器を使うことで、患者さんも気分がいいかもしれません。また、訪問後に調べて分かったことですが、リハビリをする患者さんのことを考慮して、冬はリハビリ室の空調を他の病院様より高めに設定しているそうです。このように患者さんのために色々な面でコストをかけていますが、節電や節水に細かく気を配ったり、院内イベントの飾りつけなど、自前のできることに限ってはできる限り自前で行うなど、コスト削減にも努めています。



玉利裕希

この経験を通じて、病院の運営にメリハリがあることに気づきました。他院ではありますが、私が担当させていただいている病院様でも、人材が大切だということで人への投資は惜しみませんが、それ以外のコストの削減は徹底しています。何に対して重点的にお金を使うのかをはっきりさせ、それ以外のことについては徹底して無駄を省くということに、病院としてのしっかりとした判断軸があることを学ぶことができました。

## 新たな意見・提案

先日、人事制度の見直しをご支援させていただいている法人様より、子育てのために休職している職員の復帰についてご相談をいただきました。子供の病気で急な欠勤をしたり、夜勤ができないことなどにによって、周囲に迷惑をかけること申し訳なく思って退職される方もいるそうですが、そうしたことを理由に退職者を出すことは法人にとって損失であるとお考えでした。このような職員を何とか支援するために人員を増やすことも検討したいが、人件費の高騰が頭を悩ませるとのことです。

新たな人材を採用することで人数や知識、スキルを補うことはできるかもしれませんが、しかし、その法人様で経験を重ね、法人理念やその法人の職員としてのあるべき姿を身に付けた職員を「周囲に迷惑をかけたくないから」という本人の遠慮によって失うことは確かに法人様にとって大きな損失であると私は気づきました。

多くの経営者は制度先行での改革は、権利が当たり前になり、周囲の職員の負担・不満が増大することを懸念されるのではないのでしょうか。まずは、仕事と子育てを両立させたいと考える職員を増やすこと、そしてその職員を法人全体で助け合おうというメッセージを常に発し続けることが、働きやすい環境づくりの小さくも大きな一歩となるのではないかと考える機会となりました。

社員の気づき  
END



美濃部希生

## もしコン

～もしもコンサルタントが祭りに参加したら～

## ～俺の山笠～

太田昇藏

博多祇園山笠の加勢町における責任者の承継を控えた私は、コンサルタントとしてのマネジメントスキルを活用して、リーダーシップを発揮していくことを決意した。

これまでの取り組みの中で、今年度の我が町の実働部隊である赤手拭いには30歳前後の後輩を集めることに成功した。そこで、7月1日の山笠開始を前に、赤手拭いのメンバーをLINEでグループを組み、私が出張の場合でも報告・連絡・相談ができる体制を整備した。つまり、業務プロセスの改善である。

しかし、その根底である学習と成長の視点がなければ、業務プロセスは機能しない。加勢町である我が町は、山笠の実働日も少なく、練習する機会も少なかった。そこで、我が町の窓口担当となっている町内が山小屋当番の日に、実際の山笠の台を使った勉強会を昨年から行うようにしている。昨年末から事前折衝を行って今年も引き続き実施したが、土曜日ということもあり、次代を担う中学生や高校生達が参加してくれた。私が実際に責任者になった時に、我が町の実働を担ってくれる次代の育成ができていなければ、我が町が永續することはできない。



弊社では人材育成は「担雪埋井（たんせつまいせい）」と言われている。雪を担って井戸を埋めるように、人材育成はすぐには効果が出ないが継続しなければならないものであるという意味である。事業の永續において人の育成は重要であるが、祭りにおいても次代の人材育成がカギであると痛感している。

こうした取り組みを行った甲斐もあり、7月12日に行われた追い山馴染りでは、20代を中心とした我が町の若手が山笠を担いでくれた中、私が台上がりをする事ができた。これも、これまで若手の人材育成をし続けてくれていた、我が町の先輩諸氏のおかげだと感じる。

私自身、育成の取り組みを昨年から強化しているが、30歳代半ばで若造の私が台上がりできているのは、これまで伝統を積み上げてきてくれた先輩諸氏の功績でしかないと思う。伝統の祭りに身を置くと、先祖や先輩の功績について肌身で感じる事が多々ある。

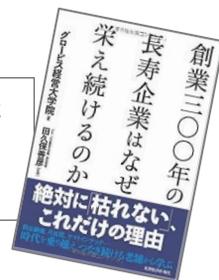
グロービス経営大学院が、創業300年以上で売上50億円以上の企業を研究した「創業三〇〇年の長寿企業はなぜ栄え続けるのか」という書籍でも、地域の神事・祭りに参加し、抗えないモノに対する敬意や感謝の念を醸成している企業は永続しているということが記載されていた。私自身、長年続く我が町の永続を考えた際に、コンサルティングノウハウとしての「SWOT分析」や「コッターの8ステップ」も有効ではあるが、先祖や先輩の功績に対する「感謝の念」、そして一緒に頑張ってくれる仲間との「報告・連絡・相談」が、特に重要だと感じている。実務のコンサルティングの中でも、事業承継に関連した経営課題について相談を受けることがあるが、先人への感謝の念が、実は事業永続の重要なファクターなのだと感じる。

昨年、我が町の功労者が亡くなったため、今年の山笠期間中に追善山（ついせんやま）を実施した。博多祇園山笠では、山笠の功労者が亡くなった際は、山笠期間中に故人の遺影に対して博多祝い歌「祝いめでた」を歌い、博多手一本を入れる追善山という慣わしがある。こうした先人への感謝の念を具現化する仕組みが重要である。

私自身、コンサルティングノウハウを活かしてリーダーシップを発揮しようとしたが、逆に、伝統の中で培われた先人の知恵をいただいた気がする。こうした先人の知恵をコンサルティングノウハウに取り入れていくことを決意した。

「創業三〇〇年の長寿企業はなぜ栄え続けるのか」

著：グロービス経営大学院



【再掲】

■コッターの8ステップ

1. 危機意識を高める
2. 変革推進チームをつくる
3. 適切なビジョンをつくる
4. 変革のビジョンを周知徹底する
5. 従業員の自発的な行動を促す
6. 短期的な成果を生む
7. さらに変革を進める
8. 変革を根付かせる

出所：ハーバード・ビジネススクール  
元教授ジョン・コッター

SWOT分析 【再掲】

参考：松田久一「成功と失敗の事例に学ぶ戦略ケースの教科書」をもとに改編

|        | S (強み)                          | W (弱み)                            |
|--------|---------------------------------|-----------------------------------|
| O (機会) | SO戦略 (積極戦略)<br>機会を捉えて強みを利用する発想  | WO戦略 (弱点強化戦略)<br>弱みを克服して機会を利用する発想 |
| T (脅威) | ST戦略 (差別化戦略)<br>脅威を避けて強みを利用する発想 | WT戦略 (防衛戦略)<br>脅威を避けて弱みを最小化する発想   |

もしコン第3弾～もしもコンサルタントが祭りに参加したら～ (完)

弊社に届いた「7月号読者アンケート」の一部をご紹介します。  
貴重なコメント誠にありがとうございました。

**読者の声 医療法人伴帥会 介護老人保健施設ガイアの里 池永孝幸 様**

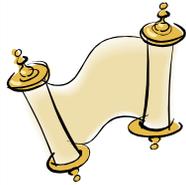
当施設においても、本年度より、主要な幹部職員に対し、大まかな財務内容を公開し、経営感覚を身に付けさせるように体制をととのえました。

職員一人ひとりの経営感覚を高める工夫はこの業界においても必須の業務目標ととらえています。

**匿名希望 様**

「社員の気づき」は、全員が自分の役割を演じる為に、自分の意思で自ら考えながら仕事されているのが読み取れます。社員の育成には大いに有効ですね。

人事育成連載は、自分とのたたかいで相手とのたたかいではないと全く同感です。次回以降期待しております。紹介書籍は、実践に基づくもので、思いが熱く伝わってくるようで、抽選に当たるのをただただ祈るだけです。毎回楽しみにしております。ありがとうございます。



## 人材育成連載

Vol.2

橋本竜也

連載

## 経営お役立ち情報

### “困った職員への対応 1”

#### 「同じ失敗を繰り返す職員」

「何度言ったら分かるの?」「前も同じ失敗をしたじゃない」  
 つい、このような指摘をしてしまいたくなる人材がいます。まさに同じ失敗を繰り返します。このような部下に対して、どのように指導していくべきでしょうか。

好き好んで失敗したい人はいません。本人もどうにかしたいのにどうにもならないのです。だから、冒頭のような注意の仕方は本人を傷つけるだけ、何も問題解決になりません。仕事ができる人は失敗の原因を注意が足りないことや集中が足りないことなど、意識の問題にしてしまいがちですが、失敗するということは明らかにプロセスに問題があります。

そこで、仕事のプロセスを全て紙に書き出させます。これは時系列で具体的な事実に基づいて書き出させます。なお、この記載は何をしたか、何をしなかったかを記載するものであり、どう思ったかなどは排除します。つまり、書き出されたプロセスは、全て行動の事実になります。

失敗をするということは、このプロセスのどこかが間違っているのです。そこで、この洗い出した事実をもとに、どうして失敗したのかを上司が確認していきます。知識が足りなかったのか、技術が足りなかったのか、判断がおかしいのか、同じ失敗を繰り返す人は、ほとんどの場合判断が間違っています。

どうしてそのように判断をしたのかを確認すると「そう思ったからです」とか「普通そうですよね?」といった非常に根拠のない判断をしていることが少なくありません。ここを改善しなければ、まさに同じ失敗を繰り返します。

同じ失敗を繰り返す職員に対しては、このように事実をもとに改善すべきことを具体化します。「以後気をつけます」で許してはいけません。「以後気をつけます」ですます人は、その後も失敗します。同じ失敗を繰り返す人は、反省力が弱いのです。ただ、反省するというのは、気持ちの問題ではないので、ただ落ち込めばいいということではありません。むしろ、落ち込まなくてもいいので、次はどうするかを考えるのが反省です。

だから上司が反省力を高める指導をしてあげる必要があります。どうしても改善しない人もいるにはいるでしょうが、繰り返し指導をしていくことで、失敗は徐々に減っていくでしょう。



## 社長の手紙

平成27年6月24日

日本経営では社長が毎月給与明細に1枚の手紙を添えて社員に思いを発信しています。

### 社員の皆様へ

梅雨の季節を迎えました。湿度の高くなる時期です。体調管理には十分気をつけてください。

7月11日(土)には、昨年の研究発表大会のビジネスプランで大池主席研究員が発表し皆様から選考された「一般社団法人医療介護の安定と地域経済活性化フォーラム」設立記念シンポジウムが大手町サンケイプラザ(東京)にて13時より行われます。社員の皆様からの提案により新たな事業活動がスタートすることは、嬉しい限りです。当日多くの方が参加されることを願っております。お客様にご案内をよろしくお願ひします。

さて先月の手紙で東京支社の立ち上げの話を書きました。立ち上げ時に何が必要かと言えば一にも二にも顧客創造です。八重洲のオフィスから神田オフィスへの移転は家賃が10倍になります。移転に際し、役員会にビジネスプランを提案し承認いただいたのですが、その際に決め手になったのはそれまでの顧客創造の実績を当時の役員の方々が見て下さっていたことだと思います。私は入社から10年間は会計部門で仕事をしていました。10年間で新規契約をいただいたお客様は87件でした。今も多くのお客様に顧問契約をいただき社員の皆様の真摯な取り組みで良好な関係にあることに感謝しております。しかし最初から契約が行えたわけではありません。その原点は、お客様からおしかりをいただいたことにあります。入社直後、先輩から引き継いだお客様から訪問時に「解約」のお申し出を受けました。帰社する道中では頭の中は真っ白です。会社についてから小池本部長(当時)にその旨報告しますと、1分間位沈黙があり、「わかった、お客様が1件減るのだから何件増やしてくれるのかな?」と言われました。私は「1件増やします」と答えたと即座に「2件でなければ意味がない」と返ってきました。

そこからどうお客様を創造するかと頭を悩ませることが始まります。藤澤会長が朝礼で小池名誉会長から毎朝、顧客創造のことについて詰め寄られたエピソードは皆さんもご存知の通りです。(平成25年12月の手紙)私も例外なく毎朝徹底して小池名誉会長よりその薫陶を受けました。「経営者のお名前は、生年月日は、自宅住所は、電話番号は・・・」など、担当するお客様1件1件について質問されるのです。即答出来ないとい鬼の形相で叱責されました。当時担当が数十件ありましたから、覚えるだけでも大変なのですが、命がけて経営されている経営者、事業のことを隅々まで頭の中に叩き込んでなくて本当に担当者の資格があるのかと教えて下さったのです。藤澤会長が「当社は『全員営業』であり、その基本は『お客様からのご紹介』である」と常におっしゃっています。私も前述のことがあり、顧客創造に取り組みました。当初は担当するお客様に「ご紹介いただけませんか」という一言がなかなか言えませんでした。勇気を振り絞って申し上げるとお客様の反応は様々です。ようやくご紹介いただき、訪問しますが、結果は失注続き。先が見えない時、月曜の早朝会で菱村議長から「本当にお客様の立場で考えているか」との一言があり、ハッと目が覚めました。自己中心の独りよがりです上手いかない原因を自分以外に求めていたことに気がついたのです。(NKフィロソフィ407-001)そこから状況が一変します。入社三年目に18件のお客様と契約をいただきました。その後、社内で一業種100件の目標が掲げられ実現していきます。その経験値が私の職業人生に於いて大きな財産となっています。東京進出の際にも、お客様から多くのご紹介をいただきました。入社直後から手取り足取り徹底して鍛えていただいたことを感謝しております。

当社は現在もその精神は変わりません。ご紹介いただくということは紹介者の方も覚悟が必要なのです。日々の自己研鑽と自己革新がなければ顧客創造は容易ではありません。顧客創造の真の意味を知ることで経営者の考えにより近づくことになり、永続成長する事業作りに繋がっていることに気が付きます。「人間が進歩するためには、まず第一歩を踏み出すことである。躊躇して立ち止まっては駄目である。なぜなら、そこにどんな障害があろうと、足を踏み込んで始めて知れるからだ。失敗はその一歩の踏み込みだと思ふ。前進の足踏みだと思ふ。」(本田宗一郎)

平成27年6月も誠にありがとうございました。

株式会社日本経営  
代表取締役社長

平井昌俊

# 今月のBook Review

## 『現場論』～「非凡な現場」をつくる論理と実践～

著：遠藤功

出版社: 東洋経済新報社  
ISBN-10: 9784492557532  
発売日: 2014/10

「現場は経営の『映し鏡』」本書の著者である遠藤氏はこう明言している。

現場力には3つの段階ある。「保つ能力」「よりよくする能力」「新しいものを生み出す能力」である。「よりよくする能力」と「新しいものを生み出す能力」をコア能力にしようと経営者が本気で思わない限り、現場が能動的に新たな能力を構築することはありえない。経営者が「保つ能力」のままではよいと思っていれば、現場はそれ以上のことをやろうとはしない。経営者が「保つ」ことにすら興味を持たなければ、現場はやがて「保つ」こともできなくなるだろう、遠藤氏はこう述べている。

また日本企業は、企業の「体格」だけで世界と勝負するのは困難だという。日本企業は、中途半端に「体格」を追求するのではなく、企業の「体質」を磨き込み、卓越した組織の力で世界と戦うことが必要であるということだ。その企業の「体質」が最も顕著に現れるのが現場である。よく「情報のない本社、権限のない現場」という言葉が使われたりする。この「情報のない本社、権限のない現場」という構図を放置したままでは、現場の競争力は向上せず世界と戦うことはできないという。現場起点で競争力を確立するには、経営全体の枠組みの中で現場を捉え、現場から経営を組み立てなおすことが肝要である。

現場は価値を創造する場だ。そしてその価値は、毎日繰り返される確実な業務遂行と地道な人材育成によって保たれている。現場が長期にわたり、価値を創造し続けるためにはこれらが必要となる。そして、現場に「よりよくする能力」と「新しいものを生み出す能力」を加えるためには、「知識創造」の主体として現場が機能するようになることが重要である

と、筆者は述べている。この知識を創造できる場として現場が機能することで、業務改善が進み、ナレッジワーカー（知識労働者）が育ち、そして、創造する価値にイノベーションが起こるといふのだ。

「非凡な現場」はこのようにしてできる。日本企業に求められる「体質」はこのようにして磨き込まれ、卓越した組織の力が備わるようになる。

では、どのようにして現場は知識創造主体としての機能を持つようになるのだろうか。簡単にその内容をご紹介します。現場が知識創造主体へと進化するための活動を支えるのが、何のためにその活動を行うのかという「戦略的必然性」と、何にこだわってその活動を行なうのかという「心情的必然性」の2つの「必然性」だ。この2つの必然性に支えられた活動によって、ある種の「成功体験」が積み上げられ、組織能力が高められていくのだという。

本書には、その具体的取り組み事例が多く掲載されている。製造業、運輸業、サービス業など、事例の紹介内容は幅広い。ぜひ、本書を手にとって、現場力を高めるための参考にさせていただきたい。

(山本一登)



Communication Letterをご覧くださいまして、ありがとうございます。本紙へのご感想などをお寄せいただけましたら幸いです。同封のアンケートにお答えいただいた皆様の中から毎月抽選で5名の方に、「今月のBook Review」でご紹介した書籍をプレゼントしております。

発行所 日本経営グループ 福岡オフィス  
〒812-0013  
福岡市博多区博多駅東1-11-5 アサコ博多ビル7F  
TEL 092-409-4466 FAX 092-409-4588

発行責任者：橋本 竜也  
E-MAIL : tatsuya.hashimoto@nkgr.co.jp