

大阪市西区にある経営コンサルティング事務所、長尾経営事務所が毎月発行するニュースレター。われわれの「人となり」を知って頂きたいというおもいで、2013年5月よりスタートしました。最近の活動報告や事例紹介、オススメの書籍など、経営に関するお役立ち情報を中心にお伝えします。

★今月の TOPICS ★



**成熟社会を勝ち抜くには
逆を行け！**

代表 長尾 康行

こんにちは、代表の長尾です。今年の夏は本当に暑かったです。私もさすがに夏バテしましたが、それでも旅行もたくさん行きましたし、楽しい夏の思い出がたくさんできました。まだまだ残暑厳しい日が続きますが、頑張りましょう。

さて、今月号は昨今の日本のように、成熟した社会を勝ち抜くにはどのような心構えが必要なのかについて考えたいと思います。

日本経済が高度経済成長期やバブル期のように右肩上がりならば、世の中の流れにさえ乗ってれば多少自分の能力や努力が不足なくともそれなりに物心ともに豊かになれたかもしれません。しかし、「失われた10年」という言葉が「失われた20年」という言葉に変わり、長引く不況にデフレ、人口減少、少子高齢化……。残念ながら成熟きった日本にかつての勢いはありません。私も「長尾君の世代はかわいそうやなあ、いい時代を知らんもんなあ」と何度も言われました。私たちは経済の成長やバブルを知らない運の悪い時代に生まれたかわいそうな世代なのでしょうか。

そんなことはありません。少なくとも私はそう信じています。なぜなら今は1円で株式会社をつくることもできますし、インターネットの力で簡単に日本全国、世界各地へ情報を発信する事も受信する事もできます。また、ありとあらゆる分野についての情報やノウハウもインターネットや書籍にまとめられています。先人が何年、何十年もかかったことをわずか数カ月で、莫大な費用をかけて行っていたことがわずか数万円でできる時代なのです。

しかし、考えることや成長する事をやめてしまい、いつかは何とかなるだろうと何年もその場しのぎで過ごしている方が世の中に大勢いるような気がします。

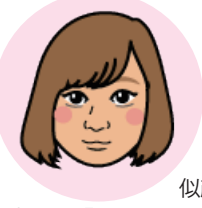
私は成熟した日本ではとにかく世の中の流れと逆の事をした方が良いと思います。一例を挙げますと電車ですマホゲームをするのをやめて本を読むこと、毎週金曜日の飲み会をやめて自己啓発の時間を取る事、給料を貯金するのではなく給料を増やすために自分に投資をする事などです。大勢の人が何気に行っていることを自分もしては成長しません。

世の中に停滞感があればあるほど少し自分が努力すれば一気に他を引き離すことができます。これは会社経営でも同じではないかと思えます。成熟した日本で活動するからこそ外部環境に依存するのではなく成長しようとする自分の意志が何よりも重要なのではと思います。

今月から下半期がスタートした企業様も多いのではないのでしょうか？



コンさるくん



給料アップでやる気アップ？

アソシエイト 住吉 いずみ

こんにちは。お盆休みに日焼けしてしまったので、似顔絵も日焼けさせました(笑)

今月は『モチベーション』についてお伝えさせていただきます。日々、経営者様のお話を伺う中で、「社員にやる気を感じられない…」「もっと積極的になってくれれば…」といった社員のモチベーションに関するお話を頻繁にお聞きします。一方で、書店に行くと「やる気を出す方法」「モチベーションアップのコツ」「すぐ行動するには」などの自己啓発本がたくさん並んでいます。どうやら社員自身もモチベーションについて悩んでいるようです。(実は私も4~5冊は持っています。)

ところで、経営者様の中には「うちは給料が低いから、社員もやる気が出ないんだよ。」とおっしゃる方がいます。確かに働く上で「給料」は最も重要な要素の1つですね。それでは、仮に月々の給料を10万円アップさせたら、その社員はやる気満々になって働くのでしょうか？

ここで、アメリカの臨床心理学者フレデリック・ハーズバーグ氏が提唱した「動機づけ・衛生理論」をご紹介します。これは、仕事に対する満足をもたらす要因と不満足をもたらす要因が異なることを示した理論で、前者を「動機づけ要因」、後者を「衛生要因」と呼びます。「動機づけ要因」には、仕事の達成感、昇進、自己成長や責任範囲の拡大などが挙げられます。「衛生要因」には、会社の方針、労働環境、給料、作業条件などが挙げられます。

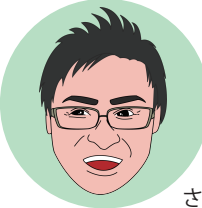
例えば仕事を通じて達成感や自己成長を感じた時、社員は仕事に対して満足感を得ます。しかし、これらを感じなかったとしても不満を持つことはありません。ゼロからプラスにはなっても、マイナスにならないのが「動機づけ要因」です。逆に、労働環境も作業条件も悪いと感じた時には社員は仕事に対して不満を持ちますが、労働環境が整備されていたとしても満足感につながる訳ではなく、あくまでも不満足にならない、マイナスからゼロにはなるがプラスにならないのが「衛生要因」です。

とすると、先ほどの給料アップは「衛生要因」になるので、一時的に効果があったとしても、社員のやる気向上には繋がらないのです。社員のモチベーションを上げるには、「動機づけ要因」に着目して指導すべきかも知れません。

— 今月の1枚 —

お盆休みに、母と2人で祖父の住む鹿児島県へ帰省しました。鹿児島空港の出入り口付近には天然温泉の足湯があります！「おやっさあ」とは、「おつかれさま」という意味の方言です。なんだかほっこりしました♪

住吉



現代タバコ考。

パートナー 宮内 伸人

今月は禁煙について少し思うことを書かせてください。

今や分煙の時代。喫煙者のマナーも否応なく向上してきていますが、割と長い年月が重なったことだと思います。この間、喫煙者にはちょっとり肩身の狭いこの時代となってしまいましたが、「分煙の時代精神」ももうすっかり定着しているので、私はそろそろ喫煙者にもノビノビしてほしいなあ、と少し思います^^ (私は今年で禁煙14年目です^^)

1990年代前半ぐらいまではまだまだ公共の場でも愛煙家が紫煙をくゆらせる・・・といったシーンは多かったと思います。

私が入学した大学でも、今思えばのどかな光景が日常多々ありました。ドアが開かれたゼミ室では、ゼミ生たちと教官との間で活発な議論がなされているのですが、あきらかに一人のゼミ生の左手にはタバコ。真横には、大きな灰皿・・・(^ ^) 別の大学教官も負けてはいません。大教室講義で熱弁をふるうその教官は講義の途中で、大学事務員に灰皿を要求。やがて熱弁を再開しながら、タバコをスパスパと・・・(^ ^) 「うーん、これが大学の大学たる所以か〜^^? なんと、自由闊達!! って妙に感心した次第です^^。

ところが最近ではタバコをめぐった環境は長い年月をかけて大きく変わりました。広告に目を転じてみると、今やもうタバコの銘柄をうたったコマーシャルも姿を消し、喫煙マナーの向上を訴えるものを中心になっています。日本たばこ産業によれば昨今のタバコのコマーシャルの背景には「未成年者への影響を考慮してのこと」だそうです。

しかし、これでいいのでしょうか。誤解を怖れずに申せば、タバコはひとつの文化だと思います。たしかに、タバコの百害を宣伝/啓蒙することは必要ですが、一方でタバコの銘柄を関したコマーシャル放映を圧殺することはもはやフェアではないと思うのですがみなさんはいかがでしょう? もう、十分ではないでしょうか。

喫煙者と禁煙者が対等に手を取りあっていけたらいいな。特にわたしはもう少し、喫煙者にもものびのびとしてもらえたらいいのにな・・・とそう考えます。(あのゼミ室の光景はやっぱりダメですが^^)