

2024年5月1日

Value Management Innovation

株式会社ブイ・エム・アイ総研

## 「活・人・経・営<sup>®</sup>」コラム第104回

### <WIN-WINの構造>

私たちは時々、明るく元気な企業に出逢います。人や組織が活性化され、生き生きとした行動で働いています。仕事のやる気(モチベーション)が旺盛で、日々生じる業務上の課題を改善しながら自分たちの仕事に誇りをもって仕事をしているのが特徴です。

このような元気な企業の共通点は、行動スタンスが顧客ファーストで、財務方針も首尾一貫しているため、売り上げに比例して営業利益が右肩上がりになっていることです。顧客から喜ばれながらビジネスを進めていくことは人や組織に活力が生まれ易く、結果的にビジョンの実現を可能にします。

具体的には、顧客企業の利益創出に焦点を当て、自社の技術や商品の強みを生かして顧客価値の創造を推進し(顧客のWIN)、その価値に見合った収益が自社に成果として生じます(自社のWIN)。顧客創造と利益創造が折り合いながら両立し、顧客と自社の関係がWIN-WINの構造になっています。自社内においても社員にとって営業利益に連携したインセンティブが存在し、ビジネスの推進行動に弾みがつき、未来への勢いを生み出します。経営者と社員がWIN-WINの構造で連帯されています。

この構造はどなたでもご存じのシンプルな経営の王道ですが、この道を歩むためのキーポイントは、利害関係を生む当事者間のコミュニケーションを推進する実行力にあることが伺い知れます。この実行力は、イノベーションを起こし続けるための率直な対話の推進が源泉となっています。

### <組織へのコミットメントとは>

会社に対する愛着や帰属意識と呼ばれるものは、組織行動という研究分野では、組織コミットメントなる概念で捉えられてきた。組織にコミットするというのはいったいどういうことか。外来語なのでなかなか本質が見極められないのが残念だが、これは広い意味で、会社に何らかの愛着を感じることを意味しており、平たく言えば、「なんやかんやいってもやっぱり会社が好き」と思えることなのだ。～途中略～ そのためには、組織の価値観を受け容れること、組織の目標を達成するために努力を惜しまないこと、組織の一員であることに誇りを感じることなどができている必要がある。

— 出典：「組織行動の考え方」金井壽宏、高橋潔 共著 —