

会社の「あるべき姿」の押さえ方、伝え方

会社の「あるべき姿」の押さえ方、伝え方

1. 企業の原点＝存在価値

企業の原点は「企業の存在価値」にある。企業の存在価値とは「社会が求めていることと、その企業の持ち味の接点」である。いくら自社が得意とすることであっても、それが社会から求められていなければ存在価値はない。

事業の目的と手段は異なる。目的を達成するための手段は時代の変化とともに変わっていくが、本質的な目的は短期間ですぐ変わるものではない。その目的の達成が、企業の存在価値につながっていくはずである。

(1) 原点主義から見た自社のあるべき姿

自社の原点、創業時にどのような想いを持って事業をスタートしたのか。自社の存在価値である創業の原点を忘れかけてはいないだろうか。迷いや壁にぶつかったとき、原点に立ち返ることが必要だ。その創業の原点、自社の社会的存在価値を「あるべき姿」とした時の、「現状の姿」とのギャップが課題であり、問題である。問題を解決するということは、すなわちこのギャップを埋めることにある。(【図】参照)

企業を取り巻く環境が大きく変化する今だからこそ、目先の変化に振り回されてはならない。じっくりと構える意味でも、原点主義で自社の「あるべき姿」を考えてみてもよいのではないだろうか。

【図】 あるべき姿と現状とのギャップ



サンプルレポート

本レポートは、サクセスネットで公開している
ビジネスレポートの一部を公開したサンプルです。
サクセスネットサイトにログインした後、全文を
閲覧することができます。