

寄稿

トップにこそ必要な創造力



技術士包装物流会関西支部
支部長 福喜多 俊夫

入社式や創立記念日の挨拶で、社長はしばしば、「若い君たちの創造性に会社は期待している」とか、「わが社は今年で創立 30 周年を迎えた、企業の寿命は 30 年とよく言われるが、わが社には諸君のような有能な頭脳がある。ここで新しく生まれ変わろうではないか」と挨拶します。企業は閉塞した状態を若者の感性で打破することを期待しています。しかし、若者が創造性を発揮するためにはある種の条件が必要です。

世の中が不景気になり会社が経営危機に直面すると、社長から「危機突破対策」なる方針が打ち出されます。しかし、景気が回復し業績が上がってくると、いつのまにか「危機突破対策」は終了してしまいます。世の中の景気が回復しただけで企業体質は何も変わっていないことに気がついていません。トップの創造力とは、考えた対策を一貫してやりつづける力でもあります。

トップの創造力とは平たく言えば、経営におけるアイデア力と言えるかもしれません。仕事は楽しくやった方が成功率は高いです。また、塩野七生さんが著書で紹介していたマキャベリのことばの中に「事業が成功するか否かは、それに参加する全員が得をするか否かにかかっている」というのがありました。私は中国でこれを実践し、その通りだと納得しました。

中小企業のトップは想像力を駆使し、創造的な経営をやらねば生き残れません。想像力は使わないと退化するそうですから、自社を楽しく仕事ができる職場に、みんなが得をする会社にすることに知恵を絞ろうではありませんか。