

【総務的発想の新戦略経営シリーズ 22】

有効な“競争原理”を導入する視点とは？

難しい人間関係の基本的な部分を見るための『まねじめんと』

【競争を忘れると怠情になる？】

私たちが、“怠け癖”を克服しながら成長するには、やはり“競争”するのが一番かも知れません。常に競争のただ中にあるスポーツマンには、努力を惜しまない人が多いですし、経済力競争に取り組む国は、先行する国をどんどん追い越して行くからです。

逆に“競争”を忘れると、現状に安住して自己革新をしない人が増えるかも知れません。

【しかし競争は難しくなっている】

しかし“では組織内に競争原理を持ち込もう”と言えるほど、事はシンプルではなさそうです。従業員の皆様の業務は、すでに多様化しており、同一基準での競争は難しいからです。

もしそうなら、もはや組織に“競争原理”を持ち込むことは不可能なのでしょうか。

【A社長の奮戦】

そんなテーマに取り組んだ事例があります。それは、ある高級和菓子チェーン店の顧客満足度調査を引き受けた調査会社のA社長のケースです。

A社長は、店舗ごとの調査“結果差”に関し、巧みな言い訳をする店長を見て考えました。

【言葉としては当たり前だが…】

それは『単純に結果を比較したのでは、ああ言えばこう言い、巧みにかわされてしまう。だから、言い訳が難しい形で競争をさせる必要がある』という、言わば当たり前のことです。

ただ、この当たり前は、言葉としては容易ですが、実践しようとする、想像以上に難しいことに気付きます。

【問題を感じ取る“事例”】

そこで、調査会社のA社長が見た高級和菓子チェーン店の実態と、そこで考えたことをレポートに取りまとめました。

評価を伴う競争は、なかなか理屈では仕切れないところがあり、様々な事例を通じて“直感的に感じ取る”ことも必要だからです。

【ご希望者にはレポートを差し上げます！】

レポートでは、競争心の必要性とともに、社内競争を難しくしている要因にも触れながら、現代的な“競争環境作り”のポイントを示唆する形になっています。

ご希望者には、レポートを差し上げますので、ご遠慮なく下記までご一報ください。



“競争”は、確かに“本気”や“やる気”を呼び起こす効果的な方法の1つです。しかし業務が多様化し、相互“比較”が難しくなる中、徐々に“社内競争の場”が小さくなっているのではないのでしょうか。

そして、それが“組織活力低下の原因”だと指摘する人もいます。ただ、現在のような状況下で、シンプルな“競争原理”を組織に持ち込むことは可能なのでしょうか。それが、ここでのテーマです。

今月のレポートのFAXお申込み欄

FAX : 098-963-5189

今月のレポート希望 御社名 : _____

今後毎月の送付を希望 お名前 : _____ お役職 : _____

FAX中止希望 ご住所 : _____

TEL: _____ mail: _____

(お問い合わせ先) 平良総合事務所 所長 平良 真章 沖縄県那覇市小禄214

TEL : 098-859-0848 FAX : 098-963-5189

Mail : taira-g@mco.ne.jp URL : <http://www.taira2008.com> <http://www.sr-24nippon.jp>