

■□要旨■□

1. 身に染みたこと

経営を通じて身に染みたことは3点。①銀行の貸しはがしを経験し、「計画の確からしさ(feasibility)」の重要性を痛感した。②計画達成のためには、お客様に頼るしかない。Marketingの真の意味はお客様のことを考えることである。③如何に組織能力(capability)を向上させるかが重要である。これら3つFeasibility, Marketing, capabilityを回していくことで核心を捉えることができ、Innovationは生まれる。

2. 第一幕(First Stage):革新に向けた試行錯誤

(1)社長就任直後に経験した経営危機

2008年7月に親会社・内田洋行から東京ウチダシステムの社長に就任。会社の組織内での位置づけがかわり、役割期待と責任範囲が大幅に拡大するとともに、社員数も45名から60名に増大した。一般管理費が増えたことに加え、リーマンショックの影響もあり経営危機に直面した。

(2)想いを共有する

我々の事業はお客様のパフォーマンスを向上させ、お客様がその先のお客様に選ばれ続けること、およびお客様自身のイノベーションに寄与することである。我々が成長することで顧客の信頼と満足を高め、「過去最高」を創り続けながら「進化」していくことを目指す。「月報は部下への報告書である」との考えから、岩田社長自ら月報を配信している。

3. 第二幕(Second Stage):さらなる進化へ

(1)組織能力向上のための取組み

お客様の期待を超える価値を提供するため、全社員が自社の強みを認識し、それを磨くために自己実践を通じて自身を進化させることで組織能力を向上させてきた。組織能力向上に必要なことは、「品質向上のメカニズム創り」、「事業を推進する「場」への仕掛け(人を育てる場)」、「自社グループのリソースを有効に活用」である。お客様、パートナー、社員とその家族が“全員参画”できると、組織はより強くなる

(2)強みを進化させる

お客様の「こんなことができたらいいな」を実現するため、お客様目線で多彩なメニューを摺りあわせ、真にお客様の役に立つソリューションを提案する。実践せずして原則提案はしない。全員参加の自社実践により、自らの体験も踏まえて運用価値をリアルに提案でき、お客様と共に生み出す共感と価値の共有することで、お客様から信頼されるパートナーとなる。

■□今回の学び ひとことというと■□

「リーダーとは、明るく方向性を示す人」、「マネージャーとは複雑性に対処する人」である。我々はリーダーを目指したい。リーダーとして磨くべき力は、「牽引力」、「実現力」、「判断力」の3つである。リーダーには、「非日常を創り続ける」を常に意識し、常に顧客志向、お客様目線に立ちながら組織を牽引していくことが求められる。



■□感想■□リーマンショックの影響もあり、社長就任直後に経営危機に直面されたとのことですが、翌年以降は、継続的な売上成長とともに会社規模も順調に拡大されています。岩田社長の強いリーダーシップのもとに社員が一丸となって「進化と貢献」に取り組まれてきた成果であると感じました。「真の顧客志向とは何か」について真摯に考え、お客様の目線でソリューションを提案し、お客様とともに進化しようという姿勢は、業界を問わず全ての企業に共通して重要なことであると思います。