

NIKKEI  
**TOP**

日経トップリーダー  
**LEADER**

2018  
**8**  
August

社員の移動時間を減らそう

顧客が喜ぶ「行かない」経営とは

特集

# 三代目 イノベーション

「会社の寿命」はこれで決まる

レポート

リーマンショックから10年

「6人の証言録」でつづる  
危機脱出法



新連載

白井一幸の育つ言葉  
社長のためのSNS本質講座  
「自治体ビジネス」のトリセツ

## 当事者意識、危機意識、そして仲間意識

動画サイト「日経トップリーダーTV」では、雑誌とは一味違ったコンテンツを提供しています（詳しくは96ページに）。今月は、日本レーザーの近藤宣之会長のインタビュー動画をアップしました。刺激的な話をいろいろ聞きましたので、ここで少し紹介しましょう。

近藤会長は、中小企業の強みが「社員の意識」にあると考えています。具体的には次の3つです。

- (1) 圧倒的な当事者意識
- (2) 健全な危機意識
- (3) ステークホルダーとの仲間意識

圧倒的な当事者意識とは、例えば「この会社は私の会社だ」「このサービスは私が誇りをもって提供する」という気持ちです。「会社がどうなるうが関係ない」と

いった無関心と対極にある意識です。リクルート創業者の江副浩正さんも、社内に強烈な当事者意識を植え付けたことで知られるように、仕事を人ごとではなく、「自分ごと」にしている組織は強い。

健全な危機意識とは、分かりやすく言えば、現状に立ち止まっていたら会社が潰れるかもしれないという怖れです。「寄らば大樹の陰」で大企業に勤める社員は、危機感が薄くなりがちです。日本レーザーは大企業の子会社だった頃に比べ、独立後のほうが財務体質が格段に強くなっています。近藤会長によれば、その一因が社員の危機意識だそうです。

3つ目のステークホルダーとは、社員にとつての関係者という意味で、同僚や上司（経営者）、取引先、顧客などを指し

ます。中小企業では社内外の人との心理的距離が近く、彼らと共に生きていくという仲間意識を持ちやすいはずで

「3つの意識を強く持てるのは、中小企業だけ。ただし、この意識を醸成できるかどうかは経営者にかかっている」。近藤会長はそう強調します。中小企業は大企業より劣る、という考え方は間違いです。中小企業は組織が小さい分、社員の意識という面では、大企業にはないアドバンテージを持っているのです。

社員の当事者意識、危機意識、仲間意識を高めるには、経営者が中小企業の利点を自覚することから始まります。中小企業は大企業の縮小版ではありません。経営手法は大きく異なり、その経営は大企業に先んじるものです。

■