

田坂広志「風という言葉」
経営者が語るべき
「言霊」とは何か

第一話

なぜ、経営者は
「言霊」を語らねばならないのか

経営者が語るべき「言霊」とは何か 目次

第一話 なぜ、経営者は「言霊」を語らねばならないのか

第二話 なぜ、経営者の語る「言葉」が言霊を失ったのか

第三話 なぜ、経営者の語る「ビジョン」が言霊を失ったのか

第四話 なぜ、経営者の語る「戦略」が言霊を失ったのか

第五話 なぜ、経営者の語る「理念」が言霊を失ったのか

第六話 なぜ、経営者の語る「予測」が言霊を失ったのか

第七話 なぜ、経営者の語る「計画」が言霊を失ったのか

第八話 なぜ、経営者の語る「意思決定」が言霊を失ったのか

第九話 なぜ、経営者の語る「志」が言霊を失ったのか

第十話 いま、経営者が語るべき「言霊」とは何か

第一話

なぜ、経営者は「言葉」を語らねばならないのか

厳しい時代を迎える覚悟

これから、日本という国は、さらに厳しい時代に入っていきます。そして、我が国の企業も、ますます厳しい時代に入っていきます。

そのことは、経営者やマネジャーの皆さんは、既に、覚悟を定められているでしょう。

そして、一つの企業を率いる経営者であるかぎり、一つの職場の経営を行うマネジャーであるかぎり、さらに厳しい時代を迎える、いま、皆さんは、しっかりと腹を据え、行く手を見据えているでしょう。

そこで、本日は、私も、

少し腹を据えて、大切な話をしたいと思います。

テーマは何か。

いま、経営者が語るべき「言霊」とは何か。

本日は、このテーマで話をしたいと思います。

経営者の「究極の役割」

最初に、なぜ、経営者は「言霊」を語らねばならないのか。そのことについて話したいと思います。

まず、質問です。

そもそも、経営者の「究極の役割」とは何でしょうか。

この問いに対して、皆さんから、様々な答えが返ってくるでしょう。

「企業がめざすべき未来像、すなわち、ビジョンを描くことである」
真つ先に、その答えが返ってくるかもしれない。

「いや、その前に、何よりも企業理念を定めなければならない」
たしかに、それが社員の心の拠り所となります。

「激動する経営環境の中で、適切な経営戦略を策定することである」
それができなければ、船の舵を取れないでしょう。

「そのためにも、市場の変化を正しく予測できなければならない」
そのことで経営者は、いつも頭を悩ませるわけです。

「しかし、策定した戦略を、計画にまで具体化することを忘れてはならない」
それをしなければ、いかに優れた戦略も「絵に描いた餅」です。

「いや、何よりも、個別の問題についての確な意思決定を行うことだ」
まさしく、その通りです。

ただ一つの「役割」

これらの答えは、ある意味で、どれも正しい答えです。
どれも、経営者にとって、極めて大切な役割といえます。

しかし、ここで挙げられた経営者の様々な役割、
「ビジョン」「理念」「戦略」「予測」「計画」「意思決定」という役割は、
それぞれ異なった役割のようですが、
実は、ある意味で、ただ一つの役割なのです。

それは、何か。

「言葉」を語ることです。

例えば、策定された「ビジョン」は、
経営者から社員に対して語られなければなりません。

また、決定された「戦略」は、
経営者から経営幹部に対して語られなければなりません。

さらに、「予測」や「計画」については、
経営者からマネジャーに対して語られなければなりません。

そして、掲げられた「理念」も、やはり、
経営者から、顧客や消費者、さらには社会全体に対して
語られなければなりません。

すなわち、経営者の役割とは、
「言葉」を語ることなのです。

もとより、これらの「ビジョン」「や」「戦略」、
そして「予測」や「計画」などを定めるときには、
社内の優れた人材の智慧や、
社外の優れた識者の智慧を借りることができます。

しかし、ひとたび定めた後は、
それらを経営幹部やマネジャー、
社員や顧客に対して語るのは、
他の誰でもない、
やはり、経営者自身の役割なのです。

伝わらない「言葉」

しかし、ここで多くの経営者は、壁に突き当たります。

なぜなら、経営者が、これらの「ビジョン」「や」「戦略」、

「予測」や「計画」を語っても、

それが、経営幹部やマネジャー、

社員や顧客に「伝わらない」からです。

例えば、社員に対して「ビジョン」を語っても、

社員の心は、少しも励まされない。

例えば、経営幹部に対して「戦略」を語っても、

幹部の腹に、少しも響かない。

例えば、マネジャーに対して「予測」や「計画」を語っても、

マネジャーの胸を、少しも打たない。

例えば、顧客に対して「理念」を語っても、

顧客の気持ちは、少しも惹かれぬ。

多くの経営者は、そうした問題に直面します。

すなわち、経営者の役割とは、

たしかに「言葉を語る」ことなのですが、

ただ「言葉を語る」ことではないのです。

では、何か。

「力に満ちた言葉」

その言葉を語ることなのです。

例えば、社員の心を励ます言葉。
マネジャーの胸を打つ言葉。

経営幹部の腹に響く言葉。

顧客の気持ちを惹きつける言葉。

そうした「力に満ちた言葉」を語ること。

それが、経営者にとって、ある意味で、
究極の役割なのです。

力に満ちた「言葉」

では、こうした「力に満ちた言葉」を
我が国では、何と呼ぶか。

「言霊」です。

「言葉に魂が宿る」という意味の「言霊」

すなわち、経営者の究極の役割とは、

「言霊」を語ることなのです。

そして、これから、その役割は、ますます大切になっていきます。

なぜなら、これから、我が国は、さらに厳しい時代に入っていくからです。

そして、我が国の企業も、ますます厳しい時代に入っていくからです。

されば、その厳しい時代にこそ、経営者やマネジャーは、

社員や部下が、その困難を越えて進む勇気を得ることのできる

「言霊」を語らなければならない。

力強い「言霊」を語らなければならないのです。

この「風の言葉」は、
2003年に『経営者が語るべき「言霊」とは何か』として、
東洋経済新報社から出版されました。

経営者が語るべき「言霊」とは何か

- 第一話 なぜ、経営者は「言霊」を語らねばならないのか
- 第二話 なぜ、経営者の語る「言葉」が言霊を失ったのか
- 第三話 なぜ、経営者の語る「ビジョン」が言霊を失ったのか
- 第四話 なぜ、経営者の語る「戦略」が言霊を失ったのか
- 第五話 なぜ、経営者の語る「理念」が言霊を失ったのか
- 第六話 なぜ、経営者の語る「予測」が言霊を失ったのか
- 第七話 なぜ、経営者の語る「計画」が言霊を失ったのか
- 第八話 なぜ、経営者の語る「意思決定」が言霊を失ったのか
- 第九話 なぜ、経営者の語る「志」が言霊を失ったのか
- 第十話 いま、経営者が語るべき「言霊」とは何か