

2019年（令和元年）5月1日

Value Management Innovation

株式会社ブイ・エム・アイ総研

## 「活・人・経・営<sup>®</sup>」コラム第74回

### <ミッションとパッション>

企業の存在意義や経営目的をミッション（使命）として掲げると、経営理念やビジョンにも反映され、ビジョンの実現に注ぐリーダーの強いパッション（情熱）が組織の活性化に大きく影響を与えます。仕事にかける熱い思いは、古今東西、組織行動力向上の源泉になります。働く人に元気が生まれ、行動に結果がついてくると更に仕事のやりがいも増してきます。

又、ミッションは社内における改善・革新活動などを実行する際の大義にもなりますし、グローバル時代に於いて避けて通れないダイバーシティ（多様性）のマネジメントでも仕事の価値観として有効に機能します。使命感を持って仕事をしている人には忍耐強い人が多く、途中で簡単に挫折しない傾向があり、今迄の多くの偉人が示している通りです。ミッションに裏付けされたリーダーのパッションは多くの人々の心に点火し易く、人や組織に自主性が生まれ、結果として企業成長のサイクルが回り易くなっていきます。

ところが企業が順風満帆に成長し、業績も拡大・安定してくると働く人に安心感やおごりが出てきて、緊張感が薄れてくる場合が多いのです。数十年前は花形企業、名門企業と呼ばれ、就職したい会社として君臨していた人気企業がその後衰退し、破綻にまで至ったケースも存在します。これは大企業病とも表現されていますが、中堅・中小の企業でも当てはまります。創業期の崇高なミッションは時の流れと共に形骸化し易く、特にリーダーの油断からくる言動は、社員の挑戦意欲に水を差し、組織総合力の減退を招いてしまいます。

企業が継続して成長、繁栄するための方法論は頭では解っていてもなかなか一筋縄でいかないところが経営の実態で、一度ゆるんだ組織風土を短期間で変えることは至難のわざです。令和元年を迎えた記念すべきこの5月、企業の存在意義となるミッションと、個人や組織の行動エネルギーを生み出すパッションの意義について再考してみる価値がありそうです。

### < 内なる声がおしえる自分の使命 >

豊かな個性の持ち主は常に使命をもっており、しかもそれを信じている。使命遂行の原動力になるのは、自分の内なる声に語りかけられることだ。

— 出典：「ユング名言集」カール・グスタフ・ユング 著、

フランツ・アルト 編、金森誠也 訳 —