

会社の価値観を明確にする方法

5つのキーワードでご機嫌な会社

中小企業の最大の悩みは、ブランド力がないことと言ってもいいかもしれない。人材不足や営業力不足に悩むのは、会社の魅力が伝わっていないことが影響している。企業ブランディングを手がけるインビジョンの吉田誠吾代表は、「魅力的な会社になるには、自分たちの価値観を明確にし、その価値観がにじみ出る人・仕事を育てていくのが得策」と主張する。どうすれば、人が会ってみたい、入社したいと思える会社になるのか、吉田氏に聞いた。

当社では、企業のブランディングと、ITで人事業務を効率化するサービスの両輪で、主に企業の採用力を高めるお手伝いをしています。私たちは、その会社ならではの“らしさ”を引き出すことを、その会社の「おダシを取る」と言っていますが、自社のおダシを上手に取ることができれば、採用力や組織力、営業力を高められると考えています。

私たちが支援している会社は多種多様ですが、スタートアップのほか、多いのが事業継承した直後の会社です。30・40代の後継者が会社を継ぐとき、本来は役員も世代交代が必要です。ですが、ほとんどの場合、新しい役員が育っていません。私たちは、会社を引っ張っていく次期役員たちを、その会社のブランドを確立していくプロジェクトのチームとして、彼らに独自のワークをこなしてもらいながら、それぞれの会社の魅力を引き出しています。

どの会社にも理念やビジョンはあると思いますが、名刺、採用ページ、会社パンフレットなど、情報発信に使うツールごとに言葉や写真が異なってはいませんか。これでは、おダシは取れません。

当社のワークでは、おダシを取るために5つのキーワードを導きます。プロジェクトのチームの面々には、自分の好きなものを108個挙げてもら

い、そこから、とにかく社内の風通しがいいといった会社の「カルチャーキーワード」をピックアップします。代表者や創業者などには価値観を聞いて「志キーワード」を明らかにします。また、こんな社員が増えてほしいと思う代表的な社員にインタビューをして「人物像キーワード」を絞り込みます。さらに制作物を棚卸しして、昔ながらの温かな交流のある下町のような風景といった「世界観キーワード」も明確にします。最後に常連のお取引先にインタビューして「提供価値キーワード」を導きます。

おダシを取るには、架空のらしさをつくり出すのではなく、プロジェクトチーム全員で、会社や社員が持っている自然体の魅力を引き出します。インタビューをする際は「本当にあなたが求めているものは何なのか」を3つ引き出すのがコツです。

「うなぎパイ」で有名な春華堂（浜松市中区）は、このワークにより「本気で遊ぶ」「本物を重ねる」といった社風や価値観を導き出して、採用ページで表現した結果、それに共感する応募者が増え、入社後のアンマッチがなくなりました。

自社の価値観が明確になると、採用力や営業力が向上しますが、そこには社長も社員もご機嫌で働けるようになるという変化があります。価値観にそぐわない仕事や、カルチャーに合わないけれど無理に付き合っている取引先とは仕事をしないという判断ができるからです。社長や社員が自然体でご機嫌でいる会社には、人も仕事も集まってきます。

吉田誠吾（よしだ・せいご）
インビジョン株式会社代表取締役CEO。
1977年生まれ。大学卒業後にリクルート系の
広告代理店に入社、2008年にインビジ
ョンを設立し、求人広告事業をスタート。採用
マーケティングへと事業をシフトさせ、18年
にはクラウド型採用管理システム「HRハッ
カー」を立ち上げた。写真は著書『唯一無二
の会社の魅力を引き出す 弊社ダシ屋と申
します』（幻冬舎）を持つ吉田氏

