



社員数に応じて、意思疎通のやり方は変わっていく。小さな会社なら会議などなくてもいいが、規模が大きくなると会議での情報共有なしに、会社はうまく運営できない。社員数が30人を超えたら会議体を整備すべきである。それが、幹部社員が主体性をもって会社を牽引するためのインフラとなる。オーナーの個人商店から脱皮のための処方箋の一つでもある。

会議は時間を食う。顧客価値は会議室では生まれないので、会議が多いと組織の生産性は下がる。会議を

「個人商店」からの脱皮



インディゴブルー社長 柴田 励司氏

1985年上智大文卒。マ2008年カルチュア・コンソーシアム・ヒューマンリソース・ビジネス・クラブ(CCC)・コンサルティング(現マサの最高執行責任者(COO))・ジャパン)社長などを経て、に就任。10年6月から現職。

しているヒマがあったら、顧客のところへ行けというのは正論である。

しかしながら、組織で助

会議体整備、社員30人メド

いている以上、オーナー、幹部社員間で情報の共有、問題解決や企業を成長させるための議論は必要だ。それが、顧客価値を生むための土壌づくりになる。

ベンチャー企業の会議は、オーナーが必要なきに声をかけて、パッと集まると必要な話をしてすべ

ない。いきおい、指示待ちになってしまふ。目安としては社員数30人だ。私の経験則として、30人を超えると意図的に意思疎通を図らないと、組織間で情報が伝わらず、会社でうまく回らなくなる。この人数を超えたら、会議体を用意した方がいい。

かつて二世を風靡(ふうび)したソフトウェアを開発したS社は社員数が1000名を超えても、このスタイルが続いていた。気になると、自宅にまで押し掛けてくるオーナーに辟易して、中途採用者が全く根づかなかった。そこで、オーナー対策とケジュール化する。これが

とも、ちよつと声をかけられただけでなく、幹部社員は全員の顔が揃う。まさに機動的。ちなみに、この幹部社員が自分で考え、主体的に仕事をするようにすると、当然ながら、自分の時間の割り振りを計画するところが、それに構わらず、オーナーからの呼び出しが日常的にある。そうなると自分の計画が立てられ

費も膨らんだ。S社はその後、急速に低迷。今や社員数も半減している。自社製品の不正改造により長きに渡って、死傷事故が発生していたG社では、会長との昼食会が事実上の意思決定機関になっていた。幹部社員は日中、仕事に出ることができない。自分がないときに何が話されているか心配になるからだ。会議の議題も会長が気

このため、死傷事故のような重大なテーマであっても共有が不十分であった。会議体とその参加メンバーを決める。その開催をス