

静岡県支部

静岡で一番大切にしたい企業・発掘編 社会的価値を要素として組織と人の共存を探る

1. 理論的前提（新三方よし：社会よし、社員よし、企業よし）

企業は、経営活動により社会的価値を実現することで経済的価値を獲得している。

社員は、社会の一員として社会的価値を形成する。これはライフデザインの外形化としてのワークとして実現される。生計を維持するためのジョブと、前述のワークが重層化する場合が最上のモチベーションとなる。

企業の社会的価値実現は、社員にとってワークとジョブの重層化を実現する可能性が高くなる。このために企業は社員のライフデザインの把握に努める。企業は社員のジョブアビリティのみならず、ワークアビリティの獲得をも支援する。

企業の社会的価値実現の意思は経営理念に端的に表現される。これにより、社員からは共感を引き出し、社会からは支持を受ける。

経済的価値の源泉は、社会からの支持（競争戦略的）、CSV（川上との価値配分的）、社員の最上のモチベーション（回転率向上に止まらず、社員による社会的価値の方向性の提示による利益率上昇の実現）が想定しうる。

2. 社員（person）戦略の認識

①モチベーション要因として欲求5段階説（プレミアムモデル）を使用、②管理手法として状況主義を使用、③景気循環に長期のサイクルを使用、④企業のライフサイクルを認識、⑤景気循環と企業のライフサイクルに、人の意識・モチベーション要因を対応、⑥社会的状況と企業の状況からモチベーションマトリックスを作成し主たる要因を判断する、とした。

3. 事例の分析と検討（具体例については参考となる施策がある）

①社会的状況に対応した要因の採用が多い、②選択する要因の重点化が有用である、③付加価値の提供形態およびBtoBにおける重点の相違：有形の対象物の存在の確かさ、数値で測定することの容易性、BtoS（society）の視点、④社員の成長に応じたモチベーション要因の深化：個々の社員に対応させるべき要因の深化、ライフデザインによる社員の個人的成長、社員の個人的成長を取り込むことができる企業施策、⑤経営理念の整理が必要、と考えられる。

4. まとめ

社員戦略導入の考え方は、どのようなモチベーション要因が有効かを判断することである。そのプロセスは、①社会的状況の判断、②企業のライフサイクルの判断、③業種の特性を加味、④選択された要因を社員の成長段階に対応して適用、となる。

社会的価値と企業の経済的価値の同一化を図るのが共通価値の戦略で、企業価値と社員価値の同一化を図るのがモチベーション3.0である。本論では社員のライフデザインから社会的価値と社員価値の同一化を図ることにより、企業価値と社員価値を結ぶものが社会的価値と考えている。