

社員の 独立問題を考える

注目トピックス

01 | 社員の独立問題を考える

タレント・ビートたけしさんが自らの会社を退職し、あらたに会社を興し独立したことは世間の関心を集めました。師弟関係にある所属タレントが元の会社社長を名指して批判したことで、内紛の行方が注目されています。

一般企業においても「社員の独立」や「経営陣と社員の対立」は起こりうる課題であり、特に社員の独立は経営に大きなインパクトを与えます。

話題のビジネス書をナメ読み

02 | ファンベース (筑摩書房)

時代の流れと共に、「いた方がいいモノ」ではなく「いなくてはならないモノ」に変化した、それがファンという存在。勢いのある企業にはなぜ多くのファンが存在しているのか。そして、ファンという存在がなぜ重要なのか。ファンベースという考え方を紐解いていきます。



社会保険労務士法人 未来経営より

03 | お問い合わせについて

04 | 近況報告

経営診断ツール

05 | 競業・独立のリスク管理チェックシート

社員の 独立問題を考える

ビートたけしさんの独立と、会社と所属タレントの対立が話題になりました。社員の独立で起こる問題の傾向と対策を考えましょう。

はじめに

タレント・ビートたけしさんが自らの会社を退職し、あらたに会社を興し独立したことは世間の関心を集めました。師弟関係にある所属タレントが元の会社社長を名指しで批判したことで、内紛の行方が注目されています。

一般企業においても「社員の独立」や「経営陣と社員の対立」は起こりうる課題であり、特に社員の独立は経営に大きなインパクトを与えます。

社員の独立はなぜ起こるか、事態が悪化しないための対策としてどのようなものがあるかを考えましょう。

「分け前」で揉めるといふ典型

今回のビートたけしさんの事件の場合、独立騒動の一端に金銭分配方法への不満があったと報じられています。

「分け前（給与）に対する不満」は最も典型的な独立のきっかけですが、「会社が儲からなかったので来期は給料を下げると言っても、なかなか社員の納得が得られないように、金銭の分配の妥当性について理屈で諭すことはできないものです。

社員の金銭的不満はむしろ組織内の同僚や同業他社との比較によって起こりがちです。

相手の「見えにくい言い分」

金銭の分配についての意見の不一致以外にも、会社と社員が独立を巡って対立する場合、感情的な対立が深刻化の原因になります。

下の図に示すように、お互いに理解していない領域があるほど、独立問題を深刻にしていくという傾向が見られます。

会社と社員の不満のマトリクス

		独立する社員	
		意識している	意識していない
会社	意識している	<ul style="list-style-type: none">金銭の分配	<ul style="list-style-type: none">全体の業績への責任がない借入の個人保証がない気楽さ集客のありがたみを理解していない経営陣に対する尊敬が足りない
	意識していない	<ul style="list-style-type: none">高級車に乗っている優雅な暮らしをしている会社を私物化している貢献に対する評価が足りないパワハラを感じているプライベートに変化があった	<ul style="list-style-type: none">協働により生まれている価値があるお互いの弱みを補い合っている状況

会社側（経営者）は、表面的な生活レベルが物療石の対象になりやすいと意識しなければなりません。

また、結婚や自宅購入など、社員のライフステージの変化に合わせた経済的ケアを考えるべきでしょう。

逆に社員側には、経営者が長年雇用を守ってきたことに対する感謝を「後輩・後継者の育成」や「仕組みづくり」などで示してほしいと思っていると意識してほしいところです。

敵対的独立を防ぐためには、お互いの理解を深めるための対話と時間共有が大切でしょう。

いい面にも目を向ける

また、先の図の右下に「会社と独立を考える社員がお互いに意識していない部分」として、一緒に働くことで生まれている価値について触れています。

敵対的独立以外に「社内独立」や「業務提携」「役員就任」などの選択肢がないか、ポジティブな関係構築のための対話をする姿勢がお互いにあると良いかもしれません。

ファンベース

佐藤 尚之 著

単行本：288 ページ

出版：筑摩書房

価格：880 円（税抜）

はじめに

多くの企業が、あるいは自身のビジネスが、いったいどのような客層に支えられているのか考えたことはあるでしょうか。

技術もアイデアもサービスの質も、時代が進むと共に新しく優れたものに変化を遂げています。全ての企業が最新鋭のマシンを導入し、他の誰も打ち出せないような独創的な手法をとっているわけではありません。

それなのになぜ、それぞれの企業はビジネスを成功させることができるのでしょうか。熱狂的なファンという存在こそ、その答えの1 つなのです。

顧客の中のファンを見つける

消費者は、サービスに対する興味や関心によっていくつかの段階に分類されますが、今回注目すべきはその上位 45% です。この層は高額の商品を購入したり、繰り返しサービスを利用したりするファンと呼ばれる存在です。

興味本位の一度きりではなく、継続して企業を支えてくれる優良顧客ということになります。そして、ほぼ全てのサービスの売り上げの 60%以上がこの 45%のファンによって生み出されています。

金額や頻度、内容などを分析して、まずは自身のビジネスの顧客の中からファンを見つけるということが重要な取り組みといえるでしょう。

オーガニックリーチ

では、ファンを基盤にしてビジネスを進めていくとどういことが起きるのでしょうか。もともとのファンを大切にすることでその人たちは感動し、より企業のことが好きになります。

共感し、そして、その感動を広めるべく家族や友人にいかにか素晴らしいものかを本音で伝えようとする。

このような、意図的操作や思惑が一切介入しないナチュラルな口コミをオーガニックリーチと呼びます。多くのお金を費やした CM も、美しく洗練されたポスターも、オーガニックリーチにははかないません。

心から思っていることを自分の言葉で伝えるため、何よりの宣伝効果が期待できるのです。誰もが知っている口コミという手段ではありますが、その重要性和理論を再確認すべき、最も効果的な伝播方法といえるでしょう。

SNS の落とし穴

ネットの普及に伴い、企業も SNS を広告に利用することが多くなりました。手軽かつ瞬時に多くの人に発信できるという点において、便利であるということは間違いのないでしょう。そして SNS 上で大ブームを起こすことも決して不可能なことではありません。しかし SNS を利用したプロモーションには問題点があります。

多くの人が思っているよりずっと SNS の利用者は少ないということです。Twitter でいえば、ヘビーユーザーは 900 万人で、日本の総人口のわずか 8% となります。

SNS はあくまで情報を伝達するための手段の 1 つです。魅力的なプロモーションを受け取った人をしっかりとファンにする、つまり情報を発信した後のフォローまで設計しておかなければ、よくある一過性のブームが発生するだけの意味のないものになってしまうのです。



当事務所からの お知らせ

労務管理や助成金などのご相談がございましたら、お気軽に当事務所までお問い合わせください。

当事務所へのお問い合わせについて

今回の労務の達人はいかがでしたか？

次回も充実した内容でお届けしていきますので、よろしくお願いいたします。

なお、今回の内容に関して、ご不明点やご依頼などございましたら、お気軽にお問い合わせください。

社会保険労務士法人 未来経営	
代表	高山 正
所在地	〒390-0874 長野県松本市大手 4-6-4
営業時間	平日 8:30~17:30
電話	0263-32-2002
FAX	0263-32-7684
メール	info-sr@mirai-keiei.net

スタッフよりあいさつ

こんにちは、未来経営の竹内です。

先日、中学の修学旅行以来の奈良県に行きました。定番の春日大社と東大寺は外国の方も多く大変な混雑で、へとへとになりながら興福寺にたどり着いたときはもう午後4時40分でした。興福寺の最終受け付けは4時45分のためぎりぎり滑り込みセーフといったところです。興福寺といえば阿修羅像の人气がすごいため混んでいるというイメージですが、閉館間際のためか予想外に空いていました。閉館までの約20分間、阿修羅像をはじめとする数々の仏像がストレスなく堪能でき、なんとも幸運な気分を味わえました。



