

「偽装問題を考える」【藤田 芳夫】(08.09.08)

ここ最近、産地、原料、消費／賞味期限の虚偽表示等、食品関連での偽装問題が世間をにぎわしている。偽装問題は他にも、労働者の偽装請負問題、有価証券報告書の虚偽表示問題などがある。これらの偽装問題に共通していることは、経営者の対応のまずさである。最初に虚偽の疑いが報道されたとき、多くの経営者はその関与を認めようとしない。ところが、後日いろいろな証拠が提示されて、ようやく関与を認め始めるのである。世間から見れば、最初から組織ぐるみで偽装していたのではないかという疑いを、強く感じてしまうのである。

偽装問題については、法的な対応や業界団体での対策など、再発防止策を検討しているところであると思うが、経営の問題と捉えた場合に、また違った対応方法があるのではないだろうか。実は筆者は、これらの問題は経営理念が正しく共有できていないことに、大きな要因があると考えている。多くの企業で、経営理念に「顧客価値向上」、「社会への貢献」などを掲げていると思う。この経営理念が単なるお題目になってしまうと、目先の利益にとらわれてしまい、大事なことを見失ってしまうのではないか。

そもそも、経営理念とはなんだろうか。筆者の考える経営理念とは、経営活動における基本方針や行動指針であり、企業はその経営理念を実現するために活動を行っている。つまり経営理念は、企業の存在意義そのものといえる。偽装問題を起こしてしまった企業の経営者の中に、自社の経営理念を自らの言葉として従業員に語ることが出来る方は、どのくらいいたのであろうか。自社の経営理念が、経営者自身の腹に落ちていなかったのではないか。経営者自身が経営理念に納得していなければ、また、経営者自身が経営理念を体現する努力をしなければ、従業員がその理念を共有することも、共感を得ることもできないのである。

人間は「自己欺瞞」をするという特性を持っている。偽装問題にしても、最初から偽装をしようとは思っていなかったはずだ。利益を出さなければならない、損失を減らしたい、などのプレッシャーが強くなった挙句に、「このくらいはどこでもやっているよ」、「この程度なら不適切とはいえないだろう」と自分自身に言い聞かせて、自分にうそをついて、偽装の第一歩を踏み出してしまうのではないだろうか。偽装問題が発覚したときに、経営者がなかなか関与を認めようとしないのも、経営者自身が自己欺瞞に陥ってしまったからではないか。

筆者は、企業に属しているすべての役員、従業員が、経営理念をゆるぎない柱として共有できていれば、自己欺瞞に陥る危険も減ると考えている。経営者の皆さん、自社の経営理念を自らの言葉で従業員に語り、従業員の共感を得ることは出来ていますか。