

見えない経営ビジョン

「経営課題を社会に押し付ける会社」

列島に甚大な被害をもたらした雨期が終わったかと思えば、現在は40度に迫る猛烈な暑さが連日続いています。世界に目を向けても大規模な山火事や竜巻被害など、何十年に一度といわれる自然災害が頻発しています。この地球環境変化の主因として、急速な文明的発展が挙げられています。

資本主義下で先進国は、化石燃料を大量に消費し、労働力を搾取する経済モデルで成長を遂げてきました。先進国は生活を豊かにする一方、そのしわ寄せを地球環境や発展途上国に押し付けてきました。その限界が自然災害として表出し、従来の経済モデルからの転換を迫られているのが現状です。

企業にも社会課題の解決が求められ、ESGや脱炭素などが経営指標となっています。例えば清涼飲料メーカーであるサントリーは「水と生きる」という経営ビジョンを掲げ、持続可能な社会の実現に向け、実際に森を購入しています。事業との親和性を確保しながら水資源の保全活動に取り組んでおり、学校を開校して子供たちへの環境教育も行っているそうです。収益の確保と社会貢献が合致した言行一致の経営を実践し、ビジョンの達成を本当に目指す態度は素晴らしいものです。

逆に言っていることややっていることが違う有限不実行というのは実にかっこ悪い。JR九州は「九州・日本・アジアを元気にする」「日本一元気な会社を目指す」と社会課題の解決を経営ビジョンに掲げていますが、むしろ**会社の課題を社会課題として旅客に押し付けている**ように思えてなりません。

「鉄道は赤字だから仕方ない」、「コロナ前には戻っていないから仕方ない」「企業である以上、利益追求は当然の姿勢」として行った昨年のダイヤ改正以降、福岡市内、通勤時間帯の混雑は社会問題化。明らかに輸送能力と安全性が欠如した状態で運行を続けています。地方ローカル線についても災害の度に廃線やバス転換の議論がされます。そういった**会社の言行不一致から生じる批判の矢面に立たされている社員が「地域を元気にするためには働いているんだ」というモチベーションを抱くことは相当難しい**。むしろこのような内外に対する不誠実は、社員の会社へのロイヤリティを希薄にします。また、ミレニアル世代を対象としたある調査では、就職先を選ぶ基準として、「その企業が事業を行っている目的」を重視すると答えた回答者が6割を超えています。わが社では若年層の離職が問題となっていますが、社会貢献意識が高いこの世代にとって、会社で働く意義を見出しづらくなっている面もあるのではないのでしょうか？

森を買えと言うわけではありませんが、「**地域を元気にする**」という経営ビジョンを本気で達成しようと思うのであれば、**元気がない地域にこそ経営機会があると考えるのが自然です**。ただの建前ならESG経営などは掲げない方がいい。あまりにも滑稽です。



第177号

2023年8月1日

発 責 国労九州本部
住 所 博多区博多駅東3丁目9
番3号ニッコウハイツ 1003号