

---

『物流 Weekly』連載原稿

『日本ロジファクトリーの物流ケース・スタディー』

“社長！それは違います！” 第133回

---

<タイトル>

「経営の両輪：その3」

<本文>

「攻めの経営」と「守りの経営」。これは相対的なテーマとして良く持ち出されることが多い。広義での「攻め」と「守り」は3年、5年、10年と言った時間軸で展開が交互に入れ替わっていることが多い。しかし狭義の「攻め」と「守り」は、日々の経営、運営の中に多く見られる。

一般的には、営業や開発などが「攻め」の組織にあたり、管理、人事、総務といった組織が「守り」にあたる。一方、投資を積極的に行うか手控えるかを表す場合もある。

総じて「攻め」はリスクが伴う。うまく成功すればリターンがあるが、失敗すれば大きなダメージを受け、時には立ち直れない場合もある。では「守り」はどうであろう。「うまく行く、行かない」ではなく、「可能な限りベストなものを追いかける」と言うイメージもあるが、「守り過ぎる」ということも往々にしてある。これは長期的には組織を蝕むことになり、結果は「攻め」の失敗と同様に立ち直れない場合がある。

老舗企業の倒産、大手企業の傘下入りなどが物流業界にも良くある。「攻撃は最大の防御」という言葉とは反対に、物流業界にとってもこれだけ先行き不透明かつ変化のスピードが速い時代に、多くの中小企業は「守り」を最優先しているのではないだろうか。

しかし、1点、注意しなければならないことがある。それは社員のメンタル面である。時代や景気がどうであれ、社員の気持ちが「守り」に入ってはならない。会社経営としては「攻め」のタイミングを虎視眈々と狙わなければ、次の成長を見つけ出すことはできない。しかし、社員の気持ちを「攻め」の状態にすることが今、経営者に求められている。対話、改善活動、表彰制度の導入、現場目標の設定などもその1つであるが、何と言っても経営者が「こんな会社にする」、「こんな現場にしたい」と方向性を語ってくれることではないだろうか。