

研究所だより

価値総研の「節目」への準備

価値総研ができてからちょうど8年が経ちます。再来年の2009年1月には10周年、更には価値総研の母体であった長銀経営研究所から数えると四半世紀になります。

その節目まではまだ2年ありますが、今年からそれに向けた様々な準備をしていこうと計画しています。価値総研の新しいビジョン作り、記念イベントの企画、社史の編纂、ホームページや機関誌の刷新、その他新しい取り組みなど、やりたいことはたくさんあります。その進め方は、価値総研の1つの理念である全員経営に則した“全員参画型”で、みんなが当社の過去や現在、将来に対して目を向けながら、様々な問題提起やアイデア抽出に取りかかり始めました。

このような節目を迎えるに当たって、「紺屋の白袴（こうやのしらばかま）」にならないように社員が一体になって様々な検討をすることは、意識の共有化および原点回帰という意味で非常に良い機会となっています。というのも、私たちを取り巻く環境変化と私たち自身の大きな変化がありましたので、このような場を通じて価値総研をお互いにより深く知ることができ、かつ以前の価値総研にはなかった視点や価値観を刺激として与え合えるからです。

節目そのものは盛り上げながら迎え、皆様に何らかの提案をしたいと考えています。同時にその節目を迎えるまでの過程も意義深いものにしていきたいと考えております。

編集者から

本号では、経営に関する特集を経営コンサルティング部門が中心となって取り上げました。その編集過程で、使用する用語について少し考えさせられたことがありました。

経営に関して一般的に使われている用語は、総じて民間の企業向けを念頭に置いているものが多く、公的機関からするとあまりしっくりこない場合があるかもしれません。逆に公的機関が使っている言葉が企業からすると使い慣れない場合もあるでしょう。

例えば民間では“戦略”という用語（元々は戦争用語）が適切な場面かどうかは別にして頻繁に使われますが、公的機関ではそれほどでもないように感じます。また、ビジネスのマーケティングの世界でよく使われる“差別化”という用語は、公的機関では使われず、“特色”、“特長”といった言い方をするでしょう。あるいは、各種公の統計データ等では“労働者”“従業者”という言葉がよく使われますが、企業ではあまり使われません。この価値総研の機関誌「Best Value」は、企業の方にも公的機関の方にもお読みいただいています。従いまして、本誌をお読みいただく方によっては、用語の使い方に違和感がある場合があるかもしれません。

民官双方の知見が必要な場面が増えており、価値総研もそのようなニーズにお応えしていきたいと考えております。その入り口として、用語本来の意味を確認し、再定義化・共通化していくことも大事なのではないのでしょうか。その際、用語の“正しさ”や“美しさ”が備わっていれば尚良いと思うのですが……

本年も価値総研およびBest Valueにご期待下さい。皆様のお役にたてるよう、引き続き「価値の創造」を目指して活動してまいりますので、よろしくお願い申し上げます。