

「企業民俗学」まとめ(たたき台)

【仮題】社員が幸せを感じ、働くことの喜びを分かち合える企業へ
～企業民俗学が求められている～

【構成】

第1部 “ひと”中心の企業経営

第1章 人の存在を大切にし、その強さを引き出す企業経営が求められている

- ✓ 今の日本企業の経営は米国資本主義的な考えに傾きすぎている
- ✓ 働く人の存在を大切にし、その強さを引き出すマネジメントが求められている
- ✓ 自然界の生き物としての「ヒト」と、社会に生きる人間(じんかん)としての「人」
- ✓ 生態学の視点で、ヒトの側面から物事を考えてみるのが経営のヒントにつながる
- ✓ 「会社人」と「人」とのギャップが疲弊した社員を増やしてきた

第2章 なぜ、“ひと”中心の企業経営をめざすべきなのか

- ✓ 人の人たる本性を受け止め、人の側から発想してみる
- ✓ 企業における人は、単なる労働力や人的資源という言葉では片付けられない存在
- ✓ 情と理を対立概念で捉えるのではなく、両者を一体化していく経営手法が問われている
- ✓ “ひと”中心の企業経営を考えていくには、「民俗学」の発想による人間思考が必要
- ✓ 「企業民俗学」とも言えるアプローチが、これからの経営に求められていく

第2部 企業民俗学

第3章 民俗学とは

- ✓ 民俗学の概要
- ✓ 民俗学の研究法:[帰納的方式]と[演繹的方式]
- ✓ 柳田国男の世界
- ✓ ハレとケ、ムラ、…

第4章 企業民俗学を考える

- ✓ 民俗学を企業経営に置き換えて考える
- ✓ 会社の文化、風土、伝統を背景として、社員の視点に立って物事を考える
- ✓ 見える世界と見えない世界
- ✓ 日本文化における時間と空間

第5章 企業民俗採集のための企業への質問

- ✓ 企業への質問(100の質問)の考え方
- ✓ 企業文化《理念－文化(土壌)－ヒトづくり－コトづくり》
- ✓ イノベーション《モノづくり》
- ✓ マーケティング《価値づくり》
- ✓ 社会の変化

第3部 新しい時代の企業の姿

第6章 しっかりした「ムラ」こそ企業はめざすべき

- ✓ ムラ(集団)の中の一体感や温もり、協力、信頼感が、集団を強くしていく
- ✓ 日本人が持つ精神文化をうまく取り入れた「新・ムラ社会」の実現が求められる
- ✓ ほかのムラと積極的に接触し、交流し、外の世界へと広く開かれたムラへ
- ✓ 新しいムラづくりは、カネ中心の欧米型経営に対し、ヒト中心の日本型経営の強みになる

第7章 バリ島から学んだこと

- ✓ なぜ、バリか？
- ✓ 大きな流れの中の自分
- ✓ ドーパミン・パラダイス
- ✓ 幸せはデジタルではない

第8章 元気な組織をつくっている企業

- ✓ ディスコ
- ✓ 伊那食品工業
- ✓ セラリカ NODA
- ✓ 未来工業
- ✓ 岡本
- ✓ 西島、樹研工業

第9章 社員が幸せを感じ、働くことの喜びを皆で分かち合える職場へ

- ✓ 常に一位や二位になろうとする過度な競争意識を持たない
- ✓ 自分たちなりに精一杯やって、自分たちなりのプラスアルファをつくる
- ✓ 社員が幸せを感じるような職場、働くことの喜びを皆で分かち合えるような職場に
- ✓ 企業の持続的成長につなげていくには