

# 電子朝礼

1カ所で事業を行っている場合は別として、本社に対して支社などの拠点をくつたり、工場をいくつかの土地に分散させて事業を行っている企業は多い。事業所がいくつかに分散していると、全社的なコミュニケーションがより一層大事になってくる。経営者や本社の経営幹部が各事業所を適時回ることができればよいが、厳しい企業環境の中、多忙を極めていることは想像に難くはない。つついご無沙汰ということにもなりがちである。

事業所からみれば、経営者や本社幹部は年に1回程度しか来られない、という話をよく耳にすることがある。経営者が今どのようなことに関心をもっているのか、本社幹部が何を考え、行動しているのか、月1回の会合もよいが、むしろ日常の中で気軽に伝えられる方法・手段をみ出す必要がある。

電子朝礼はその一つの手段である。インターネットがまだほんの一部の人に限られていた頃から、BSOでは実施してきた。大阪、鹿児島・高松のサテライトオフィスで行ったそれぞれの朝礼は、「朝の一言」と称して、全社員に送られ、全社員はそれらの話をそのタイミングで見ることができる。

これまで実施してきた結果を評価して、電子朝礼を考えると、以下のような捉え方や方法が良いようである。企業の規模・事業所の規模でも異なるが、メールの配信は必要に応じて全社員、普段は少なくとも管理職以上は対象にはしたい。

## 1) 電子朝礼の目的が大事

ベクトル合わせを基本に

朝礼には様々な目的がある。全員への周知事項・相互連絡事項の伝達、一種の指示命令的要素（管理職クラスはこれを汲み取る必要がある）もある。

しかし、テーマや枠組みを決めておく方が比較的考え易いようである。

とくに総合力を発揮する経営のためには、やはりベクトル合わせにつながるようなものは是非とも考えたいものである。

## 企業理念、経営理念の浸透

唱和だけでなく、自分の仕事にとってどういう関係があるかを披露する方法がある。このような姿勢で仕事をしていこう、社会的価値創りをしようという理念を大切に、かつ社員の誇りにするため、単なるお題目にしないように、工夫をしたい。一歩進めて、理念を実践した事例などがあればさらによい。

## 2) コミュニケーションのツールにもなる

それぞれの事業所の朝礼後、内容を全社員にメールをする。上記のように、企業理念や方針に関わることにに関して自分の考えや仕事との関わりを話すことにすれば、結構意見も返信され、相互のコミュニケーションにも役立つ。

## 3) タイムリーであること

電子朝礼の良さは、その日の朝礼が瞬時に伝わることである。遅れていては意味合いが弱くなる。少なくとも午前中が限度である。ちなみに筆者は「すぐにできるものはすぐにする」という仕事の原則にたって、40分以内に送ることにしているが、実務的には内容を分かりやすく見直す時間も入れて、朝礼後1～2時間以内でよいであろう。

また出張した場合は、部下の前では話せないが、出先からでも電子メールを送る方法もあるので、その良さも活かしたい。

## 4) データベース化して利用

後からでも全てを参照できるようにする。いわゆる朝礼のデータベース化である。

サーバーで過去のものも見られるようにすれば、共有化できるために様々な場面で活用が可能である。