

ひよんなことから広告デザイン会社の社長らの相談相手になっている。社歴は30年超。社員こそ20人足らずだが、業界内ではそれなりの知名度を誇る。創業オーナーが完全に引退し、いまではオーナーに見込まれた若者たちがその経営を担っている。

とにかく社長以下全員が誠実かつ、ひたむきだ。どんなに忙しくても私が出ず課題にきちんと向き合う。しかも対応が早い。とある土曜日。朝9時にオフィスを訪問したら、社内のソフ

# VB経営 虎の巻

## 「子供サッカー」のワナ

アで寝ているクリエイターを見かけた。「顧客のためは何をすべきか……」と、

感あふれるが、ややもすれば子供のサッカーになりやすい。守備も攻撃もなく、とにかく同じボールを全員で追いかける。なにしろ、実行「実行」なので、

そこで、企業のビジョンをつくり、ロードマップ(時間軸と進め方)を整理・共有することを提案したい。

ひたすら考えての徹夜だったという。午前9時〜午後5時のサラリーマン集団だ

とこころはいかない。ベンチャー企業の多くは、目の前の仕事に全員で「計画・実行・統制」とか

「計画・実行・統制」とか、誰かの指示に従って動きは、最大の武器であ

る小回りも利かなくなると、腹落ち感である。20人足らずの小さな所帯の場合、

社員には時間の使い方も見直してもらいたい。ベンチャー企業にとって競争力の源泉は「ヒト」である。その「ヒト」の最大の資源は「時間」である。1年365日のうち稼働日は245日。それぞれ10時間働くとしたら1年で2450時間になる。この2450時間をどのように振り振るか、ベンチャーの成否に直結する。

## 戦略共有と時間割り振りを

取り組んでいる。さぼって離れ、戦略的な仕込みができてなくなる。仮に成長できたとしても、それは結果オーライだろう。

②実際に有償稼働している時間  
③社内のマネジメント業務のための時間  
④自分を高めるための教育のための時間  
⑤移動・その他の時間  
それぞれ何%程度、自分の時間を割くべきか……。社員それぞれが認識を持つことが第一歩である。さらに目先のこと、将来のこと、自分のことへの時間配分を考えてもらう。



インディゴブルー社長 柴田 励司氏

1985年上智大文卒。マニーマン・リソース・コンサルティング(現マニーマン)の最高執行責任者(COO)に就任。10年6月から現職。

①仕事の仕掛け(計画)や営業のための時間  
であり、私のような者の社会的使命なのだろう。