

第50回 コロナ禍を生き抜くために、みんなの知恵を集めるには？

コロナ禍が顕在化してから今回で4回目の連載になります。振り返ってみますと、

- ・第47回 「マーケティング」の考え方で具体的な戦略を立てることにより、無理なく売り上げを回復し、利益を確保すること
 - ・第48回 簡単に「テレワーク」を導入し、人の意識と組織を変えてゆくこと
 - ・第49回 コロナ禍を生き抜くため、あらゆる手段を用いることと、その中の経営戦略の立て方
- でした。

現在の情勢としまして、回復してきているところもある一方、通所サービス等利用の減少により法人の存続自体が危うくなっているところや、感染防止を理由に様々な事業を「中止」したまま代替策を打ち出せないところが、多数出てきているのではないかと思います。

いずれにしましても、何らかの「意思決定」をして、「行動」に移していかなければ、未来はありません。そこで今回は、「意思決定」のプロセスについて一案を述べたいと思います。

まずは、「意思決定」に参画する範囲の決定です。理事だけ、担当者だけでは手詰まりになってしまいますし、決めたことの実効性が心配です。利用者、職員、保護者、外部の支援者、行政などの方々に、できるだけ加わっていただく方が多くの知恵が集められますし、決定事項の実行もしやすいでしょう。なお、多くの方が参加することに物理的・社会的な制約がある場合こそ、ZOOMオンライン会議室などを導入する絶好のチャンスです。

その上で、現状を把握し、説明することです。とにかく、数字です。このままで推移すればどうなるか、数字をベースに説明します。ちなみに本メルマガ第37回では、数字をグラフ化して説得する方法についてお伝えしました。

それから、「思い」を明示することです。事業所を存続させたい、工賃水準を回復させたい、以前のような活動を再開したい、などなどといった強い「思い」を明示して、そのために皆さんの知恵をいただきたい、と述べます。

そして、具体策のイメージ例をいくつか挙げます。例えば前回のメルマガで紹介しました、コロナ禍の中で「消費喚起・販路拡大」によって生き残りを図る一般企業の実例（北海道経済部発表）なども参考になります。

http://www.pref.hokkaido.lg.jp/kz/ssg/kinkyu/syohikanki_hanrokaitaku.htm

担当者や理事の方が、こうした事例を通して「経営戦略」や「マーケティング」の考え方を説明できれば、説得力があるでしょう。

こうして説明し、質疑を受けた上で、意思決定に参画される皆様から自由闊達に意見を聞いてもらいます。その際は、本メルマガでも再三述べてきました「聴く姿勢」が大事です。経営側への批判ととれる意見が出て、謙虚に受け止めてください。また、「言った人がやるべき」という反応をしてしまえば、建設的な意見は出にくくなります。

とにかく、自由に意見を言い、アイデアを出せる場を作ることが決定的に大事です♪。