

代理店経営情報

シンニチ
代理店版

事業の拡大のため、必死で働きながら、未来に漠然とした不安を抱えている。このような代理店が年々増えているように感じています。このままでは、「あつという間に時間だけが過ぎ、数年たつて変化したのは、歳を重ねたこと、保険会社からの要望が厳しくなっただけ」という未来を迎えかねません。そこで今月は、組織の混乱を防ぎ、意識統一を図るための「用語の統一」と「独自のネーミング」について、考えてみたいと思います。

「ネーミング」が社員に与える影響とは?!

言葉の定義で意識が変わる

「言葉」が社員に影響を与える理由は、人は誰しも、特定の言葉に対して何らかのイメージをもっており、そのイメージに意識や行動を変えようとするからです。たとえば、「部長」責任が大きい、部長の肩書

「先生」を得てから急に横柄な態度になった」など、ネーミング(肩書のイメージ)が人を変えた事例に触れた経験がある方も多いのではないのでしょうか。

言葉のイメージが違ふ

先述したように、言葉に抱くイメージは人によって差があります。先ほどの「部長」という言葉に対しても「チームワーク意識の高い責任者」とイメージする人がいる一方で、「周りにあれこれ命令できる権力者」とイメージしてしまう人もいます。もし、「部長」命令ができる権力者

と考えると、横暴な態度で、社内に悪影響を及ぼすのです。言葉に抱くイメージによっては、思わぬマイナスの効果も生じ得るということです。しかし、一人ひとりがもっている言葉へのイメージを、すり合わせるの

「用語の統一」が必要になります。会社でよく使う言葉の解釈が違わないように「用語集」としてまとめるのです。「部長」を例として定義するならば、「部長とは、部門や部署において、経営者側の視点をもつて働く職務。部門における業務の遂行はもちろんのこと、業績や生産性を向上させるための方法、部門の人材育成、能力把握など、業務全体を俯瞰して

考える役割を担う」となります。会社規模が大きくなる前に、用語を定義し、統一することは、いじめや混乱を防ぐ効果があるのです。

独自のネーミング

更に効果を高めたい場合は、経営者の意図を反映した独自のネーミングが力を発揮します。独自のネーミングは、既存の名称への先入観を払拭しつつ、経営者の思いを社員に分かりやすく伝えることができます。その一例として、弊社で実際に用いているネーミングを「用語集」でご紹介します。たとえば、サークルと

【図】 独自ネーミングの例

・ 部門	→ サークル
・ 部長	→ サークルリーダー
・ 組織図	→ リーダーMAP
・ 評価制度	→ キャリアアップ制度

「言葉」が人に与える影響力は想像以上に大きなものです。もし、あなたの会社にイメージのずれ違いが起きている場所があるならば、あなたの意図と企業文化を反映した「用語集」と「独自のネーミング」を行ってみてください。きっと、予想以上に嬉しい変化が訪れるはずです。

誰も教えてなかった! 129

保険代理店が「家業」から「企業」になる方法 シリーズ3

株式会社ブレインマークス

代表取締役 安東 邦彦



【プロフィール】

保険代理店が持続的に成長するための組織化、経営の仕組みづくりを支援するコンサルタント。
著書：『社長が3ヶ月不在でも成長する会社のつくり方』
運営組織：プロ代理店経営アカデミー

<https://www.brain-marks.com>

社長が3か月不在でも 持続成長する代理店を目指す!