

トップインタビュー(第31回)

デザインはコミュニケーションツールである

2017.10.26

ファミリア 代表取締役社長 岡崎 忠彦氏

グラフィックデザイナーから家業を継いで社長業に転身。デザインと経営の両方を知る岡崎忠彦社長にとって、デザインはコミュニケーションツールだという。



——岡崎社長は、企業経営におけるデザインとはどういうものだと考えていますか？

岡崎:企業は「人」の集合体ですよ。最も大事なものは人。企業は何でできているかというと人ですし、お客さんも人、取引先も人ですから。

だから僕が企業経営で重視しているのは、経営の視覚化なんです。社員にいかに分かりやすく現状を伝えるかが大事だと考えています。ほら、野球でもサッカーでも、ルールを知っているからこそ楽しめるじゃないですか。経営も同じで、現場の社員が経営のことを分かってくると、すごく面白くなる。現場の社員が難しいと感じている経営に関することを、いかに分かりやすく伝えて、みんなを巻き込んでいくか。経営を人ごとではなく自分事にしてもらうか。つまり僕にとってデザインはそのためのコミュニケーションツールなんです。

僕はもともとアーティストになろうと思っていた人間で、会社を2011年に継いだときは経営のことはまったく分からなかった。そこで少しでも自分の得意分野を生かしたいという思いから、経営とグラフィックデザインを合体できないかと考えたんです。(アップルストア1号店をデザインした)デザイナーの八木保さんのところで教えてもらったビジュアルコミュニケーションがとても役立っています。

子ども服を中心としたアパレルメーカーであるファミリアという会社が今、置かれている状況や課題、やるべきことは何か、中期的な計画など、社員向けのプレゼンテーション資料はすべて自分で作っています。ビジュアルを使って、できるだけ分かりやすく伝えられるように。

僕は、経営者の仕事って現場からできるだけ多くのアイデアを出してもらって、さまざまな意見を聞いて、それをジャッジすることだと考えています。

僕が社長になったのは会社が一番元気がないときだったんですが、現場の社員に聞いてみると、意外にもめっちゃくちゃ意見が出てくるんですよ。それを全部ビジュアライゼーションしておいたんです。2016年にオープンした代官山店は体験型ショールームであり、ネットとの親和性を重視したオムニチャネル対応店舗ですが、これは社員たちのアイデアから生まれたものです。僕が考えたわけではありません。

お客さんに共感してもらったり、新しいアイデアを得たりするのに最も必要なのはコミュニケーション能力。自分自身もそうですが、コミュニケーション能力に長けた社員を育てなければいけない。そこにどれだけ投資できるか。

うちは、幹部に社員向けプレゼンテーションをドンドンやってもらうんです。で、それがきちんと現場に浸透しているか、僕が店舗を回ってチェックします。「あなたが言っていたこと、現場に伝わっとらんよ」と。

また、リーダーシップ研修を頻繁に実施して、外部人材を招いて社員にレクチャーしてもらったりしています。大学の先生に経営の基礎を教えてもらったり、本を読んで討論してもらったり……。経営はすべての部署の人間が関わるものなので、一部の人だけが分かっているだけでも駄目なんです。少なくとも、現場にも分かる共通言語をつくらなきゃいけない。そのための取り組みです。

——デザイナーも積極的に招いているそうですが、社員に対してどんな話をしてもらおうんですか？… 続きを読む