

---

『物流 Weekly』連載原稿

『日本ロジファクトリーの物流ケース・スタディー』

“社長！それは違います！”第98回

---

<タイトル>

「社長の“品格”」

<本文>

物流会社の社長ほど「品格」が問われる人物はいないかもしれない。それは、残念ながら「もう少ししっかりして欲しい」という意味からである。

品格ある社長がトップの会社は、それなりに業績を上げているし、物流業界におけるインパクトもそれなりに持ち得ている。ではその違いは何であろう。 トップの思いやビジョンが末端、せめて中間管理職まで浸透している、 会社、従業員、そして世の中もしくは地域のためになる「三方良し」のビジネスモデル・サービスを構築している、 税金を納め、社会保険に加入している、 ゴルフ三昧にならず節度を持ってゴルフを行っている、 高級外車を持っていても、会社には一般国産車で通勤している、 所在が明確である（スケジュールが他のメンバーにもわかるようになっている）、 物流業界に留まらず、荷主の業界など他の業界のことも良く知っている、勉強している、 身内が会社内に在籍してしても「さん」づけか役職で呼ぶ、 業績や経営状況が厳しいなかでも福利厚生に配慮している、 状況により、自腹が切れる、 教育に力を入れている、 違法行為や脱法行為に手を染めていない、 社長の引き際を決めている、 自分の子息に継がせることを前提としていない、 従業員の名前と顔が一致する（中小、中堅企業までの社長）、 苦言を呈する幹部を持っている、 現場の状況を良く知っている、 将来のビジョンを持ち、それを幹部に語り続けられる などであるが、社長の「品格」となってはこの紙面に全て書き出すことは残念ながら不可能である。

その理由は明確である。様々な経営スタイルがあって当然だからである。しかし、「社長！それはちょっとやめて下さいよ」と思われる言動は避けたいものである。かといって全ての意見を受け入れることはやめた方がよい。

大切なのは「これ！」という信念を持って経営を行っているかないかではないだろうか。（トメ）

---