

一、 それぞれの会社が自社の理想像を描き、その理想像に向かってチャレンジして行けばいいと思う。

二、 理想を持たない限り、理想には向かわない。

理想に向かって現実の問題を対処して行くから、道が拓かれると思う。

三、 経営者の純粋な気持ちを文章にすることから始めるのが指針書。

四、 経営理念は、全社員の将来像でなければならない。全社員の将来像だから、

理解と納得が得られ、希望が湧く。先ず、経営者自身の理想像を描くのです。

そして、社員に問い掛けるのです。

社員一人一人の「理想像」を述べさせて行くのです。心を注ぎ、時間を掛けて。

それが「経営指針」に取り組むということなのです。

経営指針は、社員達の待遇を、将来どうしてあげたいのか。という

「福利厚生」から考える。社員の理想像を描き、社員に提案するのです。

だから、何の為に経営するのか。という「経営理念」が全社員の将来像なのです。

また将来像でなくてはいかんのです。

「志高く、らしく生きる。」という経営理念が全社員の将来像なのです。

志高く、自分らしく生き切るんだ！そんな一生を歩むことが幸福なんだ。

と思えて来るのです。

五、 一番大事なことは、社員の心の統一。

全社員が相互に、心通じ合うことに全身全霊懸けて来ました。

六、 社員一人一人の「心の服」を一枚一枚、時間を掛け、心を注ぎ、
脱がせて来ました。

社員一人一人の心の奥底に在る「光」を見出そうと、努力して来ました。

七、 優秀な会社、強い会社、大きい会社でなくても、
社員と社員の家族とお客さんから「愛され続ける」会社で、あり続けたい。
という思想。

八、 エモーションは、創業当時から「会社は家族」という思想。会社に於ける家族
とは、経済的に生活をさせて行く間柄で、血縁のことを言うのではなく、信頼関係
の深さがある、無意識にお互いが、お互いを心配し、思いやる心が生じてしまう
利害を超えて、そこに情が通っている人間関係を、会社に於ける家族と
エモーションでは「定義」しています。

無条件に和やかな人間関係・職場環境です。

※本当の信頼関係は、高い理想の実現を目指して共に苦勞することによってのみ、
結ばれる。苦樂共有の関係であり、阿吽の人間関係に挑戦。

九、 経営者である自分の「考え方・生き方・人生観・社会観・価値基準」を
熱く語って来ました。

十、 経営で最も大切な事は、何の為に経営するのか。如何なる方法・仕組みで、維持
発展させて行くのか。を自分自身は勿論のこと、社員や得意先をも納得させられ
るだけの哲学を持つこと。

まず、社長自身の生きる意義目的を明らかにすることから、全てが始まる。

十一、 まともな社員は、いつも「この社長に自分達の生活や将来を預けて大丈夫だろう
か」という眼で見つめていると自覚することが大事。

- 十二、自分の会社は、事業の「着実性と収益性と持続性と発展性」を包括している。と社員が実感した時、社員に希望が湧く。
- 十三、経営指針に取り組む前から実践して来たことは、「出来る事なら差し上げなさい」と「一日も欠かしてならないのは、種蒔きである」
- 十四、信頼関係の輪を拡げたら愛用者を積み重ねる「額の経営」を実践。
- 十五、エモーションのお客さんは「家族の健康を意識している主婦」だと社員に説明し「何故、何故ならば」をハッキリしたところから、価格戦略、販売戦略が自ずと決まって来た。
- 十六、「高品質で、お手頃価格」を貫く。だから気に入った方は継続率が高まっている。
- 十七、「考え方を発信・顔を見せる・商品を販売する・アフターフォローを徹底する」
- 十八、信念に裏打ちされた経営指針を打ち立ててから、一人前に成れるのに30年は掛かる。という考え。
- 十九、10人以下の会社が、充実度が高い。拡大しないから、ハッピーで居続けられる。
- 二十、何事も本質を追求する。物事は多面的に観る。仕事と人生は、遠くから考える。を実践。

株式会社エモーションの判断基準

経営基本方針「シンプルに、独自性を生み出し、深みが感じられるように。」

- 1：シンプルか？複雑になっていないか？
- 2：独自性はあるのか？
- 3：関係者から見られて、深み感じられるか？

この3点を自己チェックしている。

営業方針「信頼関係の輪を拡げながら、愛用者を積み重ねる額の経営を実践。」

- 1：大手の市場には出ない。不特定多数に広告は、打たない。
- 2：自社顧客にアフターフォローを徹底することで、信頼関係を築いて行く。

代理店方針「深掘り戦略で、代理店の販売支援を重視する。」

- 1：経営方針第12条「ご縁を大切に、これを生かすこと。」の実践事例。
- 2：販売チャンネルを変えることで、代理店間の競争を作らない。

価格方針「高品質で、お手頃価格。」

- 1：お手頃価格とは、一般主婦の方々が「安くはないけど、高くもない。」と感じてもらえる価格のこと。
- 2：気に入った人は、止める要素がない。（高リピーター商品と成る）
- 3：アフターフォローのし甲斐がある。

商品方針「いつも、おいしいレイボスティーを、喜んでお求め頂くこと。」

- 1：「いつも、おいしい。」とは、品質管理の徹底。
- 2：「喜んで、お求め頂く。」とは、お客様から「ありがとう」と言って代金を支払ってくれるよう努力すること。