

社員座談会

【長期ビジョン実現プロジェクト】合言葉は「会社をもっとよくしたい」

本プロジェクトは、小野測器が掲げている長期ビジョンを実現させるための活動です。本活動は2016年から中期経営計画と連動してスタートした「戦略マーケティングプロジェクト」が発端で、その延長線上にあるもの。今回は、その中でキーパーソンとなる女性メンバーにどんな活動をしているのか、ざっくばらんに聞いてみました。

—まずはご自身の簡単なプロフィールと本プロジェクトに入ったきっかけを教えてください。

青柳美智子 (以下、青)「私は、前職は某自動車サプライヤーのデザイナーで、2015年に小野測器に入社し製品デザインをメインに仕事をしていましたが、現部署では、Webやカタログのデザインをディレクションしたりと仕事の幅が広がってきています。このプロジェクトには立ち上げから3期まで加入していました」

是成未恵 (以下、是)「私は、2014年に小野測器に入社し、営業としてキャリアをスタートしました。当時の国内営業では初の新卒の女性営業でした。配属された中部営業所では、サプライ



営業本部
営業統括ブロック
九州営業所 係長
是成未恵

メディア&デザイン室
リーダー
青柳美智子

執行役員
経営企画室
室長
幡 章子

ヤーを担当しました。入社して5年後、家庭の事情等もあり一旦退職しましたが、2023年に復帰。本プロジェクトには、復帰する際の面接担当から活動内容を伺い『前職の経験が活かせるかもしれない』と感じ、5期目から加入しています」

幡章子 (以下、幡)「私は1993年に入社後、最初は総務で社内報を担当していました。その後、商品企画、海外営業を経て現在は経営企画室室長を務めています。このプロジェクトに加入したのは5期目からで、現部署のミッションの一つである統合報告書の作成を5期メンバーと一緒にまとめることになり、現在に至ります」

—本プロジェクトで印象に残っていること、やりたいことを教えてください。
青「3期目時代、当時の当社の企業理念に不明瞭な部分があったので、“2030年にありたい姿”をメンバーで模索し、中期経営計画や当時の企業理念の関係性を整理しました。ですが残念ながらそこで時間切れ。企業理念の変更にはまでは至らず……」
—本プロジェクトは当社の長期ビジョ

戦略マーケティングプロジェクト～長期ビジョン実現プロジェクトの変遷

年	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
中期経営計画	StageI			StageII			StageIII		
活動名	戦略マーケティングプロジェクト (中期経営計画と連動したプロジェクトI)			長期ビジョン実現プロジェクト (戦略マーケティングプロジェクトII-1~3)			長期ビジョン実現プロジェクト (戦略マーケティングプロジェクトIII-1~3)		
主な活動内容	★音響振動市場検討 ⇒SV戦略マーケティングプロジェクト ★自動車産業市場検討 ⇒AIB戦略マーケティングプロジェクト			★「Vision2030」策定 ★市場・技術 ★組織・仕組み ★エコシステム ★SDGs・課題設定 等			★ブランディング (2022はリブランディング) ★サステナビリティ ★リレーションシップ (2023より) ★インナーマーケティング ★統合報告書作成 (2023より) 等		

ンを実現することが使命ですが、そもそも当社の使命=企業理念が厳密に定義されていないかった、ということですね。

幡「青柳さんたちの活動を受け継ぎ、5期目で企業理念を再言語化し、2024年1月に発表しました(※新企業理念についてはP.3参照)」

是「前述しましたが、『前職の経験が活かそう』と感じたのは、まさしくこの“企業理念ありき”の考え方なんですよね。前職では実務レベルで浸透していました」

—企業理念というのは、それくらい大事なのですね。

是「企業のミッションを達成するために仕事をしているのが明確なので、例えば誰かと意見が対峙した際『じゃあ、我々のミッションって何だった？』と立ち返ることができました。すごく建設的な会話ができていたと思います」

幡「会社の目指すべき方向性という意味では、私がずっともやもやしていた部分です。入社当時はまだ創業者の小野義一郎氏がいたので、社員

を束ねるボルトがあったけど……。まだまだやることは山積状態ですが、新しい企業理念により、我々の進むべき道を指し示すことができたことは本プロジェクトの活動の大きな成果の一つだと思っています。また、現場の意見や垣根を超えた交流が、より柔軟な発想の提案や目指す姿をともに実現しようという想いにつながっていると実感しますね」