

ミッションを考える
～ テキストマイニングから見えるもの ～

経済D2

野口寛樹

経営学からみてNPOは特殊なのか

- ミッション重視である点
- 契約の組織ではない: パートナーという存在。固有の組織文化の必要性である
- 偶発性への対処システムがない: 現場と支援(管理)との溝をいかに埋めるのか
- プロフェッショナリズムはあるのか: 素人と玄人の連携はどうするのか
- ネットワーク組織: 横のつながり、熱意のマネジが重要。結果は二の次になりがち。

ミッションが重要である

- 存在意義・事業・価値観・願望を示すもの

シアトル・オーケストラの例

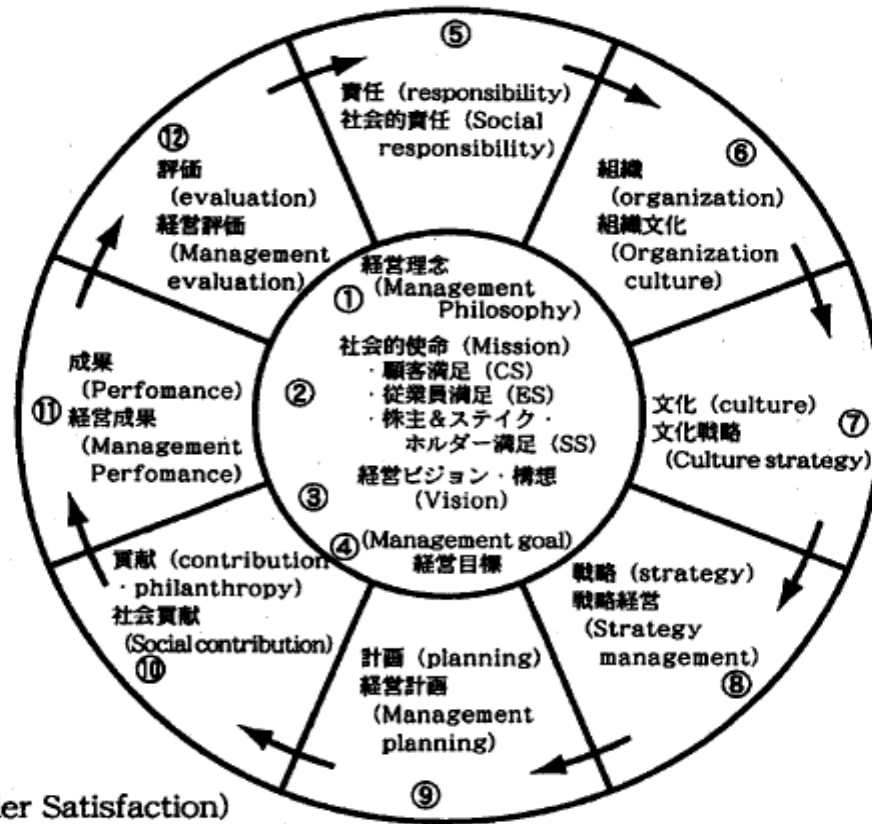
音楽を通じてコミュニティに奉仕する

ソニーの例

人真似はしない。人のやらないことをやる

ミッションマネジメント

図表1 ミッションマネジメントシステムの構図



(注)
 CS(Customer Satisfaction)
 ES(Employee Satisfaction)
 SS(Stockholder & Stakeholder Satisfaction)

ミッションマネジメント

- 組織学習によって、ミッションは組織内外へ浸透
- 組織文化と密接な関係がある
(三宅(2002)は経営文化戦略なるものを主張する。つまり差別化をはかれということらしい。)
- 質的研究が多く、経営理念(経営思想)がもたらす意味を詳しく述べるものが多い

事例研究

- ・では、そのミッションとはまずどのようなものなのか。傾向と、分類を試みたい。