

編集後記 「一年の希望は春が決める」

「一年の希望は春が決める」という中国の故事があります。

この春、皆さんの職場も、経営理念とはまた別に、スローガン

やキャッチコピーを検討、見直されたところもあるかもしれませんね。

いくつか会社のブランドスローガンやキャッチコピーを集めてみましたので、ご紹介します。

アヴニール労務事務所 所長 柿野元博

<http://www.avenir-sr.jp>

E-Mail avenir4you@gmail.com



キリンホールディングス株式会社 「おいさを笑顔に」

アサヒビール株式会社 「すべては、お客様の「うまい！」のために。」

日本たばこ産業株式会社 「ひとの ときを、想う。」

コスモ石油株式会社 「ココロも満タンに」

本田技研工業株式会社 「The Power of Dreams」

トヨタ自動車株式会社 「Drive Your Dreams.」

ソニー株式会社 「It's a SONY」

富士フィルムホールディングス株式会社

「化粧品も、薬もつくる。月面探査にも行く。富士フィルムは、生まれ変わった。」

セブン&アイホールディングス 「新しい今日がある」

株式会社ファーストリテイリング 「服を変え、常識を変え、世界を変えていく」

大阪ガス 株式会社

「Design Your Energy 夢ある明日を」

三菱重工業 株式会社

「この星に、たしかな未来を」



新しい
今日が
ある！



ひとときわ長いのが、富士フィルム。富士フィルムといえば、まだ僕がスリムだった、とおーい昔(*^▽^*)、

「お正月を写そう♪きれいな晴れ着を写そう♪」なーんて、お正月の定番CMがありました。

樹木希林さん、岸本加世子さんの「美しい人はより美しく、そうでない方はそれなりに」という、掛け合いが何とも味があってユーモラスでした。(●^0^●)

ところが、時代はデジタルに様変わりし、現像目的の写真屋さんが激減。「100年プリント」という富士フィルム自慢の培った技術も、いつの間にか一般には需要が無くなってしまい、業務内容の変化を余儀なくされました。「お正月を写そう♪」の音楽は、今も松田聖子さんや中島みゆきさんらを起用した化粧品やサプリメントのCM等の背景に受け継がれています。



いうまでもなく、世の中の経済や社会情勢は刻々と変化します。会社の業務内容も拡大したり、変化したりすることがあって当然です。むしろ、社会や環境の変化にアジャストさせることが経営管理といえます。

春は、そんな組織の見直しに伴う異動が多く見受けられる時期ですが、その人事異動も、配置転換命令が会社側の権利濫用と判断されることもありえます。共働きで高齢の母と幼い子供を抱える労働者が、自身への転勤命令を、会社の権利の濫用と訴えた事件がありました。(東亜ペイント事件(最二小判 昭和61.7.14))最高裁までもつれましたが、転勤の命令について業務上の必要性がある場合において、その転勤命令に不当な動機・目的があったり、労働者に対し通常甘受すべき程度を著しく越える不利益を負わせたり等、特段の事情がない限りは、転勤命令は権利の濫用とはいえないと、労働者の訴えを退けました。「家族との別居を余儀なくされるといふ家庭生活上の不利益は、転勤に伴い、通常甘受すべき程度のも」と判断されたのです。前提として、就業規則にも業務の都合により従業員に配転を命じることができる旨の定めがある等も重要。少なくとも「○○○○を移そう♪きれいな○○○○を移そう♪」なーんて転勤では、権利の濫用だと言われちゃうかもしれません。



異動させるということは、それなりの会社の方針や期待があつてのことだと思います。

異動する本人には十分に説明して、高いモチベーションで異動してもらいましょう。