
誠実コミュニケーション®の原点

— 株式会社経営支援 行動指針解説書 —

株式会社経営支援

※「誠実コミュニケーション」「採用コミュニケーション代行」は、株式会社経営支援の登録商標です。

目次

はじめに ― 創業から変わらない、私たちの仕事への姿勢

第1章 行動指針は、判断するための共通の価値観

第2章 顧客の価値観を共有する

第3章 当事者意識を持つ

第4章 顧客満足を第一に考える

第5章 プロ意識に徹する

第6章 スピード対応を心掛ける

第7章 仕事に誇りと情熱を持つ

第8章 知性と創造力を磨く

第9章 向上心を持つ

第10章 誠実、謹厳、柔和な態度を追求する

第11章 愛と感謝の心を持つ

第12章 報告・連絡・相談は、行動指針を実践するための基本動作

第13章 誠実コミュニケーション®とは何か

第14章 理念から事業へ ― 採用コミュニケーション代行®

第15章 迷ったときの判断基準

おわりに ― 変わるものと、変わらないもの

はじめに

創業から変わらない、私たちの仕事への姿勢

株式会社経営支援は、2007 年 5 月に創業しました。

創業初年度である 2008 年 1 月、翌第 2 期に向けて策定した「第 2 期～4 期中期経営計画」において、当社は「ベストパートナー十か条」として 10 項目の行動指針を初めて明文化しました。

その後、経営理念は、会社の成長や事業の変化、目指すべき未来に合わせて見直してきました。

しかし、行動指針は違います。

2008 年に掲げた 10 項目の基本的な考え方は、創業から現在に至るまで変わっていません。

なぜなら、この行動指針は、特定の事業やサービスのためにつくられたものではなく、「私たちはどのような姿勢で仕事に向き合う会社なのか」を示すものだからです。

当社は、この行動指針を、理念と同じ重さを持つ価値観として大切にしてきました。

1. 顧客の価値観を共有すること
2. 当事者意識を持つ
3. 顧客満足を第一に考える
4. プロ意識に徹する
5. スピード対応を心掛ける
6. 仕事に誇りと情熱を持つ
7. 知性と創造力を磨く
8. 向上心を持つ
9. 誠実、謹厳、柔和な態度を追求する
10. 愛と感謝の心を持つ

これらは、会社が大きくなってから後付けしたものではありません。

会社を創業し、これからどのような会社をつくっていくのかを考えていた、その最初の時期から大切にしてきた仕事への姿勢です。

2008 年の行動指針から、2011 年の日報へ

行動指針は、掲げているだけでは意味がありません。

そこで当社では、その一つひとつが実際の仕事において何を意味するのかを、日々の業務を通じて繰り返し共有してきました。

その記録の一つとして残っているのが、2011 年の日報です。

そこでは、「当事者意識とは何か」「顧客満足とは何か」「プロ意識とは何か」「なぜスピードが必要なのか」「仕事に誇りと情熱を持つとはどういうことなのか」といったことを、具体的な仕事の場面と結びつけながら社員に伝えています。

例えば、当事者意識については、「仕事で関わる顧客の立場で考えること」と説明していました。

顧客満足については、「お客様に迎合することではない」としています。

プロ意識については、お金をいただいて仕事をしている以上、顧客からプロとしての成果を期待されることを自覚しなければならないと伝えていました。

スピードについても、単に仕事を速く処理することではなく、「先手を打つこと」を大切にしていました。

本書は、こうした当時の日報を復刻するものではありません。

2008 年に定めた行動指針を原点とし、2011 年の日報などを通じて社員に伝えてきた考え方を振り返りながら、その意味を現在の仕事に合わせて改めて体系化したものです。

「誠実コミュニケーション®」へ

2017 年、当社は「誠実コミュニケーション」を商標として出願しました。

しかし、「誠実コミュニケーション®」という考え方が 2017 年に突然生まれたわけではありません。

振り返れば、その土台は創業時から存在していました。

顧客の立場で考える。自らを当事者として捉える。プロとして成果に向き合う。そして、相手に対して誠実である。

創業以来大切にしてきたこれらの価値観が、事業を続ける中で一つの言葉として形になったものが「誠実コミュニケーション®」です。

その意味で、「誠実コミュニケーション®」は行動指針とは別に後から付け加えた考え方ではありません。

創業時から変わることなく受け継いできた行動指針を、私たちの仕事のあり方として表現したものです。

理念から、日々の実践へ

現在、当社は「誠実コミュニケーション®」を理念として掲げるだけでなく、日々の事業の中で実践しています。

採用領域では「採用コミュニケーション代行®」として、応募受付、問い合わせ対応、面接調整、現場フォローなど、応募後のコミュニケーション実務を担っています。

そこでも、私たちが目指しているのは単なる業務処理ではありません。

応募者との接点から小さな異変に気づく。起こりうる課題を先に想定し、顧客と相談しながら、より良い運用を現場と一緒に考える。

こうした一つひとつの仕事の中に、創業時に掲げた行動指針があります。

そして現在、その実践は「誠実コミュニケーション®」を土台として、採用コミュニケーション代行®、採用 CX 支援へと発展しています。

本書の目的

本書の目的は、行動指針の言葉を覚えることではありません。

日々の仕事で判断に迷ったとき、

「当社なら、どう考えるのか」

「顧客のために、何をすべきなのか」

「プロとして、どこまで考えるのか」

「自分は当事者として行動しているか」

を考えるための共通の判断基準とすることです。

ルールやマニュアルですべての状況を決めることはできません。

だからこそ、私たちは共通の価値観を持つ必要があります。

状況が変わっても、事業が変わっても、担当する仕事が変わっても、自ら考え、判断するための拠り所。

それが、株式会社経営支援の行動指針です。

そして、その行動指針を日々の人と人との関わりの中で実践することが、私たちの「誠実コミュニケーション®」です。

第1章 行動指針は、判断するための共通の価値観

仕事では、マニュアルやルールだけでは判断できないことが数多く起こります。

「これは自分たちの仕事なのか」

「どこまで対応すべきなのか」

「顧客にとって何が一番いいのか」

「問題が起きる前に何かできないか」

「正確さとスピードのどちらを優先するのか」

こうした場面で、一人ひとりがまったく異なる価値観で判断すれば、会社として一貫した仕事はできません。

だからこそ、共通の判断の拠り所が必要です。

それが行動指針です。

2011年、当社では日報を通じて行動指針の意味を繰り返し社員に伝えていました。

当時、「仕事を遂行する上での優先順位は、基本的に行動指針の順番どおり」と説明しています。

これは、後の項目が重要ではないという意味ではありません。

まず顧客を理解し、自らを当事者として捉え、顧客にとっての価値を考える。そのうえで、プロとして成果に責任を持ち、迅速に行動する。

10の行動指針は独立した標語ではなく、一つの仕事の姿勢としてつながっています。

第2章 顧客の価値観を共有する

原点

「顧客のことを考えるならば感情移入が大切」

当社の行動指針の第一は、「顧客の価値観を共有すること」です。

顧客を理解するとは、依頼された作業内容を理解することだけではありません。

顧客は何を実現しようとしているのか。

何に困っているのか。

何を大切にしているのか。

何を成果と考えているのか。

その背景まで考えることが、顧客の価値観を共有することです。

同じ業務であっても、顧客によって目的や事情は異なります。

自分たちの都合や常識だけで判断するのではなく、まず相手の立場から仕事を見る。

それが、すべての行動の出発点です。

日々の仕事では

依頼された「作業」だけを見るのではなく、その先にある「目的」を理解する。

分からなければ確認する。

そして、「自分たちがやりやすい方法」ではなく、「顧客が実現したいことにとって適切な方法」を考える。

顧客の価値観を共有するとは、顧客と同じ方向を向いて仕事をすることです。

第3章 当事者意識を持つ

原点

「主体的に動くことが大切」

2011年には、当事者意識をさらに、

「仕事に関わる顧客の立場で考えること」

と説明しています。

当事者意識とは、自分もその仕事に直接関係している人間であると捉えることです。

「指示されていないから関係ない」

「自分の担当範囲ではないから知らない」

「誰かが対応するだろう」

ではなく、

「自分たちの仕事に何か影響していないか」

「顧客や利用者が困っていないか」

「何か異変が起きていないか」

「このままで問題はないか」

と、自分のこととして考えることです。

当事者意識は「何でもやること」ではない

当事者意識を持つことと、契約外の業務を無制限に引き受けることは同じではありません。

顧客から依頼されていない業務や、継続的に工数を要する業務については、契約や費用を整理する必要があります。

しかし、

契約外の仕事を無償で引き受けないことと、顧客の課題に気づかなくてよいことは、まったく別です。

課題に気づく。

影響を考える。

必要な確認をする。

報告・相談する。

必要であれば改善や新たな対応を提案する。

ここまで考えることは、担当者としての仕事です。

「頼まれていないからやらない」と「頼まれていないことまで勝手にやる」の二択ではありません。

気づき、考え、適切に判断する。

そして、当事者には、もう一つの自覚があります。

私たちは、売上が立つ商売を担っているということです。

気づいた課題への対応が契約の外にあるなら、無償で抱え込むのではなく、契約や費用を整えたうえで「提案」として顧客に届ける。

課題に気づく目と、商売を担う自覚。この二つが揃ってはじめて、気づきは提案という行動になります。

それが当社の考える当事者意識です。

第4章 顧客満足を第一に考える

原点

「クライアントが価値を感じなければ存在意味がない」

2011年の日報では、

「顧客満足とはお客様に迎合することではない」

と説明しています。

顧客の要望を何でも受け入れることが、顧客満足ではありません。

顧客にとって本当に必要なことは何かを考え、私たちの専門性によって価値を提供することです。

時には、顧客の依頼どおりに行うより、別の方法を提案した方がよいこともあります。

時には、できないことを明確に伝えることも必要です。

短期的に喜ばれることだけでなく、長期的に「経営支援に任せてよかった」と思っていただけの仕事をする。

それが当社の考える顧客満足です。

第5章 プロ意識に徹する

原点

「お金を頂いている責任を考え、成果に拘る」

対価をいただいている以上、私たちはプロです。

日報でも、「仕事を受けている以上、プロとしての期待は避けられない」と伝えてきました。

経験が浅いから。初めてだから。知らなかったから。

それだけでは、顧客に対する説明にはなりません。

もちろん、最初からすべてを知っている必要はありません。

分からなければ調べる。

確認する。

経験のある人に相談する。

必要な知識を身につける。

そこまで含めてプロとしての仕事です。

顧客の成果と、自社の成果

プロとして考える成果は、顧客の利益だけでも、自社の利益だけでもありません。

顧客に価値を提供しながら、会社として適正な対価をいただき、事業を継続できること。

その両方を考える必要があります。

良いサービスだから無償で提供する、ということでもありません。

利益だけを考えて顧客価値を損なうことでもありません。

顧客と自社の双方にとって継続可能な仕事をつくることも、プロとしての責任です。

第6章 スピード対応を心掛ける

原点

「先んずれば物事を制す。先手を打つことでリカバリーも可能」

当社がいうスピードとは、単に作業速度が速いことではありません。

本質は、先手を打つことです。

問題やクレームが発生したときには、まず状況を把握し、初期対応を速やかに行う。これも、当時から伝えてきたことです。

すべての情報が完全に揃うまで何もしないのでは、対応が遅れることがあります。

一方で、速ければ粗雑でもよいということでもありません。

必要な正確さを保ちながら、

相手から聞かれる前に報告する。

問題が大きくなる前に相談する。

起こりそうなことを予測する。

必要になるものを先に準備する。

そうした先回りの行動が、当社のいうスピード対応です。

第7章 仕事に誇りと情熱を持つ

原点

「自分の仕事に自信を持つ」

仕事への誇りは、役職や仕事の大きさによって決まるものではありません。

自分が担当する仕事に責任を持ち、その仕事が誰かの役に立っていることを理解し、自分自身が納得できる仕事をする。

その積み重ねから誇りが生まれます。

情熱について、当時の日報に「情熱は目的というより結果である」という言葉があります。

最初からすべての仕事に情熱を持てるとは限りません。

仕事を理解し、工夫し、挑戦し、成果を出し、誰かの役に立つことで、仕事への誇りや情熱が生まれることがあります。

行動しなければ、何も起こりません。

自分たちの仕事を、自分たち自身が誇れるものにしていくことを大切にします。

第8章 知性と創造力を磨く

原点

「停滞しない頭脳を養う」

仕事は、決められたことを正確に繰り返すだけでは進化しません。

なぜ、この作業をしているのか。

もっと良い方法はないか。

なぜ、この問題が起きたのか。

同じことを繰り返さないためにはどうすればよいか。

考え続けることが必要です。

問題に直面したとき、

「できません」「難しいです」「ルールがありません」

で思考を止めるのではなく、

「なぜ難しいのか」

「何ならできるのか」

「別の方法はないか」

「今後に備えて何を変えればよいか」

まで考える。

現場で得た一つの経験を、その人だけの経験で終わらせず、改善や仕組みに変えていく。

それが、組織として知性と創造力を磨くことにつながります。

第9章 向上心を持つ

原点

「現状に甘んじることなく、高みを追求していく」

向上心とは、「成長したい」ということだけではありません。

自分の現在地を知り、できていないことを認め、必要な行動を起こすことです。

知らないことを認める。

人からの指摘を受け入れる。

新しい知識を学ぶ。

できなかったことを振り返る。

次はどうするかを考える。

成長には「自分の常識」を変えていくことが必要だ、とも伝えてきました。

過去にうまくいった方法が、これからも最善とは限りません。

昨日までの自分のやり方に固執せず、より良い方法を学び続ける。

それが向上心です。

第 10 章 誠実、謹厳、柔和な態度を追求する

原点

「仕事に対して真摯な姿勢が大切」

誠実であることは、当社の仕事の根底にある姿勢です。

顧客に対して誠実である。

応募者や利用者に対して誠実である。

取引先に対して誠実である。

仲間に対して誠実である。

そして、自分自身の仕事に対して誠実である。

間違いがあれば隠さず報告する。

分からないことを分かったふりをしない。

都合の悪い情報ほど正しく伝える。

約束したことを守る。

相手によって態度を変えない。

「謹厳」とは、仕事に対して軽率にならず、責任をもって向き合うことです。

「柔和」とは、ただ優しくすることではありません。

必要なことはきちんと伝えながら、相手への敬意を失わないことです。

誠実さ、責任ある姿勢、相手を尊重する柔らかさ。

この三つを併せ持つことを目指します。

第 11 章 愛と感謝の心を持つ

原点

「自分の周囲に関わる皆に、感謝と愛情を持って接する」

仕事は、一人では成り立ちません。

顧客がいる。一緒に働く仲間がいる。取引先がいる。自分を支えてくれる人がいる。

誰かに助けてもらうこともあれば、自分が誰かを助けることもあります。

働き方については、

「お互いが事情を認め合って欲しい」

「個人を尊重するからこそ、尊重に値する信頼に応える組織を作りたい」

と伝えていました。

自由と責任。助けてもらうことと、助けること。

どちらか一方ではありません。

周囲への感謝を忘れず、自分も誰かを支える。

それが、組織で働くうえで大切にしたい姿勢です。

第12章 報告・連絡・相談は、行動指針を実践するための基本動作

当事者意識を持って考えても、その情報が共有されなければ組織として行動することはできません。

日報では、報告について、

「正確に、迅速に、確実に」

と伝えていました。

また、

- ・ 主観や憶測を交えない
- ・ 求められる前に報告する
- ・ 叱責を恐れて報告を遅らせない
- ・ 報告すべきかどうかを自分だけで判断しない
- ・ 相手に分かりやすく伝える

ことを重視していました。

報告は、自分を守るために行うものではありません。

顧客や会社が正しい判断をするために必要な情報を、適切なタイミングで共有する仕事です。

「問題が解決してから報告する」のではなく、必要であれば途中でも共有する。

自分一人で判断できないことは相談する。

その積み重ねによって、組織としての判断力が高まります。

第 13 章 誠実コミュニケーション®とは何か

「誠実コミュニケーション」という名称は、2017 年に商標として出願したものであり、創業時から存在していたわけではありません。

しかし、その考え方が、このとき突然生まれたわけではありません。

その原点は、2008 年に明文化した行動指針にあります。

顧客の価値観を共有する。

当事者意識を持つ。

顧客満足を第一に考える。

プロとして成果に責任を持つ。

先手を打つ。

仕事に誇りを持つ。

考え、学び続ける。

誠実に人と向き合う。

周囲への感謝を忘れない。

創業以来、私たちが仕事をするうえで大切にしてきたこれらの価値観を、人と人との関わりという視点から表したものが「誠実コミュニケーション®」です。

したがって、それは単に「丁寧に話すこと」ではありません。

相手の立場を理解し、自らを当事者として捉え、プロとして考え、必要なことに気づき、相手を尊重しながら誠実に行動すること。

それが、当社の考える誠実コミュニケーション®です。

第 14 章 理念から事業へ — 採用コミュニケーション代行®

当社の行動指針と誠実コミュニケーション®は、理念として掲げるだけのものではありません。日々の事業の中で実践するものです。

その一つが「採用コミュニケーション代行®」です。

当社は、応募受付、問い合わせ対応、面接調整などの応募後の採用コミュニケーション実務を担っています。

しかし、私たちはこれを単なる「応募受付の代行」とは捉えていません。

応募者との接点にいるからこそ気づけることがあります。

応募データの動きがおかしい。

求人情報に誤りがある。

応募者からいつもと違う問い合わせが入る。

現場で対応が滞っている。

このままでは問題が起こる可能性がある。

そうした小さな違和感に気づき、必要な確認を行い、問題があればリカバリーし、必要であれば運用そのものを改善する。

また、問題が起きてから対処するだけでなく、起こりうる課題を先に想定し、顧客と相談しながら運用を整える。

これは新しい仕事の考え方ではありません。

2008 年に掲げた、「顧客の価値観を共有する」「当事者意識を持つ」「顧客満足を第一に考える」「プロ意識に徹する」「スピード対応を心掛ける」という行動指針を、採用支援の現場で実践しているものです。

理念があり、実践があり、その実践がサービスとして形になったものが「採用コミュニケーション代行®」です。

第 15 章 迷ったときの判断基準

すべての仕事をルールやマニュアルにすることはできません。

想定していなかった問題は必ず起こります。

そんなときこそ、行動指針に戻って考えます。

1. 顧客は何を大切にしているか

自分たちの都合ではなく、顧客の目的から考える。

2. 自分が当事者ならどうするか

「誰かの仕事」と考えず、自分との関係を考える。

3. 顧客にとって価値があるか

言われたことをするだけでなく、本当に役に立つかを考える。

4. プロとして成果につながるか

「やったか」ではなく、「成果につながったか」を考える。

5. 今、動くべきことはないか

完璧になるまで待たず、必要な初動を考える。

6. もっと良い方法はないか

前例や慣習だけを理由にせず、改善を考える。

7. 自分一人で判断してよいか

迷ったら報告・相談する。

8. 相手に対して誠実か

自分に都合のよい判断になっていないかを考える。

おわりに — 変わるものと、変わらないもの

株式会社経営支援は、2007 年の創業以来、事業を変化させてきました。

経営理念も、会社が目指す未来に合わせて変化してきました。

仕事を支える技術も大きく変わりました。

しかし、行動指針は変わっていません。

2008 年、創業初年度に「ベストパートナー十か条」として掲げた仕事への姿勢は、2011 年の日報などを通じて社員に伝えられ、日々の実践の中で受け継がれてきました。

そして、その根底にある考え方は、やがて「誠実コミュニケーション®」という言葉になりました。

現在では、その考え方が「採用コミュニケーション代行®」をはじめとする当社のサービスにもつながっています。

事業は変わります。技術も変わります。顧客から求められることも変わります。

だからこそ、変わらない判断の軸が必要です。

顧客の立場で考えること。

自らを当事者として捉えること。

プロとして成果に責任を持つこと。

先手を打って行動すること。

より良い仕事を考え続けること。

そして、人と仕事に誠実であること。

これが、創業以来受け継いできた株式会社経営支援の仕事の原点です。

行動指針は、壁に掲げるための言葉ではありません。

一人ひとりが日々の仕事の中で判断し、行動するためのものです。

そして、その一つひとつの行動の積み重ねによって、私たちは「誠実コミュニケーション®」を社会に広げていきます。

本書について

本書は、株式会社経営支援が、創業以来大切にしてきた行動指針とその考え方をまとめた公式文書です。

社員の判断基準・教育資料として活用するとともに、当社が何を大切にしている会社なのかをお伝えするため、社外にも公開しています。

発行日：2026 年 8 月 17 日

発行：株式会社経営支援

ウェブサイト：<https://keiei-shien.co.jp>



本書の内容の無断転載・複製・改変を禁じます。

「誠実コミュニケーション」「採用コミュニケーション代行」は、株式会社経営支援の登録商標です。

© 株式会社経営支援