

新明解説

フォロワーシップの 強い組織のつくり方

～チーム一丸へ、「リーダー／フォロワー」が「すること／しないこと」～

株式会社JIN-G 代表取締役社長 三城 雄児

■全員で組織を活性化しよう

「リーダーシップ」とは、リーダー本人のあり方を定義したものです。従って、リーダーシップ理論を学び活用するのは、主にチームのトップであるリーダー本人です。

一方で、「フォロワーシップ」は、チームメンバーとしてのあり方を定義したものです。よって、フォロワーシップを学び活用するのは、チームメンバー全員の役割です。フォロワーシップに関する考え方を、チームメンバー全員が学び、行動することで、チーム全体が活性化します。

一般に、フォロワーシップというと、リーダーの補佐役のための考え方だと理解されがちです。しかし、それは違います。フォロワーシップは、リーダーの補佐役はもちろんのこと、チームメンバー全員が持つべき考え方であり、さらに、フォロワーシップは、リーダーにこそ最も必要となる考え方でもあります。

つまり、チームを構成するすべてのメンバーがフォロワーシップの考え方を理解して実践できれば、チームは活性化するということです。

本稿では、チーム活性化に不可欠なフォロワーシップの考え方を、具体的な施策も交えて、ご紹介してまいります。

目次

1. フォロワーシップとは
2. リーダーシップとフォロワーシップの関係
3. フォロワーシップの弱い組織で起こること
 - (1) 裸の王様リーダー
 - (2) 業績の上がらない表面的な仲良しチーム
 - (3) チーム内テロリストの台頭によるチーム崩壊
4. フォロワーシップを高めることによる効用
5. フォロワーシップが生まれる組織文化とは
 - ① 「民主主義型リーダーシップチーム」
 - ② 「トップダウン型リーダーシップチーム」
 - ③ 「権限委譲型リーダーシップチーム」
6. フォロワーシップを高めるためにリーダーがすること
 - (1) Whyを語る
 - (2) 自分が一番燃える
 - (3) 「権限と責任」を同時委譲する
 - (4) 任せて成功&失敗させる
 - (5) 相談に乗ってもらう
 - (6) 自分がダメな人であることを演出する
7. フォロワーシップを高めるためにリーダーがしないこと
 - (1) 先入観を持たない
 - (2) 細かい指示をしない
 - (3) 結果をとがめない
8. フォロワーシップを高めるためにフォロワーがすること
 - (1) リーダーとの密なコミュニケーション
 - (2) Why are you here? (目的意識) を持つ
 - (3) 視野と視座を上げ、人を巻き込む
9. フォロワーシップを高めるためにフォロワーがしないこと
 - (1) リーダーに直接伝えない
 - (2) 感情を押し殺してしまう
10. 強いフォロワーがものすごく強いリーダーをつくる
11. 人事はフォロワーシップを最も強く発揮する部署である

●三城 雄児 (みしろ・ゆうじ) 組織人事戦略コンサルタント



株式会社JIN-G代表取締役社長。BBT大学経営学部グローバル経営学科専任准教授。世界人材マネジメント協会連盟東アジア地区 Vice President。

1975年神奈川県生まれ。早稲田大学政治経済学部を卒業後、株式会社富士銀行（現みずほ銀行）にて融資・外為業務を経験。その後、株式会社マングローブ、株式会社日本経営システム研究所、ベリングポイント株式会社（現ブライズウォーターハウスグループ株式会社）にて、組織人事戦略コンサルタントとして、組織人事改革、意識行動改革のプロジェクトに従事する。2009年株式会社JIN-Gを設立。翌年にBBT大学准教授に就任。「Enjoy Your World！」を理念に視野の広いビジネスパーソンを増やすため、業界、地域、人種を超えた事業推進をしている。著書に『リーダーに強さはいらぬ』（あさ出版）など。