

## 愛をベースにした 制度・文化づくり

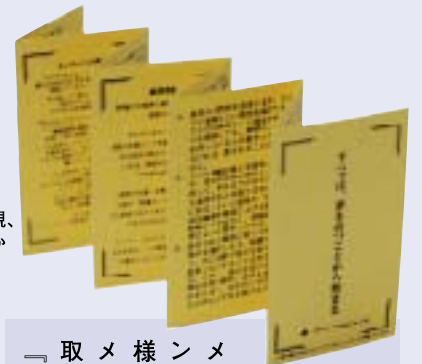
ライブレボリューションは『宇宙一の企業』を目指しています。売上や利益で宇宙一を目指すのではなく、『宇宙一愛される企業』です。会社設立から5年間は試行錯誤の連続でした。給与体系一つとってみても、米国流の成果主義を導入してみたりと紆余曲折を繰り返しながら『理想の企業』の創造を目指してきました。そうした中でようやく生まれてきたのが『宇宙一愛される企業』を目指すという理念です。それにはまず社内にいるメンバー（同社では社員のことをメンバーと呼ぶ）に愛されることが重要です。

メンバーから愛されない会社は、お客様からも愛されることはありません。まず、メンバーから愛されるよう、愛をベースにした制度づくりを行ってきました。

### 従業員満足度以上に 顧客満足度を

### 高めることはできない

設立5年目の2005年、ライブレボリューションの価値観、ビジョン、経営理念などを記した『LR HEART』というカードを作りました。これは世界的に有名な高級ホテル「ザ・リッツ・カールトン・ホテル」が信条をカードにした『クレドカード』をもとにしました。そこに書いた内容は、「メンバーへの約束」「経営理念」「基本原則」「宇宙一へのコンセプト」など。文字量は『クレドカード』の倍、記されている内容は完全にライブレボリューションオリジナルなものとなりました。「メンバーへの約束」には次のように記されています。



ライブレボリューションの価値観、ビジョン、経営理念などが書かれたカード『LR HEART』。

#### 『メンバーへの約束』

ライブレボリューションにとって最も大切なのは『LR HEART』を理解し、実践しているメンバーです。（中略）  
メンバーを幸せにする会社でなければ「メンバーから選ばれない」、ひいては「お客様からも選ばれない」ということを認識し、メンバー一人ひとりの人生が充実し調和の取れたものとなるよう配慮します。以上を、『メンバーへの約束』として誓います。

ライブレボリューションは、『メンバー第一、顧客第二主義』を貫いています。「顧客第一主義」を掲げる企業は多いですが、それは単なる売上第一主義。私は、メンバーの満足度以上に顧客満足度が高まることはないと考えています。まず、私や会社がメンバーを愛すること、それがなければ「お客様を愛しましょう」と言ってもメンバーは顧客を愛することはできません。ですから、まずメンバーを大切にすることを考え経営に取り組んでいます。そしてそれが高い顧客満足度につながっているものと信じています。

### 既存の会社とは真逆の文化

『メンバー第一、顧客第二主義』を貫くために、様々な制度を作りました。「サービス残業なし」「ノルマなし」「順位付けなし」「さん付け・敬語の徹底」「完