

AGWAY

エッセンシャル版

Since 2012

2026年3月12日 改

はじめに ～AG WAY【エッセンシャル版】と【ガイド版】の分冊・改訂にあたって

AG WAY は、アイグループが存在する目的、目標、経営するときの心構え、アイグループまたは経営者やアソシエイトは目標達成のためにどのように行動すべきか、を端的に表しています。そのため、AG WAY には、アイグループが最も大切にする価値観や行動のあり方が表れています。

解説冊子の目的は、①「AG WAY はどのような背景から生まれ、また、どのような意味を持つのか」、②「アソシエイトや経営者はいかに仕事をとおして幸せになっていくのか」、③「アソシエイトや経営者が、仕事上知っておきたい用語」について、アソシエイトや経営者が理解しやすくすることです。

改訂前の版には、「内容が難しい」「表現が難しい」「研修解説時のような図解を増やしてほしい」「社会人歴や役職などを考え、対象者別に内容を分けてほしい」「もう一步踏み込んだ解説もしてほしい」など、アソシエイトからさまざまな声が寄せられました。

こうした経緯で、AG WAY の解説冊子を、エッセンシャル版とガイド版に分けて改訂しました。

エッセンシャル版は、利害関係者ごとにアイグループが創り届けようとする豊かさがどのようなもので、そのためにアイグループ、経営者やアソシエイトはどのように行動すべきかを、経営者やアソシエイト全員に理解・共感してもらうために書かれている「基本的な導入版」です。

一方、ガイド版は、幅広い分野のテーマをもう一步進んで掘り下げ、AG WAY をより深く理解してもらうための「発展的な案内版」として、主にマネジメントコースやスペシャリストコースの役職者を対象に書かれています。しかし、上記対象者だけでなく、スタッフコースの方やトレーニーの方が、AG WAY を「もう少し深く理解したい」というときに読んでほしい版でもあります。

今回の改訂では、行動原則・行動指針、事業理念・事業ビジョン・事業行動原則を見直しました。そのため、次のステップではアソシエイトの皆さんと事業行動指針を改訂していきます。アソシエイトの皆さんは、自分の考えを遠慮なく声にしてください。後日、アソシエイトの声が反映された、改訂後の事業行動指針に修正して、AG WAY の改訂版を発表します。

AG WAY

企業理念・ビジョン

真の豊かさを創る

経営理念

不易流行を軸に鬼手仏心の経営を実践する

行動原則・行動指針

【お客様への約束】

[行動原則]

アイグループは…

お客様から選ばれる独創的な業態・商品・サービスを提供し、誠意ある営業活動を行います

[行動指針]

私たちは…

- お客様の期待を超える、アイグループならではの価値を提供します
- 知識・技術・営業力を磨き続け、最適な提案を行います
- お客様への感謝の気持ちを持ち、心を込めておもてなしをします
- お客様の個人情報適切に取り扱います

【アソシエイトへの約束】

[行動原則]

アイグループは…

健全な仕事観を持つ自律人として、アソシエイト一人ひとりが「才能を見つけ、才能を活かし、才能を育てる」環境を整え、自己実現を果たし幸せになる支援を行います

[行動指針]

私たちは…

- 困難な仕事ほど成長の機会と捉え、挑戦し続けます
- 日々の仕事を振り返り、自分の強みを伸ばし、課題を克服します
- 問題を他責にせず、自ら考え、解決に向けて行動します
- 互いの才能を見つけ合い、仲間と共に活かし育てます
- 心身ともに日々健康維持に努めます

【お取引先様への約束】

[行動原則]

アイグループは…

信頼されるビジネスパートナーとして、お取引先様と社会の発展に貢献するビジョンを共有し、その実現に向けて取引を行います

[行動指針]

私たちは…

- 会社を代表する立場を自覚し、公正で誠実な取引を行います
- お取引先様との信頼を大切にし、長期的な関係を築きます
- お取引先様とビジョンを共有し、共に社会に価値を産み出します

【地域・社会への約束】

[行動原則]

アイグループは…

地域とのつながりを大切にし、地域と社会の発展に貢献します

[行動指針]

私たちは…

- 地域に根ざし、身近で頼られる存在であり続けます
- アイグループの事業活動を通じて、地域の暮らしに安心と価値を届けます
- 関連法令・諸規則を遵守し、地域・社会との調和をはかります

【株主様への約束】

[行動原則]

アイグループは…

グループ各社の企業価値を高めて、株主様の期待に^{こた}えます

[行動指針]

私たちは…

- 付加価値を生み出し、企業ブランドを高めます
- 短期的な成果に偏らず、持続的な成長を目指します
- 適時かつ正確な情報開示を行い、信頼を得ます

AG WAY エssenシャル版 目次

I. 会社の本質を理解する.....	1
1. 会社はなぜ必要とされるのか?	1
2. 会社は誰のためにあるのか?	2
II. AG WAY	4
1. AG WAY とは?.....	4
2. AG WAY はなぜ必要か?	5
3. 企業理念・経営理念とビジョンの関係	5
III. 企業理念・ビジョン	6
1. 「真の豊かさ」とは.....	6
2. 4種類の「豊かさ」.....	6
3. アイグループにとっての成果.....	6
4. ステークホルダーにとっての成果をどのように評価するか.....	7
5. 良い会社を判別するシンプルな基準.....	7
IV. 経営理念	9
1. 経営理念とは.....	9
2. 経営者の役割.....	9
3. 目標を達成するために必要な行動 [リーダーシップとマネジメント]	10
4. 真の豊かさの創り方	10
5. 目標達成するためのマネジメントの方法 [PDSA サイクル]	11
6. 効果的に目標を達成するための指標.....	13
7. 利益計算と利益の種類.....	14
8. 利益の性質.....	15
9. アイグループが目標とする利益.....	16

V. 行動原則・行動指針	17
お客様に対して	17
1.お客様とは	17
2.お客様の気持ちを理解する [ニーズとウォンツ]	17
3.気づいているニーズと気づいていないニーズ [顕在ニーズ・潜在ニーズとコンサルティング]	18
4.サービスとホスピタリティの違い	19
5.顧客価値の4つのレベル	20
6.お客様をつくる2つのアプローチ方法 [マーケティングとイノベーション]	21
7.小売業・サービス業が果たす社会的な役割と貢献	21
8.「営業活動は親切活動」の意味	22
9.買い物体験の価値を創造する [顧客体験価値創造企業]	23
アソシエイトに対して	24
1.アソシエイトにとっての「真の豊かさ」と幸せ	24
2.「心」から幸せになるための4つのポイント	25
3.自己受容	26
4.仕事とは	26
5.仕事を2つの視点から見る [仕事を持つ二面性]	26
6.健全な仕事観	27
7.自分の働き方を決める [キャリア・アンカー]	27
8.仕事と私生活のバランスの考え方 [ワーク・ライフ・インテグレーション]	28
9.人財と一流 [教育と共育]	28
10.目標を持つことの大切さ [目標管理と自律人]	29
11.願望と意志	30
12.動機の種類 [外発的動機と内発的動機]	30
13.仕事をする動機の6段階	31
14.仕事を楽しくする工夫 [ジョブクラフティング]	32

15.ストレスや不安との向き合い方.....	33
16.アソシエイトの幸せを支援する取り組み.....	33
17.チームで成果を出す事業が持つ特徴 [サッカー型組織観]	34
18.成果の分け方	35
お取引先様に対して	36
1.ビジネスパートナーとしての考え方.....	36
2.真のパートナーシップの条件	36
地域・社会に対して.....	37
1.地域・社会に届ける豊かさ	37
2.社会的責任と社会貢献.....	37
3. 事業をとおした社会貢献	38
株主様に対して.....	40
1. 株主様にとっての豊かさ	40
2. 利益の配分先.....	40
VI.事業理念・事業ビジョン・事業行動原則・事業行動方針.....	41
VHC 事業	41
1.VHC 事業理念.....	41
2.VHC 事業ビジョン.....	43
3.VHC 事業行動原則・事業行動方針	45
通信代理店事業	46
1.IC 事業理念.....	46
2.IC 事業ビジョン.....	48
3.IC 事業行動原則・事業行動方針	49
ファスティングホテル事業	50
1.AW 事業理念.....	50
2.AW 事業ビジョン.....	52

3.AW 事業行動原則・事業行動方針	53
DGS 事業	55
1.DGS 事業理念	55
2.DGS 事業ビジョン	57
3.DGS 事業行動原則・事業行動方針	59

凡例

文中の太字は、AG WAY を理解する際のキーワードが初出した際に使用しています。

略称

AG は、アイグループの略称です。

VHC は、ビジョン&ヒアリングケア事業の略称です。DGS は、デジタルサービス事業の略称です。

アイジャパンは、VHC と DGS を運営しています。

IC は、アイコミュニケーションの略称です。通信代理店事業を運営しています。

AW は、アイウェルネスの略称です。ファスティングホテル事業を運営しています。

I. 会社の本質を理解する

1. 会社はなぜ必要とされるのか？

[理由①得意なことで力を合わせられる]

もし会社という仕組みがなかったら、一人で全てをやらなければなりません。商品作りは上手だけど営業は苦手な人も、営業は得意けどお金の管理は苦手な人も、すべてを自分でする必要があります。

しかし会社があると、商品作りが得意な人は商品作りに集中し、営業が得意な人は営業に集中し、お金の管理が得意な人は経理に集中し、全体をまとめるのが得意な人(マネジメント層)は全体をまとめることに集中することができます。得意なことが違う人たちが力を合わせることで、一人では成し遂げられない大きな価値を生み出せます。



キーワード

分業とは、得意なことが違う人がそれぞれの役割を担当することです。

協業とは、みんなで力を合わせて仕事をすることです。

この分業と協業ができる仕組みが会社です。だからこそ、会社は社会に必要とされているのです。

マネジメント層とは、組織の目標達成に向けて部下や業務を管理・指揮する、経営層から現場リーダーまでの役職者をさします。

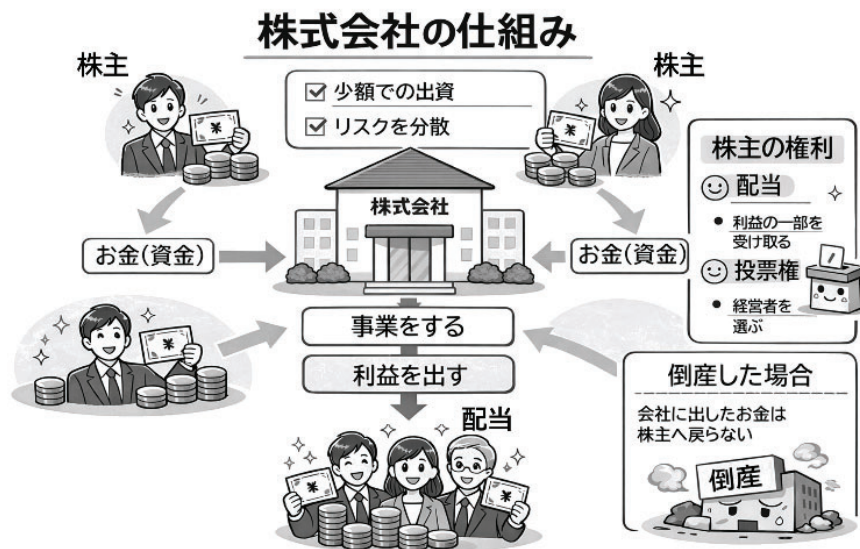
[理由②大きなお金を集めやすくする]

新しい事業を始めるには、多くのお金が必要です。でも、一人では用意できないことがほとんどです。そこで活躍するのが「株式会社」という仕組みです。

株式会社の基本的な仕組みは次のとおりです。株式会社に事業をする元手となるお金(資金)を出す人を株主といいます。株主は出したお金に応じて、会社の一部を所有する権利を得ます。株主の権利は、会社が儲かれば、出したお金に応じて利益の一部を「配当」として受け取れること、経営者を選ぶ投票権を持つことです。

しかし一方で、会社が倒産した場合、株主は出したお金は戻されないという責任を負わなければなりません。そのため、多くの株主は「1つの会社に多額のお金をつぎ込むのは危険」と考え、複数の会社に少しずつ出資します。会社が倒産した場合のリスクを分散できるからです。

株式会社という仕組みは、このように少額での出資もしやすくしています。少額の出資が大勢から集まることで、結果として大きな資金が集まりやすくなるのです。この仕組みのおかげで、現代の株式会社は事業に必要な多くのお金を集めることができるのです。



2. 会社は誰のためにあるのか？

「会社は誰のモノか？」という問いの答えは、株主のモノとなります。なぜなら、経営者を決めるのも、会社が儲かれば配当をもらうのも、会社を売ったり無くしたりするのを決めるのも株主だからです。

では、「会社は誰のためのモノ？」なのでしょう？その答えには、2つの考え方があります。

考え方 A は、会社は株主のためのモノとします。「会社は株主のモノなのだから、株主の利益を最優先すべき」という立場です。この考え方では、経営者や従業員は、株主の利益のために働く手段と考えられます。考え方 A を、株主至上会社観と呼びます。

考え方 B は、会社は株主を含む利害関係者のためのモノとします。「確かに会社は株主のモノだけど、会社は株主のためだけにあるのではない」という立場です。この考え方では、経営者や従業員は、株主の利益のための手段ではなく、その会社が目指す目標(理想)に向けて行動する主役と考えられます。考え方 B を、社会公器会社観と呼びます。

キーワード

利害関係者(ステークホルダー)は、会社と何かしら利害関係を持つ人たちや組織を指します。

具体的には、お客様(商品やサービスを買ってくれる人)、経営者・アソシエイト(従業員)、取引先(材料や部品を供給してくれる会社や銀行など)、地域・社会(会社がある地域やそこに住む住民)、株主(会社に出資した人たち)です。事業を継続するには、こうした人たちとの良好な関係が必要です。

アイグループは、考え方 B(利害関係者のためのモノ)を支持します。

そのため、①企業理念やビジョンを公開して、利害関係者から支持と信頼を得ようとしています。企業理念は、企業が何のため(=誰のため)に存在するのかといった、その企業の存在目的や存在意義(価値)を

意味します。また、ビジョンは、企業がどこを目指すのかという目標(=ゴール)を意味します。表現を変えれば、企業が目指す「なりたい姿」のことです。

②従業員を「アソシエイト(仲間)」と呼んで、「労働者」ではなく「仲間」として扱います。アソシエイトは、経営者と共に価値を生み、企業理念やビジョンを実現する仲間なのです。アソシエイトは、「会社の理想を一緒に実現する仲間として選ばれた」のです。

会社=株主のモノ (配当/経営者選任/会社・事業の売却などを決定)

