

強い組織を目指せ!

クレドの作り方と浸透法 「理念経営」を日々の職場で実現させるポイント

日本クレド株式会社 代表取締役 吉田誠一郎

■強い組織には「理念」が浸透している

昨年と今年とで別世界であるかのように経営環境が激変している。その都度、臨機応変に対応し、環境に応じて組織を動かしていくことはスピード経営の時代に欠かせない。しかし、一方で、変えてはいけないもの、「確固たる理念」を持っている組織は強い。「ぶれない行動指針」と言い換えてもいい。それは「お客様のために」でもいいし「社員のため」「地域のため」あるいは「適正な利益」を掲げても許されるだろう。たいていは「我が社の理念」にすばらしい言葉が整理されているはずだ。ただし、これを正しく機能させるにはいくつか課題がある。

ひとつはそもそも理念をまとめていない、あるいは陳腐化し、これから作り込む必要があるという課題。またひとつはせっかく作った理念を職場（個人）に浸透させるという課題だ。これらの課題を解決する絶好のキーワードが「クレド」である。カリスマ社長が作り込んだ理念を押しつけるのではなく、全員参加で作り上げるので、その過程で全員に浸透していく醍醐味がある。本稿ではその策定法、日々の職場での実践法をご紹介します。理念経営を好回転させ不況を乗り越える強い組織を作っていきたい。

(編集部)

構成

- 1 不況でも強い会社と「クレド」
(1)クレドとは何か?/(2)なぜ「企業理念」は浸透しないのか?/(3)ステークホルダー満足(SS)思想
- 2 企業理念とクレドの違い
(1)ステークホルダーと共に作る/(2)毎年更新していく/(3)クレドこそがカリスマに/(4)ES→CS→SS
- 3 【事例】モチベーションとクレド
- 4 【事例】リスクマネジメントとクレド
- 5 製造業とクレド
(1)非サービス業の現場でクレドが活きる/(2)お客様は「後工程」
- 6 クレドの作り方
【ステップ1】キックオフ
【ステップ2】クレド委員会の発足
【ステップ3】憲章の確認
【ステップ4】社員インタビュー
【ステップ5】お客様インタビュー
【ステップ6】取引先・協力会社インタビュー
【ステップ7】クレドの文章化
- 7 クレドの浸透法
(1)デイリークレド(毎日)/(2)マンスリークレド(毎月)/(3)イアリークレド(毎年)
- 8 クレド継続とアップグレード
- 9 途中で止めない覚悟

■吉田誠一郎 (よしだ せいいちろう)

1968年福岡出身。大学卒業後、日本経営合理化協会で、中堅中小企業を対象に経営企画・事業プロデュースにあたる。徹底した現場主義を貫き、今まで約500人のオーナー社長に接する。ビジネスの現場に豊富な人脈を持つ。2004年独立し、日本クレド(株)を設立。

■日本クレド(株)

クレド専門のコンサルティング会社。クレド、企業理念、ビジョンの開発ほか、セミナー、人材教育・研修、クレド浸透調査などを展開。

〒101-0021 東京都千代田区外神田4-7-3 田中ビル4階

●TEL: 03-5577-5212 ●FAX: 03-5577-5207 ●URL: <http://www.j-credo.com>