

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切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>