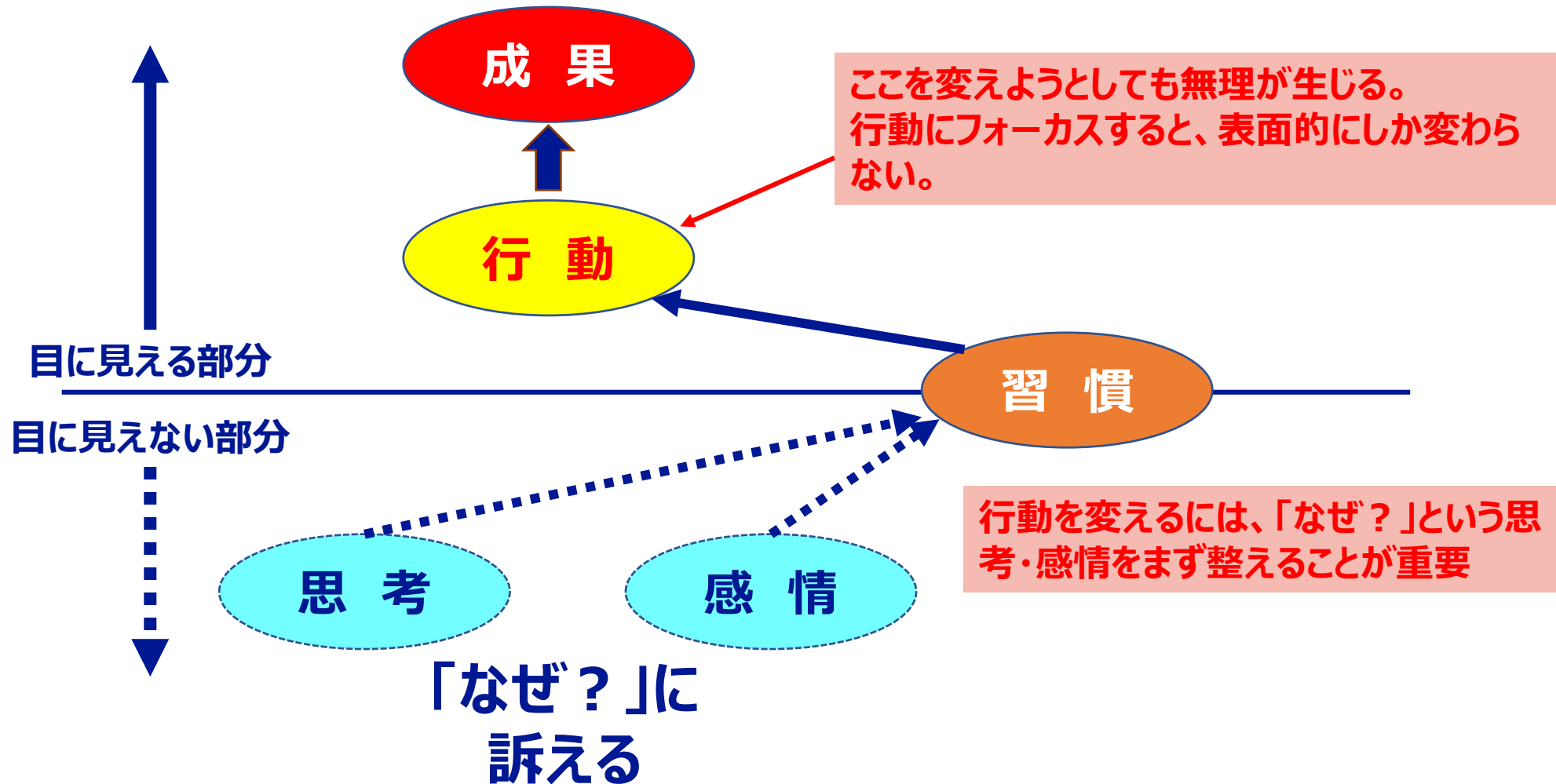


動機づくりのための「策定」と「浸透」 ①策定の前提

※人間は「行動」だけ変えようとしても行き詰まることが多い → 「なぜ？」に訴える下準備を！



動機づくりのための「策定」と「浸透」 ②策定のプロセス

- ※ 「会社の想い・こだわり（ミッション）」「会社が成し得たいこと（ビジョン）」「会社が大事にしていること（バリュー）」の3つを「言葉にする」ことにこだわります。
- ※ 経営者・社員・パートやアルバイトを含めた「全員が参画」して決めていきます。
- ※ このプロセスの中で、「なぜ当社に健康経営の考えが必要なのか？」を盛り込んで、コンセンサスを作り上げていきます。

過去

ミッション

- 会社の成り立ちや歴史、想いやこだわりなどをヒアリングし、言葉で社内に伝わるものに仕上げます。
- すでにある「ミッション」については、それが妥当かどうかを「見直す」ことを行います。

現在

バリュー

- ミッションやビジョンを受けて、今の経営者・社員が日頃の仕事をを行う中で「大事にしたいこと」を言葉にします。
- 言葉にしたものを「全員で」共有し、毎日何がしかの形で触れる（＝浸透）ものに仕上げます。

未来

ビジョン

- 「会社を取り巻く全てに人たちに、会社がどうお役立ちしていきたいか」、「会社が将来目指したい姿は何か」を言葉にして、誰もが同じ認識でいることを目指します。

動機づくりのための「策定」と「浸透」 ②策定のプロセス

※ 各項目の時間軸・対象・策定順番

項目	時間軸	対象	策定順番
ミッション	過去	経営者・役員	1
バリュー	現在	経営者・役員 管理職 社員全員（パートアルバイトも含む）	3
ビジョン	将来	経営者・役員	2

※ 各項目の進行フローチャートイメージ



動機づくりのための「策定」と「浸透」 ③浸透施策メニュー

※ 言語化したものを「作りっぱなしにしない」。むしろ、作ってからが本当のスタート！

メニュー名	頻度	説明
クレドカード作成	スポット	<ul style="list-style-type: none">バリューを言葉にする成果物。リッツカールトンホテルの社員が常に携帯しているカードをイメージ。
今日の振り返り・気づき	毎日	<ul style="list-style-type: none">クレドの各項目の中で、自分ができたことや新たな気づきを得たことをチーム内で記録して共有する。小さい会社であれば全社公開でもOK。
理念研修	四半期に1回	<ul style="list-style-type: none">作った理念についての全体ミーティングを四半期ごとに開催。できたこと、まだまだであることの点検・共有を行う。
バリュー研修	四半期に1回	<ul style="list-style-type: none">新入社員や中途採用社員が入社してきたとき、年度末などのタイミングで、社員間の意識共有を目的に実施。
マニュアル策定	随時	<ul style="list-style-type: none">バリューをもとに実行していることを「見える化」させ、新しい人が来てもすぐに対応できるようにする。単なる「作業手順書」ではない。
全体進捗確認	毎月1回	<ul style="list-style-type: none">経営者・幹部を対象に、ミッション・バリュー・ビジョンの浸透具合を定点観測する。
クレド見直し	毎年1回	<ul style="list-style-type: none">会社によって、年度方針が変わるタイミングで、クレドそのものも見直しを行う。維持するものはそのまま。変えるべきところは変えていく。