

社員が動く、組織が動く
皆でつくる事業計画策定のご提案



株式会社 タップクリエート



「共」に考え、「共」に創る というコンセプト



あなたの会社では、社員が生き生きと仕事をしていますか？
会社は組織の相乗効果が得られてこそパワーが発揮されます。
相乗効果が得るためには、経営者ばかりではなく組織員全員が
「よし、やろう！」と心から思い働くことが求められます。
成長企業の共通点は、社員が一丸となっていることです。
決して経営陣の主導だけで動いていません。

そこでキーワードとなるのが、**「共」に考え、「共」に創ること**です。
弊社では、それを組織のタテ・ヨコ、組織内外という3つのアプローチで整理し
「3共」と名づけています。

良い会社づくりを行うためには、
「絵に描いた餅」ではない事業計画の存在と確実な実行が不可欠です。
弊社では、その事業計画を経営者をはじめ社員皆で力を合わせてつくり、
その計画を社員自らが進んで実践する仕組みづくりの支援をいたします。





以下のような状況にある場合、本提案をご検討ください

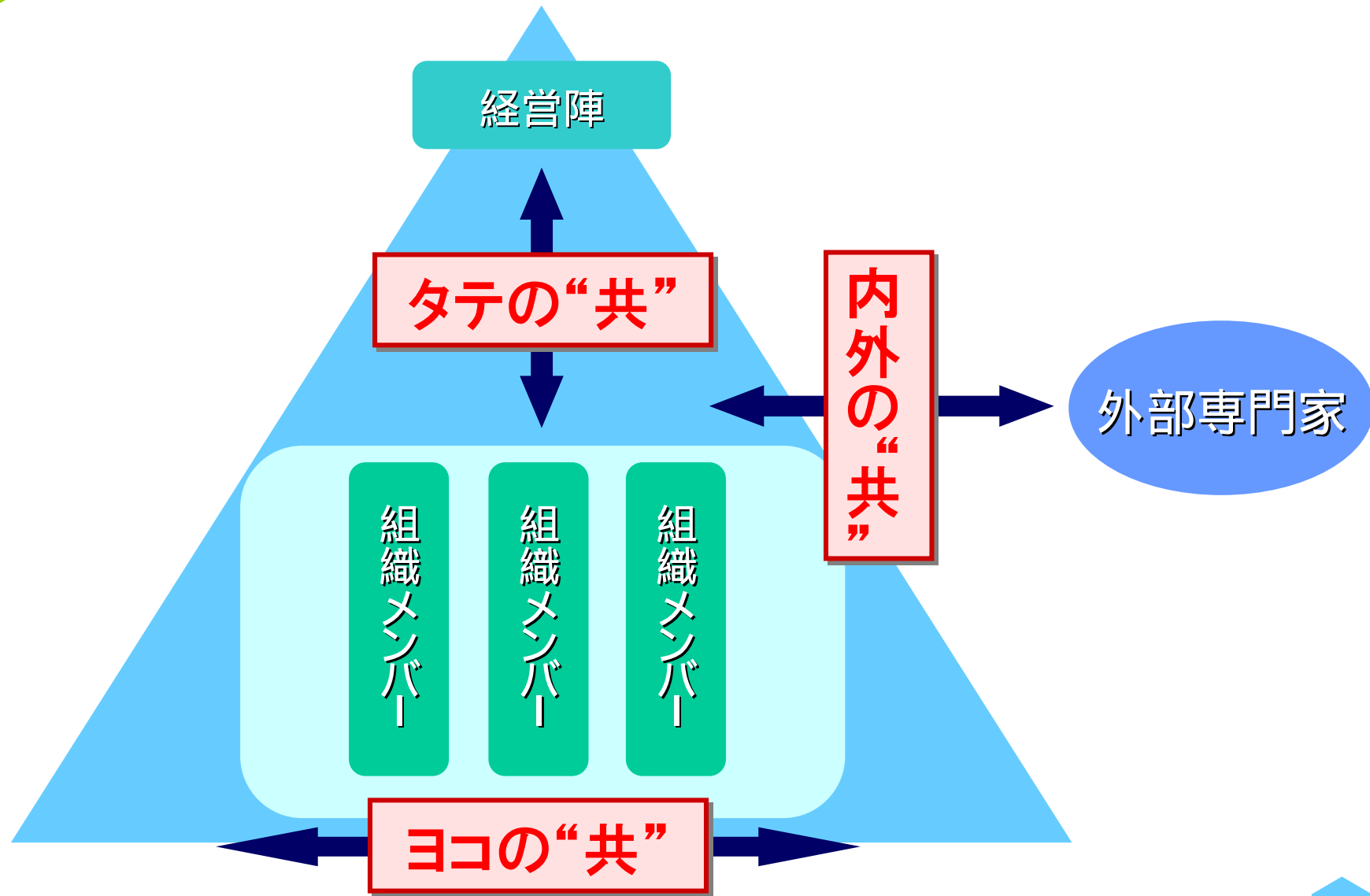


- ・会社経営そのものが場当たりの(戦略がない)である。
- ・事業計画などつくったことがない。
- ・事業計画はあるが経営陣が勝手につくっている。
- ・事業計画をつくっているが、社員が全然動いてくれない。
- ・事業計画を社員につくらせているが、単なる数字合わせで終わっている。
- ・事業計画を社員につくらせているが、数値計画しか出してこない。
- ・社員は会社運営に関してまるで他人事である。
- ・社員の仕事にやる気が感じられない。
- ・社員は自ら考え行動するという姿勢にない。
- ・経営陣と社員とのコミュニケーションが殆んどとれていない。
- ・社員同士のコミュニケーションが円滑になされていない。





“3共”の全体図





“3共”とは



タテの“共”

経営陣と組織員が相互に歩み寄りながら事業計画をつくりあげていきます。
(経営陣によるトップダウンからボトムアップの要素を取り入れたの企業運営への転換)

ヨコの“共”

組織員同士のコミュニケーションを円滑にし、数々のワークショップを進めていく中で、皆で意見を出し合いながら事業計画の内容を検討していきます

内外の“共”

外部の専門家とタイアップすることで、成功企業のベンチマーキングをはじめ、あらゆる視点の持ち方、発想方法など数多くのノウハウを収集していきます。





“3共”による事業計画策定の3大効果

1. 経営陣と組織員とのコミュニケーションが深まる

事業計画の策定を通じて、経営陣と組織員とが意見を交し合う場が設けられます。このため、相互のコミュニケーション機会が増え、事業展開に関する意識の乖離が埋められます。

「タテの“共”」効果

2. 組織員が動く事業計画がつくれる

組織員同士が互いに意見を出し合いながら事業計画のベースを作り上げていくことで、組織員が自主的に取り組むための動機づけをなすことができます。

「ヨコの“共”」効果

3. あらゆる考え方の枠組みがノウハウとして残る

事業計画の策定をはじめ、問題解決や創造性開発の研修講師を専門的に行う専門家がコーディネータを務めるため、思考法、発想法に関するあらゆるノウハウを吸収することができます。

「内外の“共”」効果





“3共”による事業計画策定サポートの特徴



■専用チャートで作業のスムーズ化

事業計画策定のための専用チャートを使用いたしますので、スムーズに作業することができます。今後の事業計画策定においては同チャートを活用いただくことで自社内で対応できます。

■組織員の自主性尊重で動機づけ強化

外部コーディネータは組織員の持つ素養を引き出す専門家であるため、一方的な情報提供ではなく、組織員に自ら徹底的に考えてもらう手法を展開します。これにより組織員の自主性を十分に発揮してもらいます。

■研修の併用により人財育成も実現

事業計画の策定を進めていく過程において、課題形成力、問題解決力、創造力といった必要な能力開発も併せて行います。このため、自社の人財育成という面においても十分に貢献することができます。





“3共”による事業計画策定の手順

A. 会社全体の戦略をつくる

1. 会社を取り巻く現状を把握する
2. 自社の強み、弱み、機会、脅威を把握する
3. 皆で将来どのような会社にしていきたいかを定める
4. 事業領域を決める
5. その事業領域における重要成功要因を導出する
6. 自社で特に力を入れるべきことは何かを決める
7. 会社の全体目標を設定する

B. 個々の事業戦略をつくる

1. 事業コンセプトを決める
2. 自社の事業ポジションを設定する
3. 事業目標を設定する
4. 基本戦略をつくる
5. 各施策を取り決める
6. 数値計画を立てる

C. 機能別戦略をつくる

1. 営業戦略
2. 情報システム開発戦略
3. 人事・労務戦略
4. 物流戦略
5. 財務戦略
6. その他戦略

D. アクションプランをつくる

1. 各施策を実現するために
2. どの部署の誰が
3. 何を
4. いつまでに
5. いかなる目標を持って取り組むのか





主な関連実績



研修関連

- ・ファイザー株式会社
- ・明治乳業株式会社
- ・江崎グリコ株式会社
- ・株式会社 INAX
- ・富士通コワーコ株式会社
- ・株式会社 カノークス
- ・光洋マテリア株式会社 その他

コンサルティング関連

- ・シグマ・バンクグループ取引先企業
(足立成和信用金庫、亀有信用金庫、小松川信用金庫、東榮信用金庫)
- ・造花製造販売業(従業員数 約130名)
- ・情報システム業(従業員数 約40名)
- ・印刷業(従業員数 約20名)
- ・衣料製造卸売業(従業員数 約15名) その他

公的機関

- ・青森県
- ・東京都庁
- ・東京都商工会連合会
- ・杉並区
- ・北区
- ・富山県
- ・尼崎市
- ・北九州市 その他





会社概要



<u>社名</u>	株式会社タップクリエート
<u>所在地</u>	〒162-0065 東京都新宿区住吉町2-18 ウィン四谷907 TEL:03-3341-1636 FAX:03-3341-1687 E-mail:sozoken@sozoken.com URL:http://www.sozoken.com
<u>設立</u>	昭和48年12月
<u>資本金</u>	1,000万円
<u>代表者名</u>	代表取締役社長 二瓶 哲
<u>業務提携</u>	産業能率大学総合研究所(兼任講師派遣)
<u>取引銀行</u>	三井住友銀行幡ヶ谷支店 東京信用金庫新宿支店

